

Weinstrasse Adolph

Mit Zuversicht ins neue Jahr

Andreas Dünschede, Geschäftsführer der Fachagentur Weinstrasse Adolph aus Köln, blickt zuversichtlich ins neue Jahr. Da die Preise für zahlreiche Weine aus verschiedenen Ländern nach der mengenmäßig kleinen Ernte 2017 nach oben geklettert sind, kann die Weinstrasse Adolph mit ihrem Konzept davon profitieren. Denn Dünschede hat die Erfahrung gemacht: „Wenn die Preise steigen, sehen sich die Händler vermehrt nach günstigen Einkaufsalternativen um.“ „Klar, wir haben auch hochpreisige und von der Weinkritik hoch bewertete Weine im Programm. Aber vor allem verstehen wir uns als Vermittler von Mengenträgern, also von den Weinen, von denen Fachhändler in erster Linie leben. Und diese Brot- und Butterweine versuchen wir zu attraktiveren Konditionen anzubieten als unsere Mitbewerber“, erklärt Dünschede. Das Konzept der Weinstrasse Adolph basiert dabei auf schlanken Kostenstrukturen, die Voraussetzung für günstige Preise sind. Das Unternehmen vermittelt Direktimporte aus Frankreich, Italien, Spanien, Portugal sowie Chile, Südafrika und Australien, wobei die Ware von den Produzenten palettenweise bezogen werden kann – in der Regel ab 600 Flaschen, in manchen Fällen auch ab 120 Flaschen.

Auf Wunsch kümmert sich das mittlerweile zehnköpfige Team der Fachagentur auch um die komplette Transport- und Zollabwicklung – bis hin zur Instrastat- oder Verbrauchsteuer-Meldung. Dabei setzen die Kölner auf Schenker als Logistikpartner. „Die

Kunden können den Transport natürlich selbst organisieren, sie müssen aber nicht. Wir nehmen ihnen das ab. Sie haben damit dann null Aufwand und können sich voll auf ihre Kunden und aufs Verkaufen konzentrieren“, sagt Dünschede.

Auf ein Lager in Deutschland, von dem aus auch kleinere Mengen verschickt werden könnten, wird genauso verzichtet wie auf ein eigenes Team an Außendienstlern oder Agenturen. Das spart Lager- und Personalkosten, Provisionen und Spesen. „Üblicherweise gehen nicht wir zu den Kunden, sondern die Kunden kommen auf uns zu“, beschreibt Dünschede das Prinzip. „Kleinkram und das Geschäft mit Hobbyhändlern sind nicht unsere Sache. Wir arbeiten mit Handelspartnern zusammen, die betriebswirtschaftlich fundiert und professionell vorgehen – und zwar ausschließlich mit Fachhändlern“, meint der Weinstrasse-Chef. „Wir möchten unsere Fachhandelsweine an guten Adressen sehen, bei Fachhändlern, die unsere Weine kompetent und vernünftig anbieten.“

Nach seinen Angaben nutzen bundesweit rund 500 Fachhändler die Agentur als Problemlöser bei der Warenbeschaffung. Wie viele Flaschen die Kölner dabei an hiesige Abnehmer vermitteln, darüber hängt Dünschede den Mantel des Schweigens. WEIN+MARKT schätzt allerdings, dass es mittlerweile um eine Größenordnung von jährlich etwa 7 Mio. Flaschen und einen vermittelten Umsatz von rund 22 Mio. Euro gehen dürfte. Das Unternehmen kooperiert da-



Andreas Dünschede peilt für dieses Jahr wieder ein Wachstum an.

bei bevorzugt mit Produzenten, die ein „top Preis-Genuss-Verhältnis“ bieten und sortimentstechnisch die komplette Bandbreite (vom Einstiegs- bis Ultrapremiumwein) abdecken. „Wir müssen für unsere Kunden Weingüter finden, die unser Konzept verstehen und auch leben – die hochwertigen Weine erzeugen und diese durch eine gute Kostenstruktur günstig anbieten können.“

Ein wesentlicher Baustein im Konzept ist der regelmäßige Auftritt auf der ProWein. Die Kölner nutzen die Fachmesse in Düsseldorf traditionell zur Kundenpflege, aber auch zur Neukundenakquise und zum Schreiben von Aufträgen. Und tatsächlich gehört der Stand des Unternehmens Jahr für Jahr zu den Publikumsmagneten. Dünschede geht davon aus, dass das auch in diesem Jahr der Fall sein wird, wenn Fachhändler am 160 qm großen Stand der Weinstrasse (Halle 13 C50) mit den Lieferanten der Agentur in Kontakt treten und deren Weine (inklusive einiger Neuzugänge) verkosten können. -wer-