

Амбассадор венской кофейной культуры с 1862 года

На протяжении всех 150 лет существования компании имя Julius Meinl всегда было связано с успешным предпринимательством и устойчивым развитием. С 1862 года компания является символом венской кофейной культуры, которую она несла и продолжает нести всему миру. Когда-то компания стала крупнейшим обжарщиком в Австро-Венгерской империи, а сегодня о ней знают более чем в 70 странах земного шара.

Юлиус Майнл I: бизнесмен и талантливый изобретатель

Юлиус Майнл I стал одним из первых в мире, кто начал продавать своим клиентам предварительно обжаренные кофейные зерна. Он был не только талантливым бизнесменом, но и одаренным изобретателем. В 1877 году он разработал собственную технологию барабанной обжарки кофе, тем самым заложив основу будущего успеха собственной компании. До этих пор клиенты покупали кофейные зерна в сыром виде и уже дома обжаривали на сковороде, часто сжигая их до неудобоваримого состояния. К тому же очень высокая стоимость зерен делала их привилегией обеспеченных людей. Но теперь, благодаря появлению технологии механической обжарки, кофе стал гораздо более доступным. Появилось множество кофеен. Спрос на кофе настолько возрос, что небольшой магазинчик на Köllnerhofgasse вскоре превратился в одну из крупнейших чайных и кофейных компаний в Австро-Венгерской империи.

Юлиус Майнл II: промышленник и вдохновленный мечтатель

В 1892 году управление компанией перешло в руки Юлиуса Майнла II, при котором она продолжила расширяться. Как и его отец, он был прекрасным бизнесменом и мечтателем с новаторским духом. Он разработал технологию промышленного производства первоклассного плиточного и горячего шоколада, тем самым став продолжателем семейных традиций. Именно он создал фирменную розничную сеть компании, которая к 1928 году насчитывала уже 353 магазина в Австрии, Венгрии, Чехословакии, Югославии, Польше и Румынии.

Юлиус Майнл III: предприниматель и общественный деятель

Юлиус Майнл II и его сын, Юлиус Майнл III, были не только успешными предпринимателями, но и новаторами в сфере общественной деятельности. К концу века они уже успели основать свою собственную академию для работников компании. Занятия здесь проводились утром, а не после тяжелого трудового дня, что стало настоящей революцией в системе обучения без отрыва от производства. К тому же обучение не сводилось к получению одних лишь знаний о правилах торговли — здесь также обучали навыкам общения и эффективной коммуникации. В 1931 году компания ввела на своих производственных объектах пятичасовой рабочий день, что подразумевало 43 рабочих часа в

неделю вместо традиционных 48. Заработная плата выплачивалась за 45 часов. Работники старше 60 лет помимо зарплаты получали пенсию в денежной форме и в виде продовольствия. В 1936 году Юлиус Майнл III ввел в своих магазинах 5-процентную скидку для безработных. Будучи ярким противником национал-социалистов, в 1938 году Юлиус Майнл III был вынужден вместе с семьей эмигрировать в Англию. Его отец умер в 1944 году. Через два года после окончания войны Юлиус Майнл III занялся восстановлением своей компании, которую в военные годы национал-социалисты превратили в пункты выдачи продуктов питания.

Юлиус Майнл IV: дальновидность и концентрация

Юлиус Майнл IV стал вице-председателем Попечительского совета компании в 1953 году. До этого он обучался в Англии, где получил диплом бухгалтера. Юлиус Майнл IV являлся признанным во всем мире экспертом в кофейном деле и поэтому взял на себя управление семейным бизнесом. Именно по его инициативе в 1980-х гг. компания вышла на рынки Центральной и Восточной Европы.

Конец эпохи продовольственных магазинов — курс на торговлю кофе и чаем

В 1998 году Юлиус Майнл IV совместно с другими членами семьи принял решение завершить деятельность компании в формате продовольственных магазинов и сфокусироваться исключительно на продаже премиальных сортов кофе и чая — той продукции, которая принесла компании успех. Причиной такого решения стал активный рост торговли продовольственными товарами в Европе, которому способствовали приобретения значительных долей в акционерном капитале. Компания, для которой качество продукции и сервиса всегда стояло превыше всего, не желала идти по такому пути развития. Под управлением Юлиуса Майнла IV, опытного предпринимателя и признанного мирового эксперта в области кофе, компания успешно вошла в новую эпоху.

Компания сегодня: опыт пяти поколений Julius Meinl в создании кофе премиум-класса

Следуя новой стратегии развития, пятое поколение семьи Майнл стало активно продвигать компанию Julius Meinl как международного поставщика эксклюзивных блендов кофе и чая. Укрепив свои позиции в Австрии и Италии, компания начала расширяться на рынках Восточной Европы, России и Турции. Еще одним перспективным направлением стал рынок США, а первым городом, где компания открыла свой офис, — Чикаго. Вскоре бренд Julius Meinl получил распространение и на Ближнем Востоке, а за последние годы его география расширилась до стран Восточной Азии и Австралии.

Пятое поколение семьи Юлиус Майнл продолжает непосредственно участвовать в жизни компании и принимать важнейшие стратегические решения. Жанетт Майнл хранит верность семейным традициям и лично курирует основные вопросы, касающиеся закупки кофе и чая. Кроме того, она поддерживает давние плодотворные деловые отношения с партнерами в Южной Америке, Африке и Азии. Кристина Майнл занимается вопросами международной торговли и инновациями. Сегодня компания Julius Meinl уверенно движется к своей главной

цели — стать ведущей международной компанией по продаже чая и кофе в более чем 70 странах. У нее уже есть собственные представительства в 15 из этих стран, а в остальных она представлена посредством эксклюзивных дистрибьюторов.

На пути к мировому лидерству

Компания, поставляющая кофе традиционной венской обжарки, уже сегодня входит в тройку ведущих кофейных брендов, представленных в лучших ресторанах мира. Компания уже более 150 лет является символом и носителем венской кофейной культуры. Как ее верный амбассадор, Julius Meinl не просто распространяет эту уникальную культуру во всем мире. Бренд несет в себе главную ценность и главную миссию традиционных венских кофеен — вдохновлять людей. Даже в странах и городах с форсированным ритмом жизни, таких как Китай, Тайвань, Дубай, Лондон или Чикаго, люди научились ценить и уважать венскую кофейную культуру. Эти исключительные моменты они используют для того, чтобы ненадолго замедлить темп, отвлечься от окружающей суеты и найти здесь свое вдохновение.

Julius Meinl. Вдохновляя поэтов с 1862 года

Julius Meinl всегда стремился создавать в своих кофейнях уникальное творческое пространство, где все желающие получили бы собственную порцию вдохновения и раскрыли в себе творческий потенциал. Художники и люди творчества по всему миру поддерживают эту инициативу венской кофейной компании. Вместе с брендом Julius Meinl они несут эту мысль в сердца миллионов людей: Julius Meinl. Вдохновляя поэтов с 1862 года — Julius Meinl. Вдохновляя поэтов с 1862 года.