



Rosig schäumend

Mit Prosecco Rosé Spumante sollen im Markt neue Preispunkte gesetzt und der Trend zu höherwertigen italienischen Schaumweinen verstärkt werden. Seit Oktober wird er offiziell ausgeliefert und Edeka wird ihn ab April als Eigenmarke im Regal stehen haben. | Alice Gundlach

Die ersten Flaschen vom Jahrgang 2019 trudelten vergangenen November ein. Die Marke Scavi+Ray startete zuerst. Mionetto aus dem Hause Henkell, Valdo und andere große Namen zogen direkt nach. In SB-Warenhäusern wie Real stehen aktuell drei roséfarbene Marken-Prosecchi im Regal, darunter auch Zonin und La Gioiosa im Preiskorridor 7,49 bis 7,99 Euro. In Edeka-Märkten kostet der Marken-Prosecco rosé Valdo Oro Puro sogar über 10 Euro. Wie die Edeka-Zentrale auf Anfrage bestätigt, habe man sich auch für das Eigenmarken-Portfolio mit den neuen Produkten eingedeckt. Die Hausmarke Prosecco Rosé Via al Castello soll demzufolge ab April in den Märkten stehen. Zum Verkaufspreis jedoch hält sich Deutschlands größter Einzelhändler noch bedeckt. Die Kaufleute vor Ort seien Herren der lokalen Preispolitik, heißt es.

In Deutschland ist die Geschichte des Prosecco, der aus dem Veneto und dem Friaul kommt, eine besondere. Sie ist der Wettbewerbsintensität am hiesigen Markt geschuldet und dreht sich vor allem um eines: den Preis. Während der prickelnde Spumante im Stammland Italien der Standard ist, geriet hierzulande der Frizzante, ein Perlwein mit einem Flaschendruck unter 3 bar, zum Bestseller. Für ihn zahlen Importeure die für Schaumweine übliche Sektsteuer von 1,02 Euro pro 0,75-Liter-Flasche nicht. Entsprechend kann er zu Niedrigpreisen von 3 Euro und darunter im Lebensmittelhandel verkauft werden. Ganz generell wurde Prosecco seit den 1990er Jahren als günstige Alternative zu Sekt positioniert. Lange Zeit war Deutschland das Hauptexportland, in dem sich Prosecco als Gattungsname und als schickes Synonym in die Köpfe vieler Verbraucher einprägte. Die Preisverhältnisse haben sich indes angenähert. So lag der Durchschnittspreis für eine Flasche Sekt zuletzt bei 3,86 Euro.

Auch sind für italienische Produzenten andere Exportdestinationen relevanter geworden. In Großbritannien und den USA wurden laut Exportstatistik des Konsortiums DOC im

Treviso im Jahr 2019 mehr als die Hälfte der Produktion verköstigt. Deutschland ist mit 331 061 Hektolitern und einem Anteil von 11 Prozent der drittgrößte Abnehmer. Rund zwei Drittel davon ist Frizzante, während in anderen Ländern vor allem die Schaumwein-Variante getrunken wird. Weltweit wächst die Nachfrage nach Prosecco auch in osteuropäischen Ländern oder Asien. Zuletzt stieg die Exportmenge der norditalienischen Stammregion um 11 Prozent. Dies schlägt sich in höheren Produktionsmengen, Qualitäten und Preisen nieder. Die produzierte Menge von Prosecco Frizzante indes stagniert. In

Ob die enge Definition vom Konsumenten verstanden wird, muss sich noch zeigen

Deutschland war die Nachfrage 2020 bis Ende September um knapp 3 Prozent rückläufig. Mehr noch, weil italienische Exporteure auch höhere Preise für Frizzante Qualitäten verlangen, wurden die Produkte vielerorts durch andere günstigere Perlweine ersetzt, sei es aus Italien oder anderen Herkünften.

Parallel tendiert der Konsum zu höherwertigem Spumante. So wurden dem Konsortium zufolge in den ersten drei Quartalen 2020 nach Deutschland 253 308 Hektoliter Prosecco DOC exportiert. Das seien 3,8 Prozent mehr als im Vorjahreszeitraum. Davon entfielen etwa zwei Drittel auf Frizzante, ein Drittel auf Spumante. Letzterer wuchs jedoch um ganze 17,3 Prozent. Mit dem Prosecco Rosé Spumante wollen die Erzeuger diesen Trend verstärken und im deutschen Lebensmittelhandel neue Preispunkte setzen. Aus Sicht des Schutzkonsortiums für den Prosecco DOC gilt es auch ein generelles Missverständnis aufzuklären. Schon deshalb, und „um die Wertigkeit des Prosecco herauszustellen“, wie es heißt, wird es

Prosecco Rosé nur als Spumante geben. Die Rebsorten sind: Glera – die klassische Proseccotraube – und bis zu 15 Prozent Pinot Nero. Natürlich dürfen die Trauben gemäß der geschützten Ursprungsbezeichnung nur aus der Prosecco-Region kommen und die Schaumweine nur dort abgefüllt werden. Ob diese enge Originalitäts-Definition dem deutschen Konsumenten vermittelbar ist, wird sich erweisen: Denn Frizzante Rosé aus anderen Regionen gibt es längst. Ebenso wie Seco: So nennen viele deutsche Winzer ihre Perlweine. Die Namensähnlichkeit trägt bewusst oder auch unbewusst zur Verwirrung deutscher Verbraucher darüber bei, was Prosecco denn nun eigentlich ist. Und bei Testbesuchen im Lebensmittelhandel wusste es auch das Personal dort nicht zweifelsfrei zu erläutern.

Stefano Zanette, Präsident des Prosecco-DOC-Konsortiums in Treviso, ist dennoch zuversichtlich. Er erwartet, dass mehr als die Hälfte der assoziierten 347 Abfüller in diesem Jahr auch den Rosé liefern werden. Seinen Schätzungen zufolge geht es um ein Volumen von 30 bis 40 Millionen Flaschen. Schon vergangenes Jahr wurden 16,8 Millionen Flaschen hergestellt. Zum Vergleich: 2020 wurden mehr als 500 Millionen Flaschen Prosecco DOC produziert.

Anders als die Erzeugerorganisation Prosecco DOC will das Gebiet Conegliano-Valdobbiadene definitiv keinen Rosé auf den Markt bringen. Das dort ansässige Konsortium Prosecco Superiore DOCG lässt auf Anfrage verlauten, dass man „Prosecco Rosé“ nicht in die Produktspezifikation aufnehmen werde. Zudem gebe es im „historischen Gebiet von Conegliano Valdobbiadene“ fast keinen Anbau von Pinot Noir.

So beliebt Prosecco in Deutschland auch ist, die Stimmen aus dem deutschen Handel sind noch zurückhaltend. Globus etwa befindet sich auf Anfrage noch in Verhandlung mit Produzenten über Prosecco Rosé. Entschieden sei noch nichts, heißt es. Lebensmittelhändler Rewe wie Kaufland wollen sich aktuell zum Marktstart noch gar nicht äußern. lz 10-21

„PROSECCO IST KEIN CHAMPAGNER ITALIENS“

Andreas Saffer, Geschäftsführer des Importhauses Saffer Wein, glaubt nicht an eine komplette Trendwende. Doch der Italien-Spezialist sieht das Prosecco-Segment im Gespräch mit der LZ vor Marktverschiebungen.

Herr Saffer, italienische Hersteller knüpfen hohe Erwartungen an die neue, qualitätsorientierte Prosecco-Generation. Ist der Imagewechsel in einem so wettbewerbsintensiven Markt wie Deutschland zu schaffen?

Prosecco steht in Deutschland für eine Produktgattung des unkomplizierten, fruchtigen Alltagsgetränks. Die Ideen einiger Funktionäre, sich als Champagner Italiens zu positionieren, werden so nicht funktionieren. Die Vorstellung vieler italienischer Kellereien, dass bei uns wie in Italien üblich, vorwiegend Spumante getrunken wird,

wird sich in absehbarer Zeit nicht realisieren lassen. Jedoch gehe ich schon davon aus, dass das Spumante-Segment sich in den nächsten Jahren auch hierzulande positiv entwickelt.

Deutsche Lebensmittelhändler bieten mit Prosecco Frizzante ein preiswertes Alltagsgetränk, das eben ohne Sektsteuer preiswert angeboten werden kann. Wird es Prosecco Rosé, den es ja nur als Spumante mit generell höheren Einstiegspreisen gibt, nicht schwer haben?

Der deutsche Markt ist und bleibt sehr preissensibel. Der Spumante wird, auch wegen der Sektsteuer, kaum im Preissegment des täglichen Weinkonsums mitspielen. Der Spumante-Bereich, sowohl für Prosecco als auch für Prosecco Rosé, ist ein eigenständiger Bereich, mit einem anderen Preis-

korridor, der absatzmäßig seine Grenzen haben wird.

Hat Prosecco selbst denn nicht an Strahlkraft verloren, weil es gerade in Deutschland so viele günstige Alternativen gibt?

Prosecco ist mittlerweile eine feste Größe in jedem Sortiment. Sicher ist durch zahlreiche Änderungen der letzten Jahre, vor allem die Preisschwankungen, die Innovationslust etwas getrübt worden. Doch gehört Prosecco in den Trendbereich Easy Drinking. Alternativen aus Italien und auch aus anderen Ländern können diesen Platz nicht einnehmen.

Ab wann werden Sie Prosecco Rosé im Angebot haben?

Wir starten mit dem Jahrgang 2020 und beginnen Anfang März mit der Auslieferung. Der Rosé ergänzt unsere Prosecco-Linie Bella Aura Oro.

Wie fügt sich das Neuprodukt preislich in das bestehende Angebot an Rosé-Schaumweinen oder Rosé-Perlweinen?

Wir führen einen Rosé Frizzante aus Pinot Nero und Pinot Bianco mit Endverbraucherpreisen von 5,49 bis 5,99 Euro und den Bertoldi Rosé Spumante Brut, der vorrangig für die Gastronomie und den Fachhandel gedacht ist. Den Prosecco Rosé Spumante werden wir preisgleich mit Letzterem positionieren. Das heißt, er wird Verbraucher 7,99 bis 8,99 Euro kosten.

Und die generellen Chancen für Prosecco Rosé im LEH, wie schätzen Sie die ein?

Auch im Prosecco-Bereich verzeichnen wir wachsende Absätze für Spumante. Wir sehen den Artikel als gute Ergänzung auch im Vertriebskanal Super- und Verbrauchermarkt, da die Bezeichnung „Pro-

secco“ für den Konsumenten ein Gattungsbegriff geworden ist. Der Prosecco Rosé wird sicher davon profitieren und sich von den No-Name-Rosés abheben. ag/lz 10-21



Andreas Saffer,
Geschäftsführer
der Saffer Wein
GmbH.