

Ein Wein wie Marcello Mastroianni

Angelo Gajas Plädoyer für Anderssein, Spitzenleistung und Opfergabe im Business

Den Weg gehen, ohne sich zu kümmern was die anderen sagen. Auf den Markt pfeifen, sich konsequent gegen den Wind stellen und die Kunst des Könnens zelebrieren. Das eigene Ding durchziehen und Opfer bringen. Die Fähigkeit anders zu denken. Das alles ist fundamental, um Spitzenleistung zu erbringen – davon ist Angelo Gaja überzeugt. Genau deshalb wurde ihm nun der „Award of Excellence“ des renommierten Club 55 verliehen. Die „Gemeinschaft Europäischer Marketing- und Vertriebsexperten“ ehrt damit den berühmten Weinproduzent aus Barbaresco im Langhe-Gebiet (Piemont). Er gilt als Querdenker – nicht nur in Sachen Weinbau. Sein Vortrag anlässlich der Preisverleihung war ein Plädoyer für das Anderssein, gute Weine zu guten Anlässen und die Konsequenz des Visionärs.

Seine Worte sprudeln und purzeln, überschlagen sich und wehen durch den Saal, um dann wieder eingefangen zu werden von dynamischen Gesten und einem charmanten Lächeln. Angelo Gaja, der elegante Herr mit weißem Haar, in schwarzem T-Shirt unter schwarzem Sakko, bewegt sich geradezu kreisend auf der Bühne. Hier im Grand Hotel Dino in Baveno, idyllisch am Lago Maggiore gelegen, spricht er vor den Mitgliedern des Club 55, einem renommierten Verband internationaler Sales- und Marketingexperten. Um ihnen gleich einmal zu verdeutlichen: „Ich pfeife auf den Markt und das Marketing, ich ziehe mein eigenes Ding durch.“

Tatsächlich war es ein langer Weg, den das Unternehmen bestritten hat – um da anzukommen, wo es heute steht: In der Premiumklasse der Weine. 1859 eröffnet der Urgroßvater die Weinhandlung, heute wird der Betrieb in vierter Generation von Angelo Gaja geleitet. Und die neue Generation steht bereits in den Startlöchern. Immer wieder kreist Gaja in seinem Vortrag um die Großmutter Clotilde – die „Frau aus Stahl“. In ihr fand die Familie eine Meisterin des Fachs und ihr ist es zu verdanken, dass der Barbaresco schon um 1900 ein Luxuswein war, der nur für spezielle Anlässe geeignet. Diesen Hinweis druckte Großvater Gaja damals kurzerhand so auch auf seine Visitenkarten.

Im Hintergrund läuft eine spartanische Power Point Präsentation, die nur einige historische Bilder zeigt, das eine und andere Weinetikett und vor allem große weiße Schlagworte auf dichtem schwarzem Hintergrund. Reduziertes Design – das ist Gajas Stil. Und jedes „weniger ist mehr“ gibt ihm neuen Raum, um anders zu sein, anders zu denken und völlig anders zu agieren. Machen. Jeder muss etwas tun. Ein klares Projekt im Kopf haben. Nach der Kunst des Könnens vorgehen. Und auf die eigene Weise realisieren. Nach diesen Grundsätzen denkt, arbeitet und lebt Gaja. „Das wichtigste ist die Passion, um immer noch besser zu werden. Man muss in das Leben investieren. Und ein Spitzenprodukt braucht Opfer.“

Kontakt Club 55:

Präsident Wolf Hirschmann
c/o SLOGAN Strategieberatung
Postfach 4166
D-70794 Filderstadt
Mail: wolf.hirschmann@slogan.de
Telefon 0049 7158 939020

Pressekontakt:

Dr. Simone Richter
Titania Kommunikation
Rüderner Straße 46
D-73733 Esslingen
Mail: richter@titania-pr.de
Telefon 0049 170-9031182

PRESSEMITTEILUNG

-2-

Während seine Mitbewerber nur Masse produzierten, ging Gaja den gegenteiligen Weg. Er schnitt kurzerhand einen Teil der grünen Trauben ab, damit sich seine Spitzenqualität entfalten konnte. In der Branche wurde er belächelt und verhöhnt, sein Projekt sei gegen Gott und die Natur, so hieß es in Italien. Seine Antwort: „Ein Visionär muss sich konsequent gegen den Wind stellen.“ Wenn sein Wein nach einem kühlen Sommer und regnerischen Herbst nicht qualitativ genug war, füllte er ihn schlichtweg nicht ab. Wenn das drei bis vier Mal in einem Zeitraum von zehn Jahren passiert, ist das eine große Opfergabe – erst recht unter ökonomischen Gesichtspunkten.

Seine Konsequenz und seine Fähigkeit anders zu denken zahlt sich aus. Für Gaja sind die Vision und das Entwicklungspotenzial fundamental für die Spitzenleistung. Die Profitabilität kommt später. „Ich verlange erst den Preis für einen Wein, wenn ich das Gefühl habe, dass das Produkt das auch verdient hat.“ Heute hat es Gaja geschafft, den Barbaresco sogar teurer als den Barolo zu verkaufen. Der Name Gaja trägt eine starke Marke – auch über Krisen hinweg. Die Kraft des Weinunternehmens liegt noch immer im grenzenlosen Denken, kein Schema hat hier Platz, alles ist Leidenschaft.

„Das Restaurant ist die Bühne der Weine“, sagt Gaja und vergleicht den Cabernet Sauvignon mit dem Schauspieler John Wayne: Ein Wein mit dominanter Persönlichkeit, einem strahlenden Lächeln und einer herausragenden Ausstrahlung. „Zwar nicht langweilig aber immer gleich, ein Wein mit viel Engagement – aber ohne Fantasie.“ Und ein Wein aus dem Hause Gaja? „Du musst zu ihm gehen, du musst Neugierde mitbringen und den Wein kennenlernen. Nach gewisser Zeit öffnet er sich langsam und hat phänomenale Fähigkeit. Er wertet das Essen auf und repräsentiert Authentizität. Eben genau wie Marcello Mastroianni!“ Sein Wein ist ein Getränk mit höchstem Wert, der für exklusive Anlässe aufgetischt wird – zum Feiern einer Freundschaft, eines Geschäftsabschluss oder eben mit der Familie. Keine Frage, dass die Experten des Club 55 anschließend mit einem Glas Gaja-Wein auf das Wohl des Preisträgers anstoßen.

Informationen zu Angelo Gaja

Angelo Gaja ist bekannt dafür, mit seinen Methoden großen Einfluss auf die Weinproduktion in ganz Italien zu haben. Als Weinproduzent mit Sitz in Barbaresco im Langhe-Gebiet (Piemont) gehören auch Weine aus anderen Gebieten als dem Piemont so aus der Toskana, zu seiner Angebotspalette – hier produziert er heute, so genannte Supertoskaner (z.B. Promis, Magari und Ca’Marcanda). Das war nicht immer so: Die Gaja-Familie kam im 17. Jahrhundert aus Spanien. Das Weingut Gaja wurde 1859 in Barbaresco gegründet. Als Angelo Gaja in vierter Generation den Betrieb übernahm, führte er verschiedene neue Techniken ein, um die Vinifizierung des Nebbiolo zu modernisierten.

Kontakt Club 55:

Präsident Wolf Hirschmann
c/o SLOGAN Strategieberatung
Postfach 4166
D-70794 Filderstadt
Mail: wolf.hirschmann@slogan.de
Telefon 0049 7158 939020

Pressekontakt:

Dr. Simone Richter
Titania Kommunikation
Rüderner Straße 46
D-73733 Esslingen
Mail: richter@titania-pr.de
Telefon 0049 170-9031182

PRESSEMITTEILUNG

-3-

Viele dieser Maßnahmen waren beeinflusst durch seine Reisen in die bedeutenden Weinbauregionen Frankreichs. Einige Neuerungen betrafen die Arbeit im Weinberg – wie Rebschnitt, Stockdichte, Ausrichtung der Rebzeilen und eine strenge Regulierung des Ertrages. Besonderes Aufsehen erregte aber der Einsatz internationaler Rebsorten, die bis dahin im Barbaresco-Gebiet weitgehend unbekannt waren. Die Leute im Dorf waren empört, welch ein Verrat an der Tradition! Doch Angelo Gaja bewies der Welt, dass Weine aus dem Piemont den großen Bordeaux und Kaliforniern ebenbürtig waren. Ohne ihn wären die berühmten Rotweine des Piemont nicht dort, wo sie heute stehen: Sie zählen zu den größten, teuersten Gewächsen der Welt.

Bildmaterial

Das Bildmaterial finden Sie als Mailanhang bzw. unter folgendem Downloadlink:

https://www.dropbox.com/sh/2kya8u9bmx3wf64/AADvJ11EFJ0JscDnFCr1_2SLa?dl=0

sowie ergänzendes Material

<https://www.dropbox.com/sh/kk93fernayfpoot/AACnthFZUzdyuo4vHBXAFj5Qa?dl=0>

Quellenhinweis: Wosilat Fotografie

Informationen zum Club 55

Der Club 55 wurde im Jahr 1959 als Gemeinschaft europäischer Marketing- und Vertriebskoryphäen in Lugano gegründet. Das internationale Netzwerk für Trainer und Berater fungiert als Fachvereinigung hochkarätiger Experten und hat seinen juristischen Sitz in Genf (Schweiz). Die Mitgliederstruktur setzt sich aus maximal 55 Experten-Mitgliedern und einer Reihe an Spezialisten-Mitgliedern zusammen. Keine vergleichbare Organisation bringt so viele Kenner aus den Bereichen Marketing, Verkauf und Management zusammen. Die Mitglieder stammen aus Deutschland, der Schweiz, Österreich und Frankreich.

Langjährige Traditionen, anspruchsvolle Handlungen, innovativen Visionen – darauf fußt die „European Community of Experts in Marketing and Sales“. Die Mitglieder der Fachvereinigung sind nach einer eigenen Qualitäts- und Ethikcharta zu höchsten Standards in ihrer Arbeitsweise verpflichtet. Der Club 55 vergibt jährlich den „Award of Excellence“ an herausragende Persönlichkeiten aus Wirtschaft und Gesellschaft. Zu den Preisträgern gehören beispielsweise: Dieter Zetsche (Daimler), Alfred Ritter (Ritter Sport) oder Götz Werner (dm-Drogerimärkte).

www.club55-experts.com

Abdruck honorarfrei, Belegexemplar erbeten.

Kontakt Club 55:

Präsident Wolf Hirschmann
c/o SLOGAN Strategieberatung
Postfach 4166
D-70794 Filderstadt
Mail: wolf.hirschmann@slogan.de
Telefon 0049 7158 939020

Pressekontakt:

Dr. Simone Richter
Titania Kommunikation
Rüderner Straße 46
D-73733 Esslingen
Mail: richter@titania-pr.de
Telefon 0049 170-9031182