

LINDENKELLER

die-weinwerkstatt.net

Mehr Umsatz durch ein optimiertes Weinsortiment

Der Wein- und Sektkonsum in Deutschland ist in den vergangenen zehn Jahren gestiegen. Mittlerweile wird mehr Wein als Bier getrunken. Profitieren auch Sie von diesem Trend und bieten Sie Ihren Gästen ein auf Ihren Betrieb optimiertes Weinsortiment an.



Fachhandel

Als Ihr Fachhändler mit einem Sortiment von ausgesuchten, österreichischen Weinen können wir Ihnen dabei helfen mehr Umsatz zu erzielen und zusätzliche Kunden zu gewinnen. Gerade in der Gastronomie ist es wichtig, ein ausgeglichenes und auf die individuellen Gegebenheiten abgestimmtes Angebot zu haben. Profitieren Sie von hervorragender Beratung, hochwertigen Weinen und anregenden Sekte zu günstigen Preisen!

Unsere Services

- ❖ persönliche Sortimentsberatung basierend auf Gastronomie- und Küchenprofil
- ❖ Weinempfehlungen zu Ihren Gerichten
- ❖ Datenblätter über die Weine mit Informationen zu den Winzern, technischen Infos (Säuregehalt, etc.) und ggf. unterhaltsamen Geschichten rund um den Wein
- ❖ online Lieferservice
- ❖ gekühlte Weine auf Abruf
- ❖ ausgelagerter Weinkeller
- ❖ Mitarbeiterausbildung
- ❖ Aber das Wichtigste ist und bleibt: **qualitativ hochwertiger Wein!**

Weinverkauf – die Strategie

- ❖ Es ist sehr wohl möglich, die Absatzmenge zu steigern! Dies erfordert von den Gastronomen und ihren Lieferanten eine enge und individuelle Zusammenarbeit. Entscheidend ist, dass der Gast ein stimmiges Gesamtkonzept vorfindet, in dem das Sortiment, die Qualität und Präsentation der Weine sowie die Preiswürdigkeit zum weiteren Konsum einlädt.
- ❖ Arbeiten Sie daher gut und eng mit einem oder auch zwei Weinhändlern zusammen. Je besser die Zusammenarbeit ist, desto eher ist dieser bereit Personal-Schulungen bei Ihnen zu machen, Ihnen bei der Auswahl des Sortiments zu helfen, sie intensiv zu beraten, Ihnen gewisse Weine exklusiv anzubieten und Ihnen gute Preise zu machen. All das hilft, Ihren Weinumsatz zu verbessern.
- ❖ Grundsätzlich lässt sich feststellen, dass die Restaurants mit einem klar definierten Konzept und einem qualitativ guten, ausgewogenen, aber nicht zu umfangreichen Weinangebot deutlich mehr Wein verkaufen als der übrige Teil.
- ❖ Man kann nur das gut verkaufen, was man kennt! Mindestens ein Mitarbeiter sollte sich im Thema Wein besser auskennen. Dieser kann immer dann helfend eingreifen, wenn ein Gast intensiver beraten werden möchte.

kleines Wein Know-How für die Gastronomie

- ❖ Ein erfolgreicher Gastronom muss nicht zwangsläufig ein großartiger Weinkenner sein. Er erkennt und respektiert jedoch die Wünsche und Anforderungen seiner Gäste.
- ❖ Ein gutes Weinsortiment muss nicht groß sein – es fängt bei zwei Weinen an
- ❖ Weine werden, anders als das oft behauptet wird, nicht automatisch besser, je älter sie werden. Die meisten Weine trinkt man am besten jung. Achten Sie beim Weineinkauf daher auf den Jahrgang. Im Basissegment sollten die Weine, vor allem die Weißweine, immer aus dem aktuellen Jahrgang stammen
- ❖ Beschränkt sich Ihr Angebot auf weniger als fünf Weine, ist es wichtig, mit den Weinen den allgemeinen Geschmack zu treffen
- ❖ Ideal dafür sind bei trockenen Weißweinen die Rebsorten Riesling, Grüner Veltliner, Grauburgunder, Silvaner oder Weißburgunder
- ❖ Bei Rotweinen sind Spätburgunder, Zweigelt oder Blaufränkisch besonders zu empfehlen

- ❖ Aber der wichtigste Einkaufstipp: Probieren Sie den Wein und bitten Sie Mitarbeiter oder Stammgäste ebenfalls um ihr Urteil
- ❖ Wer Wein trinkt, trinkt dazu meist auch Mineralwasser. Bieten Sie dies also immer mit an und steigern Sie so Ihren Umsatz in einer anderen Warengruppe gleich mit

Tipps

- ❖ Machen Sie regelmäßige Weinverkostungen für neue Weine (die auf die Karte sollen) mit Ihren Stammgästen. Das ist Kundenbindung vom Feinsten und Sie erhalten gleich eine ehrliche Meinung zu Ihrer Vorauswahl. Dadurch können Sie noch besser abschätzen, ob sich der Wein später gut verkaufen lässt
- ❖ Bieten Sie Ihren Gästen mit Aktionskarten wie „Wein der Woche“ Abwechslung
- ❖ Weinempfehlungen zu speziellen Gerichten kurbeln den Verkauf an
- ❖ Wenn Ihren Gästen der Wein geschmeckt hat, bieten Sie ihn doch zum Außer-Haus- Preis zum Kauf an und generieren so ein zusätzliches Geschäft
- ❖ Auch der Preis der Weine muss zum Konzept passen. In einer einfachen Gaststätte wird sich sicher ein Glas Wein für € 15,00 schwer verkaufen lassen. Bieten Sie günstigere und preisintensivere Weine an. Teure Weine (im Einkauf) mit 300% oder 400% standardmäßig zu kalkulieren ist out! Eine angepasste Kalkulation fördert den Weinverkauf exponentiell. Es wird mehr Wein getrunken, was zu mehr Umsatz und Gewinn führt. Sie verkaufen doch sicher lieber 20 Flaschen eines Weins, bei dem Sie je Flasche 20 Euro Deckungsbeitrag haben, als vielleicht nur 2 Flaschen mit einem Deckungsbeitrag von 50 Euro pro Flasche, oder?

