vinetur

Santé sammelt 15 Millionen US-Dollar ein, um KI-Software für Wein- und Spirituosenhändler auszubauen

Die von FINTOP angeführte Finanzierungsrunde folgt sechs Monate auf eine Seed-Finanzierung. Santé zufolge erreicht die Plattform fast 1.000 Händler.

Mittwoch, 7. Oktober 2026



Santé, eine Fintech- und KI-Plattform für Wein- und Spirituosenhändler, teilte am Dienstag mit, in einer Series-A-Finanzierungsrunde 15 Millionen US-Dollar eingeworben zu haben. Das Unternehmen baut damit eine Software aus, die Lagerbestand, Einkauf, Marketing und weitere Geschäftsabläufe automatisiert.

Die Finanzierungsrunde wurde laut einer über PR Newswire verbreiteten Unternehmensmitteilung von FINTOP angeführt. Auch die bestehenden Investoren Bonfire Ventures, Operator Collective, Y Combinator und Veridical Ventures beteiligten sich. Nach Angaben des Unternehmens folgt die neue Finanzierung rund sechs Monate auf die Bekanntgabe einer Seed-Runde über 7,6 Millionen US-Dollar.

Santé zufolge ist das Unternehmen in diesem Zeitraum schnell gewachsen. Sein Geschäft sei um 500 % gewachsen und bediene inzwischen fast 1.000 Händler, die zusammen jährlich ein Bruttowarenvolumen (Gross Merchandise Value, GMV) von 2 Milliarden US-Dollar über die Plattform abwickeln. GMV ist eine gängige E-Commerce-Kennzahl für den über eine Plattform erzielten Umsatz. Diese Zahlen stammen vom Unternehmen und wurden nicht unabhängig überprüft.

Das Unternehmen positioniert seine Software als System, das auf die besonderen Anforderungen des Spirituosen- und Weinhandels zugeschnitten ist – ein Markt, der von einzelstaatlichen Vorschriften, Steuervorgaben und komplexer Lagerverwaltung geprägt ist. In seiner Mitteilung erklärte Santé, dass Händler zudem mit Arbeitskräftemangel und steigenden Betriebskosten konfrontiert seien. Diese Belastungen erschwerten unabhängigen Händlern den Geschäftsalltag.

Nach Angaben des Unternehmens vereint die Plattform Kassensystem- und Backoffice-Funktionen mit KI-gestützten Werkzeugen für Aufgaben wie die Warenannahme, Bestellungen, die Pflege von E-Commerce-Angeboten, Kundenmarketingkampagnen und die Erstellung von Mitarbeitereinsatzplänen. Santé erklärte, die über diese Funktionen erfassten Daten für interne KI-Agenten zu nutzen, die Aufgaben automatisieren sollen, die andernfalls von den Beschäftigten im Geschäft manuell erledigt würden.

Zu den vom Unternehmen hervorgehobenen Funktionen zählen Werkzeuge, die Rechnungen von Lieferanten einlesen und Lagerbestände sowie Stückkosten automatisch aktualisieren, Marketingtools zur Kundensegmentierung anhand der Kaufhistorie und Katalogisierungsfunktionen, die Produktbeschreibungen und Bilder für Online-Angebote erstellen. Santé erklärte außerdem, dass sein System Bestellungen von Lieferplattformen wie DoorDash, Uber Eats, Grubhub und Instacart direkt in das Kassensystem eines Händlers einbindet.

Die Merchandising-Tools des Unternehmens sollen die Zahl der Ladenhüter in den Regalen verringern. In der Mitteilung erklärte Santé, dass es bei 25 % der Waren mehr als 12 Monate dauern könne, bis sie Gewinn abwerfen. Die Software schlage auf Grundlage der Verkaufsdaten des jeweiligen Geschäfts Preisänderungen und Werbeaktionen vor. Außerdem umfasse die Plattform spezielle Funktionen für den Spirituosenhandel, darunter die Nachverfolgung von Flaschen und Fässern, die Verwaltung von Jahrgängen und die Berücksichtigung von Kartonrabatten.

Geschäftsführer Darren Fike sagte in der Mitteilung, das Unternehmen habe zunächst versucht, betriebliche Probleme unabhängiger Wein- und Spirituosenhändler zu verringern, und richte den Fokus nun zunehmend auf Werkzeuge zur direkten Umsatzsteigerung. Santé wolle Systeme entwickeln, die Geschäften dabei helfen, Kunden zurückzugewinnen und ihre Margen zu verbessern, statt lediglich den Lagerbestand zu verwalten, erklärte er.

FINTOP, das die Finanzierungsrunde anführte, beschrieb das Unternehmen als Anbieter in einem großen und komplexen vertikalen Markt, in dem Software häufig fragmentiert sei. Brittani Roberts, Direktorin bei der Investmentgesellschaft, erklärte in der Mitteilung, Santé habe praxisnahe KI-Workflows für Backoffice-Aufgaben im Einzelhandel entwickelt und mit integrierter Finanztechnologie verbunden.

Die Finanzierung steht für einen breiteren Trend, Automatisierung in hoch spezialisierten Einzelhandelsbereichen einzusetzen, die bei der Integration von Softwarelösungen langsamer vorangekommen sind als der allgemeine Warenhandel. Wein- und Spirituosengeschäfte führen oft eine große Zahl verschiedener Artikel, richten ihre Bestellungen nach den Zyklen der Lieferanten aus und müssen detaillierte

einzelstaatliche Vorschriften einhalten, die sich von Markt zu Markt unterscheiden. In diesem Umfeld könnte Software, die den manuellen Aufwand bei der Lagerverwaltung verringert oder Einkaufsentscheidungen verbessert, Betriebskosten und Lagerbestände beeinflussen – und sogar die Zusammenarbeit mit Lieferanten und Lieferplattformen.

Das ist für die Getränkebranche relevant, weil unabhängige Händler ein wichtiger Vertriebsweg für Wein-, Bier- und Spirituosenmarken sind, insbesondere in Bundesstaaten mit streng reguliertem Alkoholverkauf. Wenn mehr Geschäfte Werkzeuge zur Automatisierung von Nachbestellungen, Preisgestaltung und Werbeaktionen einsetzen, könnte sich für Lieferanten ändern, wie Produkte ausgewählt werden, wie schnell sich Warenbestände umschlagen und wie die Kundennachfrage auf Geschäftsebene erfasst wird. Mögliche Auswirkungen auf die Beziehungen zu Lieferanten oder die Regalplatzverteilung dürften je nach Bundesstaat und Größe des Händlers unterschiedlich ausfallen. Die Technologie deutet jedoch auf ein stärker datengetriebenes Modell für den spezialisierten Getränkefachhandel hin.

Das Unternehmen machte in der Mitteilung keine Angaben zu seiner Bewertung. Auch legte es nicht im Detail dar, wofür das neue Kapital verwendet werden soll. Es erklärte lediglich, damit das auszubauen, was es als erstes KI-Betriebssystem für den Wein- und Spirituosenhandel bezeichnete.

Santé zufolge deckt seine Plattform Ladenbetrieb, E-Commerce, Abonnementverkäufe, die Verwaltung von Liefer-Apps und Marketing in einem einzigen System ab. Ziel sei es, Ladeninhabern eine zentrale Plattform statt einer Sammlung einzelner Werkzeuge bereitzustellen und zugleich Routineaufgaben wie Dateneingabe, Katalogpflege und Dienstplanung zu automatisieren.