

Vinařství: Kern
VÍNO D. K. S. spol. s.r.o.
Adresa: Sklepní 546, 691 81 Březí
Kontakt: Pan David Kern

Jak velkou plochu vinic obhospodařujete?

23ha

Kolik lidí pracuje ve vašem vinařství?

11, profilujeme se jako rodinné vinařství. Co se týká sezeních výpomocí na zelené práce, tak ty řešíme z řad našich známých a již získaných kontaktů po dobu fungování našeho vinařství.

Jaké objem vína ročně vyrobíte?

Zhruba 150 tisíc litrů.

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

Hrozny nakupujeme od místních vinohradníků, kteří nemají ambice, nebo možnost je zpracovat sami. Více než 2/3 produkce je z našich vinohradů.

V jakém poměru prodáváte sudové a lahvové vína?

Trh vnímáme komplexně. Ročně produkujeme zhruba 40 000 lahví vína, zbytek naší produkce prodáváme jako sudová vína.

>> Co vás motivuje prodávat spíše sudová vína.

Žádný zvláštní důvod. Jedná o filosofii naší firmy, který momentálně vyplývá z našeho postavení na trhu.

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

Momentálně je pro nás poměr optimální, nemáme ambice navyšovat produkci lahvového vína. Poměr vychází ze situace na trhu a z naší schopnosti prodat naší produkci.

V jaké cenové relaci se pohybují vaše vína?

Sudová vína: V rozpětí 35 – 50 Kč

Lahvová vína: od 100 zhruba do 180 Kč

Jakým způsobem tvoříte cenu vašich produktů?

Především zohledňujeme naše náklady a nutnou marži, porovnáváme také ceny konkurence.

Jaký prodejní kanál upřednostňujete?

- Přímý prodej x
- Prodej do vinoték x
- Prodej obchodním řetězcům
- Prodej skrz zprostředkovatele
- Jiné

Jaké procento vaší produkce prodáte skrz následující prodejní kanály?

SUDOVA VÍNA

Přímý prodej: 80%
Prodej do vinoték: 20%
Prodej obchodním řetězcům: -
Prodej skrz zprostředkovatele: -
Jiné: -

LAHVOVÁ VÍNA

Přímý prodej: 90%
Prodej do vinoték: 10%
Prodej obchodním řetězcům: -
Prodej skrz zprostředkovatele: -
Jiné: -

Jakým způsobem nejčastěji navazujete kontakty s koncovým zákazníkem?

Především prostřednictvím osobního kontaktu s návštěvníky naší prodejny z řízených degustací přímo v našem sklepe, výstav vín a festivalů.

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

Snažíme se především o osobní kontakt, nic podobného nevyužíváme a zatím o tom ani neuvažujeme, nemáme problém s tím, že by se ním zákazníci nevraceli.

>> Prodáváte své produkty prostřednictvím e-shopu?

Ne, neuvažujeme o tom.

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

Významné je pro nás především členství v místním svazu vinařů. Jen prostřednictvím pořádáme výstavy a místní variantu otevřených sklepů.

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

O expanzi na zahraniční trhy se zatím nesnažíme.

Jaké vidíte bariéry vstupu na nové trhy?

Z našeho pohledu se jedná především o problém logistiky. Ale dokážeme si představit, že v budoucnu budeme konkurenceschopní i na evropském trhu, např. v rámci Polska.

Které legislativní opatření vám dělá největší problémy a proč?

Nejkritičtější je především byrokratická zátěž a nepřehlednost zákonů a nařízení. Při rychlém zamyšlení mě napadá např. nepropracovanost systému všemožných výkazů a hlášení, které jsme povinni vykazovat státní správě duplicitně. V dnešní době by to šlo vymyslet lépe.

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

Domácí: Malé a střední vinařství se mi zdají z pohledu vinařského zákona znevýhodnění.
Zahraniční: Nevidím žádné znevýhodnění.

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

Ano, účastníme se všech zmíněných akcí.

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

Rozhodně, především místní výstavy vín a degustace jsou pro nás důležité z pohledu navazování kontaktů – většinu naší produkce lahvového vína prodáme přímo v místě našeho sklepa.

Co si představujete pod pojmem vinařský turismus?

Pro mě je vinařský turismus jednoznačně spojen s cykloturismem

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

Ano, nárůst je podstatný.

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 se těžce odhaduje, řekl max. 20%. U sudového tak 5%.

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

To přímo nemůžu říct, pořádáme různé ochutnávky a podobné akce. Poloha našeho vinařství nám poskytuje určitou konkurenční výhodu. Snažíme se vyjít turistům vstříc ohledně servisu a prostředí u nás ve vinárně, ale nesnažíme se přímo zaměřovat na lidi, kteří se zajímají o ukázky vinohradů a prací.

Na co jste z profesního hlediska zvláště pyšní?

Na cestu, kterou naše vinařství za posledních 20 let urazilo.