

SPANISCHE / CHILENISCHE
WEINE



BARBARA WEHOWSKY
AGENTUR & BERATUNG

BARBARA WEHOWSKY GMBH & CO. KG
GARTENSTRASSE 42
D - 40479 DÜSSELDORF
T - +49(0)2 11-498 3084
WWW.BARBARA-WEHOWSKY.DE

IHR PARTNER FÜR DIREKTIMPORTE

Nummer 04/2020

+++ Gesamtmarkt schon wieder schrumpft: Der deutsche Wein- und Schaumweinmarkt ist im Weinwirtschaftsjahr 2018/19 (August 2018 bis Juli 2019) erneut kleiner geworden. Damit hat sich der Schrumpfungprozess aus den Vorjahren fortgesetzt – und das, obwohl die Einwohnerzahl Deutschlands erneut gestiegen ist. Dadurch ist auch der theoretische Pro-Kopf-Verbrauch weiter zurückgegangen. Das geht aus den brandaktuellen Daten der Trinkweimbilanz des Deutschen Weinbauverbandes, Bonn, hervor. Danach wurden 2018/19 auf dem deutschen Markt insgesamt 19,450 Mio. hl Still- und Schaumwein abgesetzt. Das waren 1,5% weniger als im entsprechenden Vorjahreszeitraum. Von dem Rückgang waren sowohl deutsche als auch ausländische Stillweine betroffen. Ausländische Weine verbuchten ein Minus von 1,1% auf 9,475 Mio. hl. Noch stärkere Verluste mussten deutsche Weine hinnehmen, deren Absatz sich um 2,9% auf 7,207 Mio. hl verringerte. Insgesamt ging der Stillweinabsatz um 1,9% auf 16,682 Mio. hl zurück. Dagegen erhöhte sich der (zuvor nach unten tendierende) Schaumweinabsatz wieder leicht, und zwar um 0,8% auf 2,768 Mio. hl. Alles in allem sank der theoretische durchschnittliche Pro-Kopf-Jahresverbrauch an Still- und Schaumwein im Weinwirtschaftsjahr 2018/19 von zuvor 23,8 auf 23,4 l. Davon entfielen 11,4 l (Vorjahr: 11,6 l) auf ausländische Stillweine, 8,7 l (Vorjahr: 8,9 l) auf einheimische Stillweine und unverändert 3,3 l auf Schaumweine. Der Deutsche Weinbauverband weist in seiner Analyse der Daten darauf hin, dass die Entwicklung des durchschnittlichen Pro-Kopf-Verbrauchs auch von der Bevölkerungsentwicklung beeinflusst worden ist. Die Zahl der Einwohner in Deutschland

sei im Berichtszeitraum 2018/19 zwar um weitere 200.000 auf 83 Mio. gewachsen. Das Plus sei aber im Wesentlichen durch den „Zuzug großteils wenig weinaffiner Personen“ entstanden – im Klartext: durch die Zuwanderung von Flüchtlingen, die kaum oder sogar gar keinen Wein trinken. Das Gesamtmarktvolumen von Still- und Schaumwein liegt dennoch wieder im Bereich von rund 2 Mrd. l. Dieser Umstand bestätigt nach Einschätzung des Verbands, „dass Wein nach wie vor populär ist und in der Breite der Bevölkerung eine hohe Wertschätzung erfährt“ (eine ausführliche Analyse finden Sie online auf www.wein-und-markt.de). -wer-

+++ ZGM ohne Dominik Hübinger: Dominik Hübinger, bei der Unternehmensgruppe Zimmermann-Graeff & Müller (ZGM) aus Zell/Mosel bislang als geschäftsführender Gesellschafter für die Bereiche Vertrieb und Marketing zuständig, hat das Unternehmen am 20. Januar verlassen. Das hat der Beiratsvorsitzende von ZGM, Johannes Hübinger, gegenüber WEIN+MARKT bestätigt. Man habe sich in beiderseitigem Einvernehmen darauf geeinigt, dass Dominik Hübinger aus dem operativen Geschäft ausscheidet, nachdem dieser gegenüber dem Gesellschafterkreis kundgetan habe, dass er sich beruflich neu orientieren wolle, erklärt Johannes Hübinger. Sein Sohn bleibe allerdings Gesellschafter der Unternehmensgruppe. Ein Nachfolger auf dem Posten des Geschäftsführers für Vertrieb und Marketing ist bereits gefunden. Am 22. Januar hat Herbert Dörfler die Funktion übernommen. Der Diplom-Kaufmann war in verschiedenen Positionen für Unternehmen wie die Kulmbacher Actienbrauerei, Coca Cola, Stuttgarter Hofbräu, Danone

WEIN

DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN
FÜR HANDEL UND ERZEUGER

MARKT

faxline
Das Original
www.wein-und-markt.de



Mainz, den 24.01.2020

Waters, Vilsa Brunnen, Gehring Bunte, Franken Brunnen und zuletzt (seit Juli 2015) als Geschäftsführer Vertrieb, Marketing & Logistik bei der Rhönsprudel-Gruppe tätig. Bei ZGM soll er in der Einarbeitungsphase von Johannes Hübinger unterstützt werden, der damit interimsmäßig ins Unternehmen zurückkehrt. Er lenkte die Geschicke des 1886 gegründeten Familienunternehmens von 1979 bis 2014. Dann übernahm er dort die Funktion des Beiratsvorsitzenden und gab die Unternehmensführung an seine beiden Kinder Dominik Hübinger und Tina Schiemann sowie seinen Schwiegersohn Kristian Schiemann ab. -wer-

+++ Weinfach 2020 am 3. Februar: Fünf inhabergeführte Agenturen – Ardau Weinimport, Deuna, Stephan Pellegrini, Weinstraße Adolph und die Weinagentur Zeter – haben die zweite Ausgabe ihrer Fachhandelsmesse „Weinfach 2020“ in Frankfurt auf Montag, 3. Februar 2020 vorgezogen, um sich terminlich von der ProWein abzuset-

LE SALON DES VINS^{DE} LOIRE

MON 3 / DIEN 4
FEBRUAR 2020

zen. Die Weinfach bietet dem Fachhandel so die Möglichkeit, Trends frühzeitig zu erkennen und eine frühzeitige Einkaufs- und Bedarfsplanung anzustoßen, heißt es von Seiten der Organisatoren. Die kostenfreie, aber ausschließlich für Fachbesucher zugängliche Veranstaltung in der Frankfurter „Klassikstadt“, öffnet ihre Tore um 11 Uhr und bietet auf vergrößerter Ausstellungsfläche eine Auswahl von etwa 300 Weinen aus dem Angebot der beteiligten Agenturen. Erstmals wird es in diesem Jahr eine freie Verkostungszone für ausgesuchte Bioweine geben. Als deutsche Gastwinzer sind Schloss Vollrads (Rheingau), das Sekthaus Griesel & Compagnie (Hessische Bergstraße) sowie die Weingüter Gabel (Pfalz) und Van Volxem (Saar) mit an Bord. Bereits im Vorjahr kamen zu der Veranstaltung Fachhändler aus ganz Deutschland. Für die Neuauflage Anfang Februar liegen nach Angabe der Veranstalter schon rund 300 Anmeldungen vor, womit die Besucherzahl der Erstauflage bereits überschritten wäre. Weitere Infos und Anmeldung: www.wein-fachmesse.de. -ja-

+++ Badischer Winzerkeller läutet Strukturwandel ein: Die Verantwortlichen beim Badischen Winzerkeller in Breisach haben einen Strukturwandel eingeläutet und wollen 2020 den Fokus aufs Kostenmanagement richten. Das hat das Unternehmen in einer Pressemitteilung angekündigt. Hintergrund sei die Tatsache, dass sich die Erlössituation nicht so entwickelt habe wie geplant. Dr. Peter Schuster und Eckart Escher, Vorstände des Badischen Winzerkellers, betonen in einer ersten, vorläufigen Bilanz zum abgelaufenen Geschäftsjahr zwar, „dass wir mit unserer Markenstrategie und Vertriebspolitik erfolgreich vorangekommen sind“. Die

Markenserien Martin Schongauer, Heinrich Hansjakob und Schloss Munzingen hätten 2019 zusammengenommen ein Umsatzplus von 7% gegenüber dem Vorjahr erzielt und damit die positive Entwicklung aus den Vorjahren fortgesetzt. Auch das 2016 eingeführte Konzept der Genossenschaft, als „Die Sonnenwinzer“ aufzutreten, habe sich gefestigt und bewährt. Insgesamt habe sich 2019 aber als ein „sehr schwieriges Jahr“ erwiesen. Der Gesamtumsatz, der laut Angaben des Unternehmens 2018 bei 47,6 Mio. Euro lag, sei um 3 bis 4% gesunken, räumt Schuster gegenüber WEIN+MARKT ein. Einige generische Produkte hätten sich „nicht so positiv“ entwickelt. Im Preis-einstiegssegment habe man das ein oder andere Geschäft nicht eintüten können. Hinzu komme ein Spätburgunderproblem. „Die Nachfrage nach Rotwein generell und nach Spätburgunder im Speziellen sinkt. Die Konsumenten greifen vermehrt zu anderen Weinen“, kommentiert der Vorstandsvorsitzende. Das gehe am Badischen Winzerkeller, der über einen Spätburgunder-Anteil von 43% verfüge, nicht spurlos vorüber. Darüber hinaus habe sich nach dem mengenmäßig großen Herbst 2018 die Marktsituation stark verändert, was sich vor allem in einem erhöhten Preisdruck äußere. „Aufgrund der daraus resultierenden Wertschöpfungsverluste wird in der Folge die durchschnittliche Auszahlung für Trauben voraussichtlich deutlich unter dem Vorjahr liegen“, avisiert Schuster. Die „spürbare Reduktion“ werde voraussichtlich 10 bis 20% betragen. Um gegenzusteuern, wolle man 2020 „die Optimierung der Kostensituation in allen Unternehmensbereichen vorantrei-

Lesen Sie auf Seite 2 weiter >>>

SPANISCHE / CHILENISCHE
WEINE



BARBARA WEHOWSKY
AGENTUR & BERATUNG

BARBARA WEHOWSKY GMBH & CO. KG
GARTENSTRASSE 42
D - 40479 DÜSSELDORF
T - +49(0)211-4983084
WWW.BARBARA-WEHOWSKY.DE

IHR PARTNER FÜR DIREKTIMPORTE

Nummer 04/2020

ben“, erklärt der Vorstandschef. „Wir haben im genossenschaftlichen Gedanken für das Auskommen unserer Mitgliedsbetriebe zu sorgen. Zugleich müssen wir investieren, um wettbewerbsfähig zu bleiben – kein leichtes Unterfangen“, so Schuster. Er weist darauf hin, „dass wir 2019 weiter intensiv an unserer Strategie der Zukunft gearbeitet haben“. Vor allem die Digitalisierung sei vorangeschritten. „Hier wurde einerseits in leistungsfähige IT-Systeme investiert, andererseits haben wir auch unseren Online-Shop und unsere Website auf den neuesten technischen Stand gebracht. Der Online-Handel boomt, und wir wollen mit unserem Direktvertrieb zusätzliche Wertschöpfung für unsere Winzerschaft generieren“, erläutert der Vorstandsvorsitzende. Außerdem „haben wir in unsere Keller- und Gebindestrukturen investiert und sind weiter dabei, die Prozessabläufe effizienter zu gestalten“. Darüber hinaus wurde die Organisationsstruktur neu geordnet. „Künftig arbeiten wir in sechs Bereichen – Produktion, Technik, Verwaltung, Marketing und zwei Vertriebsbereiche. Die Ziele sind, effizientere Abläufe und kürzere Entscheidungswege bei höherer Transparenz für alle Beteiligten zu schaffen“, sagt Schuster, der auch eine Verschlankeung im personellen Bereich ins Auge fasst. Die vollständige Meldung finden Sie online unter www.wein-und-markt.de. -wer-

+++ Neue Führung bei Masseto: Seite an Seite mit Gutsdirektor Axel Heinz wird zukünftig Tim Banks als neuer Sales- und Marketingdirektor bei Masseto fungieren. Das gab Giovanni Geddes da Filicaja, CEO von Masseto, im Rahmen der Verabschiedung der bisherigen Sales- und Marketingdirektorin Alex Belson bekannt, die nach

20 Jahren Tätigkeit bei Masseto in den Ruhestand geht. Tim Banks zeichnet bereits seit 2015 als Sales- und Marketingdirektor für das Schwesterweingut Ornellaia verantwortlich und verdoppelt mit der Übernahme der gleichrangigen Position bei Masseto seine Aufgaben, wie es in einer offiziellen Meldung heißt. Im Team von Tim Banks spielt seit Januar Vianney Gravereaux, der die Position des Global Sales Director bei Masseto einnimmt. Gravereaux ist ein Kenner internationaler Exportgeschäfte: 9 Jahre war er Exportdirektor bei Philipponnat, bevor er zwei Jahre in ähnlicher Position für Champagnes Salons&Delamotte (Laurent-Perrier) fungierte. Seine letzte Station war die des International Sales Director bei Peugeot Saveurs, dem Hersteller von Kaffee-, Salz- und Pfeffermühlen. -ac-

+++ Umsatz und Erlös steigen bei Winzergenossenschaft Achkarren: Das Geschäftsjahr 2018/2019 schloss die Winzergenossenschaft Achkarren in Vogtsburg-Achkarren laut eigener Angaben erfolgreich ab. Bei gleicher Rebfläche konnte der Umsatz im Vergleich zu 2017/2018 um 3,3% auf 5,9 Mio. Euro erhöht werden, informieren die Achkarren in einer offiziellen Meldung. Außerdem habe man zum sechsten Mal in Folge die Traubengeldauszahlungen erhöhen können. Insbesondere der Umsatz mit Achkarrer Markenweinen konnte in allen Vertriebsbereichen um 9,7% erhöht werden, der Durchschnittserlös stieg von 4,35 auf 4,50 Euro/l. Die WG setzt den größten Teil ihrer Weine (60%) im LEH ab, gefolgt von Fachhandel/Gastronomie (15%), Privatkunden (15%) und Sonstigem (10%). Der Mehrumsatz entfiel mehrheitlich auf Neuprodukte, informiert die Winzergenossenschaft, darunter Grau- und

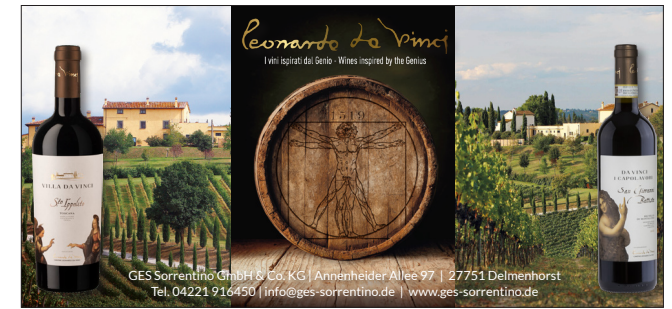
WEIN | DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN FÜR HANDEL UND ERZEUGER

MARKT

faxline

Das Original

www.wein-und-markt.de



Mainz, den 24.01.2020

Weißburgunder in der 0,375-Liter-Flasche, Riesling-Sekt sowie Weißwein-Cuvées für den LEH und C&C. Im letzten Quartal lancierte die WG Achkarren außerdem den Vulkankracher, eine Spätburgunder-Cabernet-Cuvée im „Appassimento-Stil“ (14,7 g Restsüße), wie es von Seiten der Achkarrer heißt, von der bisher bereits 5.000 Flaschen (UVP 11,90 Euro) verkauft wurden. -ac-

+++ Hündgen übergibt Staffelstab an Limprecht: Elmar Hündgen verabschiedet sich Ende Januar 2020 – nach knapp 39 Jahren Betriebszugehörigkeit innerhalb der Rewe-Gruppe – in die Passivphase der Altersteilzeit. Seine Karriere bei der Rewe startete er im April 1981. Ab 1986 arbeitete er dort im zentralen Ein- und Verkauf Wein und Sekt. 1990 war er für rund vier Monate im Einkauf der Rewe-Leibbrand in Bad Homburg und anschließend bei der Rewe im Zentraleinkauf Wein tätig. 2008 übernahm er den Posten des Einkaufsbeauftragten im Category Management von Karstadt

LE SALON DES VINS^{DE} LOIRE

MON 3 / DIEN 4
FEBRUAR 2020

Feinkost für die Bereiche Wein, Sekt und Spirituosen, den er bis heute ausfüllt. Seine Nachfolge tritt am 1. Februar Marco Limprecht (38) an, der bisher als Einkäufer Wein und Spirituosen bei Galeria Kaufhof gewirkt hat und seit Anfang 2020 als Assistent im CM von Karstadt Feinkost für Wein, Sekt Spirituosen und AfG tätig ist. -wer-

+++ Laurent-Perrier verstärkt sein Verkaufsteam: Das (nach eigenen Angaben) umsatzmäßig weltweit drittgrößte Champagnerhaus, Laurent-Perrier, erweitert sein Verkaufsteam in Deutschland. Laura Flörchinger betreut bei dem Unternehmen ab sofort die Region Süd und kümmert sich dabei um die Kundschaft in Bayern, Baden-Württemberg, im Saarland, in Rheinland-Pfalz und Südhessen. Dies meldet das Unternehmen. Flörchinger ist staatlich geprüfte Sommelière und seit über zehn Jahren in der gehobenen Hotellerie und Gastronomie zuhause. Nach einem Studium an der Hotelfachschule Heidelberg und Stationen in unterschiedlichen 4- und 5-Sterne Hotels konzentrierte sie sich ab 2012 auf die Weinberatung. Zuletzt war sie über fünf Jahre bei der Weinrefugium GmbH, Eppelheim, tätig und dort als Teamleiterin für den Vertrieb und die Gastronomie zuständig. Im Deutschlandteam von Laurent-Perrier werde sie eng mit Maxime Simon zusammenarbeiten, der sich von nun an als Verkaufsleiter auf den Norden und Westen mit den großen Metropolregionen Hamburg, Berlin und Köln/Düsseldorf konzentrieren soll, heißt es in der Pressemitteilung. Die Entscheidung zur Ausweitung der Verkaufsgebiete sei Ausdruck der Expansionsstrategie von Laurent-Perrier und der wachsenden internationalen Bedeutung des deutschen Marktes, erklärt die

Wiesbadener Deutschlandzentrale des 1812 gegründeten Traditionshauses aus Tours-sur-Marne (das als größtes im Familienbesitz befindliches Champagnerhaus gilt). „Die Ausweitung in Verkaufsregionen wird uns helfen, weiter zu wachsen und für die Herausforderungen im Markt noch besser aufgestellt zu sein“, erläutert Thomas Schreiner, Deutschlandchef von Laurent-Perrier. „Es werden weitere Verkaufsleiter in diesem Jahr folgen“, kündigt er an. -ja-

+++ Markgräfler Winzer suchen Vertriebsleiter: Die Markgräfler Winzer eG, Efringen-Kirchen, streckt gerade die Fühler nach einem neuen Vertriebsleiter aus. Der Grund: Seit Ende 2019 gehen das Unternehmen und dessen bisheriger Vertriebsleiter Helmut Grau getrennte Wege. Das hat Hagen H. Rüdlin, geschäftsführender Vorstand der Genossenschaft, gegenüber WEIN+MARKT bestätigt. Grau war von dem Unternehmen im Juni 2018 als Vertriebsleiter verpflichtet worden. Der 50-jährige IHK-geprüfte Betriebswirt hatte zuvor (seit 2012) für den Reisspezialisten Riso Gallo International als Area Manager Export gearbeitet und dabei die Sparten LEH und Großhandel in Deutschland und Österreich betreut. In der Weinbranche war er davor von 1999 bis 2009 in verschiedenen Funktionen für die kalifornische E. & J. Gallo Winery tätig gewesen (zuletzt als Country Manager für die Schweiz). -wer-

Weitere Meldungen und 27 aktuelle Stellenangebote unter www.wein-und-markt.de
+++ Weinland Baden steigert Umsatz
+++ Ingelheimer Winzerkeller bekommt Global Best of Wine Tourism Award
+++ Jupin neu bei Gérin-La Madrague