

På en mark nord for Århus bor en mand med en mission: »Vi vil gerne være den vinhandel i Danmark, som giver kunderne den bedste information og samtidig sælger nogle af de bedste vine.«

En råkold fredag i februar. På en åben mark lidt uden for Århus er vinteren endnu en gang vendt tilbage. Med sneklædte bakketoppe og isglatte landeveje. En halvklam vind river i ansigtet, og der er blygrå vinterskyer, så langt blikket rækker.

Indenfor i en nedlagt staldbygning på Asmusgården i Lystrup kæmper en velvoksen varmeovn for at holde den værste kulde fra døren. Langs den ene væg står hundredvis af vinflasker klemte ind imellem hinanden i et kæmpemæssigt reolsystem i hvidt træ, og på modsatte side sørger to store industrikøleskab for, at butikkens udvalg af sydeuropæisk charcuteri og ditto oste har den rette opbevaringstemperatur. Midt i det hele står stedets ejermand og skærer store humpler af en langtidslagret Comté. Iført varm strikswear og knæhøje gummistøvler.

Der er ikke meget optræk til selvhøjtidelig forstilling over Gunnar Steen Jakobsen, og den 56-årige vinhandler har aldrig for alvor forstået den aura af snobbet bedrevenhed, der omgiver nogle af landets vinhandlere.

»Det behøver ikke at være så kompliceret at sælge vin. Vi vil gerne være den vinhandel i Danmark, som giver kunderne den bedste information og samtidig sælger nogle af de bedste vine. Men det skal ikke ske på nogen højtravende måde. Tingene skal ned på jorden, ellers siger folk fra og går ned i Føtex og køber tre flasker til en hundredkroneseddel,« konstaterer Gunnar Steen Jakobsen tørt og sætter trumf på ordstrømmen: »I bund og grund vil vi gerne tjene penge på at ville folk det godt!«

Den sidste bemærkning lyder som et ekko fra en tid, hvor den lokale købmand endnu gav på klods til kvarterets beboere og aldrig kunne drømme om at snøre sine kunder. Men tilsyneladende har Gunnar Steen Jakobsen noget at have sin ambitiøse forretningsfilosofi i. I hvert fald får hans vine gang på gang flotte ord med på vejen, når de bliver anmeldt i landets dagblade, og den opmærksomme M/S-læser har formentlig allerede lagt mærke til forhandlernavnet »Bichel Vine« på disse sider. Senest i forbindelse med Søren Franks gennemgang af »De store røde«, hvor Gunnar Steen Jakobsens vine flere gange blev hevet frem som eksempler på gode køb til menneskepris.

»Det er vi da glade for. Det viser jo, at vi er gode til at finde noget ordentlig vin og sælge det til fornuftige penge,« siger Gunnar Steen Jakobsen.

GUNNAR STEEN JAKOBSEN er vinhandler con amore, og interessen for den gastronomiske side af tilværelsen har efterhånden en del år på bagen. Allerede i gymnasiet stiftede han og et par madglade kammerater deres egen madklub, som ikke gik af vejen for at servere hverken østers eller foie gras.

I studietiden fortsatte de kulinariske landvindinger i »Jysk Institut For Sammenlignende Gastronomi«, der fortrinsvis var en tomandsklub, fordi de andre kandidater havde svært ved at holde samme kadence som instituttets stiftere.

»De var ikke seriøse nok. Mad og vin er sgu en alvorlig sag. Det skal tages seriøst, ellers kan det være lige meget. I mine øjne rangerer et godt måltid mad og en god flaske vin på top-3-listen over ting, der gør livet interessant.«

Den østjyske vinhandler er oprindelig uddannet jurist. Men efter en halv snes år som praktiserende advokat i Århus, besluttede han sig for at forfølge en gammel drøm om at blive landmand. I 1981 købte han gården i Lystrup, og nogle år senere droppede han endegyldigt juraen og blev økologisk planteavler på fuld tid.

De første år var det udelukkende markarbejdet, der optog Gunnar Steen Jakobsens tid, men i 1986 begyndte han også at sælge vin på gården. I begyndelsen mest på hobbyplan, men allerede fire år senere var der økonomi til at ansætte den første medarbejder. I dag har »Bichel Vine« fire mand på lønningslisten, men forretningsfilosofien er den samme som for 20 år siden.

»Jeg vil kun handle med ting, jeg selv gider at putte i munden. Sådan har det altid været. Vi går ikke ud og laver en forbrugerundersøgelse og finder ud af, hvad folk gerne vil hælde indenbords. Vi vil gerne udfordre danskerne og udvide deres horisonter. Vi er sat i verden for at kæmpe mod standardisering og anonymitet. Derfor tager vi østrigsk vin ind, velvidende, at den er svær at sælge, men fordi vi selv kan lide den og gerne vil vise vores kunder, hvad østrigske vinbønder kan. I supermarkederne tænker man anderledes. Der sælger man stort set ikke et eneste produkt, der ikke er testet igennem på kryds og tværs, så man er sikker på, at kunden også kan lide det og gider at ofre penge på det.«

Kunderne hos Bichel Vine er ikke kun restauratører, men i lige så høj grad private vinelskere og gourmeter, som enten selv lægger vejen forbi gården eller bestiller pr. postordre. Det sidste er gratis, uanset om man bor i Ringkøbing eller Rungsted.

»Det er selvfølgelig et dyrt koncept, hvis folk kun bestiller en enkelt flaske, men heldigvis er vores kunder gode til at samle deres køb,« fortæller Gunnar Steen Jakobsen, der tilfreds kan konstatere, at antallet af kunder vokser støt hvert år. Men han vil ikke være større for enhver pris: »Vi vil gerne blive større, men det skal ske på ordentlige præmisser. Jeg gider ikke at tjene penge på at være et dumt svin. Vi vil gøre tingene på vores egen måde og handle med de ting, vi selv kan lide. Hvis andre også kan lide det, er det fint med os. Så vil vi meget gerne blive større.«

DEN ALTERNATIVE FORRETNINGSFILOSOFI betyder også, at Gunnar Steen Jakobsen ikke har ansat en flok supersælgere til at fremme salget af sine vine. Ligesom der heller ikke bliver ofret penge på traditionel markedsføring, og i de 20 år, Bichel Vine har eksisteret, har Gunnar Steen Jakobsen aldrig betalt for at få sit navn eller sine produkter i landets dagblade. Han forlader sig udelukkende på mund-til-mund-metoden og bruger i stedet pengene på at afholde store alternative (og gratis) smagninger for husets kunder et par gange om året - både i København og i Århus.

»Jeg vil hellere bruge mit PR-budget på at lave et arrangement, jeg selv er med til, fremfor at smide 20.000 kroner efter en forkromet helsidesannonce i et af landets store dagblade. Det er sjovere kundepleje. Både for mig og for kunderne,« forklarer Gunnar Steen Jakobsen og tager så hul på et mindre indlæg om forskellene på hans butik og de store dagligvarekæder.

»Supermarkederne sidder på 80 procent af det danske marked, mens vi blot har fat i et par promiller. Derfor skal vi heller ikke opføre os som de store kæder. Det er rystende, at 15-16 indkøbere bestemmer 80 procent af vareudbuddet herhjemme, og hvis ikke der var en større skov af små importører som f.eks. os, ville udbuddet være meget kedeligt. Vi brænder for vine,

hvor bønderne selv har fingrene nede i mosten, og modsat supermarkederne har vi et forhold til den vin, vi sælger. Og vi ved noget om den.«

Af samme grund forventes det også, at de ansatte deler indehave-rens lidenskab for vin. En betingelse for at arbejde i butikken er ligefrem, at man tager en diplomuddannelse i vin på det anerkendte engelske vin-akademi »Wine and Spirit Education Trust«.

»Jeg siger, at vi vil være de klogeste inden for vin, og hvis ikke det bare skal være tomme ord, er vi også nødt til at gøre noget ved det. Men det er ikke kun for kundernes skyld, at jeg uddanner mine medarbejdere. Jeg vil gerne have en ordentlig dialog med mine ansatte. Det skal være spændende at være vinhandler, ellers spilder man sin tid. Der er ikke noget ved at tjene penge, hvis ikke også man har det sjovt.«

Og så kommer den østjyske vinhandler igen på banen med sit behov for at behandle sine kunder ordentligt.

»Jeg synes, man har en vis forpligtelse til at ville folk det godt uanset, hvad man handler med. Hvis jeg var skohandler, ville jeg også have det bedst med at sælge et par ordentlige sko, der var rare at have på. Der er alt for mange, som tænker den anden vej: Hvordan får vi taget mest muligt lever ud af leverpostejen, så vi kan tjene flest mulige penge på den. Det kan jeg slet ikke forstå. Men når det er sagt, så skal det selvfølgelig også være en god forretning at gå på arbejde.«

I DAG ER DET ikke kun vin, der ryger over disken på gården nord for Århus. Madsiden er blevet styrket voldsomt de seneste år, og i dag excellerer »Bichel Vine« i alt fra italiensk parmesanost over franske trøffelpølser til feinschmecker olivenolie. En stor del af tingene har Gunnar Steen Jakobsen selv opdaget og bragt med sig hjem fra sine studieture ned gennem Europa, og filosofien bag madens indtog i butikken har været klar fra start: At sætte yderligere fokus på vinen i butikken og samtidig slå et slag for de gode råvarer.

»Der er alt for lidt kvalitet herhjemme. I supermarkederne er det udelukkende prisen, der bestemmer udbuddet. Man vælger de varer, der sælger, og man tør ikke løbe nogen risiko. Supermarkederne siger, at det er forbrugerne, som bestemmer, hvad der skal stå på hylderne. Men det er løgn. Vi kan jo kun bestemme over de muligheder, butikkerne giver os, og vi får slet ikke nok at vælge imellem. Selvfølgelig har de store kæder også kvalitet, men jeg forstår ikke, at de ikke tager det sidste skridt og henter flere gode sager ind i butikken. Omvendt er jeg glad for, at det er sådan. I dag kan sådan nogle som os jo få lov til at passe os selv, fordi supermarkederne ikke tilbyder de ting, vi gør. Så jo mere Aldi, jo bedre for os. Som borger er det skrækkeligt, men som forretningsmand er det fint nok,« konstaterer Gunnar Steen Jakobsen, der oplever, at danskerne de senere år generelt er blevet mere villige til at betale ekstra for kvalitet.

»Når vi kan gøre det her, er det fordi, der er et marked for kvalitet. Og jeg er sikker på, at der ville være økonomi i at åbne en alternativ landsdækkende kæde, som satsede benhårdt på at give kunderne ordentlig kvalitet. Det ville blive en kæmpe succes, tror jeg.«

Opfordringen er hermed givet videre.