

Franchise-Persönlichkeiten



Johannes Kiderlen – Gründer der VOM FASS AG

Ein Missverständnis wurde zur richtungsweisenden Geschäftsidee. Aus einer Lastwagenladung Sherry sind weltweit über 170 VOM FASS-Geschäfte entstanden, in denen Weine, Spirituosen, Liköre, Essige und Öle allerfeinster Qualität direkt aus dem Fass, Glasballon oder Tonkrug abgezapft werden.

Unternehmerischer Erfolg kann auch aus einem Missverständnis entstehen. Der Weinhändler und spätere VOM FASS Gründer Johannes Kiderlen hatte Sherry für seine Getränkemarktkette bestellt. Anstatt der zwei Paletten kam ein ganzer Lastwagen voll. „Da haben wir den Sherry aus den Flaschen in Fässer gefüllt und direkt im Geschäft in der gewünschten Menge abgezapft – Der Verkauf lief wie verrückt“, sagt Kiderlen heute. „Die Leute bevorzugen Produkte, die sie probieren können“, erklärt er sich den Erfolg der Aktion. So wurde er nicht nur seinen Sherry los, sondern kreierte auch eine neue Geschäftsidee. Zu diesem Zeitpunkt war Johannes Kiderlen allerdings schon ein erfolgreicher Unternehmer.



Auf seine Lehre im elterlichen Getränkeimporthandel zum Küfer folgte ein Studium zum Getränkeingenieur an der Kaderschmiede der Branche in Geisheim. Doch Johannes Kiderlen hatte neben seiner Liebe zum Wein auch das Unternehmertum seiner Eltern in die Wiege gelegt bekommen. Nach seinem Studium gründete der gebürtige Ravensburger unter dem Namen „Weinkauf“ eine Getränkemarktkette, die vor allem im süddeutschen Raum erfolgreich war. Rund 25 Wein- und Getränkemarkt umfasste sein Unternehmen, als das glückliche Sherry-Missgeschick passierte.

Trotz des Erfolges seiner Getränkemärkte wollte Johannes Kiderlen noch einmal von vorne anfangen und alles auf die neu entstandene Geschäftsidee setzen. Er verkaufte die Weinkauf-Kette und investierte das Geld in das neue Geschäfts- und Ladenkonzept. Die lange Tradition und Erfahrung im Getränkehandel legte dabei

die Basis für ein erfolgreiches Franchise-System. Doch bevor es soweit war, experimentierte und feilte der Geschäftsmann Kiderlen an Konzept und Produkten. Vom Sherry wurde die Idee des losen Verkaufs auf Weine, Essige und Öle sowie Liköre übertragen. Der steigende Kundenandrang bestätigte ihn in seiner Einschätzung, dass sich aus der Geschäftsidee mehr machen lässt. Dabei machte er auch die Erfahrung, dass neben einem guten Service die Qualität der Produkte entscheidend ist.

Noch heute kennt VOM FASS-Vorstand Johannes

Kiderlen alle seine Produzenten persönlich und kann sich so für die Qualität der VOM FASS-Produkte verbürgen. Regelmäßig besuchen er und sein Team die meist mittelständischen Betriebe in den besten Anbaugebieten der Welt. Dabei werden Kontakte gepflegt, die zum Teil über Jahrzehnte gewachsen sind. Der intensive Kontakt sorgt letztlich für ein Qualitätsmanagement, das die lückenlose Kontrolle vom Weinstock bis zum VOM FASS-Geschäft ermöglicht.

1994 war es dann soweit, und das Franchise-System VOM FASS startete mit seinen ersten Partnern in Landshut, Aalen, Regensburg und Nürnberg. Schnell entwickelte sich das System zum Wachstums-Star der Franchise-Branche. Ende 1995 waren es bundesweit schon 72 VOM FASS-Geschäfte und im Jahr darauf 135. Es folgte eine Zeit des gemäßigteren Wachstums, in der der VOM FASS-Gründer die Expansion seines Systems ins Ausland vorbereitete. Heute steht die für VOM FASS-Geschäfte typische Pyramide aus Holzfässern weltweit in der Mitte des Verkaufsrums von über 170 Geschäften. Dabei hat sich das Konzept neben Österreich und der

Schweiz auch in so schwierigen Märkten wie Großbritannien und Japan bewährt. Vor allem die Tokioter sind von Kiderlens Idee „fass“ziniert. VOM FASS-Wein gilt als „Kultgut“ made in Germany.

Als erster deutscher Franchiser, der den Sprung nach Japan wagte, hat sich VOM FASS inzwischen sogar einen Expertenstatus in Asien erarbeitet. So erhielt das Unternehmen eine Einladung, auf einer der größten Franchise-Messen Asiens, der Global Franchising and Licensing 2003 im Suntec-City Messecenter in Singapur, einen Vortrag über die Erfahrungen von VOM FASS bei der Expansion auf den japanischen Markt zu halten.

„Die Entscheidung, nicht einen schnellen Euro machen zu wollen, sondern kontinuierlich gemeinsam mit einem starken Partner den Zukunftsmarkt Japan zu erschließen, hat sich bewährt“, beurteilt Johannes Kiderlen die deutsch-japanische Partnerschaft mit dem Feinkost Groß- und Einzelhandel J.C.L.-Partner Urashimaya Ltd aus Tokio. Trotz des durchschlagenden Erfolges der derzeit sechs VOM FASS-Geschäfte soll deshalb auch die weitere Expansion schrittweise erfolgen. Nächstes Ziel ist der Ausbau des Japan-Engagements auf 25 Geschäfte bis 2008.

Der Erfolg von VOM FASS und die innovative Geschäftsidee rufen inzwischen weltweites Interesse hervor. Ernstzunehmende Anfragen auf die Vergabe von Master-Franchisen liegen in Ravensburg unter anderem aus den USA, Russland, Israel, Südafrika, Australien und den Benelux-Staaten vor, für Johannes Kiderlen allerdings kein Grund die Dinge zu überstürzen. Vor der Entscheidung für die Expansion auf einen neuen Markt stehen immer intensive Untersuchungen zu Marktgegebenheiten, Kaufgewohnheiten und kulturellen Bedingungen. ■