Veröffentlicht auf Presseportal Schweiz - Presse und Medienmitteilungen (https://www.presseportal-schweiz.ch)

11.08. 2022

Schuler verstärkt Marktoffensive

Von PPS

Omnichannel-Marketing setzt sich durch – B2B-Absatz steigt zweistellig - Näher zum Kunden mit 15 Vinotheken, Pop-up-Stores und neuen Weinbars

(Schwyz)(PPS) Auf eines ihrer anspruchsvollsten Geschäftsjahre (Abschluss per 30.06.) blickt die Schuler St. Jakobs Kellerei für 2021/22 in Seewen-Schwyz zurück. Das bedeutende Innerschweizer Weinhandelshaus mit Schwester-Weingütern im Wallis, der Toskana und in Armenien hat die starken Umsatz-Zuwächse der beiden Covid-Jahre im Kernsegment gehalten und ausgebaut. Im neu aufgesetzten B2B-Geschäft konnte nachhaltiges Wachstum erzielt werden. Auf grosse Nachfrage stiess das überarbeitete und auf über 700 Weine ausgebaute Sortiment in der Schweizer Gastronomie und im Fachhandel. «Auf diesen bisher dreijährigen Erneuerungsprozess sind wir stolz. Die tiefgreifenden strategischen, strukturellen und personellen Veränderungen haben uns sehr gefordert», sagt Nikolas von Haugwitz, CEO der Schuler St. Jakobs Kellerei. Die Konsequenz aus dem Veränderungsprozess ist ein umfassendes Omnichannel-Konzept: Bei diesem werden unsere Angebote massgeschneidert auf die Bedürfnisse unserer Kunden im Online-, Print- und Fachhandelsbereich intelligent ausgesteuert und angeboten.

Die vor drei Jahren begonnene Marktoffensive ist bei den langjährigen Kundinnen und Kunden des traditionellen Schwyzer Weinhandelshauses gut angekommen. Auch die geballte Offensivkraft in der Neukundengewinnung hat ihre Früchte getragen. Die Angebotsstärke der Schuler St. Jakobs Kellerei mit besten spanischen und italienischen Provenienzen wurde erweitert mit französischen und internationalen Weiss-, Rosé- und Rotweinen. Damit wurde den Marktbedürfnissen entsprochen, wo

vor allem Rosé- und Weissweine auf eine wachsende Nachfrage treffen. Beim Champagner-Angebot ist Schuler in kürzester Zeit zum führenden Schweizer Anbieter geworden. Die über 56 exklusive Klassen von Champagnern aus Frankreich stossen bei den Kundinnen und Kunden auf ein überwältigendes Interesse.

Die Innovationskraft der Schuler St. Jakobs Kellerei zeigt sich nicht nur in ihrem Weinangebot, das laufend optimiert und ausgebaut wird. Neu ist Schuler auch mit kreativen Vermarktungskonzepten wie der Auszeichnung «Wein des Jahres», der «Wine Times» oder des umfassenden «Weinkatalogs» (eine Art Wein-Bibel) in der Schweiz aufgetreten. «Wir wollen das ganze Jahr über mit attraktiven Neuerscheinungen bei unserer Kundschaft sein», sagt Henning Retzlaff, Marketingleiter der Schuler St. Jakobs Kellerei.

Von grosser Beliebtheit sind die 15 Schuler-Vinotheken und Pop-up-Stores, die in der ganzen Deutschen Schweiz zu finden sind. Das Einzigartige an den Schuler-Vinotheken ist, dass jeder dort zum Verkauf angebotene Wein auch degustiert werden kann. Wer bei Schuler online bestellt, kann die bestellten Weine in den Vinotheken degustieren und dort abholen bzw. ausliefern lassen. «Wer morgens bestellt, hat zur abendlichen Party am nächsten Tag unsere Weinkisten bei sich zuhause», bestätigt Retzlaff.

Ein Weinbar-Konzept wird weiter ausgebaut, das in Luzern bereits Begeisterung ausgelöst hat. Dort ist seit einigen Monaten «La Bonne Cave» in der Altstadt gleich neben der Kappelbrücke zu einer Attraktion geworden. Sie verfügt über eine eigene Küche. In einem edel-rustikalen alpinen Ambiente bietet dort ein hochmotiviertes Serviceteam ein knapp 200 Sorten umfassendes Sortiment von Weinen und Spirituosen an. Die Besonderheit dieses Weinbar-Konzeptes ist, dass alle Weine glasweise bestellt werden können, auch die teuren Raritäten. Das ist einzigartig in der Schweiz. Dieses neuartige Weinbar-Konzept will Schuler auch an weiteren Standorten in der Schweiz umsetzen.

In Zürich-West, einem Trendquartier der Limmatstadt, hat Schuler vor einem Jahr die Vinothek «Puls 5» eröffnet. In der coolen Atmosphäre der früheren Industriehalle soll daraus ein attraktiver erster «Landeplatz» für alle werden, die Tage und Nächte in Zürich verbringen. Das Service-Team unter Leitung von Tim Schüler freut sich auf die an- und abreisenden Gäste, die dort nach einer Degustation einen «last Drink» zu sich nehmen wollen.

«Mit unserem intelligenten Omnichannel-Konzept treiben wir die Weinhandels-Branche vor uns her», sagt Nikolas von Haugwitz, CEO der Schuler St. Jakobs Kellerei. Der Kunde wird bei Schuler über alle Kanäle hinweg betreut, beraten und bedient. Weil Nachhaltigkeit bei Schuler schon seit über 300 Jahren grossgeschrieben wird, liegt das Gewicht im Angebot auf guten Weinen, die zu vernünftigen Preisen auf den Schweizer Markt gebracht werden. «Unser Angebot an Spitzenweinen nimmt laufend zu. Neben internationalen Raritäten fokussieren wir uns auf erstklassige biodynamische Weine aus Italien, Frankreich und Spanien, die den Wünschen unserer Kundschaft entsprechen», bestätigt von Haugwitz.

Mit einem Wein-Qualitätslabor (Vinalytik) unter Leitung von Claudio Cancellara und einer eigenen Weinkellerei, die grosse Schätze enthält, spielt Schuler mit seinem Team aus Spezialisten seine Stärken als Produzent und Lieferant von Qualitätsweinen aus. Die Mischung aus Tradition und Innovation wird auch die hauseigene Dynamik im laufenden Jahr bestimmen.

Pressekontakt:

STÖHLKER AG
Raffael Tondeur, lic.phil.
Consultant
Zollikerstrasse 114
CH-8702 Zollikon-Zürich

Weitere Auskünfte:
Nikolas von Haugwitz
CEO Schuler St. Jakobs Kellerei
Tel.: 079 861 98 79
e-mail: nikolas.vonhaugwitz @ schuler.ch

Kategorie
Marktforschung & Werbung & Consulting

Source URL: *https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/schuler-verstaerkt-marktoffensive*