



PRESSEINFORMATION

Nierstein, 25. März 2013

Frag' Henry!® verleiht der strategischen Warengruppe „Wein“ Rückenwind

Der digitale Sommelier steigert Weinumsätze und Kundenzahl überproportional

Laut einer aktuellen Studie der GfK geben die Deutschen gerne mehr Geld für Wein aus – dafür muss es aber der richtige Tropfen sein. Um die strategisch wichtige Warengruppe Wein im Lebensmittelhandel lukrativ zu positionieren, sind zwei Faktoren essenziell: ein auf die lokalen Kundenbedürfnisse ausgerichtetes Portfolio sowie eine kompetente Fachberatung. Dazu muss zum einen klar sein, wonach die Kunden suchen. Zum anderen stellt die ständige Verfügbarkeit von gut ausgebildetem Fachpersonal und insbesondere dessen Finanzierbarkeit den Handel vor erhebliche Herausforderungen. Die Antwort darauf ist Frag' Henry!®, der erste digitale Sommelier.

Direkt am PoS spricht der sympathische Weinberater seine unabhängigen und wissenschaftlich fundierten Weinempfehlungen zu bestimmten Essen und Anlässen aus. Seit Juni 2012 unterstützen 24 Henry-Terminals das Personal in Märkten der REWE Gruppe. Das macht sich bezahlt: Über den kompletten Projektzeitraum konnten mehr und höherpreisige Weine verkauft werden. Im Januar dieses Jahres verzeichneten die Weinabteilungen eine Umsatzsteigerung von 18 % gegenüber dem Vorjahr, wie Maike Sanktjohanser, Geschäftsführerin der PETZ REWE GmbH, bestätigt.

„Seit der Einführung von Henry sehen wir zudem, dass die Anzahl der Weinkunden überproportional zu den Gesamtkunden steigt“, sagt Tjorven Jorzik, Geschäftsführer der Frag' Henry! GmbH. „Dies unterstreicht die Ergebnisse der KPMG-Studie, dass sowohl die Beratung als auch das Portfolio in der Weinabteilung von strategischer Bedeutung im Wettstreit um lukrative Kunden sind.“ Die Konsequenz: Die werthaltigen Weinkunden erledigen auch ihren restlichen Einkauf dort. Sie schöpfen das Cross-Selling Potenzial in hohem Maß aus, weil sie beispielsweise Rinderfilet an Stelle von Schweineschnitzel einkaufen. So erzielen sie durchschnittlich die doppelte Höhe des Einkaufsbons eines Nicht-Weinkunden. „Genau diese Kunden möchte jeder Einzelhändler in seinem Markt haben“, so Jorzik.

Henry hilft darüber hinaus auch dem Händler, sein Portfolio und seine Werbemaßnahmen optimal auf die Kundenbedürfnisse abzustimmen. „Wir haben festgestellt, dass die Verbrauchergewohnheiten trotz der lokalen Nähe der einzelnen Marktstandorte sehr stark variieren“, so Dr. Hanns-Christian von Stockhausen, ebenfalls Geschäftsführer der Frag' Henry! GmbH. Mit Hilfe von Henrys Nutzwertauswertungen auf PoS-Ebene können das Portfolio und



PRESSEINFORMATION

die Promotion kontinuierlich an die Bedürfnisse der lokalen Verbrauchergewohnheiten angepasst werden.

Die Verbraucher bestätigen in Kundenbefragungen die hohe Empfehlungsqualität von Henry und schätzen seine leichte, intuitive Bedienung. „Wein soll schmecken und Spaß machen, dann kommen die zufriedenen Kunden wieder. Für dieses Jahr ist eine nationale Abdeckung mit weiteren Partnern vorgesehen“, so Tjorven Jorzik.

2.819 Zeichen (ca. 44 Zeilen à 65 Zeichen)

Hinter „Frag' Henry!®“ steht die Frag' Henry! GmbH mit Sitz in Nierstein in der Nähe von Mainz. Der digitale Sommelier wurde in Zusammenarbeit mit Dozenten der Deutschen Wein- und Sommelierschule in Koblenz (DWS) unter maßgeblicher Beteiligung von Martin Darting entstanden. Um unabhängige und transparente Empfehlungen aussprechen zu können, werden die Weine von einem der renommiertesten Prüfinstitute für Lebensmittel in Europa analysiert und bewertet. Aus diesen Expertisen und einem Food- bzw. Anlassprofil generiert Henry stets eine Top-Empfehlung sowie drei weitere Alternativen, die sich in Preis, Rebsorte und Herkunftsland unterscheiden. Je nach Sortimentsgröße variieren diese bei jeder neuen Anfrage. Der digitale Sommelier ist seit Juli 2012 erfolgreich am Markt. Er wurde mit dem Innovationspreis „Pioniergeist“ des Wirtschaftsministeriums Rheinland-Pfalz ausgezeichnet und für den „Großen Preis des Mittelstandes 2013“ nominiert.