

Motivation für die Arbeit

Ich persönlich bin ein großer Fan von hochwertigen Schaumweinen. Auf meinen Reisen in die Champagne und das Prosecco-Gebiet habe ich viele charaktvolle Schaumweine kennengelernt. In meiner Zeit als Restaurantleiterin und Sommelière der gehobenen (Sterne-) Gastronomie war ich immer auf der Suche nach spannenden und innovativen Produkten für meine Gäste. Vor sechs Jahren habe ich zum ersten Mal die grandiosen Sekte von Volker Raumland kennen und schnell lieben gelernt - mein Einstieg in die Welt der Winzersekte.

Seit Jahren gebe ich Champagnerseminare für eine Weinschule und die Volkshochschule München und verfolge gespannt seit mehreren Jahren die Entwicklungen der Winzerchampagnerzene. Es ist großartig, wie sich dort viele kleine Winzer aus dem Schatten der großen Häuser befreien und nun selbst individuelle, spannungsreiche Schaumweine produzieren.

Ich übernehme gelegentlich die Standbetreuung auf Weinfachmessen in Deutschland für einen Winzer aus dem Burgenland und wurde am Stand schon häufig von Kunden angesprochen, ob es auch einen Sekt vom Weingut gäbe. So kam es zu einem intensiven Gespräch über eine mögliche Sektproduktion zwischen mir und dem Winzer.

In meinem Abonnement der *Vinum* lese ich regelmäßig lobende Artikel und probierte mich dann durch mehrere der empfohlenen Winzersekte aus Österreich und Deutschland. Der Hype um die Sekte vom *Weingut Reichsrat von Buhl* und die erneute Sektproduktion des renommierten *Weinguts Loimer* gaben dann den entgültigen Ausschlag für die von mir gewählte Thematik.

Fragestellung / Zielsetzung

Nischenprodukt oder Chance? - Winzersekte aus Deutschland und Österreich

Können Winzersekte ihren bisher geringer Marktanteil am heimischen Schaumweinmarkt vergrößern? Wo sind die Chancen? Welche Trends begünstigen einen Einstieg in die Sektproduktion für die Winzer? Diese Fragen werden in der Abhandlung geklärt.

Methodik

Meine Recherche begann ich mit einer Reise ins Burgenland zu einem befreundeten Winzer im Januar 2016. Im Februar und März führte ich dann mehrere Fachgespräche mit Profis aus dem Weinhandel (auch mit Fokus auf Schaumweinen / Winzerchampagnern) unter anderem einem Bartender, sowie zwei Sommeliers, die zur Zeit in ausgezeichneten (Sterne-) Restaurants in Deutschland und Österreich tätig sind.

Die gewonnenen Eindrücke und Aussagen ergänzte ich durch eine Analyse bereits vorhandener Unterlagen und mehreren Artikeln aus Fachzeitschriften, wie der *Vinum*, der *Fine* und dem *Feinschmecker*.

Im April und Mai erfolgte dann die Konkretisierung der Thematik und die Aufarbeitung der gesammelten Informationen. Es erfolgte parallel eine intensive Internetrecherche.

Die schriftliche Erfassung, zwei abschließende Interviews, wovon eines in meiner Untersuchung zum Einsatz kommt und die Überarbeitung nahm ich bis Anfang Juni vor.

Die Korrekturen und der Feinschliff erfolgten Anfang Juni. Die vorliegende Arbeit beendete ich am 10. Juni 2016.

Inhalt

Meine Arbeit habe ich in folgende Sinnabschnitte gegliedert:

Nach einer Einleitung folgt zuerst die Vorstellung und Erörterung der beiden Produkte Deutscher und Österreichischer Sekt. Dazu gehe ich näher auf Geschichte, Herstellung und Qualitätsstufen, die großen Marken und eine repräsentative Auswahl von Winzern mit Winzersekten ein.

Der nächste Punkt ist eine Darstellung der aktuellen inländischen Schaumweinmarktsituation beider Länder mit den wichtigsten Konkurrenzprodukten Champagner, Cava und Prosecco, dem Trink- und Kaufverhalten von Österreichern und Deutschen, gefolgt von bereits erfolgten Marketingmaßnahmen.

Der Hauptschwerpunkt meiner Arbeit liegt dann im Aufzeigen von - zum Großteil - ungenutzten Chancen für Winzersekte mit der Fokussierung auf:

- Trends von biologischen, nachhaltig produzierten und regionalen Produkten
- Dem Preisvorteil in Bezug auf Marken und Champagner
- Der Möglichkeit der Vielfalt durch Nutzung des heimischen Rebsortenpotentials in Deutschland und Österreich, der Schaffung einer eigenen Identität gegenüber Champagner und Prosecco und somit der wichtigen Abgrenzung von beiden Produkten
- Sekt unter Gesundheitsaspekten und dem Trend zu alkoholfreien Produkten
- Dem Vorteil vieler Winzer durch ihren bereits bestehenden Ruf für einen einfachen Einstieg ins Sektgeschäft
- Dem Aufzeigen der Gewinnung von anspruchsvollen Kunden in Restaurants und Weinbars

Ich beende meine Untersuchung mit dem Fazit und einem persönlichen Kommentar.

Fazit

Die Winzer zeigen Flagge und der Zeitpunkt ist dafür momentan sehr günstig. Winzersekt kann definitiv mehr sein als ein Nischenprodukt!

Doch was fehlt ist ein klares Profil besonders in Deutschland. Der weltweit größte Schaumweinmarkt braucht dringend einen Imagewechsel. Sonst verbinden die Verbraucher weiterhin mit deutschem Sekt *Rotkäppchen* und *Henkell*.

Individualität ist spannend und wichtig in der Sektbranche, aber eine gemeinsame Identität ist ebenso relevant. Winzer sollten auch auf heimische Rebsorten vertrauen, deutsche und österreichische Sekte können mehr sein als Imitationen von Prosecco und Champagner.