

SECHS FRAGEN AN

Andreas Saffer, Geschäftsführer Saffer Wein GmbH

Herr Saffer, 100 Jahre Firmengeschichte sind zweifellos ein Anlass, kurz innezuhalten und zurückzublicken. Aber lassen Sie uns nach vorne schauen! Wo sehen Sie Ihr Unternehmen in zehn Jahren?

ANDREAS SAFFER: Wir sind sowohl personell als auch was unser Sortiment angeht, sehr gut aufgestellt. Und ich bin zufrieden mit der derzeitigen Geschäftsentwicklung. Aber wenn Du denkst, es läuft und es läuft immer so weiter, wenn Du Dich zurücklehnest, kann es schnell vorbei sein. Man muss immer in Bewegung und relevant für den Markt bleiben, sonst wird man ganz schnell aussortiert.

Was bedeutet das mit Blick auf Ihr Sortiment und Ihre Vertriebsstruktur? Was wird sich da verändern?

Unser Absatzschwerpunkt liegt mit 70 bis 75% auf dem LEH inklusive Cash & Carry. Diesen Vertriebskanal beliefern wir bundesweit mit Weinen aus Italien und Österreich. Die Gastronomie und den



Fachhandel in Bayern beliefern wir darüber hinaus mit Weinen aus Deutschland, Frankreich, Spanien und Portugal – und zwar direkt mit eigenen LKW und eigenem Vertriebsteam. Hier in der Region haben wir allein fünf Sommeliers im Einsatz, die Gastronomen und Fachhändler betreuen. An dieser Aufteilung wird sich auf absehbare Zeit auch nichts ändern. Aber wir werden weiterhin ambitioniert daran arbeiten, unser Sortiment zu optimieren. Unsere Stärke liegt vor allem im mittleren Preissegment. Da wollen wir

besser sein als der Wettbewerb. Da wollen wir unseren Kunden das beste Preis-Genuss-Verhältnis bieten. Das gilt gerade auch für unseren Sortimentsschwerpunkt Italien.

Sie betreiben in München unter dem Namen Saffers Winzer-Welt ja auch zwei Weinläden. Planen Sie, weitere stationäre Fachhandelsgeschäfte zu eröffnen?
Nein.

Warum nicht?

Wir wollen unseren B2B-Kunden keine Konkurrenz machen. Außerdem steht der Weinfachhandel in massiver Konkurrenz zu offensiven Online-Anbietern und weinaffinen LEH-Akteuren. Etliche selbstständige Edeka- oder Rewe-Kaufleute haben tolle Weinabteilungen mit Fachhandelscharakter aufgebaut. Darüber hinaus ist das Fachhandelsgeschäft sehr personenbezogen und deshalb nicht beliebig multiplizierbar.

Seit einiger Zeit wirken sich die gesamtwirtschaftlichen, sozialen und [geo]politischen Rahmenbedingungen negativ auf das Weingeschäft aus. Der Absatz ist gesunken, die Zahl der Käuferhaushalte für Wein nimmt ab und die jüngere Generation trinkt weniger Wein als ihre Vorfahren. Wie reagieren Sie auf diese Entwicklungen?

Sicherlich sind die derzeitigen Rahmenbedingungen alles andere als rosig. Aber es hilft nichts, ständig darüber zu klagen und den Kopf in den Sand zu stecken. Das Weingeschäft war schon immer herausfordernd. Wir stellen uns jedenfalls den derzeitigen und künftigen Herausforderungen. Außerdem: Die jüngere Generation ist nicht unsere Hauptzielgruppe. Unsere Hauptzielgruppe sind

die Konsumenten aus den Altersgruppen Ü30 und Ü40. Und bei denen sehen wir noch nicht so viel Kaufzurückhaltung. Wir blicken deshalb zuversichtlich in die Zukunft.

Apropos Zukunft: Sie selbst sind in zehn Jahren 66 Jahre alt. Wer wird dann an der Spitze Ihres Unternehmens stehen? Vielleicht eine Ihrer drei Töchter?

Meine Tochter Greta arbeitet bereits in unserem Familienunternehmen mit. Aber wie's in zehn Jahren ausschaut? Keine Ahnung. Ich würde mich natürlich freuen, wenn eine meiner Töchter irgendwann die Firma übernehmen und weiterführen würde. Aber ich werde keines meiner Kinder dazu drängen. Es ist noch viel zu früh, sich darüber Gedanken zu machen. Mein Motto lautet: Man soll Entscheidungen treffen, wenn sie anstehen. Wir leben in einer dermaßen schnelllebigen Zeit mit vielen Einflussfaktoren, die wir selbst gar nicht beeinflussen können. Das Wichtigste wird sein, flexibel und dynamisch zu bleiben und sich schnell auf die sich verändernden Marktgegebenheiten und Kundenbedürfnisse einzustellen.

Die Fragen stellte Werner Engelhard.

Saffer Wein

Großes Event zum 100-Jährigen

100 Jahre – ein außergewöhnliches Jubiläum, das gefeiert werden sollte. Das dachte sich auch Saffer Wein. Das Münchner Familienunternehmen lud deshalb rund 400 Lieferanten, Repräsentanten aus Handel und Gastronomie, Journalisten sowie langjährige Wegbegleiter am 15. November ins Teatro-Spiegelzelt ein. Andreas Saffer, der das Unternehmen in vierter Generation seit 1996 führt, ließ 100 bewegte Jahre Familien- und Firmengeschichte Revue passieren. Den Grundstein legte seine Urgroßmutter Ludwina Bertoldi, die 1924 mit ihren Kindern und ihrem Hab und Gut von Südtirol nach München umsiedelte. Inzwischen hat sich Saffer Wein längst zu einem der marktrelevanten Weinimporteure und -distributoren Deutschlands entwickelt – vor allem in Sachen Italien und Österreich.

Davon konnten sich die Gäste der Jubiläumsgala und weitere Teilnehmer tags darauf auf der Hausmesse am Firmensitz von Saffer Wein in München-Trudering selbst überzeugen. Die Veranstalter zählten von 11 bis 18 Uhr rund 900 Besucher, die ausgiebig die Gelegenheit nutzten, die Still- und Schaumweine von 60 anwesenden Produzenten aus Italien, Österreich, Deutschland, Frankreich, Spanien und Portugal zu verkosten – und gegebenenfalls zu ordern.

Auf Produzentenseite repräsentierten Betriebe aus Italien etwa die Hälfte des Ausstellerfeldes. Neben den bewährten Lieferanten des Hauses konnten Interessenten auch einen Neuzugang kennenlernen: die Azienda Agricola Zorzettig di Annalisa Zorzettig aus dem Friaul. Das Familienweingut aus Cividale del Friuli bewirtschaftet nach Auskunft seines Exportmanagers Alan Gaddi 70 ha Rebfläche.

Auf der Hausmesse präsentierte Zorzettig drei Rebsortenweine (Chardonnay, Sauvignon Blanc, Ribolla Gialla; UVP: je 12,40 Euro) sowie den Optimum Brut Ribolla Gialla Spumante (16,40 Euro). Neue Gesichter waren ebenfalls am Start. So gab Valeriano Pintus seinen Einstand auf der Hausmesse. Er hat vor kurzem bei der sardischen Genossenschaft Cantine di Dolianova den Posten des Exportleiters übernommen. Pintus kommt aus der Käsebranche, in der er über 20 Jahre lang aktiv war.

-wer-

WEIN+MARKT 12|2024