

Presseinformation

15. Juni 2010

Als die „Weinnase“ Kaffee roch

20 Jahre Engagement für die Weltmarke illy in Österreich

1990 war das Jahr der Wiedervereinigung Deutschlands und des Zerfalls der Sowjetunion. Nelson Mandela wurde nach 27 Jahren Haft aus dem Gefängnis entlassen, Michael Gorbatschow erhielt den Friedensnobelpreis. Die „göttliche“ Greta Garbo und Leonard Bernstein verließen uns für immer, die Wildecker Herzbuben besangen ihr „Herzlein“. 1990 war aber auch das Jahr, in dem der Salzburger Weinhändler Alois V. Stangl sein Herz für Kaffee entdeckte und die österreichische Generalrepräsentanz der italienischen Weltmarke illy übernahm. Den Kontakt hatte die Familie Illy aufgenommen, der Stangl von einem italienischen Weinproduzenten empfohlen worden war.

Weggefährten Stangls erinnern sich mit Schmunzeln, dass der als „Weinnase“ titulierte Genießer und Genussbotschafter nur langsam auf Kaffee „ansprang“. Den entscheidenden Anstoß zum Gesinnungswandel soll ein Besuch bei illy in Triest gegeben haben. Dort stellte der legendäre Kaffeewissenschaftler Ernesto Illy seinem Gast aus Österreich das 1934 entwickelte Überdruckverfahren für Kaffee in der Dose vor. Hatte Kaffee früher nach der Röstung viele flüchtige Aromen rasch verloren, so wird bei illy der Sauerstoff aus der Dose abgesogen und Inert-Gas eingesetzt. Damit werden die flüchtigen Aromen mit 0,8 bar Druck in den Bohnen gehalten, und diese durchlaufen einen 20 Tage währenden Reifeprozess. Erst danach wird der Kaffee ausgeliefert und bleibt in den 3 kg-Dosen drei Jahre lang haltbar.

Seite 1 von 3

Das überzeugte Stangl, der gewisse Parallelen zu seinem „lebendigen“ Lieblingsprodukt Wein entdeckte. Rasch wurde er mit Ernesto Illy handelseins und nahm den Kaffeeimport auf. 1996 wurde schließlich die Espresso Caffè Vertrieb GmbH. gegründet, an der Stangl 95 Prozent Anteile hält, illy 5 Prozent. Im gleichen Jahr erfolgte die Betriebsübersiedlung in die Bayerhamerstraße in Salzburg, wo ein 2.000 Quadratmeter großes Auslieferungslager samt Büros zur Verfügung steht.

„Am Anfang war's gar nicht so leicht“, erinnert sich Stangl, „illy war noch keineswegs so bekannt wie heute, das Qualitätsbewusstsein bei Kaffee schwach ausgeprägt. Im ersten Jahr haben wir nicht einmal 3 Tonnen verkauft“. Immerhin konnten schon bald so wichtige Referenzkunden wie die Brüder Obauer in Werfen, Familie Eselböck (Taubenkobel) oder Peter Friese vom Schwarzen Kameel in Wien überzeugt werden. Ab 1994 begann sich der Markt zu entwickeln, der Absatz stieg in diesem Jahr um 108 Prozent auf 34,1 Tonnen. In den folgenden Jahren gelang die Listung bei den wichtigsten Handelsketten Österreichs, so dass 2001 bereits die 200-Tonnen-Marke überschritten wurde.

Mehr als 50 Prozent der Illy-Umsätze entfielen und entfallen aber weiterhin auf die Gastronomie, der auch andere Produkte aus dem Sortiment der illy-Gruppe wie Dammann-Tee und Domori-Schokolade, Espressomaschinen, Zubehör, zahlreiche Serviceleistungen und Schulungen angeboten werden.

Im heurigen Frühjahr hat der gebürtige Steirer Alois Stangl seinen 60. Geburtstag gefeiert, somit ein Drittel seines bisherigen Lebens mit der Weiterentwicklung der Marke illy in Österreich zugebracht. Optimistisch blickt er ins nächste Jahrzehnt: „Das Bewusstsein für Kaffeequalität ist stark gestiegen. Und der herrschende Trend zur Espressokultur, der ja von Italien ausgeht, kommt uns sehr entgegen.“

Rückfragen:

Walter Mayer
ESPRESSO CAFFÈ VERTRIEB GMBH
illycaffè Generalvertrieb Österreich
Bayerhamerstr. 18
A-5020 Salzburg
Österreich

BÜRO WIEN:

T +43 (1) 480 6 480

F +43 (1) 486 488 0

office@espressocaffe.at

PR-Betreuung:

Wachta & Partner – Kommunikationsagentur Ges.m.b.H.
1230 Wien, Oldenburggasse 49, Tel. +43-1/667 32 84 & 0676/667 32 84
E-Mail: office@wachta.at; www.wachta.at