

Speerspitze des Fachhandels

Der Anspruch ist klar: Qualität so günstig wie möglich. Das Rezept: Exklusivität, Bündelung und palettenweise Belieferung. Der Vorteil kommt den Kunden zugute.



Bruno Cazes (links), Inhaber der Domaines Cazes aus dem Roussillon, ist ein starker Partner der Weinstrasse Adolph und des Mitinhabers Andreas Dünschede

Das Büro ist bescheiden. Auf große Repräsentation wird genauso verzichtet wie auf luxuriöse Ausstattung. Alles ist zweckdienlich und auf den ersten Blick erscheinen die Geschäftsräume der Weinstrasse Adolph am Sachsenring am Rand der Kölner Innenstadt, wie ein gewöhnlicher Weinladen: das Ganze wirkt rustikal, eher ein wenig antiquiert und dennoch so, als kämen gleich ein paar Weinliebhaber auf Entdeckungstour herein.

Der Shop ist jedoch mehr als nur Ausstellungsraum und Stöberkiste für Weinliebhaber. »Wichtig ist uns das Verständnis des Fachhandelsgeschäfts unserer Kunden. Aus diesem Grund betreiben wir unseren Laden als Testmarkt. So erleben wir selbst das Alltagsgeschäft eines Fachhändlers und gewinnen Verständnis für dessen Probleme«, beschrieb Andreas Dünschede, Schwiegersohn von Gerd Adolph und Mitinhaber der »Weinstras-

se«, Funktion und Aufgabe des Ladens. »Jeder von uns hat seine festen Zeiten und bedient die Kunden im Laden, auch wenn es um den Verkauf einer einzigen Flasche Wein geht«, bekräftigt Dünschede die Philosophie des Ladens.



Starker Stützpunkt des Übersee-Sortiments: Die Casa Cremaschi aus Chile

Das eigentliche Geschäft spielt sich in anderen Dimensionen ab: »Weinstrasse ist das deutsche Büro führender europäischer Weingüter, die ihren Schwerpunkt in Deutschland in der Belieferung des Fachhandels sehen«, formuliert Inhaber Gerd Adolph den selbst gesteckten Anspruch.

»Direkt-Import«, heißt das eigentliche Zauberwort, das rund 400 kaufende Kunden im gesamten Bundesgebiet zu Partnern der Weinstrasse Adolph macht. Dahinter steckt ein ausgeklügeltes Logistikkonzept mit direkter Belieferung ab Weingut ohne Lager oder hohen Kosten für das Handling. Die Weinstrasse bündelt die bestellten Mengen der Kunden bei den einzelnen Weingütern, sodass in der Regel ganze Lkws aus den wichtigsten Lieferländern – Frankreich, Italien, und Spanien – anrollen. An einem zentralen Ort (derzeit bildet eine Spedition bei Mainz das Logistikzentrum) werden die Mengen binnen Stunden wie auf einem Airport-Drehkreuz auf dem Hof der Spedition umgeladen, neu zusammenge-

stellt und von dort wieder mit kompletten Lkws in die Zielgebiete und an die Kunden geliefert. Dadurch werden teilweise Frachtkosten von weniger als 20 Cent pro Flasche erreicht, bei gleichzeitig günstigen Bezugspreisen. Um in den Genuss der

uns weiß der Kunde, was die Ware kostet«, weiß Adolph, was seine Kunden überzeugt. Verhandlungen über Preise gibt es nicht. Die Kunden können in der Regel aus dem Angebot der Weingüter beziehen, sofern der Wein den An-



WEINSTRASSE-DIREKT-IMPORT-MODELLE

»Direktimport Europa«

Best-möglicher Einkaufspreis bei Bezug von einer Palette (600 Flaschen pro Weingut, sortiert)
Preis: Netto-Netto-Preis ab 600 Flaschen, 60 Tage Zahlungsziel

»Direkt-Import Übersee«

Best-möglicher Einkaufspreis: Bei Abnahme von 600 Flaschen aus Kalifornien, Chile, Süd-Afrika oder Australien.
Preis: ab Keller + Nebenkosten, Lastschrifteinzug

»600 + Mixed-Import«

»Optimal für den Test neuer Weine im Sortiment«: Je 600 Flaschen aus einer Überseeregion kombiniert mit x-beliebiger Menge aus anderen Regionen
Preise: ab Keller + Nebenkosten (+ 0,25€/Flasche für kombinierte Mengen), Lastschrifteinzug

»Mixed-Import«

»Optimal, um Bestandslücken zu füllen«: 600 Flaschen aus Kalifornien, Chile, Süd-Afrika oder Australien, »sortiert«
Preise: ab Keller + Nebenkosten (+0,25€/Flasche für Mixedzuschlag), Lastschrifteinzug

günstigen Belieferung zu kommen, muss der Fachhändler entsprechende Mengen ordern. Geliefert wird ab einer Palette (600 Flaschen) sortierter Ware pro Lieferant. Alle profitieren dann von den geringen

Logistikkosten egal, ob sie zwei oder fünf Paletten beziehen. Dafür bietet Weinstrasse günstige Einkaufspreise zu netto/netto-Konditionen. »Von versteckten Rabatten, Boni, Vergütungen und dergleichen halten wir nichts. Das ist der Preis und soviel kostet die Logistik. Bei

sprüchen des Einkaufsteams der Weinstrasse Adolph entspricht. Und noch ein Grund verbilligt die Ware für die Kunden: Auf teure Hochglanzprospekte, Handelsvertreter und einen teuren Außendienst wird verzichtet. »Wir stecken die Vorteile in die Qualität unserer Weine und die Bezugspreise. Das ist den Händlern mehr wert als teurer Service.«

Ebenso großen Wert legt die Weinstrasse auf die Besonderheit der offerierten Weine: »Wir wollen dem Fachhandel authentische Weine anbieten, die typisch sind, die jeweilige Rebsorte widerspiegeln und

MOSEL SAAR RUWER. DIE RIESLINGSPEZIALISTEN.



laden ein zum Verkostungsprogramm auf der

ProWein 2005

Halle 4,
Stand 4 G 67

Sonntag, 6. März

10.00 Uhr **Die Alternative**
Prickelnder Start in die ProWein mit erstklassigem Winzersekt von Mosel-Saar-Ruwer

15.00 Uhr **Eiswein International**
Eisweine der Rebsorten Riesling, Grüner Veltliner, Cabernet Franc und Vidal von der Mosel, aus Franken, Österreich und Kanada

Montag, 7. März

14.00 Uhr **Die S-Klasse**
Die neue S-Klasse der Mosel: „Riesling S“, trockene Top-Weine aus den Schiefer-Steillagen

Dienstag, 8. März

11.00 Uhr **Der Fruchtige**
Intensive Frucht und Finesse zeichnen den 2004er von Mosel-Saar-Ruwer aus.

Die Betriebe am Gemeinschaftsstand:

Frank Brohl, Pünderich	Margarethenhof,
Jürgen Dostert, Nittel	Ayl/Saar
Matthias Dostert, Nittel	Dr. Pauly-Bergweiler,
Klaus Junk, Leiwien	Bernkastel-Kues
Albert Kallfelz, Zell-Merl	Josef Rosch, Leiwien
Heribert Kerpen,	Saar-Mosel-Winzersekt
Bernkastel-Wehlen	GmbH, Trier
Paul Knod, Burg/Mosel	Heinz Schmitt, Leiwien
Nick Köwerich, Leiwien	Stiftung St. Nikolaus-
Carl Loewen, Leiwien	Hospital/Cusanus-Hof-
Gebrüder Ludwig,	gut, Bernkastel-Kues
Thörnrich	Alfons Stoffel, Leiwien

Weitere Informationen bei:
Mosel-Saar-Ruwer Wein e.V.
Gartenfeldstraße 12a
54295 Trier
Tel. 06 51 / 710 280
Fax 06 51 / 4 54 43



www.msr-wein.de
info@msr-wein.de

LA GIOIOSA

Rosé
Frizzante

Einfach aus Freude am Leben.

Besuchen Sie
uns auf der ProWeinHalle 3
Stand F160

Chefsache: Gerd Adolph leitet die Weinstrasse Adolph in Köln

mit denen der Fachhändler ein eigenes Profil gewinnt«, bekräftigt Dünschede den Anspruch an die angebotenen Weine. Auch was die Kundschaft betrifft, denken Adolph und Dünschede selektiv: »Wir wollen nicht jeden Kunden und haben nicht den Anspruch, an jeder Ecke unsere Produkte zu sehen. Unser Geschäftsmodell muss unseren Kunden zusagen. Sie müssen selbst die Überzeugung gewinnen, dass es sich lohnt, mit uns zusammen zu arbeiten. Wir setzen auf eine enge aber langfristige Partnerschaft.«

Schwerpunkt im rund 400 Artikel großen Sortiment bilden heute wie zum Start der Weinstrasse vor rund 30 Jahren französische Weine. Bordeaux ist zusammen mit den Weinen von Jeanjean aus Südfrankreich ein wichtiges Standbein. Speziell Südfrankreich hat in der Vergangenheit an Bedeutung gewonnen. Im Kommen sind auch die Weine von der Rhône. Etwa 46% des Sortiments stellen heute französische Weine. Spanien hat in den vergangenen Jahren gewaltig zugelegt. Rund 23% Anteil steuern derzeit spanische Weine zum Gesamtsortiment bei. Italien hält weitere 24%, Portugal etwa 6% und alle übrigen europäischen Re-

Die Caves de Messias aus Portugal zählen zu den Spezialitäten der Weinstrasse

gionen einschließlich Schweiz, Österreich oder Osteuropa müssen sich mit 1% begnügen.

Getrennt vom »Europageschäft« der Weinstrasse Adolph bildet die »Wein-Import-Kreis GmbH« das zweite Standbein der Weinstrasse. Das Geschäft entstand aus dem Wunsch vieler Fachhändler, wie aus den europäischen Gebieten auch aus den wichtigsten Überseeregionen die Vorteile des direkten und gemeinsamen Bezugs nutzen zu können. Die Fachhändler erhalten dabei Ab-Keller-Preise, die auf Container-Basis ausgehandelt sind, und berappen lediglich einen Aufschlag von 7% auf den Rechnungswert für den Aufwand bei Weinstrasse Adolph für Bündelung, Verzollung und Transport. Der Umrechnungskurs, der in Landeswährung fakturierten Preise, erfolgt »floatend«, entsprechend den aktuellen Währungskursen. Begonnen wurde der Import-Kreis mit Weinen aus Kalifornien. Australien, Südafrika, Chile und zuletzt Argentinien folgten. Den Kunden wird auf diese Weise ein kostengünstiger Bezug von Überseeweinen ermöglicht. »Südafrika, Chile und Australien sind derzeit die Renner, während Kalifornien weniger gefragt ist«, kennzeichnet Dünschede die aktuelle Nachfragesituation der einzelnen Übersee-Herkünfte.

So wie Logistik, Sortiment und Lieferbedingungen klar und übersichtlich organisiert sind, ist auch die Kunden-Akquise auf das notwendige Maß reduziert.

»Aktive Neukundengewinnung betreiben wir eigentlich nicht«, gesteht dazu Dünschede und fügt ohne Reue an: »Deshalb haben wir auch manchen weißen Fleck auf der Landkarte. Doch das stört uns nicht.« Wichtigstes Element in der persönlichen Zusammenarbeit mit den Kunden bildet der jährliche Messestand auf der ProWein. »Dort sehen wir so gut wie alle Kunden und können uns intensiv austauschen.« Jahreszeitlich orientierte Mailings bilden ein zweites Element in der Kontaktpflege. »Wir offerieren jedoch keine Sonderangebote oder Weine, die wir von den Lieferanten günstig angeboten bekommen, sondern Renner im Sortiment oder Weine, die wir als erfolgreich einschätzen. ♦ Hermann Pilz



EXKLUSIV BEI TOPHI

Tel: 040-853 115-30

Fax: 040-853 115-39

Mail: info@tophi.de

Ihr Spezialist
für Wein,
Sekt und
Spirituosen

www.infowein.de