

Der Nischen-Spezialist

Im Jahr 2005 präsentierte sich die Firma Haromex Development erstmals als leistungsfähiger Partner des Fachhandels und der Gastronomie für Spirituosspezialitäten aus aller Welt. In den vergangenen vier Jahren baute das Unternehmen das breiteste Nischen-Spirituosen-Sortiment Deutschlands auf, wobei der Schwerpunkt im Bereich Rum liegt.



Das Wappen der Familie van Soest

Die Haromex Development GmbH ist ein in Brüggen ansässiges, 1992 gegründetes Familienunternehmen, dessen Besonderheit es ist, absolut selbständig und unabhängig von einzelnen Marken zu agieren. Es wird von John van Soest und seinen beiden Söhnen Harald und Roger geleitet. Die Familie van Soest kann auf eine lange, bis ins frühe 15. Jahrhundert zurück reichende Familiengeschichte zurückblicken. Das van Soest-Wappen steht für eine weit verzweigte Familie, die heute überall auf der Welt heimisch ist. Seniorchef John van Soest kann inzwischen auf eine über 45-jährige Berufserfahrung zurückgreifen.

Was ist das Besondere?

Bekannt wurde das Unternehmen zunächst im Duty Free-Bereich, und hier vor allem durch die Belieferung von verschiedenen europäischen und internationalen Militärstreitkräften.

Über die Jahre hinweg konnte Haromex den oftmals schwierigen Anforderungen des Militärs gerecht werden und erarbeitete sich so den Ruf eines verlässlichen und gern gesehenen Partners. Aufbauend auf dieser positiven Entwicklung, entschloss sich John van Soest, seine langjährige Erfahrung auch auf den verschiedenen europäischen Inlandsmärkten zum Einsatz zu bringen. Neben bewährten Markenprodukten wurde von Anfang an besonderer Wert auf das Einzigartige gelegt. Ziel war und ist, als Nischenanbieter in Deutschland und den Nachbarländern die wachsende Nachfrage nach Raritäten und Spezialitäten im Spirituosenbereich abzudecken und Kunden positiv zu überraschen. Die Suche nach den besten Produkten, den Spezialitäten unter den Spirituosen, führt die Haromex Produkt-Scouts so in fast jeden Winkel der Erde, denn gerade die besten Produkte lassen sich oft an den ungewöhnlichsten Orten finden. Das kann eine auf nur wenige Fässer beschränkte Rum-Köstlichkeit sein, entdeckt bei einer kleinen Destillerie auf Barbados, die letzten

Flaschen eines besonders delikaten 30 Jahre alten Highland Whiskys oder auch eine neue Edelkreation feinsten Likörs mit einem bislang selbst unter Kennern kaum bekanntem Namen. Nach solchen Schätzen wird von den Produkt-Scouts überall auf der Welt geforscht, meist noch in den Kellern der Hersteller. Nach sorgfältiger Prüfung werden diese dann – oft exklusiv – reserviert, um in das Sortiment von Haromex aufgenommen zu werden. Inzwischen ist das Unternehmen Generalimporteur für knapp 100 Marken.

Ein Sortiment, das kaum Wünsche offen lässt

Das Haromex Produkt-Portfolio umfasst inzwischen mehrere Tausend unterschiedliche Artikel – neben Getränken von Bier bis Wodka übrigens auch Kosmetik oder Parfums. Schwerpunkt des Spirituosen-Sortiments ist der Bereich Rum. Mit knapp 800 verschiedenen Rumabfüllungen aus allen Teilen der Erde hat der Liebhaber hier die Qual der Wahl. Und auch das übrige Spirituosen-Sortiment, das über 4.500 Produkte umfasst, lässt kaum Wünsche offen. Oberstes Bestreben ist es, sich von anderen Anbietern zu unterscheiden und den Kunden das Besondere nahezubringen, verbunden mit einem erstklassigen Service. Durch die enge Zusammenarbeit mit dem Zwischenhandel gelangen die Qualitätspirituosen schnell zu Hotellerie, Gastronomie und über Internet-Anbieter auch zu Privatpersonen. Zum Portfolio gehören Marken wie Pyrat Rum aus Anguilla, Santa Teresa Rum aus Venezuela, La Mauny aus Martinique, El Dorado aus British Guinea, Patron Tequila aus Mexiko oder Lillet Weinaperitif aus Frankreich. Auch die international erfolgreiche deutsche Marke The Bitter Truth Bitters wurde für den weltweiten Vertrieb übernommen, ebenso die Whisky-Marke Old Pulteney oder die Gin-Marke Blue Gin aus Österreich. Haromex brachte Marken wie Laird's Apple Jack und Glen Breton Whisky aus Nordamerika auf den deutschen



Das Spirituosen-Sortiment umfasst über 4.500 Produkte.

Markt, übernahm die Marke Pusser's Navy Rum und konnte mit Marken wie Dolin Vermouth, Kauffman Vodka, Both Gin und Adler Gin das Angebot erweitern.

Wenn man sieht, welche Marken allein in diesem Jahr neu gewonnen werden konnten – der aktuelle Produkt-Katalog umfasst stolze 190 Seiten – spricht das durchaus für sich. Das neueste Projekt ist eine Kooperation mit der Bar Lebensstern in Berlin, die als eine der best-sortierten Gin-Bars weltweit ihren eigenen Lebensstern-Gin auf den Markt bringt.

Die Philosophie

John van Soest erläutert die Philosophie seines Unternehmens: „Wir sind stets auf eine offene und ehrliche Zusammenarbeit mit unseren Kunden bedacht, wobei Haromex selbst immer wieder versucht, als Vorreiter unsere Kunden zu unterstützen. Es wird sich nicht auf unserem breitem Portfolio ausgeruht, sondern wir ergänzen und verstärken unser Sortiment ständig.“

Ein Beweis dafür sind die eigenen Abfüllungen. Mit der Eigenmarke „The Secret Treasures“ bürgt man für Qualität. Hier finden sich handverlesene Rum-, Cognac-, Whisky- und Obstbrand-Spezialitäten aus Einzelfassabfüllung – in limitierter Menge. Die Reihe wird ständig im erneuert und ergänzt. So konnte man zum Beispiel mit einem „Old Tom Gin“ ein fast vergessenes Produkt wieder in den internationalen Bars etablieren.

John van Soest sieht die Stärke seines Unternehmens vor allem in der Flexibilität: „Die meisten Spirituosenunternehmen sind durch ständige Übernahmen und die Eingliederung in große Konzerne wenig beweglich geworden. Wir dagegen können als unabhängiges Unternehmen schnell reagieren und haben keine langen Entscheidungswege zur Aufnahme eines neuen Produktes in unser Sortiment.“ Es geht ihm dabei nicht darum, schnelles Geld zu machen, sondern eine langfristige Kundenbindung mit Qualität und Service aufzubauen.

Und man investiert auch auf andere Weise in die Zukunft: Im letzten Jahr wurde ein Schulungszentrum mit Verkostungsraum, Bar und Seminarraum an die Firma angebunden. Regelmäßig werden hier die Unternehmenspartner (und nach Voranmeldung auch Privatpersonen) über die neusten Entdeckungen und Trends informiert und ihre Mitarbeiter auf Wunsch zu ausgesuchten Artikeln geschult, um dem Endkunden das bestmögliche Geschmackserlebnis zu garantieren. Service und Qualität stehen bei Haromex eben an allererster Stelle – ein Konzept, das voll und ganz aufgeht. ■

ADRESSE

HAROMEX DEVELOPMENT GMBH

Weihersfeld 45
41379 Brüggen
www.haromex.com

Seniorchef John van Soest leitet das Unternehmen gemeinsam mit seinen Söhnen Harald und Roger van Soest (v.l.)

