

Schlumberger/Wein Wolf

Wechselspiel

Beringer und Rosemount wechseln zu Schlumberger, Fetzer zu Wein Wolf: Die bekannten Marken Beringer (Kalifornien) und Rosemount (Australien) aus dem Portfolio der Treasury Wine Estates wechseln von Wein Wolf (Bonn) ins benachbarte Meckenheim zu Schlumberger. Beringer wird mit Wirkung zum September, Rosemount im Oktober den deutschen Vertriebspartner wechseln. Dies bestätigt die Schlumberger AG gegenüber WEIN+MARKT. Der vorrangige Vertriebsweg

Rochade im Rheinland:
Udo Koschinski (Foto) begrüßt den Beringer- und Rosemount-Wechsel von Wein Wolf zu Schlumberger, Markus Volk freut sich über den Fetzer-Wechsel von Schlumberger zu Wein Wolf.

Stellungnahme. „Wir glauben, dass durch die Schlumberger AG als Vertriebspartner für Deutschland Beringer nun die verdiente Priorität erhält und sein volles Potenzial entfalten kann“, sagt Udo Koschinski, Business Manager Germany & Austria der Treasury Wines Estates.

Die bislang bei Schlumberger vertretene kalifornische Marke Fetzer (die eine Größenordnung von etwa 150.000 Flaschen aufweist) geht den umgekehrten



auf dem deutschen Markt werde der Ontrade sein, mit Fokus auf Gastronomie, Groß- und Fachhandel, heißt es in einer

TITELANZEIGE SEPTEMBER

Koonunga Hill Shiraz Cabernet (74% Shiraz, 26% Cabernet Sauvignon) Seit 1976 einer der berühmtesten Premiumweine Australiens. Und ein perfekter Botschafter der Penfolds-Philosophie, Trauben der besten Reblagen Südaustraliens zu vollaromatischen Weinen mit markantem Rebsortencharakter zu vereinen.

Wein Wolf Import
53227 Bonn
Tel. 02 28/44 96-0
www.weinwolf.de

Diese Ausgabe enthält eine Beilage der Schumacher Packaging AG, Bielefeld. Wir bitten unsere Leserinnen und Leser um freundliche Beachtung.

Weg. Anfang September 2010 übernimmt die Wein Wolf Vertriebsgesellschaft in Bonn die deutschlandweite Distribution von Fetzer Vineyards, Bonterra Vineyards und Sonoma-Cutrer Vineyards aus dem Portfolio der amerikanischen Brown-Forman Corporation. Die Veränderung eröffnet nach Ansicht von Markus Volk „allen Partnern neue Impulse und vielversprechende Marktperspektiven“. Guido Siebdrat, Geschäftsführer der Wein Wolf Vertriebsgesellschaft, bezeichnet die Weine als wertvolle Ergänzung. „Die glaubwürdige Positionierung von Fetzer Vineyards als Pionier und Vorbild für eine nachhaltige Weinerzeugung und Unternehmensführung erfüllt die Bedürfnisse verantwortungsbewusster moderner Konsumenten. Mit der Bio-Premiummarke Bonterra Vineyards und den Grand-Cru-Chardonnays von Sonoma-Cutrer bieten wir unseren Vertriebspartnern eine interessante Kollektion.“ Er sei überzeugt, da einiges bewegen zu können. -ja-

Villa Vinum

Selbstständigkeit für Filialen

Ulrich Lorenz, langjähriger Filialeiter der Weinfachhandlung Villa Vinum in Mainz, hat das Fachgeschäft am 1. August als selbstständiger Partner der Villa Vinum GmbH (Burg Layen) übernommen. „Dies entspricht meiner Strategie, aus Villa Vinum ein Netz von selbstständigen Unternehmen zu machen, die als Kooperationspartner fungieren“, kommentiert Dieter Pieroth den Schritt. Wie der Eigentümer der Villa Vinum GmbH gegenüber WEIN+MARKT erklärt, ist im September auch „die Ver selbstständigung der Filiale in Offenbach geplant“. Dann ist von den sechs Geschäften der Fachhandelskette nur noch der Standort Wiesbaden im Besitz der Villa Vinum GmbH. -wer-



Dieter Pieroth: „Aus Villa Vinum soll ein Netz von selbstständigen Unternehmen werden.“

WG Thüngersheim

Grass übernimmt das Ruder

Die Winzergenossenschaft Thüngersheim hat Wendelin Grass, den langjährigen Marketingdirektor der inzwischen aufgelösten Racke GmbH & Co. KG in Bingen, als neuen Geschäftsführer verpflichtet. Der 52-jährige Diplom-Kaufmann übernahm bei der fränkischen Kooperative Anfang September das Steuer und trat damit die Nachfolge von Reinhold Frank an, der im November in den Ruhestand geht und Grass noch einarbeiten wird. Die Thüngersheimer haben mit Grass einen erfahrenen Markenmann verpflichtet, der während seiner Racke-Ära zuletzt als Mitglied der Geschäftsleitung für Marketing und Business Development, zuvor aber auch eine Zeitlang als Key-Account-Manager tätig war. Wie Grass gegenüber WEIN+MARKT erklärt, hat ihn die Aufgabe gereizt, in einer Genossenschaft etwas zu bewegen und etwas für deutschen Wein zu tun. Seine in diesem Frühjahr gestartete Tätig-



Wendelin Grass übernahm Anfang September die Leitung der WG Thüngersheim.

keit als Mitgeschäftsführer beim „Büro für effizientes Marketing“ Quantum-X, Volxheim, will er beenden. Laut Grass wird Quantum-X von Martin Reiss weitergeführt. -wer-

Stevens und Peerdeman verstärken Team

Nicolai Peerdeman ist als Key-Account-Manager für den Vertrieb in Süddeutschland neu bei Nagel & Hoffbaur eingestiegen. Er hat zuvor bei Miller Brands Germany gearbeitet. Der zweite Neuzugang, Anja Stevens, hat im August den Bereich Marketing & PR des Aachener Weintraditionshauses Nagel & Hoffbaur übernommen. In der neu geschaffenen Funktion ist sie für die gesamte Kommunikation im Print- und Online-Bereich, für

Anja Stevens übernimmt die Leitung Marketing und PR bei Nagel & Hoffbaur.

Messen, Öffentlichkeitsarbeit sowie für die Entwicklung neuer Vermarktungskonzepte zuständig. Stevens hat zuvor Erfahrungen im Bereich Marketing und E-Commerce gesammelt und zuletzt Projekte wie den Aufbau des Online-Shops fine-wining.de geleitet. -ja-



ProFachhandel 2010

Incentives zum Jubiläum Spot on

Am 24. und 25. September findet in Nürnberg die diesjährige ProFachhandel des Großeinkaufsrings des Süßwaren- und Getränkehandels eG statt. Aus Anlass des 60-jährigen Bestehens der GES kündigt das

Profachhandel 2010 Unternehmen zur „Jubiläumsmesse“ umfangreiche Sonderausstattungen an seine Mitglieder an. Auf der Veranstaltung erwartet die GES „die gesamte Spirituosen- und Süßwarenindustrie“, die die Messeteilnehmer mit Werbematerial, Sonderaktionen und fachhandelsspezifischen Neuheiten unterstützen will. „Auf Dauer werden nur die großen Fachhändler und die vielen kleinen zusammengekommen von den nationalen Verkaufsleitern ernst genommen, und zwar dann, wenn sie als Ganzes handeln“, fasst GES-Vorstand Ulrich Berklmeir das Ziel der Pro-Fachhandel zusammen (www.profachhandel.de). -gg-

PRO FachHANDEL®

Unternehmen zur „Jubiläumsmesse“ umfangreiche Sonderausstattungen an seine Mitglieder an. Auf der Veranstaltung erwartet die GES „die gesamte Spi-

NGV

Gibt Gas mit Wein

Die NGV-Getränke-Gruppe baut ihr Weinsortiment für den Getränkefachgroßhandel sowohl in die Breite als auch in die

das starke Wachstum des Sortimentsbereichs und die kontinuierliche Nachfrage nach Spezialitäten. Der Key-Account-Manager Wein, Hauke Eimann, hat dabei jüngst Santa Margherita Prosecco Frizzante DOC und Weine der Bezirkskellerei Markgräflerland aufgenommen. Wein ist einer der am stärksten wachsenden Geschäftsbereiche in der NGV. Das Jahresumsatzziel in der Warengruppe Wein liegt bei 30 Mio. Euro. -ja-



Tiefe weiter aus. Dies meldet das Unternehmen. Hintergrund sei

Fachhandel

Am 17. September geht in Deutschland die „Nacht der guten Weine“ über die Bühne, mit der der Weinfachhandel auf sich aufmerksam machen möchte. Die teilnehmenden Händler können gegen eine Gebühr von 125 Euro ihre ganz individuelle Veranstaltung ausrichten, um ihre Einkaufsstätte, ihr hochwertiges Sortiment, ihre Kompetenz und ihre Services in den Mittelpunkt zu stellen.

Als Mitinitiator der Aktionsnacht unterstützt der Großeinkaufsverband des Wein- und Spirituosenhandels GEV, Osnabrück, die Teilnehmer mit einem umfangreichen Werbemittelpaket und bewirbt die Veranstaltung in überregionalen Medien.



Zudem wird für die Besucher ein deutschlandweiter Fotowettbewerb mit Reise- und Sachpreisen ausgelobt sowie die kreativste Umsetzung auf Seiten des Handels prämiert (www.dienachtdergutenweine.de). -gg-



Holzboxen in PREMIUM Qualität

- aus selektiertem Fichtenholz
- Holzdeckel aus verzugfreiem Furnierholz mit besten Eigenschaften für den Siebdruck
- schwere Qualität: 13 bzw. 14 mm Stärke



AKTION GÜLTIG BIS 15-09-10!!!

PREMIUM Holzboxe schon ab 1,40 €



Extras optional

- Weitere Farben
- 4c Logodruck
- Tragekordel
- Plexiglas-Schiebedeckel



Gefra/activ Vertriebsgesellschaft

Vertrieb von Norton übernommen

Die argentinische Bodega Norton ordnet mit sofortiger Wirkung ihren Vertrieb auf dem deutschen Markt neu. Nachdem die Weine der Kellerei aus Mendoza in den vergangenen zwei Jahren nur noch direkt über ein Tochterunternehmen von Bodega Norton via Österreich erhältlich waren, setzt das Unternehmen jetzt auf zwei Distributionspartner aus einem Haus: Die activ Vertriebsgesellschaft mbH aus Troisdorf (die ebenso wie der Iberica-Spezialist Arda Weinimport GmbH eine Tochterfirma der Gefra Warenhandels-gesellschaft mbH ist) kümmert sich fortan speziell um die Betreuung des Offtrade-Marktes. Für den Facheinzel- und Fachgroßhandel ist die Gefra Warenhandels-gesellschaft mbH verantwortlich. Sie wird die Weine im Frühjahr 2011 offiziell in ihrem

neuen Katalog vorstellen und auf der ProWein 2011 in Düsseldorf präsentieren. Bereits ab Oktober 2010 können über die gemeinsame Vertriebs-schiene der Unternehmen Arda Weinimport, Gefra Warenhandels-gesellschaft und Ferrer Wine Estates mit Vorteilen wie gemeinsamen Mengen- und Frachtrabatten bezogen werden. Die Kundenbetreuung soll bundesweit durch den Arda-eigenen Außendienst mit fest angestelltem Vertriebspersonal und Handelsagenturen erfolgen.

IT-Services

SAP-Lösungen für Weinerzeuger

Die Cormeta AG, Ettlingen (Spezialist für mittelstandsgerechte SAP-Softwarelösungen für die Lebensmittelindustrie) und die Sine qua non GmbH, Frankfurt/M. (IT-Dienstleister für die Branche Weinerzeugung und -handel), werden künftig als Partner agieren, um gemeinsam neue Kundenkreise zu erschließen. Kernstück der Kooperation ist die Vermarktung und Implementierung von „vineaA1“

Ziel der neuen Partnerschaft ist es nach Aussage von Gefra-Geschäftsführer Thomas Gerhard und von Michael Müller (der bei Bodega Norton als Key-Account-Manager für die Exportmärkte in Europa und Asien zuständig ist) „nicht nur im Vertrieb zu kooperieren, sondern auch im Marketing, der Werbung und der Medienarbeit gemeinsame Wege zu gehen und so das Image der Weine aus Mendoza zu festigen“. Zum Start der Zusammenarbeit werden dem Fachhandel mit Finca la Colonia, Re-

serva und Privada drei verschiedene Linien mit insgesamt acht Weinen angeboten. Für den Offtrade-Bereich werden interessierten Kunden verschiedene Linien wie Young Varietal und Lo Tengo individuell angeboten. -wer-



Thomas Gerhard will mit Norton nicht nur im Vertrieb, sondern auch in Sachen Marketing, Werbung und Medienarbeit kooperieren.

gedacht, die Wein produzieren, verarbeiten und vertreiben – Winzer, Genossenschaften und Kellereien. Die Programme sollen detaillierte Funktionen für Traubengeldabrechnungen, Rebflächenverwaltung und Kellerbuch bieten und zudem nahtlos in die SAP-Standard-Chargenrückverfolgbarkeit integriert sein. Das „Cockpit“ wurde sogar 2009 von der Weinkontrolle des Landesuntersuchungsamts



und „vineaA1plus“, den nach Unternehmensangaben einzigen SAP-Business-All-in-one-Lösungen für die Weinbranche. Diese Softwareprogramme sind nach Angaben der beiden Unternehmen für alle Firmen

Rheinland-Pfalz zertifiziert. Das „Offenkeller-Cockpit“ ist eine Funktion, die es erlaubt, alle Schritte der Fassweinverwaltung und der Mischprozesse bis hin zur Abfüllung zu überwachen und zu dokumentieren. -ja-

Get N

Armbrust tritt an

Jens Armbrust tritt voraussichtlich zum 1. November an die Spitze der Get N Getränke National GmbH & Co. KG, Hannover-Langenhagen. Dies bestätigt das Unternehmen gegenüber WEIN+MARKT. Der gebürtige Berliner, zuvor knapp 20 Jahre für AB-Inbev, zuletzt in der Geschäftsführung als Sales Director Off Trade tätig, wird damit Nachfolger von Michael Baudy. „Mit Jens Armbrust konnten wir unseren Wunsch Kandidaten gewinnen und werden nun die Get N als zentralen Dienstleister konsequent weiterentwickeln“, freut sich Rainer Geins von der Getränke-Geins-Gruppe auf den Manager, der ihn und die drei anderen Gesellschafter Ahlers, Mellis und Waldhoff künftig maßgeblich unterstützen wird. -ja-

KEIN Chaos im Regal

Viele Tausend gut geführte Servicekräfte arbeiten bundesweit.

COMBERA
stoppt
das Chaos!

COMBERA GmbH
Merchandising
Schwanthalerstr. 2
80336 München
(089) 55 107-0
info@combera.com
www.combera.com



Selection Rheinhessen

Neue Rekordbeteiligung

Mit 65 Weinen hat die Selection Rheinhessen in diesem Jahr einen neuen Höchststand erreicht. Dies zeigte die Präsentation vom 19. August im Lichthof der rheinhessischen Handwerkskammer in Mainz. 37 Weingüter, darunter sechs Betriebe erstmals dabei, stellten dort die diesjährige Spitzenweinkollektion vor. Im 18. Jahr ihres Bestehens brachten die teilnehmenden Betriebe vor allem Riesling (19) und Spätburgunder (14) mit. Der rheinhessische Klassiker Silvaner ist zehnmals in der Kollektion vertreten, sechs Weiß-, drei Grau- und drei Frühburgunder sowie zehn Portugieser komplettieren die diesjährige

65 Weine von 37 Weingütern konnten bei der Präsentation der Selection Rheinhessen in Mainz verkostet werden



Riege der Selectionsweine. Als die Rheinhessen vor 18 Jahren ihren Spitzenweinen ein klares Profil gaben, war in den anderen deutschen Weinbauregionen das Erstaunen über die Qualität dieser Tropfen noch groß. Inzwischen haben die rheinhessischen Spitzengewächse ihren festen Platz im Angebot gefunden, und die Abnehmer wissen, dass die Selectionsweine besondere Produkte sind: Alte Reben, klassische Rebsorten, reduzierte Erträge und selektive Lese mit der Hand lauten die Eckdaten für die Erzeugung. Für die nächste Runde der Selection Rheinhessen haben sich 49 Weingüter mit 107 Weinbergen angemeldet. -sb-

Diageo

Getränkeriese legt zu

Der britische Getränkeriese Diageo hat in den vorläufigen Zahlen zum (Ende Juni beendeten) Geschäftsjahr 2009/2010 wachsende Umsätze bilanziert. Nach 12,238 Mrd. britischen Pfund (GBP) hat Diageo aktuell 12,958 Mrd. GBP Umsatz (zirka 15,858 Mrd. Euro) erwirtschaftet. Beim Umsatz konnte Dia-

geo also um rund 675 Mio. GBP zulegen, wobei sich die Wechselkurse im Fall von Diageo positiv bemerkbar gemacht haben. 346 Mio. Pfund gehen allein auf Währungseffekte zurück. Der Rohertrag betrug 5,681 Mrd. GBP (Vorjahr 5,418 Mrd.), das operative Ergebnis 2,574 Mrd. GBP (Vorjahr 2,418 Mrd.).

Das Weingeschäft hat sich zwiespältig entwickelt. 85% der Weinumsätze von Diageo werden in Nordamerika und Großbritannien abgewickelt. Die Weinkonjunktur in Nordamerika sei durch Trading-down-Effekte geprägt, die Umsätze waren um 6% rückläufig. Die Performance auf dem britischen Markt sei hingegen

„sehr stark“ gewesen, Diageo habe bei Marktanteilen und Umsatz zugelegt. Das Umsatzwachstum von rund 20% gegenüber dem (relativ schwachen) Vorjahr sei insbesondere von Blossom Hill angeführt worden und durch gelungene Neueinführungen im Absatzkanal Lebensmittelhandel gestützt worden. -ja-

Liebe auf den ersten Blick

VITICOLTORI
PONTÉ

Bezugsquellen nennt: GES SORRENTINO
Annenheider Allee 97 / D - 27751 Delmenhorst
Tel. +49 4221 916450 - Fax: +49 4221 9164543
info@ges-sorrentino.de - www.ges-sorrentino.de