

Vinařství: Jindřich Kadrnka
Adresa: Mládežnická 542, 691 81 Břeží
Kontakt: pan Kadrnka

Jak velkou plochu vinic obhospodařujete?

4, 5 ha, všechny vinohrady jsou pana Kadrnky.

Kolik lidí pracuje ve vašem vinařství?

2, výpomoc řeší v okruhu kamarádů a známých.

Jaké objem vína ročně vyrobíte?

Asi 25 000l

V jakém poměru jsou vína z vašich vinic vzhledem k nakoupeným hroznům?

Nakupuje zhruba 40% hroznů.

V jakém poměru prodáváte sudové a lahvové vína?

Sudová vína pan Kadrnka neprodává vůbec. Zhruba 5% se spotřebuje při degustacích, ale prodej ne.

>> Co vás motivuje prodávat jen lahvová vína?

Především kvalita vína, která si lahev zaslouží, další podstatnou výhodou je lepší ekonomické zhodnocení. Z části se jedná také o prestiž.

Jakého poměru byste chtěli dosáhnout? Je pro vás poměr, kterého momentálně dosahujete optimální, a pokud ne, v čem vidíte překážku ho dosáhnout?

Ano, rozhodně se nechce vracet zpět k prodeji i sudového vína. Ze situace, kdy prodá veškerou svou produkci nalahvovanou by to z jeho pohledu byl krok zpět.

V jaké cenové relaci se pohybují vaše vína?

Sudová vína:

Lahvová vína: od 130 zhruba do 350 Kč

Jakým způsobem tvoříte cenu vašich produktů?

Cena se nějakým způsobem na dnešní hodnoty vytvářela zhruba 4 roky. Pan Kadrnka také bere v úvahu kvalitu vína a finanční možnosti své klientely – chce, aby se jeho vína pily nebylo to jen exkluzivním zbožím.

Jaký prodejní kanál upřednostňujete?

- Přímý prodej x
- Prodej do vinoték x
- Prodej obchodním řetězcům
- Prodej skrz zprostředkovatele
- Jiné x (Firemní klientela)

Jaké procento vaší produkce prodáte skrz následující prodejní kanály?

SUDOVÁ VÍNA

Přímý prodej:

Prodej do vinoték:

Prodej obchodním řetězcům:

Prodej skrz zprostředkovatele:

Jiné:

LAHVOVÁ VÍNA

Přímý prodej:

Prodej do vinoték:

Prodej obchodním řetězcům: -

Prodej skrz zprostředkovatele: 20%

Jiné: -

Jakým způsobem nejčastěji navazujete kontakty s koncovým zákazníkem?

Především na vinařských výstavách (Král vín, Vinař roku, Valtické vinné roky). V posledních letech výrazný nárůst turistů na kole > 2014/2015 odhadem až o 100%.

>> Jakým způsobem se tento kontakt snažíte udržet? Máme nějaký „klub“, facebookovou stránku, nebo zasíláte zákazníkům newslettery?

Fb. možná, ale rozhodně na něm není nikdo aktivní., aktuality na webových stránkách.

>> Prodáváte své produkty prostřednictvím e-shopu?

Ne, neuvažuje o tom. Pouze po domluvě už prověřenými klienty zásilkový prodej.

Pociťujete podporu z profesních a zájmových vinařských organizací, z hlediska podpory prodeje? V čem by Vám tyto organizace mohli více pomoci?

Rozhodně (předseda místního vinařského spolku) výhoda. Především dobrá spolupráce při organizace „služeb“ – minimálně jeden z vinařů musí mít v sezóně otevřený sklep a prezentovat obec. Kolegialita, společné prezentace na gastro-festivalech, kde by si prostor sám nemohl dovolit.

Dáří se vám s vašimi produkty pronikat na zahraniční evropské / mimoevropské trhy?

Ne – ani se nesnaží (mimo Slovenska), výstavy ano (Polsko, Rakousko, Německo).

Z pohledu zaměstnance u Volařika: Těžké pronikat na zahraniční trhy, konzervativní především v Rakousku a Německu a tradičních vinařských států (ITA, FRA, ESP) – jistá šance Benelux a východ, exportují, ale jedná se jen o prestiž, že se jejich vína prodávají v restauracích v Belgii. Asijské trhy – neschopnost zaručit poptávku (zmiňovaná Čína).

Jaké vidíte bariéry vstupu na nové trhy?

Zatím jen velikost firmy.

Které legislativní opatření vám dělá největší problémy a proč?

S legislativou nemá problém. Situace ohledně sudového vína ho sice zajímá, ale není pro něj až tak důležitá. Uzákonil by pančování vína jako trestný čin.

Kde vidíte mezeru v legislativě, která Vás znevýhodňuje na trhu vůči domácím a zahraničním producentům?

Domácí: Ne, vinaře bere jako kolegy > každý si může najít své místo.

Zahraniční: Ne.

Účastnil jste se akcí Otevřené sklepy, Pálavské vinobraní, nebo nějaké z místních výstav vín? Pokud ne, tak proč?

Ano, každoročně místní otevřené sklepy a vinobraní, účastnil se také FOS pořádaného nadací Partnerství.

Pomáhají Vám tyto akce s navazováním kontaktů pro přímý prodej vašich produktů? Pokud ano, která je podle Vás nejprínosnější.

Ano, pomáhají. Prínosnější jsou ale prezentace ve vinotékách (lidé se pak pro produkty můžou vrátet i v místě bydliště = síť vinoték) a výstavy vín.

Co si představujete pod pojmem vinařský turismus?

Cykloturismus a návštěva festivalů.

Pociťujete nárůst poptávky po vašich vínech ze strany koncových spotřebitelů v turistické sezóně ze strany tzv. vinařských turistů, tak jak je chápete?

Ano, lokalita tomu nahrává (Březí) leží na 3 cyklostezkách. Z pohledu pana Kadrnky se jedná o jedny z nejlepších zákazníků.

Pzn. – postihování cyklistů za alkohol! > nesmysl.

>> Snažíte se nějak tedy turistům přizpůsobit?

Uvažujeme o tom, v dohledné době je pro mě přednější rozšiřování výroby.

Jsou pro vás tyto příjmy tak podstatné, že by Vám v případě výpadku způsobily existenční problémy?

Ne to, ne ale šlo by o citelnou ztrátu.

>> Dokázal byste říci, jaké procento z Vašich přímých prodejů tvoří prodeje právě turistům?

To vám nedokážu říct. Velmi hrubým odhadem tak ¼.

Snažíte se orientovat na tento segment? Pokud ano, tak jak?

Turisty velmi vítají, vnímá zvyšující se podíl prodejů právě jim, ale rozhodně jeho podnikání nestojí na prodeji především turistům z přímého prodeje. Turisté tvoří zhruba 30% veškerých prodejů (tzn. Absolutně zhruba 20%) zbytek jsou stálý zákazníci nebo zákazníci, kteří obcházejí vinotéky a zprostředkovatele a zavolají si napřímo.

Na co jste z profesního hlediska zvláště pyšní?

Na spokojené klienty.