

Weinaffin & erlebnisorientiert



Bereits zum 16. Mal wurde der Wettbewerb „Deutschlands beste Getränkehändler“ ausgetragen, bei dem WEIN+MARKT die besten Weinabteilungen aus dem Lebensmitteleinzelhandel und dem Getränkehandel auszeichnet.



Der Titel „Deutschlands beste Weinabteilung im LEH“ ging diesmal (erneut) an Rewe Glück aus Rengsdorf. Vor Ort: Maria Akhavan (RUNDSCHAU), Michael Glück (Inhaber), Thomas Fleischer (Abteilungsleiter) und Bernhard Mittag (Warsteiner). Den Titel „Deutschlands beste Getränkeabteilung im LEH“ holte sich das weinaffine Unternehmen Edeka Stengel aus Fürth. Vor Ort: Lara und Roman Stengel, Nina Marie Weindl (Almdudler), Mirko Jeschke (RUNDSCHAU), Werner Engelhard (WEIN+MARKT). Bei den Getränkefachmärkten wurde das beste Gesamtpaket gekürt, wobei sich in der Kategorie Kleinfläche die ebenfalls im Weinbereich starke Getränkewelt Tadsen aus dem schleswig-holsteinischen Bredstedt gegenüber der Konkurrenz durchsetzte. Vor Ort: Karl-Peter Tadsen mit seinem Team und Dirk Reinsberg vom Bundesverband des Deutschen Getränkefachgroßhandels (Fotos im Uhrzeigersinn).

Den Branchenwettbewerb um den Titel „Deutschlands beste Getränkehändler“ veranstaltet die „Rundschau für den Lebensmittelhandel“ zusammen mit WEIN+MARKT, der Fachzeitschrift „Getränkefachgroßhandel“ und dem Bundesverband des Deutschen Getränkefachgroßhandels e.V. mit dem Ziel, die Arbeit von ambitionierten Handelsunternehmen zu würdigen, die ihren Kunden mehr bieten als aggressiv kalkulierte Preise. WEIN+MARKT zeichnet dabei die besten Weinabteilungen aus. Die Gewinner sind nach Meinung der Juroren Paradebeispiele für qualitäts- und wertschöpfungsorientierte Handelskonzepte. Genau solche Konzepte, die ihren Kunden Einkaufserlebnisse bieten und sich durch das Schaffen eines emotionalen Mehrwerts von discountierenden Geschäftsmodellen abheben, möchten die Initiatoren des Branchewettbewerbs fördern.

Aussichten auf einen der Titel haben aber nur Unternehmen, die eine ganze Latte von Testkriterien erfüllen: Gecheckt werden Aspekte wie Sortimentsbreite, -tiefe und -pflege, optische Attraktivität der Abteilung, Übersichtlichkeit und Sauberkeit des Ladens, Be-

ratungskompetenz und Freundlichkeit der Mitarbeiter sowie Ideenreichtum bei der Warenpräsentation. Punkten können die Bewerber darüber hinaus mit kundenfreundlichen Dienstleistungen, themen- oder saisonbezogenen Aktionen, hilfreichen warenkundlichen Informationen sowie sinnvollen Zweit- bzw. Verbundplatzierungen.

Die Gewinner des diesjährigen Wettbewerbs durften ihre Preise coronabedingt nicht (wie sonst üblich) im Rahmen der Jahrestagung des Bundesverbandes des Deutschen Getränkefachgroßhandels in Empfang nehmen, sondern mit gebührendem Abstand bei sich vor Ort. Die prämierten Märkte können das Logo „Deutschlands beste Getränkehändler 2021“ nun in ihren Werbemaßnahmen einsetzen – eine motivierende Anerkennung für die Arbeit der Titelträger und deren Mitarbeiter sowie eine ideale Möglichkeit, um die eigene Leistungsfähigkeit ins Rampenlicht zu rücken. Das belegen die Erfah-

rungen früherer Preisträger, die ihren Titelgewinn gezielt beworben und kommuniziert haben. Ihnen hat die Auszeichnung u. a. einen Imagegewinn, zusätzliche Kunden und einen Umsatzschub beschert. Mitmachen kann sich also durchaus lohnen! Das gilt auch für Sponsoren. Der Wettbewerb wurde diesmal unterstützt von Almdudler, Warsteiner und der Werbegemeinschaft Württemberger Weingärtnergenossenschaften.

JÖRG WINKLER, WERNER ENGELHARD

Weitere Titelträger 2021

Bester Getränkefachmarkt Großfläche
Hol ab!

Bremer Str. 52, 27283 Verden

Bestes Filialkonzept Getränkefachmarkt
Getränke Degenhart

Spitalhofstrasse 86, 94032 Passau

Deutschlands beste Weinabteilung im Lebensmittelhandel

Rewe Glück, Rengsdorf

Probier Dein Glück – passt!

Rewe Glück aus dem rheinland-pfälzischen Rengsdorf wurde von der Getränkepreisjury schon im Jahr 2014 für seine vorbildliche Weinabteilung ausgezeichnet. Mit dem erneuten Titelgewinn untermauerte das Unternehmen seinen Ruf als Top-Adresse in Sachen Wein- und Spirituosenkompetenz.

Wenn man den 1.450 qm großen Lebensmittelmarkt betritt, fällt einem schon von weitem die 180 qm große Weinabteilung ins Auge. Ganz groß steht dort auf einem von der Decke abgesetzten Hinweisschild: „Probier Dein Glück bei Michaels Weinwelt“. Zu probieren gibt es hier viel, und Marktinhaber Michael Glück macht seinem Namen alle Ehre, zumal er mit seinem Team die Weinabteilung seit 2014 stetig weiterentwickelt hat. Wein ist das Steckenpferd des kreativen Rewe-Händlers, und dessen Leidenschaft spiegelt sich in der Weinabteilung seines Marktes wider.

Zwei neue Features sind ein begehrter und LED-beleuchteter Spirituosenhumidor sowie ein Weindispenser, der mit acht (monatlich wechselnden) Aktionsweinen bestückt ist und die Kundschaft zum Probieren animieren soll. Das Tool dient auch der Kundenbindung. Denn um den Dispenser nutzen zu können, muss man Mitglied in „Glücks Weinclub“ sein. Via Newsletter werden die Clubmitglieder über Tastings rund um Wein und Spirituosen

informiert, die unter normalen Umständen regelmäßig stattfinden. Events, auf die Michael Glück während der Corona-Pandemie allerdings verzichten musste.

Ebenfalls neu ist das Leitsystem in der Weinabteilung. Oben sind, passend zu den jeweiligen Weinen im Regal, lange Deckenhänger angebracht, die mit Länderflaggen und den entsprechenden Landkarten der Weinbaugebiete versehen sind. So können die Kunden leicht erkennen, wo sich die einzelnen Herkünfte befinden.

Auch das Sortiment wurde optimiert. Über die Hälfte des Weinprogramms kommt aus Deutschland, wobei ein besonderer Fokus auf Weinen aus der näheren Umgebung (Mittelrhein und Ahr) liegt. Darüber hinaus setzen Michael Glück und sein Weinabteilungsleiter Thomas Fleischer seit längerem verstärkt auf Weine von VDP-Winzern (inklusive VDP.Große Lagen-Weine). Auch dafür gibt es einen Deckenhänger, der mit der VDP-Qualitätsweinpyramide versehen ist, was Kunden die Orientierung bei der Kaufentscheidung erleichtert. Neben einem regionalen und nationalen Sortiment bietet das Unternehmen zudem eine stimmige Auswahl an internationalen Weinen sowie an alkoholfreien und Bioweinen.

Bei Produkten, die sich gut drehen, stehen die Weinkartons im unteren Regalfach. Kunden werden so zum kartonweisen Kauf animiert. „Steckbriefe“ liefern dabei Detailinformationen zu den jeweiligen Weinen. Beim

Rewe Glück

Westerwaldstraße 95, 56579 Rengsdorf
Tel. +49 (0)26 34/92 66 10

www.rewe-glueck.de

Ansprechpartner Michael Glück (Inhaber) und Thomas Fleischer (Weinabteilung)

Gesamtumsatz Food (2020) über 10 Mio. Euro

Umsatzanteil Wein ca. 7,2 %

Verkaufsfläche insgesamt 1.450 qm

Verkaufsfläche Weinabteilung 180 qm

Weinsortiment ca. 1.400 Artikel (inkl. Sekt und Spirituosen)

Sortimentsschwerpunkte Weine aus der Region (50 %), national (20 %), international (30 %)

Zusatzartikel Weinaccessoires, Weine in Holzkisten, Raritätenweine und Spirituosen

restlichen Sortiment verraten schon die Regal-etiketten recht viel (Weinbeschreibung und Speiseempfehlung) über die Weine. Besonders empfehlenswerte Weine versieht Michael Glück mit der Kennzeichnung „Den trinkt der Chef“. Abteilungsleiter Thomas Fleischer rückt seine „Lieblingsweine“ ins Rampenlicht. Seinen Nachnamen setzt Michael Glück zudem geschickt ein, unter anderem, indem er eine eigene Sektmarke „Glück“ anbietet. Der einflussreiche Firmenchef entwickelt immer wieder neue Ideen, mit denen er seine Kunden aus dem Umkreis von Rengsdorf „abholen“ möchte. Originell ist auch die Idee, Weine aus alten Jahrgängen anzubieten. Glück kauft dazu Weine aus Kellerbeständen auf und verkauft sie seiner Kundschaft für Geburtstage oder sonstige Jubiläen.



Lange Deckenhänger mit Länderflaggen und Landkarten der entsprechenden Weinbaugebiete erleichtern die Orientierung.



Wer den Weindispenser nutzen will, muss vorher Mitglied in Glücks Weinclub werden. Via Newsletter werden die Clubmitglieder über Tastings rund um Wein und Spirituosen informiert, die (in normalen Zeiten) regelmäßig stattfinden.

Die 180 qm große Weinabteilung fällt schon von weitem ins Auge. Ganz groß steht dort von der Decke abgesetzt „Probier Dein Glück bei Michaels Weinwelt“.



Deutschlands bester Getränkefachmarkt (Kleinfläche)

Getränkewelt Tadsen

Großes Einkaufserlebnis auf kleinem Raum

Dass ein Getränkemarkt kein Flaschenlagerflair versprühen muss, sondern ein überaus angenehmes Einkaufserlebnis bieten kann, beweist die im Dezember 2019 erschaffene Getränkewelt Tadsen im schleswig-holsteinischen Bredstedt. Auf gerade mal 450 qm Verkaufsfläche erwartet die Kunden dort ein tolles architektonisches Konzept im modernen Industrieflair. Kombiniert mit Elementen wie einem Boden in Granitsteinoptik, einem Holzboden und spinnenförmigen Designerlampen sowie Industriependelleuchten ergibt sich eine außergewöhnliche Einkaufsatmosphäre.

Einen besonderen Fokus setzt die Inhabersfamilie Tadsen auf Weine und Spirituosen, die knapp die Hälfte der Verkaufsfläche einnehmen. Das 450 Positionen umfassende Weinangebot befindet sich dabei in Inselregalen, die sich über den kompletten Markt verteilen. Bei diesen Regalen gibt es zwei unterschiedliche Formate. Außen stehen (an festen Plätzen) Holzmetallregale mit einem übersichtlichen Leitsystem (inklusive Holztafeln, auf denen die Herkünfte aufgeführt sind). Darüber hinaus kommen mobile Holzregale zum Einsatz, auf denen zum Beispiel die Lieblingsweine oder die Eigenmarken der Tadsens großzügig Platz

eingespart bekommen. Die Regale sind so unterteilt, dass sich in Augenhöhe und im unteren Bereich Einzelflaschen befinden; von den Produkten mit hohen Drehzahlen werden unten ganze Sechserkartons offeriert, um den kartonweisen Verkauf zu fördern.

Ein besonderes Highlight der Weinabteilung ist eine Station, an der Kunden Wein selbst zapfen können. Für 3 Euro bekommen sie eine leere Bügelflasche zum Befüllen und für knapp 4 Euro einen Liter Wein (4 gängige Sorten sind im Angebot). Darüber hinaus ist ein komplettes Inselregal mit Weinbüchern und Accessoires bestückt.

Das Weinsortiment ist optimal ausgewählt und auf die Kundenbedürfnisse vor Ort abgestimmt. Besonders erfolgreich laufen die Produkte aus der Eigenmarkenlinie Austernfischer (ausgewählte Weine für den unkomplizierten Genuss) sowie der „PRK“ (ein selbst kreierter Riesling-Sekt, der für prickelnden Genuss steht).

Getränke wie Bier, Säfte, Wasser und Erfrischungsstränke sind in dem Fachmarkt entlang der Wände übersichtlich platziert. Außerdem hat die Getränkewelt als Besonderheit einen großen begehbaren Kühlraum zu bieten. Orientierungsprobleme gibt es keine, weil alle Getränke Kategorien leicht mit einem übersichtlichen und klaren Leitsystem zu finden sind.

Vorbildlich ist auch, dass die Tadsens der Umwelt zuliebe komplett auf Kunststoff-

Getränkewelt Tadsen

Husumerstraße 18, 25821 Bredstedt
Tel. +49 (0)46 71/4 04 78 06

www.getranke-tadsen.de

Ansprechpartner Karl-Peter Tadsen (GF)

Verkaufsfläche insgesamt 450 qm

Verkaufsfläche Weinabteilung 150 qm

Weinsortiment ca. 600 Artikel
[inkl. Sekt und Spirituosen]

Sortimentsschwerpunkte Weine aus der Region [0 %], national [60 %], international [40 %]

Zusatzartikel Weinaccessoires, Weinbücher, Feinkost, Schokolade und Lakritzspezialitäten

flaschen verzichten. Die erstklassige Beratung durch kompetente Weinfachberater sowie regelmäßige Aktionen wie Verkostungen und Verlosungen runden den Service des Marktes ab. Senior-Chef Karl-Peter („Kalle“) Tadsen hat sich mit seiner Getränkewelt einen Lebensraum erfüllt.

Da das Unternehmen als Getränkewelt etwa 1.350 B2B-Kunden beliefert, wird der Markt zudem gerne für Schulungszwecke von Gastronomen bzw. deren Mitarbeitern genutzt. Auch Wein- und Spirituosenkarten kreieren die Tadsens gerne gemeinsam mit ihren Gastronomiekunden.

Darüber hinaus berichtet das hauseigene Social-Media-Studio in regelmäßigen Posts über aktuelle Angebote und Trends und lockt Kunden in den Laden.



Die Getränkewelt Tadsen versprüht auf gerade mal 450 qm Wohlfühlatmosfera pur. Das Weinangebot verteilt sich über die komplette Verkaufsfläche.

Auf den fahrbaren Inselholzregalen sind die Eigenmarken und Lieblingsweine des Hauses besonders herausgestellt. Schnelldreher werden auch kartonweise angeboten.

An der „Zapfanlage“ kann man sich seinen Hauswein selbst abfüllen. Vier gängige Sorten stehen zur Auswahl.

Fotos: RUNDSCHAU / A. Griesch

Deutschlands beste Getränkeabteilung im LEH

E-Center Stengel, Fürth

Gigantisch und exquisit!

Der separate Getränkemarkt des E-Centers Stengel im fränkischen Fürth bietet auf 1.600 qm eine gigantische Auswahl an Getränken – mit zahlreichen regionalen Produkten, aber auch bekannten Marken und Spezialitäten aus aller Welt. Die absolute Sensation des Hauses: die Schatzkammer, ein separater Raum, in dem besonders hochwertige Spirituosen und Weine präsentiert werden – quasi als exquisiter Shop-in-Shop. Wirklich außergewöhnlich für einen Getränkemarkt! Die Schatzkammer befindet sich im Herzen des Marktes und verleiht ihm mit ihrem vergitterten Eingang und einem ausgefeilten Lichtkonzept einen ganz besonderen Touch. Die von kompetentem Fachpersonal betreute Wohlfühloase ist für Liebhaber hochwertiger Spirituosen und Weine ein wahres Paradies, das zum Stöbern, Verweilen und Schwelgen einlädt. In Sachen Sortimentstiefe wird dort einiges geboten, preislich erstreckt sich das Angebot bis zu Ultra-Premium-Produkten für 10.000 Euro. Dabei werden Prestige-Produkte wie Champagner, Bordeaux- und Barolo-Weine, aber auch edle Cognacs oder hochwertige Single-Malt Whiskys aufmerksamkeitsstark in edlen Vitrinen oder Holzkisten präsentiert.

Insgesamt umfasst das Portfolio des Getränkemarktes rund 1.700 Spirituosen, mehr als 2.000 Weine sowie 700 Schaumweine. Eine echte Ansage! Bierfans kommen ebenfalls auf ihre Kosten, unter anderem wegen der Vielzahl an Spezialbieren und einer extra langen Bockbierstraße. Wer gekühlte Getränke benötigt, findet in einer meterlangen Kühlwand im Vintage-Stil das passende Getränk – egal ob Hard Seltzer, Sekt oder Erfrischungsgetränke, die man sonst nur im Ausland bekommt.

Bei den Weinen richtet sich ein Fokus auf fränkische Erzeuger, in den Regalen lassen sich zudem bekannte Namen aus der VDP-Riege (aus fast allen Anbaugebieten) und Spezialitäten wie reifere Eisweine finden. Das internationale Programm kann sich ebenfalls sehen lassen und bietet einige Überraschungen, z. B. osteuropäische Weine wie einen Fetească Neagră, der nicht im Billigsegment, sondern jenseits der 10-Euro-Schwelle angesiedelt ist.

Kreidetafeln oberhalb der Weinregale sorgen für eine grobe Orientierung. Allerdings setzt das Unternehmen im Wein-, Schaumweine- und Spirituosenbereich auf kompetente, individuelle Beratung. Den Kunden steht in Nullkommanix ein sehr gut ausgebildeter Weinberater zur Seite, der sie durch das Angebot lotst. An der Theke in der Schatzkammer, die von drei edlen Lampen bestrahlt wird, besteht (in normalen Zeiten) die Möglichkeit,

einzelne Produkte vor dem Kauf zu verkosten. Ein kleiner Zigarrenhumidor rundet das Ambiente ab. Auch eine Kasse ist in der Schatzkammer vorhanden, damit man nicht an den normalen Getränkemarktkassen oder der Selbst-Scan-Kasse anstehen muss.

Das alles trägt dazu bei, dass der Getränkemarkt sehr viel kaufkräftige Kundschaft anlockt. Die Inhaberefamilie Stengel ist im Großraum Nürnberg bekannt für ihre gigantische Sortimentsauswahl in ihren Kulinarikwelten, die höchsten Ansprüchen genügt. Für die Kundengewinnung und -bindung ist Tochter Lara Stengel verantwortlich. Die ausgebildete Wein- und Käsesommelière veranstaltet zusammen mit ihren 7 Wein- und Spirituosenberatern mindestens drei Mal pro Woche Events wie Verkostungen, Seminare und Schulungen rund um Wein und Spirituosen sowie Food-Pairing-Kurse. Dafür haben die Stengels sogar einen eigenen Eventraum mit Barambiente geschaffen, der sich in einem abgeschlossenen Bereich im hinteren Teil des Marktes befindet.

Kulinarikwelten E-Center Stengel e.K.

Waldstraße 101a + 105, 90763 Fürth

Tel. +49 (0)9 11/7 23 01 77 16

www.ecenterstengel.de

Ansprechpartner Lara und Roman Stengel

Gesamtumsatz Food [2020] über 27 Mio. Euro

Umsatzanteil Getränke 24 %

Davon Umsatzanteil Wein, Sekt, Spirituosen 36,7 %

Verkaufsfläche insgesamt 1.600 qm [Getränkemarkt]

Verkaufsfläche Weinabteilung 272 qm

Weinsortiment ca. 4.600 Artikel

[inkl. Sekt und Spirituosen]

Sortimentschwerpunkte Weine aus der Region [20 %],

national [25 %], international [55 %]

Zusatzartikel Weinaccessoires, edle Spirituosen

Beworben werden die Events über den haus-eigenen Social-Media-Kanal und die Website des Unternehmens.

Während der Corona-Pandemie war das allerdings nur eingeschränkt machbar. Als Alternative zu Live-Veranstaltungen hat das Unternehmen deshalb eine Reihe von Online-Events angeboten und erfolgreich durchgeführt.

An der Theke können Kunden nicht nur bezahlen, sie dürfen dort auch den ein oder anderen Schluck probieren. Ein kleiner Zigarrenhumidor rundet das Ambiente ab.



Die Schatzkammer im Herzen des 1.600 qm großen Getränkemarktes ist ein wahres Einkaufsparadies. Dort gibt es Wein, Schaumwein und Spirituosen im Preisbereich von 10 bis 10.000 Euro zu kaufen.

Kreidetafeln sorgen in der Schatzkammer für eine grobe Orientierung. Das Unternehmen setzt aber in erster Linie auf fachkundige, persönliche Beratung.

