

## ++Pressemeldung++

[München, 18.12.2020]

### Startschuss für die 5. Generation bei Saffer Wein

Der Traditionsweinhändler Saffer Wein aus München stockt sein Marketing-Team auf und besetzt die neu geschaffene Stelle des Content-Marketing-Managers mit Tochter Greta Saffer. Somit hält die mittlerweile 5. Generation Einzug bei Saffer Wein, mit fast 100-jähriger Firmengeschichte.

„Eine deutlich stärkere Fokussierung auf Online-Aktivitäten und Social Media, um junge und neue Zielgruppen zu erreichen, hat uns in diesem Schritt bestärkt.“ So Andreas Saffer, Geschäftsführer der Saffer Wein GmbH. „Und erste Erfolge sind bereits nach sehr kurzer Zeit sichtbar.“

Greta Saffer, die seit einiger Zeit das Marketing schon fotografisch unterstützt und auch Ihre Masterarbeit über die Eigenmarke „Bertoldi“ bei Saffer Wein geschrieben hat, ist nun seit Ende November in der festen Position des Content-Marketing-Managers & Art Directors bei Saffer Wein tätig. Hier ist sie maßgeblich für die Social-Media-Seiten, wie Facebook, Instagram, YouTube und Pinterest verantwortlich, koordiniert aber auch die Bildredaktion und erstellt neuen Content im Foto- und Videobereich.

Sie hat ihren Bachelor „Kulturwissenschaften und ästhetische Praxis“ an der Universität in Hildesheim abgeschlossen und wird im kommenden Januar den Master „Culture Studies Management of the Arts and Culture“ an der Universität Católica Portuguesa in Lissabon, abschließen.

### Die Social-Media-Seiten von Saffer Wein auf einen Blick:

Facebook:

[@SafferWein](#)

[@SaffersWinzerwelt](#)

Pinterest: [saffers\\_winzerwelt](#)

Instagram: [saffers\\_winzerwelt](#)

Bilder in der Dropbox: [Link](#)



... weiter auf Seite 2

## Basis-Infos Saffer Wein

**Ansprechpartner Presse:** Andreas Saffer und Britta Silberkuhl

**Gründung:** 1924

**Mitarbeiter:** ca. 45 Festangestellte am Münchner Firmensitz plus freie Handelsagenturen in ganz Deutschland

**Lagerfläche:** ca. 4.000 qm am Stammsitz in München am Moosfeld, zzgl. größenvariables Außenlager

**Lagerkapazität:** über 1 Mio. Flaschen

**Verladungen pro Tag:** durchschnittlich über 100

**Artikelanzahl:** weit über 1.000 Weine mit dem Schwerpunkt Italien und Österreich. Darüber hinaus noch Deutschland, Spanien und Frankreich.

**Sortimentsschwerpunkte Italienweine:** Südtirol, Trentino, Veneto, Toskana, Apulien, Sizilien

**Absatz:** über 10 Mio. Flaschen p.a.

**Kundenzahl:** über 6.000 national

**Vertriebsschwerpunkte:** Gehobener Lebensmitteleinzelhandel, Fachhandel, Gastronomie

**Vinotheken:** In München führen wir zudem zwei Vinothek – Saffer's WinzerWelt –, die sich an Endverbraucher richten und den Online-Shop bedienen.

## WEINKOMPETENZ AUS LEIDENSCHAFT UND TRADITION

Die Faszination für Wein ist für uns seit vier Generationen Antrieb und Motivation, unser Wissen darüber zu vertiefen und an unsere Kunden weiterzugeben – von der Arbeit im Weinberg bis hin zur Freude der Verbraucher an einer guten Flasche.

Wein ist ein Naturprodukt und wird von Menschen für Menschen gemacht. Das macht ihn für uns so besonders und unterscheidet ihn von den meisten Konsumprodukten. Naturbedingte Einflussfaktoren und menschliches Geschick sind jedes Jahr aufs Neue Voraussetzung für einen guten Wein. Unsere wichtigste Aufgabe: Die gewissenhafte Selektion der Winzer und Weine für unser Sortiment.

Dabei lassen wir uns vor allem von Qualität, Preis und Persönlichkeit der Weine und ihrer Winzer überzeugen, anstatt auf große Appellationen und wohlklingende Namen zu achten. Durch permanente Präsenz in den Erzeugergebieten erkennen wir neue Qualitätstrends frühzeitig und reagieren schnell darauf. Unser Sortiment ist ein Zusammenspiel von kleinen, innovativen Winzern, international anerkannten Spitzenproduzenten und leistungsfähigen Großkellereien, die in der Lage sind, Wein von hoher Qualität auch in bedeutenden Mengen zu produzieren.

Immer wichtiger im Portfolio von Saffer: Die nur bei uns erhältlichen exklusiven Marken. Mit ihnen spielen wir unsere Kernkompetenz voll aus und wählen jedes Jahr aufs Neue die besten Weine bei den leistungsfähigsten Kellereien aus, ohne dass sich unsere Kunden auf wechselnde Etiketten einstellen müssen.