

NE MEININGER PUBLIKATION

5. Oktober | P 7101 | EUR 6,95

WEINWIRTSCHAFT

www.weinwirtschaft.de

EXKLUSIV.
FEINPERLIG.
CREMIG.

100 JAHRE

JUBILÄUMSEDITION
100 JAHRE BERNARD-MASSARD

Bernard-Massard
CRÉMANT
1919
BRUT-FLASCHE GÄRUNG

JUBILÄUM
CRÉMANT
1919
Bernard-Massard

Bernard-Massard

www.bernard-massard.de

Importspezialisten

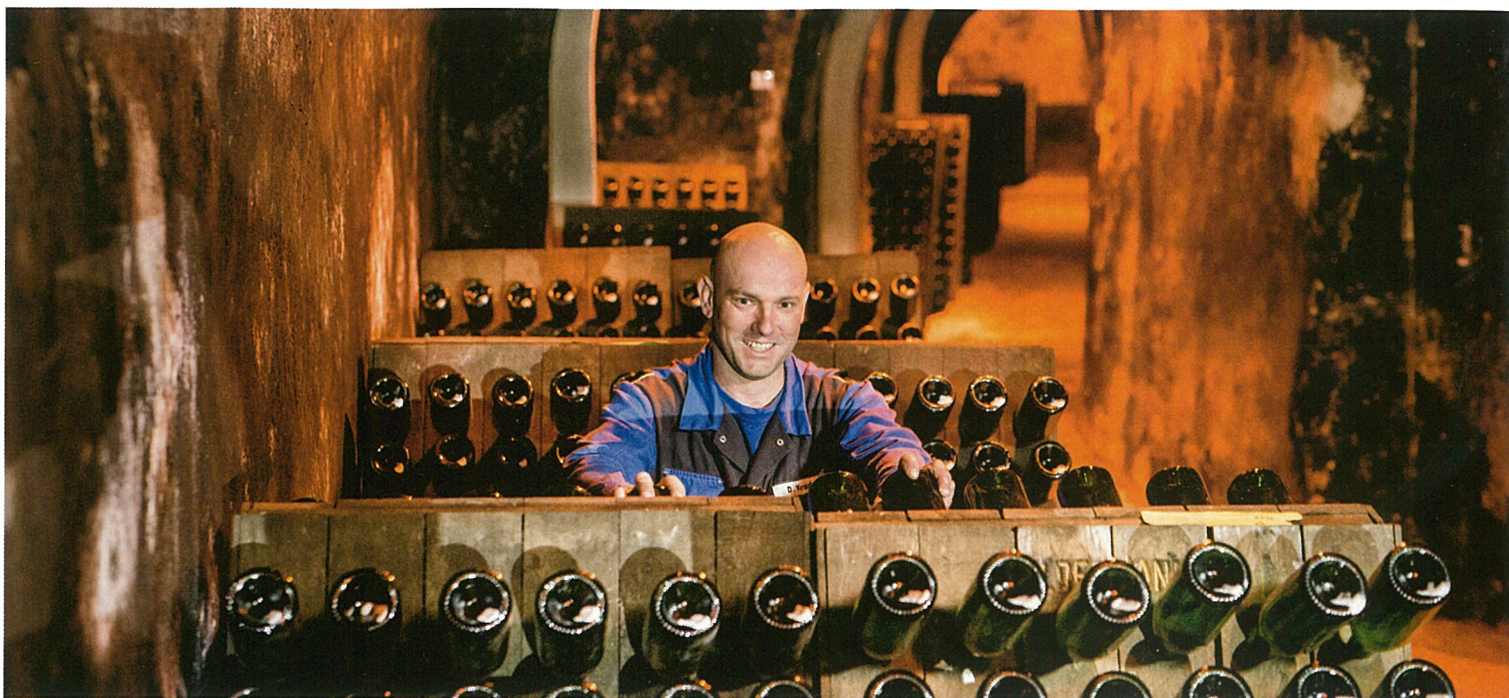
alien

Premium-Sekt

jenseits des Massenkonsums

Extra

Frankreich



Gerüttelt, nicht gerührt: Premium-Sekte nach klassischer Methode sind im Aufwind

Auf Qualitätskurs

Enorm viel Bewegung ist derzeit im Markt der Spitzensekte. Zu den seit vielen Jahren anerkannten Topbetrieben hat sich eine Reihe von jungen Erzeugern gesellt, die frischen Wind in die Branche bringt

Vergeht den Deutschen die Lust auf Sekt? Diesen Eindruck könnte bekommen, wer nur einen flüchtigen Blick auf den Pro-Kopf-Konsum der letzten Jahre wirft. Rund 3,7 Liter Schaumwein trank im vergangenen Jahr jeder Bundesbürger, das waren immerhin 15 Prozent weniger als im bisherigen Rekordjahr 2012. Von allgemeiner Feierlaune in der Branche kann derzeit also keine Rede sein.

Doch es lohnt einen zweiten Blick. Und dabei wird deutlich: Es ist viel Bewegung im Markt. Nicht unbedingt bei der Massenware, die zu Verkaufspreisen zwischen 3 und 4 Euro im Regal des Lebensmittelhandels steht. Aber sehr zufrieden sind die Sektgüter, die konsequent auf Qualität setzen, die sich mit ihren individuellen Produkten zunehmend einen erstklassigen Namen schaf-

fen und mit viel Engagement versuchen, die Lücke zwischen den Konsumsekten auf der einen und Champagner auf der anderen Seite zu schließen. Qualitätsbestrebungen sind überall zu beobachten, bei Crémants und Cava ebenso wie – und dort vor allem – bei deutschem Sekt.

Neuer Markt. Trotz der vielen Newcomer, die derzeit frischen Wind in die Sektszene bringen, ist auf seit langem etablierte Produzenten nach wie vor Verlass. Das gilt in besonderem Maße für das Sekthaus Raumland, das jetzt zum wiederholten Mal bei Meiningers Deutscher Sektpreis mit der »Kollektion des Jahres« ausgezeichnet wurde. Volker Raumland notiert eine sehr positive Absatzentwicklung für seine Sekte und ist generell hinsichtlich der Marktchancen für hochwertige deutsche Schaumweine optimistisch: »Weil Champagner immer



Zehn Jahre Hefelager: die Vintage-Sekte von Volker Raumland

teurer wird, eröffnet sich für deutsche Topsekte nach klassischer Flaschengärung, die derzeit nur etwa 2 Prozent Anteil halten, ein neuer großer Markt. Das gilt auch international. Ich bin auch deswegen zuversichtlich, weil es mittlerweile einige weitere gute Sekterzeuger gibt und man nicht mehr alleine kämpft. Denn nur gemeinsam können wir, die Produzenten von Flaschengärsekten, etwas erreichen.«

Laut Raumland findet am deutschen Sektmarkt immer noch eine »sehr große Verbrauchertäuschung« statt, denn bei fast allen Sekten, die von den großen deutschen Sektkellereien produziert werden, kämen die Weine aus dem Ausland. Und immer noch werde auf dem Etikett geworben mit: »Hergestellt in Deutschland«, obwohl kein einziger Tropfen davon in Deutschland gewachsen sei. »Eigentlich dürften sie nach

meiner Meinung nur als Schaumwein bezeichnet werden«, so Raumland. Ein Alleinstellungsmerkmal hochwertiger deutscher Sekte »lässt sich nur über die regionale Herkunft der Trauben und Reife sowie über die Identität und Persönlichkeit des Erzeugers definieren. Denn die vielzitierte Frucht deutscher Sekte ist es nicht und kann es auch nicht sein.« Was, so der Winzer, beweisen auch wieder die vier neuen Vintage-Sekte vom Jahrgang 2008, die das Sekthaus jetzt mit zehn Jahre Hefelager auf den Markt gebracht hat: »Sie sind alle taufrisch und spiegeln die Größe des Sektjahrgangs 2008 wider.«

Aufklärung nötig. Auch Christoph Graf, Vertriebsleiter bei der Sektmanufaktur Schloss Vaux, hält die Aufklärung der Verbraucher für essenziell: »Ich bin grundsätzlich davon überzeugt, dass wir in Zukunft dem Verbraucher ermöglichen müssen, zwischen herkunftsbezogenen Manufaktur-Sekten und tankverorenen Sekten unterscheiden zu können. Der Begriff Sekt ist nicht in der Lage, diese Unterscheidung zu liefern. In diesem Punkt muss aber die Profilierung von hochwertigen Sekten als erstes beginnen.« Die Kenntnisse der meisten Verbraucher seien dahingehend immer noch gering. Interessant sei aber, dass sich bei Schloss Vaux Veranstaltungen zunehmender Beliebtheit erfreuen, bei denen es darum geht, hochwertige Schaumweine zu erklären und Verbraucher daraufhin zu sensibilisieren. »Gedacht das Thema Speise und Sekt scheint neues Interesse zu wecken. Somit schaffen wir es Stück für Stück, für hochwertige Schaumweine neue Trinkanlässe zu definieren«, sagt Graf. Die Manufaktur in Eltville verzeichnete für ihre Sekte in den letzten Jahren deutliche Absatzzunahme. Dies war gerade bei den Spitzenprodukten spürbar, sodass der Anteil des Basissektes, der »Cuvée Vaux«, zwischen von 50 auf 30 Prozent gesunken ist. Vor allem die Rebsortensekte sollen die Merkmale beinhalten, die laut Graf Spitzensekte aus Deutschland ausmachen sollten: »Das Zusammenwirken aus physiologischer Reife und moderatem Alkohol bei gleichzeitigem

Vorhandensein von Frucht und Reife erlaubt uns, wie kaum in anderen Regionen, perfekte Bedingungen für den Sekt vorzufinden. Dies wiederum ermöglicht uns, mit relativ geringen Dosagen, harmonisch ausgewogene, trinkfreudige und ausgeprägte Schaumweine herstellen zu können.«

Verbraucherinteresse. Nicht weit von Eltville, in Hattenheim, produziert Mark Barth Spitzensekte, die immer mehr Anerkennung bekommen. Er legt den Schwerpunkt auf Rebsortensekte, Cuvées sind die Ausnahme. »Wir bauen den Riesling und Spätburgunder selbst, ökologisch zertifiziert, an. Diese eigenständigen Rebsorten brillieren meiner Meinung nach solo am besten«, sagt Barth. Überaus gut läuft auch der aus reinem Spätburgunder hergestellte »Pinot Rosé«, der den Absatz des Rieslings nahezu eingeholt hat. Wichtigste Sekte im Programm sind indes der »Ultra Pinot Brut Nature« und seit kürzerer Zeit die Lagensekte aus der »VDP-Erste-Lage« Hattenheimer Schützenhaus und der »VDP-Große-Lage« Hattenheim Hassel. Mark Barth hat registriert, dass der Bildungsgrad der Kunden in Sachen Sekt steigt: »Man interessiert sich immer mehr für die Hintergründe der Herstellung, wobei auch Details zu Jahrgang, Hefelagerung und Degorgierung erfragt werden. Wir haben dazu in unserer modernen Vinothek Infotafeln, einen Touchscreen und ein Rüttelpult installiert, um die Kunden für das Handwerk zu sensibilisieren. Hinzu kommen häufige Kellerführungen, Events mit Live-Degorgieren.« Das Bewusstsein für den Aufwand, den die Produktion von Spitzensekten erfordert, sei in jedem Fall für die Akzeptanz der höheren Preise wichtig: »Unser Sekt aus der Lage Hassel kostet pro Flasche aktuell 65 Euro ab Hof. Wer diesen Sekt trinken möchte, gibt diesen Preis aus, weil er ihm das wert ist. Ich kann mir vorstellen, dass in Zukunft auch Sekte für über 100 Euro angeboten werden«, meint Mark Barth.

Luft nach oben. Dass sich die Preisgrenzen für Topsekte künftig nach oben verschieben könnten, bestätigt



Edelstoff von Vaux: die »Rheingauer Reserve«



Sekt aus »VDP-Erster-Lage«: Hattenheimer Schützenhaus von Barth



In höheren Preissphären: 2012er Oestricher Lenchen von Schönleber

auch Bernd Schönleber vom Weingut F.B. Schönleber in Oestrich-Winkel. Hier werden jährlich etwa 22.000 Flaschen Sekt produziert. Als bisher teuerstes Produkt im Premiumsegment kostet der »Grande Réserve Rieslingsekt brut« mit 48 Monate Lagerung auf der Hefe 35 Euro. Diese Spitzenposition wird er in Zukunft an den Sekt aus »VDP-Große-Lage 2012 Oestricher Lenchen Riesling brut« abgeben, der sich in der Preisklasse über 50 Euro bewegt und ab Mitte November auf den Markt kommen wird. Es handelt sich dabei um eine kleine Cuvée von 300 bis 600 Litern. »Generell glaube ich, dass es einen Markt für große deutsche Sekte gibt. Diese brauchen keinen internationalen Vergleich zu scheuen, sind aber dennoch eigenständige Produkte. Mit dem Riesling steht uns eine Sorte zur Verfügung, die für das Sektmachen ideal geeignet ist. Durch die klimatischen Bedingungen können wir bei uns Sekte mit viel Frucht und Eleganz erzeugen«, sagt Schönleber. Aber es bedürfe einer Klassifikation für diese Flaschengärer: »Der Begriff »Sekt« allein sagt im Moment nicht viel aus und umfasst alle Preisgruppen und Herstellungsmethoden. Er bietet dem Verbraucher keinerlei Orientierung.«

Alternative für Gastronomie. Zu den renommiertesten deutschen Sektgütern gehört der Wilhelmschhof im pfälzischen Siebeldingen. Seit den 70er-Jahren produziert die Familie Roth hier Spitzensekte, für die die Nachfrage kaum befriedigt werden kann. »Wir bewirtschaften derzeit 20 Hektar Rebfläche; etwa die Hälfte wird für die Sektproduktion genutzt«, berichtet Önologin Barbara Roth. »Die Produktionsmenge hängt natürlich davon ab, was die Natur uns ermöglicht. Vom Jahrgang 2016 haben wir 120.000 Flaschen auf die Hefe gelegt.« 70 Prozent der Gesamtmenge machen Burgundersorten aus. »Prinzipiell machen wir alles selbst«, sagt Barbara Roth. »Wir verarbeiten nur eigene Trauben, legen Wert auf langes Hefelager, produzieren alles in Handarbeit. Damit bestimmen wir aber auch alle Qualitätsparameter selbst.« All dies sind Kriterien, die den Wilhelmschhof deutlich von den Cham-

pagne-Häusern unterscheiden. Hinzu kommt, dass rebsortenreine Jahrgangssekte dominieren. Sie sollen sich, so die Önologin, »auch im Stil vom Champagner abheben. Wir produzieren keine oxidativen und vom BSA geprägten Sekte, sondern solche, die durch ihre Frische, Straffheit und Fruchtigkeit ganz einfach Spaß machen.« Als Essensbegleiter kommen der im Barrique gereifte Pinot B und auch die »Patina«-Serie ins Spiel, die Sekte bezeichnet, die fünf bis 15 Jahre auf der Hefe reifen durften. Der Ab-Hof-Verkauf ist für den Wilhelmshof mit drei Vierteln Anteil der wichtigste Absatzweg. Aber auch in der Gastronomie geht es bergauf: »Jahrzehntelang hat sich die Gastronomie mit deutschem Sekt keinerlei Mühe gegeben. Seit einiger Zeit ist das anders. Wir registrieren ein größer werdendes Interesse an unseren Schaumweinen. Offenbar merken immer mehr Gastronomen, dass man in der Champagne für ein gleichwertiges Produkt den dreifachen Preis zahlen muss«, meint Roth.

Individualität statt Masse. Überhaupt ist die Pfalz eine der ersten Adressen in Deutschland, wenn es um Spitzensekte geht. Das gilt nicht nur für einen Erzeuger wie Reichsrat von Buhl, der in den letzten Jahren durch die Neuverpflichtung des aus der Champagne kommenden Kellermeisters Mathieu Kauffmann seine Sektkompetenz enorm ausgebaut hat und mit seinen Schäumern stark in das Blickfeld der Branche gerückt ist. Das gilt auch für das benachbarte Weingut Bassermann-Jordan, das neben den beiden Standardqualitäten – natürlich ebenfalls nach dem Flaschengär-Verfahren produziert – drei weitere Topsekte führt. Vom »Pierre brut«, hergestellt aus Chardonnay und Spätburgunder, werden jährlich 6.000 Flaschen produziert, vom »Margrit Rosé brut« 2.000 und vom »Riesling Brut Nature« nur 1.000 Flaschen. »Wir betreiben sehr viel Aufklärungsarbeit, um die Unterschiede der Sekte darstellen und zum Beispiel darauf hinweisen, dass ein »normaler« Sekt neun Monate lagern muss, wir jedoch die Premiumsekte mindestens 36 Monate lagern«, erzählt Geschäfts-

»Rosésekte kommen heute im LEH auf 14 Prozent Marktanteil. Bei gastronomischen Events liegt der Roséanteil teilweise schon bei 50 Prozent der ausgeschenkten Sekte«

Jan Rock, Henkell & Co.



führer Gunther Hauck. Generell seien deutsche Spitzensekte keine Massenprodukte, sondern sehr individuell bereitete Sekte in kleiner Auflage, mit denen sich sowohl Fachhändler als auch Gastronomen sehr gut profilieren können. »Tendenziell bieten immer mehr Gastronomen heute Premiumsekte im offenen Ausschank an«, hat Hauck beobachtet.

Eigenständigkeit statt Kopie. Zu den »jungen Wilden«, die frischen Wind in die deutsche Sektszene gebracht haben, gehören die Brüder Christian, Axel und Felix Krack vom gleichnamigen Sekthaus in Deidesheim. Sie haben das elterliche Weingut komplett umgekrempelt und beschränken sich auf die Sekterzeugung. Im Mai 2015 wurde der erste Jahrgang degorgiert. 30.000 Flaschen werden derzeit im Jahr erzeugt mit einem Hefelager zwischen 18 und 42 Monaten. Die Preise liegen zwischen

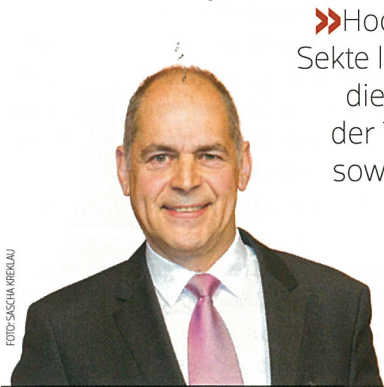


FOTO: SASCIA KREKLAU

»Hochwertige deutsche Sekte lassen sich nur über die regionale Herkunft der Trauben und Weine sowie über die Identität und Persönlichkeit des Erzeugers definieren«

Volker Raumland, Sekthaus Raumland

13 und 19 Euro. Der Vertrieb erfolgt ausschließlich über den Fachhandel und die Gastronomie sowie zu einem kleinen Teil über die eigene Homepage, Ab-Hof-Verkauf gibt es noch nicht. Inzwischen kann sich das Sekthaus über eine

Reihe von Auszeichnungen freuen, aktuell beispielsweise über 93 Punkte bei Meiningers Deutscher Sektpreis für den Spitzensekt »Freundeskreis«. »Wir finden es spannend, was sich derzeit in der deutschen Sektszene tut«, meint Christian Krack. »Es entstehen immer mehr Betriebe, die Sekt nicht nur als Nebenprodukt der Weinerzeugung sehen, sondern sich, wie wir, ganz darauf konzentrieren. Dabei wollen wir nicht Champagner kopieren. Vielmehr stützen wir uns auf die lokalen Rebsorten, das Klima und das Terroir der Pfalz. Und wir wollen mit unseren Produkten zeigen, dass Sekt weit mehr ist als nur ein guter Aperitif. Er kann auf erstklassige Weise ein komplettes Menü begleiten.«

Abgrenzung nötig. Für Stefan Braune- well, Betriebsleiter und Kellermeister im rheinhessischen Weingut Braune- well, ist »Sekt die große Leidenschaft«, in die er viel Energie und Akribie steckt. »Ich versuche, Sekt mit Säure und frischer Frucht herzustellen, der sich nicht an Champagner anlehnt«, erläutert Braune- well. Alle seine Sekte sind brut, experimentiert wird mit dem Holzeinsatz und der Dauer der Flaschenlagerung. Die Pinot-Cuvée »Brut de Selztal«, Jahrgang 2013, kam erst vor wenigen Monaten auf den Markt. Ein »Megatrend« ist für Braune- well nach wie vor Rosé. Im kommenden Jahr wird der »Rosé Braune- well-Dinter 2015« vorgestellt werden, der in der Vergangenheit vielfach als bester deutscher Rosé-Sekt mit deutlicher Champagner-Stilistik bezeichnet wurde. Etwa 2.500 Flaschen für je rund 35 Euro dürften zur Verfügung stehen. Das sollte dann aber auch die preisliche Obergrenze kennzeichnen: »Dort, wo die großen Champagner-Marken beginnen, wird es für deutschen Sekt schwierig.« Generell, meint Stefan Braune- well, brauche der Begriff Sekt eine deutlicheres Profil, damit jeder weiß, was ihn im Vergleich zu Champagner (teuer und kompliziert) und Prosecco (zu easy) beim Winzersekt und seinem feinen, fruchtigen Genuss erwartet.

Stärken ausspielen. Auch Vincent Ey- mann aus dem pfälzischen Gönheim

gehört zu den aufstrebenden Betrieben, die bei diversen Wettbewerben auf sich aufmerksam gemacht haben. »Wir verzeichnen vor allem bei Rosé- und Burgunder-Sekten stark wachsende Zahlen – mittlerweile auch im Ausland. Die Nachfrage übersteigt bereits bei weitem unsere Produktionskapazitäten. 2017 waren wir im September ausverkauft, 2018 bereits im Juli«, berichtet der Jungwinzer. Er gliedert sein Sortiment in drei Stufen: In die einfachen Sekte mit 12 bis 30 Monaten Hefelager, die mittlere Kategorie mit dem Zusatz »Réserve« und mindestens 30 Monaten Hefelager und den »2011 Vintage«-Jahrgangssekt. Letzterer ist nach einem Jahr im Fass, 6 Monaten Hefelager und sechs Monaten auf dem Korken erst seit einigen Wochen im Verkauf und kostet 35 Euro. Deutschland gehört zu den kühnsten Weinbauländern der Welt. Unsere Stärke liegt darin, leichte, feine und elegante Weine zu erzeugen, also genau den Typus, den man für einen großen Schaum-

wein braucht«, sagt Eymann. Und ergänzt selbstbewusst: »Alle haben immer Angst, dass jemand denkt, man wolle den Champagner kopieren. Davon halte ich nichts, denn gewachsener Wein ist generell einzigartig und nicht kopierbar. Ich liebe Champagner, und für mich gibt es dort viele Vorbilder. Ich halte ihn eher für eine Orientierung. Aber wenn man deutsche Sekte mit etwas im Vergleich verkostet, ist und bleibt Champagner nun mal die Benchmark.«

Benchmark Champagne. Caroline Diel vom Schlossgut Diel berichtet, dass die Zahl der Restaurants zunimmt, die eher deutschen Topsekt als Champagner offerieren. »Natürlich messen wir uns an Champagner, wir sind ja im absoluten Luxussegment unterwegs«, sagt Diel. »Aber wir wollen eben auch nicht nur die Franzosen kopieren. Wir haben andere Rebsorten und eine andere Herkunft, was die Unterschiede ausmacht. Mir liegt vor allem der Riesling



Auch Rosé-Sekt geht: »Rosé Prestige von Strauch

am Herzen, der typisch für unsere Region ist. Die Lage und das lange Hefelager ermöglichen uns, den Rieslinggeschmack optimal herauszuarbeiten.« Im Gut werden drei Sekte produziert. Handlese, Ganztraubenpressung, Spontanvergärung und lange Flaschenlagerung auf der Naturhefe sind selbstverständlich. Im Verkauf sind derzeit der »Riesling brut 2009« mit über 80-monatigem Hefelager, der noch in diesem Jahr auf den Jahrgang 2012 umgestellt wird. Der »Goldloch Riesling« (108 Monate Hefelagerung) stammt ebenso aus 2008 wie die »Cuvée Mo«, die aus Weiß- und Spätburgunder cuvettiert, im Barrique vergoren wird und dann 96 Monate auf der Gärhefe liegt. Sie ist mit rund 50 Euro einer der teuersten deutschen Sekte, damit aber, verglichen mit gleichwertigen Champagnern, fast immer noch ein Schnäppchen. Die »Cuvée Mo« stellt man nur in sehr guten Jahren her und natürlich nur in kleiner Menge. Insgesamt produziert Diel, je nach



TRANSGOURMET
über PARTNERSCHAFT

Lieblingsthema: Weinbau!
Winzerin Birgit Braunstein und
Bastian Ehret, Transgourmet Weinfachberater.

INDIVIDUALITÄT STATT MAINSTREAM.

ist mal ein guter Wein“: Weil er einfach nur gut schmeckt? Für uns alle Nachhaltigkeit ein wesentlicher Qualitätsaspekt. Viele unserer Winzer, kleine Familienbetriebe, stellen deshalb auf umweltschonenden Anbau. Natürlich belassene Weine finden enormen Zuspruch, alte Rebsorten werden eine Renaissance. Auch wir handeln entsprechend – vom Einkauf

bis hin zur hochmodern ausgestatteten LKW-Flotte bei der Auslieferung. Da machen wir keine Kompromisse – und schenken Ihnen reinen Wein ein!



TRANSGOURMET

NACHGEFRAGT

VDP-Sekt-Statut

Der Verband Deutscher Prädikatsweingüter (VDP) hat kürzlich seine neue Sektklassifikation vorgestellt. Kernstück des »VDP-Sekt-Statuts« ist – parallel zur Weinklassifikation – die VDP-Herkunftspyramide mit den Stufen Gutssekt, Ortssekt, Erste Lage und Große Lage. Was halten die Erzeuger davon?



Isabel Strauch-Weißbach
Sektmanufaktur Strauch

»Das neue VDP-Statut ist sehr gut und der richtige Wegweiser zu qualitativ hochwertigen Sekten in Deutschland. Die Mengengrenzung pro Hektar bei der Sektherstellung sehen wir allerdings kritisch.«

Stefan Braunewell
Weingut Braunewell

»Im Prinzip sind die Grundregeln des VDP-Statuts gut, die Qualitätspyramide ist logisch. Dennoch hätte ich mir mehr Klarheit gewünscht. Macht die Lage wirklich die Qualität aus? Ist das für Kunden erkennbar? Wir wollen aus Sicht der Kunden auf unsere Produktion schauen. Und da stehen Begriffe wie Hefelagerzeiten oder Holzeinsatz mehr im Blickpunkt als die Lage – auch international.«



Bernd Schönleber
Weingut F.B. Schönleber

»Das Statut eignet sich sehr gut, um Qualitätsunterschiede beim Sekt klar hervorzuheben. Es herrscht eine klare Struktur vom Gutssekt bis zum Lagensekt, die dem Verbraucher eine Orientierung

ermöglicht. Den Belangen der Sektherstellung wird hier in hervorragender Weise Rechnung getragen. Für die Kommunikation zum Verbraucher ist das VDP-Sekt-Statut ein erstklassiges Instrument.«

Niko Brandner
Griesel & Compagnie

»Ich bin froh über jede Initiative, das Image deutschen Sektes beim Verbraucher anzuheben und ihm dabei zu helfen, die Unterschiede wahrzunehmen. Nur die Gleichsetzung der Eignung einer Lage für Stillwein und Sektgrundwein erscheint mir fragwürdig.«

Mark Barth,
Weingut Barth

»Das Statut ist ein großer Schritt für die allgemeine Anerkennung deutscher Spitzensekte. Dass sich der VDP nun auch dem Sekt verschrieben hat, kann für alle Sekterzeuger nur gut sein – unabhängig davon, ob der Betrieb das Lagenportfolio dafür hat oder nicht. Wenn der allgemeine Ruf dieser Sekte steigt, profitieren alle qualitätsorientierte Betriebe davon.«

Jahrgang, von seinen drei Sekten zwischen 2.000 und 10.000 Flaschen pro Sorte.

Isabel Strauch-Weißbach hält nichts vom dauernden Blick auf die Champagne. »Wir versuchen das Wort Champagner zu vermeiden, da wir in Deutschland sehr gute Sekte herstellen, die sich nicht verstecken müssen«, meint die Chefin der Sektmanufaktur Strauch in Osthofen. »Schließlich ist der Trend zu Spitzensekten da, und die Verbraucher sind bereit, in gute deutsche Sekte zu investieren. Auch Sekt zum Essen ist bei uns ein großes Thema.«

Sekte im Preisbereich zwischen 12 und 20 Euro, in dem die Mehrzahl ihrer grundsätzlich in Flaschengärung hergestellten Sekte liegt, ließen sich sehr einfach verkaufen, teurere Sekte sollten eine Story haben, und der Verbraucher sollte erkennen, warum er mehr bezahlen muss. Im Herbst stellt Strauch einen »Vieilles Vignes« vor von 40 Jahre alten Rebstöcken und mit 40 Monaten Hefelager, einen »Rosé Prestige« sowie den »Strauch Rosé Brut« und »Strauch Brut« – zwei biozertifizierte Sekte speziell für Gastronomie und Handel.

Punkten mit Regionalität. Im gleichen Preissegment wie die »Cuvée« von Diel liegt der »Aldinger Brut Nature«, der vor Jahresfrist bei Meiningers Deutscher Sektpreis gewann. Es gibt jährlich nur rund 1.000 Flaschen, »und die sind immer sofort ausverkauft«, berichtet Hans-Jörg Aldinger. Aktuell ist der Jahrgang 2011, der fünf Jahre auf der Hefelag und aus verschiedenen Burgundersorten komponiert ist, die sich, so Aldinger, grundsätzlich sehr gut zur Versekung eignen. »Zudem kommt es bei der Erzeugung von Spitzensekten auf das Gestein im Boden und das Kleinklima an. Insofern ist für uns die Lagenregionalität schon wichtig«, meint der Fellba-



»Jahrzehntelang hat sich die Gastronomie mit deutschen Sekt keinerlei Mühe gegeben. Seit einiger Zeit ist das anders«

Barbara Roth,
Wilhelmshof

cher. Da die Interessenten für diesen Sekt in der Regel überdurchschnittlich informiert sein wollen, schreibt das Gut alle wichtigen Daten zum Produkt, einschließlich des Degorgierdatums, auf das Etikett.

Nicht nur Elitesekte.

Bei 2.000 bzw. 3.000 Flaschen des »Pinot Brut Nature« und der »Grande Cuvée« liegt die Auflage der Topprodukte von Griesel & Compagnie. Die ersten Flaschengärer des neugegründeten Hauses, des ehemaligen Staatsweingutes Bergstraße, kamen 2015 auf den Markt. »Seitdem hat sich der Umsatz Jahr für Jahr nahezu verdoppelt«, be-

richtet Niko Brandner, der im Keller für die Qualitätsexplosion verantwortlich ist. Die Preise der Sortimentsspitzen liegen zwischen 20 und 30 Euro. »Ich glaube nicht, dass es für deutschen Sekt nach oben Preisgrenzen gibt. Fakt ist, dass wir größtenteils im Premiumsegment zu günstig verkaufen. Ich bin allerdings auch nicht daran interessiert, unbezahlbare Elitesekte zu erzeugen«, sagt der junge Sektmacher. Ideen für neue Produkte hat man in Bensheim reichlich. In Planung sind ein Solera Riesling aus fünf Jahrgängen, ein Pinot Noir-Lagensekt »Fürstenlager« (2016 und 2017), ein Pinot Noir 2013 als Einzelfass versetzt und ein Riesling Reserve von 2013. »Alle brauchen allerdings noch ein paar Jahre Hefelager«, erzählt Brandner, der sich über die gegenwärtig stark steigende Nachfrage freut: »Ein Auftrieb ist deutlich spürbar und die Überraschung bei vielen Verbrauchern immer noch groß, welche Qualität inzwischen bei uns erzeugt werden.«

Herkunft und Handwerk. Nun sind aktuell die kleinen, aber feinen Sekthäuser zwar die Motoren einer überaus erfreulichen Entwicklung rund um deutschen Spitzensekt, aber auch die »Big Player« haben sich schon seit langer Zeit mit

dem Thema Qualität beschäftigt. So wie die Sektkellerei Henkell, die mit Menger-Krug einen erstklassigen Erzeuger unter ihrem Dach hat. Und die auch mit »Fürst von Metternich« seit Jahrzehnten einen Sekt produziert, der rebsortenrein und ausschließlich aus deutschen Weinen hergestellt wird und damit zu den Wegbereitern gehobenen Sektgenusses gezählt werden muss. Inzwischen ist auch eine neue Prestige-Linie in traditioneller Flaschengärung, die Gastronomie und Fachhandel vorbehalten ist, auf den Markt gekommen. »Herkunft und Handwerk«, so Henkell-Pressesprecher Jan Rock, »spielen bei der Nachfrage der Konsumenten im Premiumbereich eine zunehmend größere Rolle.« Die Trauben von »Fürst von Metternich Prestige« stammten beispielsweise ausschließlich aus dem Rheingau, bei Menger-Krug verwende Henkell nur ausgewählte Sektgrundweine aus Rheinhessen und der Pfalz. »Echte deutsche Spitzensekte brauchen sich qualitativ ganz sicher nicht vor Champagner zu verstecken. Gleichwohl verfügen sie über einen gänzlich anderen und vielseitigeren Charakter als das vom Terroir her sehr fokussierte Champagnergebiet. Nicht zuletzt diese Vielfalt spricht gerade auch für deutsche Spitzensekte«, ist Rock überzeugt.

Push für Premium. Marktführer Rotkäppchen-Mumm bedient den Premiumbereich mit der Marke »Geldermann«. Neben den Jahrgangssekten gibt es die im LEH vertretenen Linie »Les Premiers« und daneben »Les Grands«, die dem Fachhandel und der Gastronomie vorbehalten sind. Beide Linien differenzieren sich durch ihre unterschiedliche Reifezeit. Im Herbst kommt eine auf 6.000 Flaschen limitierte Sonderedition zum 180-jährigen Jubiläum von Geldermann auf den Markt. Insgesamt ist man mit der Entwicklung bei Geldermann zufrieden. »Im Jahr 2017 haben wir 3,5 Mill. Flaschen Geldermann verkauft, das entsprach einem Wachstum von 6,1 Prozent«, berichtet Rotkäppchen-Marketingleiterin Cathrin Duppel. Vor allem Rosésekt liege stark im Trend: »Auf Geldermann Rosé entfallen fast 45 Prozent

»Mit dem Thema Speise und Sekt schaffen wir es, für hochwertige Schaumweine neue Trinkanlässe zu definieren«

Christoph Graf, Schloss Vaux



Gut nachgefragt: Brut-nature-Burgundercuvée von Aldinger



Mit Menger-Krug spielt Henkell in der Premium-Liga mit

unseres Absatzes im Lebensmittelhandel.« In Breisach arbeite man intensiv daran, die Kenntnisse der Verbraucher hinsichtlich der Sektherstellung zu verbessern. »In der Kellerei haben wir die Entstehung von Sekt auf unterschiedlichen Kanälen erlebbar gemacht. Neben Filmen gibt es täglich Führungen mit Verkostungen vor Ort. Und auch auf unserer Website finden sich zahlreiche Informationen zur Herstellung«, so Duppel.

Crémant wächst weiter. Auch wenn derzeit vor allem deutsche Kellereien für Aufsehen im Sektregal sorgen, so haben sich doch auch einige ausländische Produzenten über viele Jahre hinweg einen Namen als qualitätsorientierte Hersteller gemacht. Bouvet-Ladubay gehört in jedem Fall dazu. »Und wie!«, freut sich Exportleiter Benoît Defranoux auf die Frage, ob es einen Trend zu hochwertigen Schaumweinen gebe. Bei 11,2 Prozent Plus liege das Bouvet-Wachstum im ersten Halbjahr 2018, nachdem das vergangene Jahr »nur« 3,7 Prozent Plus gebracht hatte. Rosé, so fürchtet Defranoux, könne schon im November ausverkauft sein. »Unsere Entwicklung ist nicht so gut, weil wir so viele Neukunden gewinnen, sondern weil die Sparte Crémant wächst und wächst.« Crémant profitiere vom positiven Image Frankreichs als Produktionsland für Top-Qualitätsschaumweine. Das sei eine gute Basis für Produkte wie den Spitzen-crémant »Trésor«, dessen Verkaufspreis in Deutschland bei etwa 17 Euro liegt. Wichtig für den Erfolg sei auch die konsequente Ausrichtung auf Fachhandel und Gastronomie und nur wenige Top-



Supermärkte. Insgesamt erwartet Defranoux für Crémants und deutsche Spitzensekte rosige Zeiten: »Weltweit sieht es sehr gut aus. In Deutschland werden die VDP-Sekte dem Markt gut tun!«

Auch Freixenet spielt mit. Der Cava-Marktführer Freixenet ist hierzulande eher als Anbieter guter Konsumqualitäten denn als Produzent von Topprodukten bekannt. Dennoch sind die Spanier in allen Qualitätsbereichen unterwegs. Es gibt Spitzencavas wie den »Can Sala« oder »Reserva Real« ebenso wie diejenigen unter der »Seguras Viudas«-Linie; die Distribution in Deutschland ist freilich bescheiden. »Top Cavas sind ebenbürtig mit Champagner. Die neue Kategorie »Cava de Paraje Calificado« positioniert diese Cavas an der Spitze der Qualitätspyramide. Hier reiht sich auch der Freixenet »Can Sala« mit einem Preis von bis zu 70 Euro ein«, sagt Brand-Manager Asgard Schönherr. In Deutschland, im klassischen LEH, sehe man bei den Spitzenschaumweinen eine Preisbereitschaft bis lediglich 15 Euro. In diesem Bereich stoße Freixenet mit »ICE Cava«, »Prosecco DOC« und »Italian Rosé« beim Handel auf sehr großes Interesse. Besonders spannend, so Schönherr, sei das international wachstumsstarke Segment des Prosecco Spumante. »Produkte wie der »Freixenet Prosecco DOC« zeigen auf, dass sich hochpreisige Produkte sehr gut verkaufen lassen. Voraussetzung ist, dass alles stimmt: die Optik, die Produktqualität und die Stärke der Marke, die es erlaubt, sich im Premiumsegment zu positionieren.«

WOLFGANG SCHÖN