

---

## Die Weinwelt in Zeiten der Corona-Krise

Veröffentlicht am: 07.05.2020, 15:15

Pressemitteilung von: **BELViNi.de GmbH // Mareike Brauer**

Der Konsum von Wein und Spirituosen hat in der Corona-Krise zugenommen, das berichten sowohl GfK-Konsumforscher als auch verschiedene Medien. Auch BELViNi.DE erlebt seit Januar 2020 einen generellen Absatz- und Umsatzzuwachs im B2C-Bereich, der jedoch nicht ausschließlich in der aktuellen Situation begründet liegt. Diesen Aufwind nutzt BELViNi um Winzer und Weingüter zu unterstützen.

Im Vergleich zum Vorjahr erlebt BELViNi.DE ein immenses Wachstum - teilweise sogar im 3-stelligen Bereich. Womit ist diese Entwicklung zu begründen? Natürlich sind die Maßnahmen gegen das Coronavirus ein entscheidender Faktor. Die Menschen sitzen daheim, haben mehr Zeit und können ihren Wein nicht mehr in Bars und Restaurants genießen. Da bietet es sich an, den Wein online zu kaufen und ihn auf der eigenen Couch zu genießen.

Allerdings ist das Wachstum bei BELViNi nicht allein mit der Krise zu begründen. Der Online-Weinhandel hat vermehrt in Marketing investiert, schnell auf die Krise reagiert und ist verschiedene Kooperation eingegangen. "Wir haben die Situation der Menschen schnell verstanden und darauf reagiert. Mit Geschichten aus dem Home Office, Rezepten, Online-Winetastings und Cocktail-Videos haben wir unsere Kunden aus ihrem Alltag abgeholt, sie unterstützt, auf andere Gedanken gebracht und unterhalten.?", berichtet Head of Marketing Firat Palavar.

Durch gruppeninterne Kooperationen mit Getränke Hoffmann und Durstexpress hat BELViNi zudem einen weiteren Kanal, um mit diesen beiden starken Partnern Weinkonsumenten in weiten Teilen Deutschlands zu erreichen. "Einen generellen oder durch die Krise gar verstärkten Trend hin zu heimischen, deutschen Weinen können wir nicht bestätigen. Wir haben seit jeher ein starkes Deutschwein-Portfolio, das wir durch hochwertige Produkte aus einer Vielzahl weiterer Länder ergänzen. Genau diese Kombination beweist sich auch jetzt als hochrelevant für unsere Kunden.?", berichtet Geschäftsführer Rüdiger Kühnle.

Selbstverständlich sind die Entwicklungen für das Unternehmen erfreulich. Dennoch herrscht im gesamten Belvini Team das Bewusstsein, dass es vielen anderen nicht so gut ergeht. "Gerade unsere italienischen Winzer und Partner stehen vor immensen Herausforderungen aufgrund der aktuellen Situation. Viele der Weingüter haben bis zu 60% Inlandsabsatz, der bei geschlossenen Restaurants und Geschäften natürlich nicht existent ist. Das bedeutet immense Einbußen und die Weinberge machen keine Pause. Die Arbeit für die nächste Ernte ruht nicht. Wie jedes Jahr müssen Investitionen getätigt werden, welche meist aus dem Cash-flow bezahlt werden. Das macht es doppelt schwer, Investitionen auf der einen Seite und keine bzw. stark eingebrochene Einnahmen auf der anderen Seite?", erzählt Rüdiger Kühnle. Darum hat sich BELViNi entschieden, mit der deutschlandweiten #Sonoitaliano Kampagne Winzer und italienische Unternehmen zu unterstützen. Dabei arbeitet der Online-Shop eng mit der Italienischen Kammer für Deutschland zusammen. Die Weine wurden den Winzern in deutlich erhöhter Menge abgenommen. Dabei geht der erzielte Gewinn an die Winzer. Zusätzlich nutzt BELViNi seine Reichweite und gibt den Winzern eine Stimme. In dem folgenden Video berichten die Winzer über ihre Lage und wie ihnen geholfen wird: <https://www.youtube.com/watch?v=EKb5m2Zt93w>

Doch dabei bleibt es nicht, weitere Maßnahmen zur Unterstützung der Winzer sind geplant und bereits in Arbeit.

Dabei steht BELViNi selbst vor besonderen Herausforderungen. Insbesondere in die Logistik musste das Unternehmen investieren. BELViNi.DE unternimmt große Anstrengungen, damit die B2C-Kunden auch weiterhin den von dem Weinhändler gewohnten Service genießen können und gleichzeitig die Mitarbeiter mit notwendigen Sicherheits- und Hygienemaßnahmen bestmöglich geschützt werden.

Im B2B-Segment steht die Konzerntochter ViNOCOMMERCE vor einer Vielzahl an Herausforderungen in den Vertriebskanälen HoReCa, Streckengeschäft und Getränkefachhandel. Auch hier wurden bereits frühzeitig Maßnahmen identifiziert, geplant und umgesetzt, um der gegenwärtigen Marktsituation gerecht zu werden und die Marktbedürfnisse bestmöglich abzudecken. So konnten durch die schnelle und variable Einbindung von neuen Medien, Video-Chats und insbesondere Online-Weinverkostungen auch im B2B Geschäft Kundenkontakte gehalten oder gar neu aktiviert werden.

Insgesamt blickt das Unternehmen stolz auf die Bewältigung der neu entstandenen Herausforderungen. Dabei ist es BELViNis Herzensangelegenheit, in diesen Zeiten seine Partner und im speziellen seine Freunde in Italien zu unterstützen und zu fördern.

---

## Pressekontakt

Frau Mareike Brauer  
PR und Social Media Manager

**BELViNi.de GmbH**  
Franklinstrasse 28/29  
10587 Berlin, Deutschland

Telefon: 015222774939  
E-Mail: [mareike.brauer@belvini.de](mailto:mareike.brauer@belvini.de)  
Website: <https://www.belvini.de>

### Firmenportrait

BELViNi.DE ist eine der führenden eCommerce-Plattformen für Premium Wein in Deutschland und bereits seit über 13 Jahren online. Durch langjährige Handelsbeziehungen zu Weingütern weltweit hat BELViNi ein einzigartiges Portfolio erstklassiger Weine aufgebaut. Seit dem Jahr 2018 ist BELViNi Teil der Oetker-Gruppe, welche als strategischer Partner die weitere Expansion von BELViNi ermöglicht.

#### Wichtiger Hinweis:

Für diese Pressemitteilung sowie das Bild- und Tonmaterial ist allein der jeweils angegebene Herausgeber verantwortlich. In der Regel ist dieser der Urheber der Presstexte sowie der angehängten Bild und Informationsmaterialien. Das TRENDKRAFT-Presseportal ist für den Inhalt dieser Pressemitteilung nicht verantwortlich und übernimmt keine Haftung für die Korrektheit oder Vollständigkeit der dargestellten Meldung. Die Nutzung von hier archivierten Informationen zur Eigeninformation und redaktionellen Weiterverarbeitung ist in der Regel kostenfrei. Vor der Weiterverwendung sollten Sie allerdings urheberrechtliche Fragen mit dem angegebenen Herausgeber klären. Eine systematische Speicherung dieser Daten sowie die Verwendung auch von Teilen dieses Datenbankwerks sind nur mit schriftlicher Einwilligung durch das TRENDKRAFT-Presseportal gestattet.

Des Weiteren beachten Sie bitte unseren Haftungsausschluss unter: <https://trendkraft.io/haftungsausschluss>