



Mit Herz und Hand

Kompetenz und Leidenschaft sind die Schlüssel dafür, eine erfolgreiche Weinabteilung außerhalb der Weinregionen und in einer kleineren Stadt zu realisieren. Die Kunden nehmen es dankend an.

Oer-Erkenschwick. Da müssen weniger profunde Kenner der Geografie Westfalens erstmal auf die Karte schauen. Nicht weit entfernt liegen Castrop-Rauxel oder Wanne-Eickel, die früher eigenständige Stadt, wo gemäß einem Schlager der 60er-Jahre der Mond so schön scheint. Dass die Weinabteilung des Jahres in der Kategorie »Selbständiger Lebensmittel-einzelhandel« im nicht gerade für Weinkultur bekannten nördlichen Ruhrgebiet liegt, mag nur auf den ersten Blick überraschen.

Schon im Eingangsbereich, lange vor Erreichen der Weinabteilung, merkt man, dass hier ungewöhnliche Wege eingeschlagen werden. Neben den Türen zum Markt steht eine 24/7 geöffnete Milchtankstelle, dahinter erwartet die

Kunden zunächst die große Obst- und Gemüseabteilung mit vielen regionalen Produkten und einer In-House-Farming-Anlage für Salat. Auf dem Weg dahin werden alle Kunden freundlich von der markeigenen Floristin begrüßt.

Konzepte statt Regalreihen. Im Obst- und Gemüsebereich fällt dann erstmals das gut durchdachte Eigenmarken-Konzept von Zierles auf, die »Pott-Piraten«. Honig, Gewürze, Grill-Saucen und dazu passende Seccos werden unter diesem Label immer wieder im Laden angeboten, um unkompliziertes Einkaufen zu ermöglichen. Zum Winzer dahinter pflegt man eine intensive Verbindung, schließlich steuert er die Weine für die zweite Eigenmarke bei, der »Edition Z« – Z wie Zierles – und ist auch darüber hinaus gut im Sortiment vertreten.

Weinabteilung

Im E-Center Zierles gibt es ca. 1.000 Weine auf 250 m² (o. l.) rund um die Probiertheke, an der Weinfachberater Ismael Lenger anzutreffen ist (o.r.). Für Events kann auch das Restaurant genutzt werden (u.l.). Das Mobiliar setzt Akzente und schafft Orientierung (u.r.). Auch Freunde gehobener Weine werden im Markt fündig (m.).

Eine ebenso intensive Beziehung baut das Team um Marc Zierles zu seinen Kunden auf. Mithilfe zahlreicher Veranstaltungen bietet man den Kunden mehr als ein reines Einkaufserlebnis. Dafür soll auch der Restaurant-Bereich mit Kaminzimmer-Atmosphäre genutzt werden, in dem ansonsten z.B. Fisch aus eigener Räucherei oder vor Ort gekochte Mahlzeiten verputzt werden können. Neben Veranstaltungen sollen, sobald es die Corona-Situation zulässt, auch wieder Weinreisen angeboten werden.

Zwar sind Events für weininteressierte Verbraucher auch im LEH nichts Neues mehr, was den Markt in Oer-Erkenschwick aber von vielen anderen unterscheidet, ist sein permanentes Verkostungsangebot. Über die technischen Vorzüge des bei Zierles zum Einsatz kommenden WineFit-Systems haben

wir bereits berichtet (s. WW 4/2021). Insgesamt bietet das System die Möglichkeit, bis zu 60 Flaschen gleichzeitig bereitzuhalten, was dann doch noch einer separaten Würdigung bedarf. »Das Verkosten spielt uns in die Karten«, weiß Weinfachberater Ismael Lenger. Die Auswahl der Weine variiert regelmäßig. Zum Zeitpunkt unseres Besuchs gab es Weine aus Südtirol, welche ansonsten eher im Fachhandel zu Hause sind.

Dauerhaften Zugang zum Probiersystem haben übrigens Mitglieder des »Wein & Genuss-Clubs«, die auch mithilfe einer Karte die Schatzkammer-Schränke öffnen können, was sonst nur das Personal kann. Die Wein-Schatzkammern beinhalten neben hochwertigen Champagnern und Großen Gewächsen im Übrigen auch ganz große Namen. Wer beim Feierabend-Einkauf also etwas mehr Geld ausgeben möchte, ist bei Herrn Lenger gerne gesehen. Aber auch ganz normale Kunden, die auf die Schnelle zugreifen, werden nicht minder freundlich und kompetent bedient.

Ganz nah am Kunden. »Wir bewegen uns immer zwischen Erben Spätlese und Barolo«, fasst Marc Zierles sein Sortiment zusammen. Bei der Sortimentszusammenstellung verhalten die Weinreferenten um Michael Kugel Weinen kleinerer Winzer zu einem Regalplatz. Den Kunden nicht aus den Augen zu verlieren, ist bei all den Premium-Ansätzen eine der wichtigsten Zierles'schen Strategien. Zwar habe man sich vor 10 Jahren noch schwer getan, Weine für über 4,99 Euro zu verkaufen, inzwischen sei es jedoch kein Problem durch Beratung die 10-Euro-Grenze zu überschreiten. Nichtsdestotrotz wollen viele Kunden das, wovon man sich in der Welt des Premium-Weins gerne distanziert, nämlich günstige Weine, und dann auch noch liebliche.

»Wir wollen liebliche Weine aus der Schmuddel-Ecke holen«, schildert Zierles den Ansatz, zumal in seinem Markt 15–20 Prozent liebliche

Weine abgesetzt werden. Damit sich auch die Kunden am Regal schnell zurechtfinden, sind diese mit einem rosafarbenen Neckhanger ausgestattet. Zusätzlich arbeitet der umtriebige Kaufmann auch in diesem Bereich mit Eigenabfüllungen, von denen rund ein Drittel lieblich sind. Der klare Blick auf die Realität bedeutet für ihn auch, dass er bewusst auf einen Sommelier verzichtet und auf gewachsene hausinterne Strukturen vertraut. Zum Weinfachberater ist deshalb Ismael Lenger geworden, der seit 10 Jahren im Markt arbeitet, Strukturen und Kunden kennt, und zuvor in fast allen anderen Abteilungen tätig war.

Dabei hilft er Kunden in der Abteilung und an der Probiertheke mit fachkundiger Beratung weiter. Im Verkaufsgespräch versucht er vor allem auf emotionalen Ebenen anzusprechen. Neben dem Verkostungsangebot unterstützt dabei auch das Mobiliar, bei dem an kleinen versenkbaren Tischen immer wieder »ambulante« Probier-Stationen entstehen, die die Kunden schnell wieder finden. Sollte Lenger einmal nicht anzutreffen sein, ist für Vertretung gesorgt. Und wenn einmal ein bestimmter Wein nicht da sein sollte, so erklärt das Team gerne Alternativen oder bestellt kurzerhand das gewünschte Produkt.

Trendespür. Lenger sucht gerne nach Trends. Klar, dass alkoholfreie Weine immer öfter in die Regale und in die Einkaufswagen kommen. »Alkoholfrei ist ein guter Türöffner«, beurteilt Marc Zierles den zunehmenden Erfolg dieser Kategorie. Zwar schätzen die Kunden die Verkostungsmöglichkeit, aber immer wieder stehen Tageszeit oder das Auto auf dem Parkplatz der Probierfreude der Kunden im Weg. Sich in diesem Bereich dennoch Mühe zu geben, lohnt sich für den Kaufmann, der sich ständig weiterentwickeln möchte.

Ein weiteres Trend-Thema, dem man im Markt auf Schritt und Tritt begegnet, sind Bio-Produkte. Die An-

zahl der ökologisch erzeugten Artikel sei in den letzten Jahren regelrecht explodiert. Auch im Wein-Bereich ist die Entwicklung angekommen. »Wir stehen hinter der Bio-Bewegung«, kommentiert Marc Zierles.

Zudem freut sich das Team auf Kunden-Input. Entdecken diese einen Wein, so passiert es, dass wenig später der Produzent besucht wird und es nach den nötigen Sondierungen zur Listung kommt.

Authentisch. Neben der gut sortierten Weinabteilung, in der handbeschriebene Tafeln, farblich abgestimmte Neckhanger und Informationen per QR-Code den Kunden lotsen, überzeugen im Markt die für die Region so typische Offenheit und Ehrlichkeit. Alle geben ihr Bestes, um den Kunden auf Augenhöhe zu begegnen und verstellen sich dabei nicht. »Wenn du aus dem tiefsten Pott kommst, dann wächst du so auf«, beschreibt Ismael Lenger bei der Preisübergabe, warum die vielbesungene Authentizität sich wie ein roter Faden durch den Markt zieht.

Die sympathische und offene Art des gesamten Teams trägt viel dazu bei, dass die diesjährige Auszeichnung weder in eine Weingegend noch in eine Großstadt getragen wird, sondern eben nach Oer-Erkenschwick. Zeitgemäße Konzepte, viel Engagement und der Antrieb, die Kunden jeden Tag zu begeistern, haben sich dafür als wegweisend erwiesen. Die Auszeichnung der Weinabteilung des Jahres in der Kategorie »Selbständiger Lebensmitteleinzelhandel« hat sich das E-Center Zierles redlich verdient.

Kein Wunder also, dass, gedrückt in Daten und Zahlen (s. Kasten), der Markt viele Mitbewerber hinter sich lässt. Mit dem liebevoll zusammengestellten Sortiment, das in seiner Gesamtheit Genusswelten erzeugen möchte, ziehen Zierles und Team übrigens auch viele Kunden aus den umliegenden Städten an. Die Weinabteilung ist dabei das Herzstück dieses Ansatzes. SIMON WERNER



FAKTEN

E-Center Zierles

E-Center A. Zierles

Industriestr. 22
45739 Oer-Erkenschwick
Tel. 02368 6999710
info@edeka-zierles.de

Regionalgesellschaft:

Edeka Rhein-Ruhr

Marktleitung:

Anja Zierles

Prokurist: Marc Zierles

Weinfachberater:

Ismael Lenger

Gesamtfläche: 3.700 m²

davon Verkaufsfläche:

3.000 m²

Fläche Weinabteilung:

250 m²

Umsatz 2021 (geschätzt):

18,75 Mill. Euro, davon mit Wein 490.000 Euro

Sortiment:

ca. 30.000 Artikel, davon

ca. 1.000 Wein

Deutschland: 401

Italien: 248

Frankreich: 147

Spanien: 81

Restliches Europa: 50

Übersee: 66

Weinkategorien und Farben:

33% Rotwein, 6% Rosé,

39% Weißwein,

22% Schaum- und

Perlwein

Geschmacksrichtungen:

73% trocken, 12% halbtrocken,

15% lieblich

Kunderservice:

Weinseminare, -reisen, -club,

Präsenstservice, Kundenproben,

Bestellservice, permanente Verkostung,

Kleinzustellung