

Brille weg mit ReLExSmile

Auch bei starker Kurzsichtigkeit und trockenen Augen. Informieren!



Google-Anzeigen

ePaper Archiv Kaufhaus Abo Veranstaltungen

Mittwoch, 22.04.2015

Login

Registrieren

ANZEIGE Hier könnte I



Patens
Unterstütz
Not. Wer
Kinderhil



Prepai
Geh
k. M
rem

Handelsblatt >

Handelsblatt

Digitalpass

Finanzen

Unternehmen

Politik

Technik

Auto

Sport

Panorama

Social Media

Video

Service

JÜRGENS WEINLESE

„Authentische Weine sind gefragt“

Autor: Jürgen Röder
Datum: 19.04.2015 12:26 Uhr

Einfach nur Weine zu verkaufen, das reicht nicht mehr, sagt Rudolf Knickenberg von Schlumberger, einem der großen Importeure. Im Interview erklärt er, wie sich der Weinmarkt aus Sicht eines Großhändlers gewandelt hat.

Ölaktien-Analyse 2015

mi-anlagestrategien.de/oelaktie

Diese Ölkategorie steigt immer weiter. Gratis-Analyse hier herunterladen.

Ihr Opel Insignia wartet

3% bis 8% Festzins

#1 Helpdesk Software Google-Anzeigen



EXPER
Das Ever
Finanzbr
Frankfurt



Urlaub
Familien
- 3 UN ir
1 Ki ab 3



Rhodos:
Rhodos:
& Flug, -



FONIC
400 Freir
Netze, 20
mtl. 1. M

PANORAMA-NEWS

GEBURTEN IN DEUTSCHLAND 12:21 Uhr
Kein Babyboom nach dem WM-Sieg

HOTEL MAMA 08:29 Uhr
Mit über 30 noch Nesthocker

GERMANWINGS-UNGLÜCK 21.04.15
Abituraufgabe erinnert an Absturz-Drama

KRIMINALFALL RYBOLOWLEW 21.04.15
PREMIUM Schöne Kunst, schmutziges Geschäft

STUDIE DES AUSWÄRTIGEN AMTS 21.04.15
Im Ausland wird wieder mehr Deutsch gelernt

» Alle Schlagzeilen



Wahre Schätzchen

Der Wein-Großhandel hat seine ganz eigenen Interessen. (Foto: Getty Images)

Für Rudolf Knickenberg hat Wein etwas ganz besonderes. „Man kann Wein mit vielen Freunden trinken, und jeder hat eine andere Meinung“, sagt der Geschäftsführer eines der größten deutschen Wein-Importeure, der **Schlumberger** GmbH & Co. KG mit jährlich 55 Millionen Euro Umsatz. An dem deutschen Tochterunternehmen der österreichischen börsennotierten Schlumberger AG sind weiterhin der

VIDEOS BILDER



MINI-RAUBTIER IN TAMPA
Nebelparder-Nachwuchs begeistert Zoobesucher

Champagnerhersteller Roederer und das französische Weingut Schlumberger beteiligt. Das Interview entstand während eines Redaktionsbesuches.

Google-Anzeige

#1 Helpdesk Software

Freshdesk™ - völlig kostenlos für 3. Sehr leicht, setzen in 2 minutes!

freshdesk.de

Hallo Herr Knickenberg, wie schätzen Sie die Zukunft des Fachhandels ein?

Der hat eine große Zukunft.

Und warum haben Sie vor rund vier Jahren ihre drei einzigen stationären Weingeschäfte Fegers & Berts in Köln, Düsseldorf und Siegburg geschlossen?

Die Probleme unserer drei ehemaligen Geschäfte lagen im Mikroklima. Beispielsweise wurde an der Kölner Filiale am Heumarkt jahrelang ein Parkhaus gebaut. Unsere Kunden konnten dort nicht mehr parken. Und als das Parkhaus fertiggestellt war, gab es ein eingeschränktes Halteverbot. Dadurch hat der Dienstleistungsservice einer solchen Filiale nicht mehr funktioniert. Ein ähnliches Problem gab es mit unserer Geschäftsfiliale in Düsseldorf an der Immermannstraße.

ANZEIGE

UPGRADE GEFÄLLIG?

Smarte Schnäppchen in der Business Class

In der komfortablen Business Class Vorteile genießen und dafür nur den Preis der Economy Class zahlen? Ein Upgrade muss kein Zufall sein! Hier sind unsere TOP-3 der derzeit besten Business Class Schnäppchen. mehr...



Deutschlands beste Jungwinzerinnen und Jungwinzer



EXKLUSIVE LISTE ZUM DOWNLOAD

Deutschlands beste Jungwinzerinnen und Jungwinzer

PREMIUM Von der hessischen Bergstraße bis nach Saale-Unstrut: Erfahren Sie in unserer exklusiven Liste, wer die besten Jungwinzerinnen und Jungwinzer in Deutschland sind.

Konnten Sie nicht das Geschäftsmodell ändern?

Wir haben in diesen Filialen Weine aus dem Premiumsegment verkauft. Diese Kundschaft kauft mittlerweile mehr im Internet, da konnten wir damals nicht mit einem entsprechenden Onlineangebot mithalten. Wenn Sie beispielsweise einen Lafite Rothschild suchen, dann ist es Ihnen egal wo Sie ihn kaufen. Und die Preisunterschiede sind mittlerweile enorm. Die

Alternative wäre gewesen, preiswertere Weine anzubieten. Doch diese größere Menge, die man dann hätte verkaufen müssen, hätte die Parkplatzproblematik nur verschärft.

Gab es noch weitere Gründe?

Es gab Fluktuationen beim Personal und es gab keinen Inhaber im Geschäft vor Ort. Das ist schlecht für die Kundenbindung und hat einfach nicht funktioniert. Ein Fachhandelsgeschäft benötigt sehr guten Kontakt zu seinen Stammkunden, den Sie nur durch jahrelange Präsenz aufbauen und halten können. **Der Fachhandel kann heutzutage nur erfolgreich sein, wenn er entweder langjährige Mitarbeiter hat oder**



GLÜCK IM UNGLÜCK IN WASHINGTON DC

Überwachungsvideo: Mann stürzt ins Gleisbett



GEGEN POLIZEIGEWALT

Proteste in Baltimore dauern an

» Weitere Videos

ANZEIGE



GENUSS



JÜRGENS WEINLESE

Allein unter Flaschen

In der Kolumne des Handelsblatt-Online-Weinexperten Jürgen Röder lesen Sie alles rund um Wein - von Reiseberichten weltweit bis hin zur Weinkeller-App.

BUSINESS-LOUNGE



BUSINESS-LOUNGE

Die großen Auftritte der Entscheider

einen Inhaber, der das Geschäft selber führt, und wenn er das stationäre Geschäft mit einem Onlineverkauf verbindet. Unser Schwerpunkt liegt im B2B- und nicht im Endkundenbereich - auch wenn wir mit unserem Tochterunternehmen Bremer Weinkolleg einen Dienstleister in diesem Bereich haben.

DIE TEUERSTEN WEINE

Rang 10

Rang 9

Rang 8

Rang 7

Rang 6

Rang 5

Rang 4

Rang 3

Rang 2

Aber wenn Sie sich auf das Geschäft mit Unternehmen konzentrieren, wie schaffen Sie es dann, im Schatten der deutlich größeren Hawesko AG zu überleben, die mit ihrer Großhandelssparte 2013 einen Umsatz von rund 170 Millionen Euro erzielt hat?

Wir kommen damit sehr gut zurecht. Das B2B-Geschäft ist sehr groß und breitgefächert. Es gibt große Mitbewerber wie WeinWolf, eine Großhandelstochter der Hawesko

AG, die breitgefächert vom Top-Restaurant bis zum Discounter alles beliefern. Hier setzen wir andere Schwerpunkte.

Welche?

Unsere Schwerpunkte liegen in den klassischen Vertriebswegen Hotellerie, Gastronomie sowie Facheinzel- und Fachgroßhandel. War machen zwar auch Geschäfte mit dem Lebensmitteleinzelhandel, aber nur punktuell.

- Seite 1: „Authentische Weine sind gefragt“
- Seite 2: "Das Geschäft läuft in eine andere Richtung"
- Seite 3: "Der Beruf muss auch schöne Seiten haben"
- Seite 4: Verkauf von Spirituosen ist ein bedeutendes Standbein

Premieren, Feste, Symposien oder Jubiläumsfestivitäten - es gibt viele Anlässe, bei denen die Größen aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft im Mittelpunkt stehen. Verfolgen Sie die Auftritte in Bildern.

ANZEIGE



» Kommentieren (0) » Drucken » Teilen

© Sie wollen unsere Inhalte verwenden? Erwerben Sie hier die Rechte

VIDEOEMPFEHLUNGEN



EDELMETALL KNACKT PREISMARKE

Droht jetzt der Gold-Ausverkauf?



KLICK DER WOCHE

Scurrile Flugaufnahme: Affe holt Drohne vom Himmel



AUCH VERSUCH DREI MISSGLÜCKT

Landeversuch scheitert: SpaceX Rakete explodiert

MEHR LESESTOFF

**SOZIALE UNGLEICHHEIT**

„Aldi Mum“ erobert britischen Wahlkampf

**ÄNDERUNG DES GRUNDGESETZES**

Lammert will Karlsruher Richter zügeln

**KINDERSCHUTZBUND**

Spenderwelle nach Edathy-Absage

empfohlen von

KOMMENTARE zu " Jürgens Weinlese: „Authentische Weine sind gefragt“ » Alle Kommentare

Bitte melden Sie sich an, um kommentieren zu können:

Login| Registrieren

SERVICEANGEBOTEFinance Today
NewsletterHandelsblatt Energie
BriefingFinanzmarktForen:
Investment LiveHandelsblatt macht
SchuleJobangebote aus der
FinanzbrancheAktuelle
Produktneuheiten

ANZEIGE



ANZEIGE

ÜBERSICHT

Digitalpass
Finanzen
Unternehmen
Politik
Technik
Auto
Sport
Panorama
Social Media
Video
Service

SERVICE

Facebook
Twitter
Google+
E-Mail
Online-Archiv
Videokatalog
Netiquette
Sitemap
Nutzungshinweise
Datenschutzerklärung
Impressum

LINKS

Handelsblatt Global Edition
iqdigital.de
Mittelstandsportal
Videokatalog
Datenschutz-Berater
karriere.de
Der Betrieb
Nutzungsbasierte Onlinewerbung
bellevue-ferienhaus.de
koffer.de
DUB Unternehmensnachfolge
Handelsblatt Magazin
Digitale Unternehmens-Lösungen
Online-Archiv
vwd AG
WirtschaftsWoche
Absatzwirtschaft
OrganisationsEntwicklung
Creditreform
boatoon.com
Veranstaltungen
bellevue-kreuzfahrten.de

Handelsblatt

© 2015 Handelsblatt GmbH - ein Unternehmen der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH & Co. KG
Verlags-Services für Werbung: iqdigital.de (Mediadaten) | Verlags-Services für Content: Digitale Unternehmens-Lösungen
Realisierung und Hosting der Finanzmarktinformationen: vwd Vereinigte Wirtschaftsdienste GmbH
Verzögerung der Kursdaten: Deutsche Börse 15 Min., Nasdaq und NYSE 20 Min.
Keine Gewähr für die Richtigkeit der Angaben. Bitte beachten Sie auch: Nutzungsbasierte Onlinewerbung