



Middendorf GmbH/Delix

Synthese aus Weinbar, Weinladen und Großhandel

Animiert durch Vorbilder in Spanien und den USA hat Dirk Middendorf 1996 Delix aus der Taufe gehoben – eine Mischung aus Weinbar, Restaurant, Kneipe und Weinladen. Inzwischen hat er sein Geschäftsmodell um einen Großhandel und einen Webshop erweitert. In Kürze soll ein Verkauf ab Lager für zusätzliche Impulse sorgen.

Alles fing 1990 mit einer Weinreise auf Einladung eines spanischen Weinimporteurs an. Seinerzeit war Dirk Middendorf noch Student und half regelmäßig im väterlichen Lebensmittelgroßhandel und C&C-Markt Möllers am Kölner Schlachthof mit. Das Handeln und Importieren von Lebensmitteln ist Middendorf also von früh an gewohnt. Den Wein entdeckte er jedoch erst bei besagter Reise für sich. Und das Land Spanien ebenso.



„Die Synergieeffekte aus Gastronomiekunden, die noch ein paar Flaschen für Zuhause mitnehmen, und Endverbraucher, die eine Kleinigkeit essen, sind bei der Lage mit vielen Büros in der Nachbarschaft ideal.“

Weitere Spanientrips während des Studiums und ein dreijähriger Arbeitsaufenthalt in Madrid ließen den jungen Middendorf – in der Zwischenzeit mit einer Spanierin verheiratet – in das Gastronomiekonzept mit Tapas und Wein eintauchen. Vor allem die lockere und ungezwungene Art dieses Gastronomiestils faszinierten ihn.

Reisen in die Vereinigten Staaten erweiterten Middendorfs gastronomisches Bild mit dem Konzept der Deli-Shops, einer Synthese aus Lebensmittelladen und Fast-Food-Restaurant. Frische und Produktqualität haben dort einen deutlich höheren Stellenwert als in den üblichen Fast-Food-Läden. Zudem kommen dort (wie der Name andeutet) verstärkt Delikatessen zum Einsatz. Außer-Haus-Verkauf ist bei den US-Deli-Shops oder „Delicatessens“, wie man im Amerikanischen sagt, wichtiger Bestandteil des Konzepts.

Zurück in Deutschland hob Dirk Middendorf im Dezember 1996 Delix aus der Taufe. Die internationale Mischung seiner Eindrücke führten zu einer Synthese aus Tapas-Bar, Restaurant, Kneipe, Weinladen

und Delikatessenangebot. „Wir waren aber nie eine spanische Tapas-Bar“, betont der Diplom-Kaufmann. Das Speisenangebot ist international mit Schwerpunkt auf mediterraner, moderner Küche. Kern des Ganzen sind jedoch einfache kleine Gerichte auf Basis von hochwertigen Grundprodukten. Hamburger gehören ebenso zum Standardrepertoire der Küche wie klassische Tapas. Aber „home-made und frisch, mit selbstgemachtem Hackfleisch“, wie der Inhaber hervorhebt. Das Delikatessenangebot hat sich im Verlauf der Jahre auf ein Olivenöl reduziert. „Der Aufwand bei frischen Produkten stand nicht mehr im Verhältnis zum Ertrag“, begründet Middendorf diesen Schritt.

Der Name „Delix“ lehnt sich an die amerikanischen „Deli-Shops“ an, ergänzt um die Variable „x“, die für das Mehr steht: dass auch Hauptgerichte, internationale Küche und ein Weinladen dazugehören.

Der Weineinzelhandel bzw. Außer-Haus-Verkauf war von Anfang an ein wichtiger Baustein des Geschäftsmodells. „Die Synergieeffekte aus Gastronomiekunden, die sich noch ein paar Flaschen

für Zuhause mitnehmen, und Endverbraucher, die noch eine Kleinigkeit essen, sind gerade bei der Lage mit vielen Büros in der Umgebung ideal“, erläutert Middendorf.

Anfangs war das Weinsortiment auf Spanien und die Neue Welt beschränkt. Es folgten schnell die ersten Eigenimporte aus Spanien, zumal der mit einer Madrileña verheiratete Middendorf gut spanisch spricht und sich im Laufe seines dreijährigen Spanienaufenthaltes bereits die ersten direkten Winzerkontakte ergeben hatten. „Es ist mir sehr wichtig, dass die Weingüter inhabergeführt sind. Fast alle Bodegas, mit denen ich arbeite, sind in Familienbesitz“, beschreibt Middendorf seine Herangehensweise bei der Lieferantenauswahl. Die wichtigste Voraussetzung für die Sortimentsentscheidung liegt jedoch zunächst in der Flasche. „Die Qualität muss stimmen. Das ist das oberste Gebot“, führt er aus. Ein überzeugendes Qualitäts-Preis-Verhältnis sei dabei ebenso zu berücksichtigen wie eine zeitgemäße Geschmacksstilistik. „Der Wein muss marktfähig sein, sonst dreht er sich nicht. Zudem lege ich relativ großen Wert auf die Ausstattung. Hier hat sich in den letz-

ten Jahren in Spanien viel zum Positiven entwickelt“, kommentiert der Delix-Chef.

Zunächst ging es ihm beim Eigenimport um den Bezug von Weinen für sein eigenes Portfolio, die sonst noch nicht oder kaum auf dem deutschen Markt erhältlich waren. Im väterlichen C&C-Markt, der inzwischen von seinem Bruder geführt wird, konnten ebenfalls einige der Weine untergebracht werden, was die Logistik günstiger gestaltete. Mit der Zeit entwickelte sich daraus ein richtiger Großhandel. „Kollegen aus der Gastronomie merkten schnell, dass ich tolle Weine zu sehr fairen Preisen hatte“, ruft sich Middendorf die Anfänge ins Gedächtnis. „Es kam dadurch zu einer klassischen Win-Win-Situation, denn ich konnte größere Mengen importieren und bekam bessere



er. „Selbst 36 Flaschen als Mindestbestellmenge wären da für einige Kunden noch zuviel gewesen“. Mit den zusätzlich ins Sortiment genommenen deutschen Weinen kann er besser punkten, da sie das Rückgrat vieler Wein- und Getränkearten sind. „Der Hype um die deutschen Weine und die aufstrebenden heimischen Winzer verschafften mir ebenso Zugang zu neuen Kunden wie die Ergänzung mit gastronomischen Klassikern wie Prosecco und Sancerre.“

Das Sortiment soll aber schlank bleiben. Mehr als 250 Weine sollen es nicht werden. „Und der Schwerpunkt liegt weiterhin auf Spanien“, betont Middendorf, der darin von seiner Frau María Barcia, die selbst im Betrieb mitarbeitet, bestärkt wird. Kernprodukte (jeweils ein Weiß- und Rotwein aus Spanien sowie ein Prosecco) werden inzwischen als Delix-Eigenmarke produziert. „So bin ich flexibler in der Auswahl und kann die Qualität besser

Guter Mix: Das Delix bietet nicht nur Tapas, sondern auch internationale Küche und einen Weinladen.



Firmenfotos

Konditionen, wovon meine Kunden ebenso profitierten wie ich.“

Durch die guten Kontakte wurde Middendorf zudem schnell auf aufsteigende Sterne am spanischen Weinhimmel aufmerksam. So gehörte er zu den ersten, die Weine von Telmo Rodríguez importierten. „Als wir mit dem Basa begannen, war Rueda bei vielen noch vollkommen unbekannt. Bis heute arbeiten wir eng mit Telmo zusammen und führen fast sein ganzes Programm.“

Einen richtigen Schub bekam der Großhandel mit der Aufnahme deutscher Weine. „Nur mit Spaniern konnte ich nur bei wenigen Gastro-Kunden landen“, erklärt

steuern“, argumentiert Middendorf.

Neben der gastronomischen Tätigkeit und dem Einzelhandel hat sich inzwischen auch der Großhandel zu einem wichtigen Standbein entwickelt. Von Köln ausgehend wird der Kreis der Kunden immer größer, was auch der Zusammenarbeit mit inzwischen vier Handelsagenturen zu verdanken ist. „In Köln/Bonn, dem südlichen Baden-Württemberg sowie in Frankfurt/Main und Hannover sind wir besetzt“, führt Middendorf aus. „In Hamburg, Berlin und München sowie dem Rhein-Ruhr-Gebiet ab Düsseldorf aufwärts suchen wir dagegen noch gute Agenturen.“

Südtirols Weinwelt in Stuttgart



SÜDTIROL

Montag, 5. Oktober 2009
Haus der Wirtschaft | Willi-Bleicher-Straße 19

Erzeugerpräsentation
& Freie Verkostung „Unverkennbar Südtirol: Vernatsch & Lagrein“

Erleben Sie 28 Weinpersönlichkeiten, 200 Südtiroler Qualitätsweine von internationalem Format und eine Sonderverkostung mit Südtirols autochthonen, roten Rebsorten Vernatsch und Lagrein.

von 14.00 bis 19.30 Uhr

Seminare mit Hendrik Thoma:

„Alpine Frische & Mediterrane Frucht – Südtirols Weiß- und Blauburgunder“

Entdecken Sie mit Hendrik Thoma die Welt des Südtiroler Weines. Lernen Sie die Eigenständigkeit und Klasse der Südtiroler Weiß- und Blauburgunder in repräsentativer Auswahl kennen.

um 14.30 Uhr und 16.00 Uhr

„Die Weine Südtirols“

Anhand ausgewählter Weinbeispiele stellt Hendrik Thoma das Weinland Südtirol unterhaltsam vor.

um 17.45 Uhr

Jetzt anmelden unter
www.suedtirolerwein.com



Enge Beziehung zu Spanien: Dirk Middendorf (3. v. rechts) beim Besuch der Bodega Viña Izadi in der Rioja.

Der seit 2004 regelmäßige Auftritt auf der ProWein war ein weiterer wichtiger Impuls in Richtung Großhandel, wobei nicht nur Gastronomen angesprochen werden. „Wir liefern ab 36 Flaschen frei Haus innerhalb Deutschlands und bieten Fachhändlern bereits ab 120 Flaschen interessante Konditionen. Daher wächst der Absatz in den Fachhandel überproportional“, so Middendorf.

Das Portfolio teilt sich in drei Teile auf: An erster Stelle steht das „Exklusiv-Programm“. Dies sind Weine und Weingüter aus Spanien, die Middendorf bundesweit exklusiv vertreibt. Der zweite Teil nennt

sich „Import-Programm Spanien“. Dafür hat Dirk Middendorf Bodegas ausgewählt, „die uns ganz einfach mit ihrem Preis-Leistungs-Verhältnis überzeugt haben.“ Im neuen „Partner-Programm“, dem dritten Sortimentsbereich, werden vornehmlich Weine aus Deutschland und Übersee angeboten, ergänzt durch gastronomisch wichtige Weine aus Österreich, Italien und Frankreich. „Vollsortimenter wollen wir zwar nicht werden“, ist sich das deutsch-spanische Ehepaar einig. „Aber mit diesen Ergänzungen konnten wir bereits etliche neue Kunden dazugewinnen, die uns vorher gar nicht wahrgenommen haben.“

Bereits 2003 beteiligte sich Middendorf darüber hinaus zu 50% am Kölner Restaurant und Biergarten „Maybach“ und initiierte zusammen mit seinem Partner den Relaunch der Location. „Es ging mir dabei nicht darum, mich bei einem Kunden einzukaufen und somit die Weinbelieferung zu festigen. Ich wollte vielmehr mein gastronomisches Standbein stärken.“ Grundgedanke ist, eine lockere und ungezwungene Atmosphäre mit gutem Essen und guten Getränken zu schaffen. „Dabei ist es auch wichtig, die Preise auf dem Boden zu halten und kostenbewusst zu arbeiten“ betont Middendorf.

Die Preise im Einzelhandel sind wie in einem normalen stationären Weinladen kalkuliert, der einiges selbst importiert. Da für das Trinken der Weine im Delix pauschal relativ moderate 15 Euro pro Flasche auf den Ladenverkaufspreis aufgeschlagen werden, greifen viele Gäste gerne zu hochwertigen Weinen. Laut „Wein-Gourmet“ (Ausgabe Juni 2008) ge-

hört das Delix zu den 450 besten Weinbars in Europa.

Die verschiedenen Standbeine sind Middendorf wichtig. „Es kommt nur selten vor, dass es in allen drei Bereichen – Gastronomie, Einzelhandel und Großhandel – nicht rund läuft.“ Der Einzelhandel läuft nicht nur über das Take-away-Shopping im Delix, sondern in zunehmendem Maße auch über den Onlineshop unter www.delixwineshop.de. Insbesondere nach der Zertifizierung als „Trusted Shop“ ging es mit dem Weinverkauf via Internet voran.

Da Parkplätze im lebendigen Kölner Friesenviertel Mangelware sind, ist ein Verkauf von mehr als zwei, drei Flaschen oft nur in Verbindung mit einem Lieferservice möglich. Im Herbst soll daher ein neues Lager in Köln-Müngersdorf bezogen werden, wo es dann auch einen Lagerverkauf geben soll – jedoch nur an zwei Tagen der Woche und zu festen Uhrzeiten. So soll nicht nur das Standbein Einzelhandel gestärkt, sondern auch eine einfachere Logistik und Lagerhaltung ermöglicht werden.

Außerdem gehört die Kompetenz zu den Eckpfeilern von Middendorfs Geschäftsmodell. „Dabei geht es nicht um die reine Fachkompetenz und das Wissen, wie ein Wein gemacht wird, sondern vor allem darum, es richtig rüberzubringen.“ Hier helfen der familiäre Background und die enge Beziehung zu Spanien. Durch die langjährigen Kontakte zu Winzern und Kellereien können viele Zusatzinformationen aus erster Hand weitergegeben werden.

Dirk Dorn

WENIGER Kosten im Vertrieb

Außendienstkapazität
nach Maß.
Kostengünstig und flexibel.

COMBERA
kappt
die Kosten!

COMBERA GmbH
Leasing Sales Force
Schwanthalerstr. 2
80336 München
(089) 55 107-0
info@combera.com
www.combera.com



IM PROFIL



Dirk Middendorf GmbH
Friesenstraße 72-74
50670 Köln
Tel. 02 21/16 79 16 34
Fax 02 21/16 79 16 35
info@middendorf-wein.de
www.middendorf-wein.de
www.delixwineshop.de

Geschäftstyp: Gastronomie, Weineinzelhandel, Weingroßhandel, Import
Geschäftsführer: Dirk Middendorf
Gründung: 1996
Mitarbeiter: 10 (inklusive Gastronomie)
Sortiment: Weine aus Spanien, Deutschland, Frankreich und Italien
Hauptweinlieferanten: Eigenimporte und deutsche Weingüter, Segnitz, TxB