

Peter Riegel Weinimport

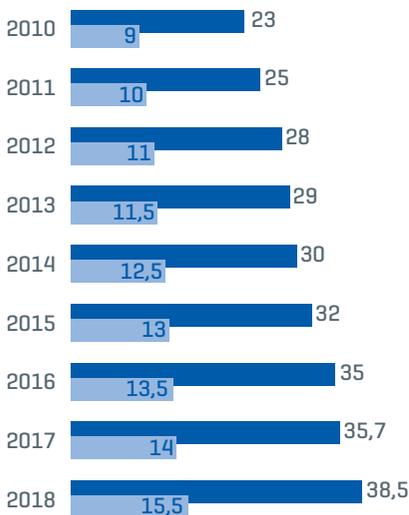
## Auf Wachstumskurs

Der in Orsingen am Bodensee ansässige Bioweinhändler Peter Riegel Weinimport hat 2018 erneut beim Umsatz, Absatz und bei der Zahl der Beschäftigten zugelegt. Dies hat das Unternehmen gegenüber WEIN+MARKT bestätigt. Der Umsatz stieg demnach im vergangenen Jahr um 7,8% auf 38,5 Mio. Euro (Vorjahr: 35,7 Mio. Euro). Der Absatz wuchs um 10,7% von 14 Mio. Flaschen auf 15,5 Mio. Flaschen und damit noch ein bisschen stärker als der Umsatz. All das stemmte der Biowein-Spezialist mit 82 Mitarbeitern (Vorjahr: 80). Zum Gewinn machte das Unternehmen keine Angaben. Im Geschäftsjahr 2017 konnte das Unternehmen mit einem Gewinn von 1,07 Mio. Euro aufwarten. Im Jahresabschluss 2017 wurde für 2018 aufgrund der Investitionen in Logistik und Büroerweiterungen (ab August 2018 bezogen) ein „entsprechend niedrigeres, aber positives Ergebnis“ erwartet.

Inzwischen hat der Biowein-Spezialist auch die vakante Position des Vertriebsleiters besetzt, und zwar mit Sebastian Beemelmans, der bereits seit acht Jahren das Exportgeschäft der Orsinger verantwortet. Offiziell wird er das 23-köpfige Team bei Riegel

### Jahr für Jahr zugelegt

Absatz- und Umsatzentwicklung



■ Umsatz in Mio. Euro  
■ Absatz in Mio. Flaschen

ab 1. März 2019 leiten. Aufgrund des Wachstums des Bioweinspezialisten und der damit verbundenen Vergrößerung der nationalen Vertriebsmannschaft wird zusätzlich zum Verkaufsleiter Nord (Henry Mühlbauer) noch ein Verkaufsleiter für den Süden Deutschlands gesucht. Beide Verkaufsleiter sollen an Beemelmans berichten. -ja-

weinFACH

## Erfolgreiche Premiere

Die Premiere hat unsere Erwartungen übertroffen.“ Dieses positive Fazit haben die Initiatoren der weinFACH gezogen, die am 18. Februar in der Klassikstadt in Frankfurt/Main über die Bühne ging. Initiatoren der neuen Messe sind fünf renommierte inhaber- und familiengeführte Importunter-



Die fünf Initiatoren der weinFACH waren mit der ersten Ausgabe der Fachmesse überaus zufrieden.

nehmen bzw. Fachagenturen, die dort einen Auszug (jeweils 50 Artikel) aus ihrem jeweiligen Sortiment präsentierten: Arda Weinimport (Troisdorf), Deuna (Augsburg), Stephan Pellegrini (Landau), Weinstrasse Adolph (Köln) und Zeter (Neustadt/Weinstraße). Als Gastaussteller zeigten bei der Erstausgabe der Veranstaltung Bibo Runge (Rheingau), Nik Weis St. Urbans-Hof (Mosel), Oliver Zeter (Pfalz) und das Sekthaus Raumland (Rheinhessen) persönliche Präsenz.

Die Macher der weinFACH wollten mit ihrem Gemeinschaftsauftritt Fachhändlern die Möglichkeit geben, an einem Nachmittag in wenigen Stunden (von 12 bis 18 Uhr) ein gebündeltes Angebot konzentriert und übersichtlich zu verkosten und dabei frühzeitig im Jahr aktuelle Trends zu erkennen. Die Rechnung ging auf. Bereits vor Beginn bildete sich am Eingang eine lange Warteschlange. Und ab der ersten Minute ging an den Verkostungstischen die Post ab. Die Inhaber der ausstellenden Unternehmen und deren Mitarbeiter hatten im wahrsten Sin-

ne des Wortes alle Hände voll zu tun. Mit einem derartigen Ansturm hatten selbst die Veranstalter nicht gerechnet. Nach deren Angaben hatten sich im Vorfeld über 530 Besucher angemeldet. Letztendlich seien über 350 Weinhändler aus dem gesamten Bundesgebiet angereist. Zusätzlich kamen noch etliche unangemeldete Besucher dazu. Einzelne Unternehmen waren sogar mit drei, vier Personen vor Ort. Die Initiatoren sahen sich denn auch in ihrer Idee bestätigt: „Ich denke, dass wir den Fachhändlern in einer interessanten, zentral gelegenen Location ein sehr gutes Forum geboten haben“, fand Björn Gerhard (Arda Weinimport, Troisdorf). Er konnte „neben vielen Stammkunden auch erfreulich viele potenzielle Neukunden begrüßen“. „Unsere Erwartungen wurden mehr als erfüllt“, lautete das zufriedene Resümee von Ralf Kastner (Deuna, Augsburg). Andreas Dünschede (Weinstrasse Adolph, Köln) freute sich über „sechs Stunden konzentrierte, effiziente Verkostungen und gute Gespräche“. „Die zahlreichen Besucher aus ganz Deutschland haben uns bestätigt, dass es Bedarf für dieses kompakte Messe-Format gibt“, bilanzierte Stephan Pellegrini (Pellegrini,



**weinFACH**  
Die Weinmesse für den Fachhandel

Landau). Und Christian Zeter (Zeter – Die Weinagentur, Neustadt/Weinstraße) pflichtete bei: „Offensichtlich haben wir den Bedarf des Weinhandels für eine solche Veranstaltung richtig eingeschätzt. Vieles spricht für eine Wiederholung der weinFACH.“

Wie, wann und wo es mit der weinFACH weitergeht, wollen die Gründerväter allerdings erst Ende Februar nach einer gemeinsamen Manöverkritik entscheiden. Dann dürften sie auch besser einschätzen können, ob sich der Aufwand gelohnt hat. Es wurde zwar intensiv verkostet, ob daraus aber auch Aufträge resultieren, muss sich erst zeigen. Bei der Premiere in Frankfurt stand nicht das Verkaufen, sondern das Probieren und Präsentieren im Vordergrund. Und zahlreiche Besucher (wie Lars Seyfrid, Interpartner/Norderstedt) wollten „einfach mal schauen, was das neue Veranstaltungsformat so zu bieten hat und wie es ankommt“.

An einem Nachmittag konnten die Fachbesucher von 12 bis 18 Uhr ein gebündeltes Angebot konzentriert verkosten und frühzeitig im Jahr aktuelle Trends erkennen.

Soviel steht fest: Bei den meisten Besuchern kam es sehr gut an. Manchen Teilnehmern war das Gedränge an den Tischen der Aussteller aber zu groß. Die Organisatoren überlegen deshalb, wie sie den Verkostungsbereich entzerren und lockerer gestalten können. Kritisiert wurde auch, dass die Küche in der Kantine der Klassikstadt offenbar mit dem Ansturm der Besucher überfordert war und es dort zu langen Wartezeiten kam (alle Besucher erhielten einen 10-Euro-Verzehrgutschein, der in der Kantine eingelöst werden konnte). Aber es ist vollkommen normal, dass bei einem Messedebut nicht alles glatt läuft. Und die Veranstalter stellen sich der Herausforderung des Fine-Tunings.

Im Raum steht auch die Option, die weinFACH für weitere Aussteller zu öffnen, eventuell sogar für Anbieter von Zusatzsortimenten oder Dienstleister. Platz für ein paar mehr Mitstreiter wäre in der Frankfurter Location noch. Mehrere potenzielle Interessenten – nicht nur aus dem Importeurs- und Distributeurslager, sondern auch von Produzentenseite – waren bereits vor Ort, um sich live einen Eindruck zu verschaffen. Darunter befanden sich etliche Unternehmen, denen die ProWein mittlerweile zu groß und zu international geworden ist und die an ihren Ständen in Düsseldorf eine sinkende Zahl an Fachhandelskunden registriert haben. „Manche Fachhändler fahren gar nicht mehr zur ProWein, nicht zuletzt wegen der hohen Hotelkosten. Und diejenigen, die kommen,

fokussieren sich häufig auf die Rahmenveranstaltungen und auf die Aussteller, die sie sonst das Jahr über nicht zu sehen kriegen“, war mehrfach zu hören. Mit steigender Internationalität habe auf der ProWein das Interesse an den deutschen Ausstellern abgenommen. Außerdem gebe es bei etlichen ausländischen Produzenten die Tendenz, mit eigenen repräsentativen Ständen im jeweiligen Corporate Design aufzutreten, um Einkäufer aus aller Welt zu empfangen – statt unter das Dach ihrer hiesigen Vertriebspartner zu schlüpfen. Deshalb suchen zahlreiche einheimische Unternehmen nach alternativen Möglichkeiten, mit denen sie ihr Zielpublikum effizienter erreichen können.

„Auf der ProWein sind die Importeure und Fachagenturen oft hinten runtergefallen“, räumte Reinhard Kroh (Die Weinrebe, Marburg) in Frankfurt ein. Er sieht die weinFACH als willkommene Entlastung zur ProWein. Mehrere anwesende Fachhändler fanden es gut, dass sie bei der weinFACH schon einen Teil ihres sonstigen ProWein-Pensums absolvieren konnten und sich in Düsseldorf nun anderen Themen widmen können. Die fünf Initiatoren der weinFACH selbst betonen, dass das neue Messeformat keine Konkurrenz, sondern eine Ergänzung zur ProWein sein soll, zumal sie in Frankfurt nur einen Auszug aus ihrem Sortiment präsentierten. Und so werden dieses Jahr alle Fünf auf der ProWein mit eigenen Ständen vertreten sein. -wer-



**Quantum X**  
Konzept × Strategie × Design

## „(R)Evolution im Wein!“

**Schnelle Erfolge sind mehr denn je gefragt.**

Quantum X auf der ProWein 2019: Martin Reiss geht der Frage nach, wann man eher mit kleinen Optimierungen oder mit progressiven Ideen langfristig mehr Wirkung erzielt ...

× **Willkommen zu den Vorträgen:**

„Competence Center“

Fachverlag Fraund × Halle 14 × Stand 71–85

Sonntag × 17.03.2019 × 15.30 – 16.15 Uhr

Montag × 18.03.2019 × 13.30 – 14.15 Uhr

Dienstag × 19.03.2019 × 11.30 – 12.15 Uhr

» SE «  
SCHNELLER  
ERFOLG