

Der Weinschmitt Von Mainz bis Mendoza

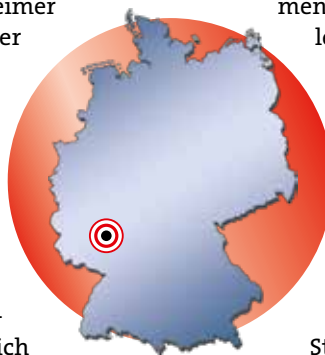
2019 erfüllte sich Hans Peter Schmitt mit einem eigenen stationären Weinhandel einen Lebens Traum. Im Mainzer Stadtteil Laubenheim setzt Der Weinschmitt auf Veranstaltungen und die Zugkraft der Great Wine Capitals.



Hans Peter Schmitt, Inhaber der Weinhandlung Der Weinschmitt

Wer sich im Mainz-Laubenheim befindet, wird zumeist einen guten Grund dafür haben. Einer ist die Drei-Lagen-Wanderung der Mainzer Winzer, die auch durch die Laubenheimer Weinberge führt. Ein weiterer liegt am Fuß dieser Weinberge: „Der Weinschmitt“. Der Weinschmitt, das ist Hans Peter Schmitt, der sich mit der Eröffnung seines Weinfachhandels 2019 nach eigenen Angaben einen Lebens Traum erfüllt hat. Nach vielen Jahren im Online-Weinhandel wollte er endlich auch stationär für seine Kunden da sein, sagt er. Sein Bezug zum Wein reicht weit zurück: Der gebürtige Pfälzer ist mit Wein aufgewachsen. Der Großvater war Landwirt mit eigenen Weingärten, dessen Trauben er bei einer Genossenschaft ablieferte, der Vater Verkaufsleiter in einem Weingut. Mit diesem baute er 2006 einen Online-Handel im Nebenerwerb auf.

Geschichtsträchtig ist auch das Gebäude: Bis 1971 war hier die Winzergenossenschaft von Laubenheim ansässig. Nach dem Aus der Kooperative wurde die Immobilie an einen Obstbauer verkauft, der in der damaligen Kelterhalle einen Hofladen betrieb. Heute trifft man hinter den großen Eingangstoren an der Verkaufstheke stets Hans Peter Schmitt. Denn sein Laden ist ein echter Ein-Mann-Betrieb: Vom Einkauf über Öffnungszeiten und Veranstaltungen bis Social Media und Lieferdienst in Mainz und Umgebung hat er alles selbst in der Hand.



Entsprechend persönlich wählt Schmitt sein Sortiment aus, die Weingüter fährt Schmitt selbst an, um die Weine abzuholen. „Ich habe grundsätzlich nur Weine im Sortiment, die ich auch selbst in den Keller legen würde“, sagt Schmitt. Schwerpunktmäßig sind das Weine aus Deutschland, die rund 60% des 600 Weine umfassenden Sortiments ausmachen. Vor allem Pfalz und Rheinhessen, aber auch die Ahr und die Mosel sind vertreten. Von A bis Z sind die Herkünfte im Regal an der Stirnseite des Geschäfts sortiert.

Anhand von Schildchen können sich die Kunden auch selbst orientieren. „Rot steht für die Great Wine Capitals“, erklärt Schmitt.



Schon die großen Eingangstore laden zum Erkunden ein.

Weine aus den Great Wine Capitals (GWC) seien nämlich ein Alleinstellungsmerkmal des Weinschmitts. Die GWC bilden ein internationales Marketing- und Tourismusnetzwerk aus Weinregionen, zu denen neben Barossa Valley in Australien, Cape Winelands in Südafrika, Casablanca Valley in Chile, Napa Valley in Kalifornien, Mendoza in Argentinien, Verona, Lausanne, Porto, Bilbao und Bordeaux eben auch Mainz gehört. „Ich fand das Thema schon immer spannend und als ich den Laden eröffnet habe, habe ich mal geguckt, wo man in Mainz eigentlich Wein aus den Great Wine Capitals kaufen kann“, erzählt Schmitt – das Angebot war eher zu vernachlässigen. Ein Potenzial also, das in Mainz – schließlich selbst Great Wine Capital – noch nicht gehoben war. Für die GWC-Jahrestagung in Mainz stellte er ein Verkostungspaket mit einem Signature-Wein aus jeder der Weinregionen zusammen. Die Idee hat er auch in seinem Weinladen umgesetzt:

Name	Der Weinschmitt
Gründungsjahr	2019
Kontakt	Oppenheimer Str. 1, 55130 Mainz info@derweinschmitt.de, www.derweinschmitt.de
Öffnungszeiten	Di bis Fr 14 bis 19 Uhr, Sa 10 bis 15 Uhr
Inhaber	Hans Peter Schmitt
Anzahl Mitarbeiter	–
Fläche [qm]:	140
Umsatz	k. A.
Anzahl der Weine	600
Ø-Verkaufspreis/Flasche	10 bis 12 €
Sortimentsschwerpunkte	Deutschland, Frankreich, Italien
Vertrieb	80% privat, 20% Gastronomie

Für Veranstaltung gibt es bei Der Weinschnitt auch Sitzplätze. Immer am zweiten Donnerstag des Monats findet hier ein Wein-Erlebnis-Treff statt.

Prominent platziert: Am Tisch für die Great Wine Capitals (links) und der Verkaufinsel für ausgewählte Weine (rechts) führt kein Weg vorbei.



Aus jeder Great Wine Capital kann man beim Weinschnitt mindestens einen Wein kaufen. Auf einem eigenen massiven Holztisch gegenüber der Verkaufstheke finden Kunden ein Stammangebot, das wechselnd ergänzt wird. Aktuell schmückt ein australischer Riesling den GWC-Tisch. „Das ist auch ein Vorteil der Great Wine Capitals, mal zu zeigen, wie die Australier Riesling machen“, lobt Schmitt. Zwischen dem GWC-Tisch und einem Klimaschrank für Raritäten sind Schaumweine in einem beleuchteten Regal in Szene gesetzt.

Insgesamt spüre auch Schmitt die allgemeine Kauf-Zurückhaltung. „Nachdem ich den Laden im September 2019 eröffnet habe, kam als erstes Corona. Und dann haben sie in Mainz erstmal alle Weinhandlungen zugemacht. Dann war Corona vorbei und es kamen die ganzen Krisen“, sagt er. Als Reaktion auf die Konsumlage habe Schmitt sein Sortiment angepasst und um Weine erweitert, die er seinen Kunden für 7 oder 8 Euro anbieten kann. „Es ist mein Antrieb, Weine anzubieten, die nicht überall stehen – und die nicht nur gut sind, sondern auch günstig. Das wird auch honoriert“, erklärt er.

Ein weiteres Instrument seien seine Veranstaltungen, die laut Schmitt für seinen Laden am Stadtrand besonders wichtig sind. Um die Kundschaft aus dem Stadtkern heraus zu locken, setzt Schmitt auf Partnerschaften, zum Beispiel für weinbegleitete Stadtführungen wie den Mainzer Keller-Touren oder den Great-Wine-Capital-Walk. Regelmäßig kommen Gäste der Stadtführungen später auch in den Laden. Mit einer Yoga-Lehrerin aus Laubenheim lädt Schmitt zweimal im Jahr zum Wein-Yoga ein. „Da fangen wir vor

dem Yoga mit alkoholfreiem Sekt an. Und dann kommen Teilnehmerinnen zwei Tage später und kaufen mir hier alles weg, was ich davon habe“, berichtet er. Alkoholfreie Schäume hat Schmitt auch im Gepäck, wenn er Sektempfänge für Hochzeiten ausrichtet – als Komplettpaket mit gekühlter Ware und Gläsern. „Was auch super ist, ist die Weinprobe zu Hause“, ergänzt Schmitt. Dieses Angebot sei daran angelehnt, wie man früher Wein verkauft hat, im Direktvertrieb. „Man ist bei Leuten zuhause, die laden ihre Freunde ein und dann wird Wein probiert“, so Schmitt.

In größerer Runde findet am zweiten Donnerstag im Monat im Weinschnitt ein Wein-Erlebnis-Treff statt, bei dem es für eine Teilnahmegebühr von 30 Euro sechs Weine aus dem aktuellen Sortiment und etwas zu Essen gibt. Für die Treffs, die meist einem Thema wie Sommerweine oder Cuvées folgen, finden sich für gewöhnlich rund 20 Personen im Laden oder bei schönem Wetter im Hof ein.

Die Werbung dafür gestaltet Schmitt selbst, ob über Social Media oder den wöchentlichen Newsletter mit über 1.000 Abonnenten. Darin stellt Schmitt nicht nur das aktuelle Weinangebot und Veranstaltungen vor, sondern teilt auch Weinwissen und Geschichten. Hier lasse er gerne eigene Erfahrungen mit einfließen. „Mir ist wichtig, dass ich die Winzer persönlich kenne. Ich will eine Geschichte zum Wein erzählen können und das geht besser, wenn man die Winzer sympathisch findet“, sagt Schmitt. Und Weinmenschen „sind ja von Grund auf erstmal sympathische Menschen“.

OLE KOHLS

FRISCH,
FRÖHLICH,
SÜFFIG!

Kiefers erste Ernte
FEDERWEISSER
EICHSTETTEN AM KAISERSTUHL



Hinreißender Hochgenuss auf dem balben Weg zum fertigen Wein. Egoistisch alleine oder für Gäste und gute Laune. Kühl genießen. Harmonische Herbstklassiker: Federweisser, Zwiebelkuchen oder Quiche.

KIEFER¹⁸⁵¹
by m & h schmidt

Friedrich Kiefer KG Privatkellerei & Weingut
Bötzinger Straße 13 · D-79356 Eichstetten am Kaiserstuhl
Telefon + 49 (0) 76 63 / 10 63 · Telefax 39 27
info@weingutkiefer.de · www.weingutkiefer.de