



Stoßen an auf eine erfolgreiche Zukunft: Guido Keller sorgt für den Verkauf, Tina James und Andreas Graubach für Konzept und Weine

Mensch und Wein

Binnen weniger Jahre hat sich die Fachhandelskette Wein-Musketier in Deutschland etabliert. Auf Individualität und Partnerschaft wird großen Wert gelegt. Gemeinsam werden zentrale Funktionen wie Einkauf und Kommunikation wahrgenommen. Für die Zukunft ist organisches Wachstum angesagt.

Mit vier eigenen Läden in Göppingen, Salach, Aalen und Schwäbisch Gmünd verfügt die Fachhandelsgruppe Wein-Musketier über eine stabile eigene Basis. Zusammen mit weiteren neun Einzelhändlern, die allesamt als selbständige Kaufleute arbeiten, firmieren derzeit 13 Läden unter der gemeinsamen Flagge des Wein-Musketieters.

Zusammengebracht hat die Gruppe die in Einzelteile zerbrochene Franchise-Kette »Der Gallier«. Die einstigen Macher des Galliers, Andreas Graubach und Tina James, sowie einige der früheren Ladenbesitzer taten sich zusammen, um eine neue Fachhandelskette nach ihren Vorstellungen zu formieren. Der Idee schlossen sich binnen weniger Jahre weitere Fachhändler an, die über exzellente Standorte, etwa Otto-brunn bei München (Gaby und Anton Wal-lisch) oder Stuttgart-Degerloch (Guido Keller), verfügen.

Kern des Konzeptes des Wein-Musketieters ist weniger die zentrale Steuerung von Ein- und Verkauf oder die Betriebsführung als vielmehr all jene Funktionen auszulagern, die in der Gemeinschaft besser zu erledigen sind. Dazu gehören die gemeinsame Warenbeschaffung, die Logistik, EDV-Lösungen und das Marketing bis hin zu einem gemeinsamen Online-Shop. Bei allem wird auf ein fast familiäres Miteinander geachtet. »Der Mensch steht bei uns im Mittelpunkt. Darauf fußt unser Marketing und macht uns auch zu Partnern unserer Kunden«, verdeutlicht Andreas Graubach, worauf es der Gruppe ankommt. »Die uns angeschlossenen Fachhändler wollen ebenfalls keine Einzelkämpfer sein und haben erkannt, dass wir in der Gemeinschaft stärker sind«, fügt Tina James hinzu. Angeschlossene Fachhändler profitieren von der umfangreichen Erfahrung der Gruppe, bei der sich laufend neue Interes-

senten melden. Neue Filialen kommen am 10. Oktober in Stuttgart und Viersen hinzu. Dabei setzt die Gruppe nicht auf schnelles Wachstum, sondern auf die Verlässlichkeit der Partner und die organische Entwicklung erfolgreicher Standorte.

Wer einen Wein-Musketier eröffnen will, braucht rund 15.000 Euro für die Ladeneinrichtung und weitere 15.000 Euro für die Ware sowie drei Jahre Ausdauer, bis sich ein Geschäft etabliert hat und schwarze Zahlen schreibt. Fast schon exemplarisch hat dies Guido Keller vorexerziert, der in seinem Laden in Stuttgart-Degerloch seine Hobbys, Wein und Kultur, zum Beruf gemacht hat. Im November 2006 hat der frühere Mitarbeiter von Daimler-Benz freiwillig seinen Stuhl in der Stuttgarter Zentrale geräumt und in einem Degerlocher Gewerbegebiet mit dem Geld seiner Abfindung seinen Laden unter der Flagge des Wein-Musketieters eröffnet. Seither setzt er auf ein Kon-



Roséweine in Aktion, plakativ
herausgestellt, beflügeln das Geschäft

Auf einen Blick

Wein-Musketier

Zentrale: Weincontor Tina James GmbH

Eislinger Straße 66

73084 Salach

Tel. 07162/9464-30, Fax-33

Geschäftsführung Großhandel: Tina James

eMail: james@tina-james.de

Internet: www.weinmusketier.de

Einzelhändler/Läden: 13, zuzüglich 2 weiteren,
die Anfang Oktober 2009 eröffnen

Sortiment: ca. 100 Weine aus Frankreich,
Italien, Spanien, Deutschland u. Portugal,
davon 50 Stamm- und 50 Aktionsartikel

Einzelhandelsumsatz: rund 4 Mill. Euro

zept, das Wein und Kultur verbindet. Keller kam entgegen, dass er kulturell schon immer aktiv war und sich mit Aktionen wie »literarischen Stocherkahnfahrten« auf dem Neckar bei Tübingen, Literaturlesungen in Buchhandlungen, poetischen Stadtführungen oder vielfältigen Theateraktivitäten einen Namen gemacht hatte. 2008, im zweiten Jahr nach Gründung, erreichte er einen Umsatz von 250.000 Euro. 2009, mit einer nochmaligen Steigerung des Umsatzes um 20 Prozent, schreibt Keller schwarze Zahlen. »Ich habe nicht geglaubt, dass es so lange dauert«, bekennt Keller freimütig und rät jedem, der sich mit einem Weinhandel selbstständig machen will, die Anlaufzeit nicht zu unterschätzen. Ein Glücksfall, wenn wie bei ihm Hobby und Beruf eine berufliche Basis finden. Seine weinkulturellen Veranstaltungen mit Themen aus Kunst, Kultur und Musik, die er mit bis zu 90 Personen veranstaltet, haben sich in der Region herumgesprochen.

Was die Weinbeschaffung und die Zusammenarbeit mit der Zentrale betrifft, kommt ihm das System Wein-Musketier entgegen. Das Sortiment ist mit rund 100 Weinen

überschaubar. Zum eigentlichen Stammsortiment zählen rund 50 Artikel, die mit weiteren rund 50 Aktionsartikeln ergänzt werden. Ca. 45 Weine stammen aus Frankreich, 35 aus Italien und weitere 20 aus Deutschland und Spanien. Einen wichtigen Sortimentsbaustein stellen bei den Wein-Musketieren Bag-in-Box dar, von denen 18 verschiedene Sorten in Größen von 3 bis 5 Litern das Sortiment erweitern. Bioweine gehören ebenfalls zum Portfolio, sind aber kein ausgesprochener Schwerpunkt, eher Selbstverständlichkeit. Das Zusatzsortiment, wie mediterrane Feinkostartikel, beschafft bis auf einige wenige Ausnahmen, die auch mal zentral angeboten werden, jeder Händler selbst. Vorteilhaft für alle Wein-Musketiere ist die kurzfristige und flexible Belieferung durch die Zentrale vom schwäbischen Salach aus, die über die Weincontor Tina James GmbH erfolgt. »Auch wenn mal jemand nur ein oder zwei Kartons pro Sorte benötigt, ist das möglich«, versichert James. Sämtliche Weine werden zentral eingekauft, wobei über die Weinauswahl und die Aufnahme ins Sortiment immer gemeinsam in Verkostungsgruppen von mindestens drei Ladeninhabern entschieden wird. Auch Jahrgangswechsel und der Austausch schwacher Artikel, die sich nicht mehr drehen, erfolgt gemeinsam. Die Zentrale bietet günstige Einkaufspreise inklusive Fracht und dazu empfohlene Verkaufspreise, die jedoch angepasst werden können. Das Gros der Weine wird im Preisbereich zwischen 5 und 20 Euro angeboten. »Wir bieten außer zu Weihnachten keine Grands Crus an, sondern versuchen, Weine von kleinen familiengeführten Lieferanten anzubieten, die nicht an jeder Ecke zu finden sind«, erklärt Graubach eines der Sortimentsprinzipien. »Weine mit einem Einkaufspreis von etwa 3 Euro stehen im Verkauf im Laden für 5,95 Euro«, erläutert Graubach die übliche Kalkulation.

Zukünftig wollen die Wein-Musketiere die gemeinsame Kommunikation stärker forcieren: mit Mailings, einem gemeinsamen Newsletter mit Ankündigung von Veranstaltungen und dem neu gestalteten Internetshop. »Immer stehen der Betreiber und seine Veranstaltungen im Vordergrund der individuell gestalteten, aber zentral erstellten Mailings«, erläutert Tina James die Funktion der Zentrale als Dienstleister für alle Läden. ■

Hermann Pils

CESARINI SFORZA TRIDENTUM

QUALITÀ
ALTA



SPUMANTE
CESARINI SFORZA
TRENTO
TRENTODOC

www.cesarinisforza.com

+Linkage-Adv

Vertrieb: ETHICA EXPORT DEPARTMENT
Tel. +39 0461 380800 Fax +39 0461 380846
E-mail: info@ethica.biz - Http://www.ethica.biz