

## WEINWIRTSCHAFT

Ausgabe 3 / 14

### Idee und Chance

Guido Walter ist eine der umtriebigen Figuren der deutschen Weinbranche. Kern seiner Aktivitäten ist die Weinhandlung Walter & Sohn in München

...

Guido Walter zählt zu den Personen, die ständig in Bewegung sind. Sein wohl bekanntestes Projekt ist „Fritz Müller“, der mit Jürgen Hofmann kreierte Kult-Perlwein, von dem jährlich 150.000 Flaschen produziert werden.

...

*Clemens Gerke*

UNTERNEHMEN & KÖPFE | Walter & Sohn Weinhandlungen



Guido Walter (l.) und Andreas Thoma sind gut aufeinander abgestimmt

### Idee und Chance

Guido Walter ist eine der umtriebigen Figuren der deutschen Weinbranche. Kern seiner Aktivitäten ist die Weinhandlung Walter & Sohn in München.

**B**ereits bei der Gründung 2003 war klar, dass der Fokus der Walter & Sohn Weinhandlungen auf der Gastronomie liegen würde. Die Erfahrungen, die Guido Walter in Gastronomie- und Weinhandel bei dem gemuldet hatte, waren das eine – sein Geschäftswissen, der nach Chateaux spürt, das andere. «Jeder will in die Gastronomie verkaufen, aber keiner ist bereit, die Arbeit zu machen», erklärt Walter. Für viele Händler gelten Gastronomie als schwierigere Karten, doch Walter schaut sie anders: «Es ist ein sehr interessantes aber auch sehr spannendes Geschäft. Auch kein Angebot gibt es meine Wege und nutzen junge deutsche Winzer wie Stefan Winerer, Jürgen Hofmann, Caroline Wil-

hems und Scherwin Schäfer im Programm die schiere für Pionier sagen, «Ich hatte das Gefühl, dass München damals für deutsche Winzer bereit war», erklärt Walter zurück. «Wenn der Gastronomiebereich bei vielen Weingebern sagt für ein besseres Image der deutschen Winzer.» Schicht ist das Sortiment kontinuierlich gewachsen. Deutschland ist weiterhin die am stärksten verkauften Weinmarkt, daneben sind viele Anlauf bei Italien, Griechenland, Spanien und Frankreich im Programm. «Der Markt für italienischen Wein ist in München eigentlich verknüpft, spricht Walter Geschäftspartner Andreas Thoma die Absatzentwicklung Italien und Österreich als viel versprechend. Auch in dieser ankämpften Szene nicht, doch ohne zu gibt es in München half auch nicht. Walter

und Thoma haben jedoch dagegen und legen den zweiten Fokus des Sortimentes auf Frankreich, das in München nicht ganz so präsent ist.

**Dreigestreiftes Sortiment**  
Die eigene Leidenschaft für Wein zu transportieren ist für Walter wichtig. Das sagt sich nicht nur davon, dass sämtliche Mitarbeiter bei zum Führen einer Weinhandlung haben, sondern auch in der Warenauswahl. Hier nutzt Walter einen guten Kompromiss zwischen Handelskraft und Zugänglichkeit. «Ich habe nichts gegen Commodity-Weine. Bei einer Veranstaltung passen sie. Aber soll der Wein in der Hauptstadt sein, so Walter. In der Verbindung von Essen und Wein steht die ganz anders aus: «Gastronomiefähiger Wein ist für die dazuhin ein Usus.»

Doch nicht jeder Kunde sucht nach dem Aufregendsten und Komplexen im Wein. «Es ist in Ordnung, wenn man Pop trinkt», erklärt Walter, «aber es ist sehr unterschiedlich, ob man Ester haben oder Rohde Willens mag». Auch bei den einfachen Weinen achtet er dabei sehr darauf, was Umgang im Sommer findet. «Als Weinhandler muss ich den Kunden auf der Suche der Lutter abholen, auf der er sich bewegen habe ich noch keine Zeit, mit dem zu weiter unten abholen kann, nur ein dem vielleicht nach oben zu lassen – Es fällt jedoch nur 3 Prozent seiner Weine in diese Kategorie.»

**Auf einen Blick**  
Walter & Sohn Weinhandlungen GmbH  
Karlshagen 50, 81  
81675 München  
Tel.: +49 89 340030  
Geschäftsführer: Guido Walter  
Mitarbeiter:  
Sortiment: 25 Weingeber aus Europa, Schweden, Dänemark und Frankreich  
Absatz: 200 Mio € + Umsatz Fritz Müller  
Kunden: 10% Gastronomie, 10% Fachhandel, 80% Einzelhandel  
Internet: www.walterundsohn.de  
weitere Aktivitäten:  
www.fritzmueller.fm  
www.winererwein.de  
www.stefanwiner.de  
www.guidowalter.de  
www.guidosohn.de



**WEINWIRTSCHAFT**  
Klassiker in jeder Hinsicht  
Spezial: PERLA DI VINO  
Walter & Sohn Weinhandlungen

Die Weinhandlung von Walter & Sohn ist nicht nur ein Ort, sondern ein Erlebnis. Die Weinhandlung ist ein Ort, an dem man sich entspannen und sich mit dem Wein beschäftigen kann. Die Weinhandlung ist ein Ort, an dem man sich mit dem Wein beschäftigen kann. Die Weinhandlung ist ein Ort, an dem man sich mit dem Wein beschäftigen kann.