



Annette Sandner ©
Keine Angst in der Krise - die Gründer von VINO INFERNALE

GRÜNDERSTORY: Geschäftsstart trotz Krise - was nach einem Rohrkrepierer klingt, kann gelingen. Ein junges Münchner Unternehmen zeigt, wie es dem Lockdown trotzt.

Im Herbst 2019 saßen die drei Freunde Moritz Jahn, Adi Sadija und Philipp Hanrieder (v. l.) in einem ihrer Lieblingsrestaurants in München. Das chinesische Essen schmeckte ihnen hervorragend – die Weine hingegen entsprachen nicht ganz ihren Erwartungen. Das brachte den frisch geprüften Sommelier Hanrieder auf eine Idee: „Lasst uns Gastronomen, die eine wenig inspirierende Weinauswahl anbieten, ein bisschen Nachhilfe geben: Wir schreiben ihnen eine passende Weinkarte, liefern die entsprechenden Weine und schulen ihre Mitarbeiter.“ Der erste Kunde, das chinesische Stammrestaurant der Freunde, war schnell gewonnen. Sein Inhaber fand die Idee großartig, freute sich auf die Zusammenarbeit.

Sadija, Hanrieder und Jahn waren zu dieser Zeit alle als Freiberufler und Unternehmer tätig, Saija im Internetmarketing, die beiden anderen in der Gastronomie. Dennoch wollten die drei ihre neue gemeinsame Idee umsetzen, einfach, weil sie gut war. Im Frühjahr 2020, als ihnen der erste Lockdown mehr freie Zeit bescherte als gewünscht, gründeten sie schließlich die VINO INFERNALE GbR.

Der schlechteste Zeitpunkt für eine Gründung könnte man meinen. Schließlich ist die Gastronomie seither coronabedingt immer wieder dicht, fallen die gewerblichen Großkunden weg. Aber: Privatleute daheim haben ebenfalls Interesse an einem guten Tropfen. Das haben die drei Gründer frühzeitig erkannt und ihr Geschäftsmodell entsprechend angepasst: Ihr Büro und Lager in der Kochelseestraße in München Sendling wandelten sie mit wenigen Handgriffen in ein Ladenlokal um. Da sie unter die Kategorie „Lebensmittel und Getränke“ fallen, dürfen sie trotz des Lockdowns

öffnen und werden gut besucht. Zudem haben sie einen Lieferservice etabliert, „wine on demand“, so Hanrieder: Die Kunden können Kisten zu je sechs Flaschen bestellen. Jeden Freitagabend fahren die Gründer durch die Stadt und liefern den Rebensaft aus. Rund 50 Kunden besuchen sie pro Tour, sagt Hanrieder. Der Lieferservice mache gut ein Drittel des Umsatzes aus, der Verkauf im Laden zwei Drittel.

Dass das Business-to-Business-Geschäft coronabedingt monatelang flach lag, sehen die VINO-Infernale-Macher relativ gelassen. Ihre neuen Angebote für Endkunden sind eine sichere Basis; sie sorgen dafür, die laufenden Kosten des Unternehmens, vor allem die Miete, zu decken. „Wir brauchen keine Kredite“, sagt Hanrieder. Die drei Gründer selbst leben derzeit größtenteils von Ersparnissen oder freiberuflichen Aufträgen nebenher. Doch nach dem Lockdown, wenn die Gastronomie wieder anläuft, erwarten sie auch im Geschäft mit den Großkunden wieder starken Zuspruch. Die ersten Reaktionen im Frühjahr waren schließlich vielversprechend.

www.vinoinfernale.de

IHK-TIPP

□Lernen von Start-ups - das zeichnet mutige Gründer aus

Wer sich traut, eine gut durchdachte Geschäftsidee auch in widrigen Zeiten umzusetzen, beweist Unternehmerqualitäten. Was sich Chefs etablierter Betriebe von solchen Gründern abschauen können - Tipps von IHK-Gründungs- und Mittelstandsexpertin Claudia Schleich:

- □Durchhalten, notfalls vorübergehend privates Geld investieren. Schwierige Phasen gehen vorbei. Der neue Anfang wird möglicher-weise umso besser, da bei Kunden Nachholbedarf besteht.
- Das Geschäftsmodell dem Bedarf anpassen. Kreativ sein, schauen, was trotz der Restriktionen möglich ist. Dahin umschwenken. □
- Kosten einsparen, wo auch immer möglich. Jeder Euro weniger an Ausgaben verbessert die Bilanz.□
- Positiv gestimmt bleiben. Geschäftspartner und Kunden genauso positiv kontaktieren, sie auf den Aufschwung einstimmen.