

Diploma in Wines and Spirits Unit 7

Champagne Rosé –

**Faszination und Zukunftsperspektiven eines besonderen
Schaumweins**

Zusammenfassung

Kandidat: Peter Dreykluft

Kandidatennummer: 08017047

Durch mein langjähriges Interesse an Champagner bin ich auf den seit Beginn des 21. Jahrhunderts erkennbaren Boom des Marktes für Rosé-Champagner aufmerksam geworden. So erschien es mir interessant, gerade im Zusammenhang mit der Krise in den Jahren 2008/2009 den Markt dieses besonderen Schaumweins zu untersuchen.

Die Erkenntnisse der Arbeit basieren auf Literaturrecherche, Gesprächen mit Vertretern des CIVC, Produzenten und Sommeliers. Eine Markterkundung durch eine Befragung von Händlern und Konsumenten dient der Unterstützung der Argumentation.

Rosé-Champagner hat seit der ersten Aufzeichnung 1775 bzw. 1818 bei Veuve Clicquot Höhen und Tiefen erlebt. Im 20. Jahrhundert aber führte er, abgesehen von Spezialisten (Billecart-Salmon, Ruinart, Laurent Perrier, Gosset), ein Nischendasein mit 3 % Anteil des Champagnermarktes.

Er kann auf zwei Arten als Rosé d`Assemblage oder Rosé de Maceration produziert werden, seine Herstellung ist verglichen mit weißem Champagner aufwändiger.

Mit Beginn des neuen Jahrtausends begann ein Wachstum des Marktes von etwa 3 Mio Flaschen im Export auf mehr als 11 Mio 2008. Etwas geringer ausgeprägt ist das Wachstum in Frankreich. Die meisten Produzenten führen inzwischen oft mehrere Rosé-Cuvées und vermarkten diese erfolgreich. Besonders die großen Häuser haben mit ihrem Bekenntnis zum Rosé den Markt beeinflusst und bestimmen ihn. Auch im Krisenjahr 2009 behauptete sich Rosé-Champagner relativ gut im Vergleich zu anderen Qualitäten mit geringeren Einbußen im Volumen, einem prozentualen Anstieg des Marktanteils und einem stabilen Durchschnittspreis. Selbst einen im Vergleich zu weißem Champagner höheren Preis akzeptieren die meisten Konsumenten. Die Arbeit stellt zwei wichtige Produzenten beispielhaft dar.

Gründe für das Interesse der Konsumenten an Rosé-Champagner zu finden, ist nicht einfach. Einige aber werden sowohl von Konsumenten als auch von Händlern häufiger genannt.

So bildet die Farbe von Rosé-Champagner im Vergleich zum Weißen eine zusätzliche Dimension und spricht das Auge als weiteren Sinn an. Dieser Reiz wird von vielen Produzenten durch Abfüllung in farblose, glasklare Flaschen hervorgehoben.

Die Grundstilistik der meisten Rosé-Champagner ist fruchtig-frisch und leicht zugänglich und wird so auch von (oft jungen) Konsumenten wegen ihres weniger autolytischen Charakters als geschmacklich positiv empfunden. Die weinige, kraftvolle Stilistik der Prestige- und

Jahrgangs-Cuvées spricht Kenner und möglicherweise Rotweinkonsumenten an. Eine breite Vielfalt ermöglicht ein Eingehen auf Konsumentenwünsche.

Der Klimawandel, der zu besseren Rotweinen führt, Investitionen in die Einrichtungen und zunehmendes Fachwissen in Bezug auf die Rosé-Champagner-Produktion haben zu einer Qualitätssteigerung der Weine geführt.

Sommeliers entdecken Rosé-Champagner als kompatiblen Speisenbegleiter. Die meisten Betriebe der Spitzengastronomie führen oft mehrere Marken und bieten Rosé glasweise an.

Maßgeblich für den Erfolg von Rosé-Champagner ist auch ein Imagewandel. Er ist vom nicht ernst zu nehmenden Nebenprodukt mit weiblichem, sogar etwas frivolem Image in den Augen der Konsumenten zu einem besonderen, exklusiven Champagner mit Mehrwert gegenüber weißem Champagner geworden, der auch von Männern konsumiert wird.

Wichtig für den Absatz von Rosé-Champagner ist ein offensives Marketing vor allem der großen Häuser durch Werbung, aufwändige Verpackungen, das Angebot in Kleinformaten, die Begleitung großer Events ebenso wie die veränderte Wahrnehmung von Rosa als Farbe. Auch das zunehmende Interesse an Roséweinen allgemein hat einen Einfluss auf den Markt.

Für die Zukunft gibt es Chancen und Risiken. Die Chancen bestehen in einer Erweiterung des Programms durch andere Geschmacksrichtungen als brut, einem allgemeinen Trend zu Spezialitäten, leicht sinkenden Preisen durch erhöhte Produktion, Potenzial im Discount und den aufstrebenden Märkten. Risiken bestehen in einer Entwertung des hochwertigen Images durch zu stark nachgebende Preise, der Produktion von einfachen Cuvées zum Bedienen des Marktes, der Entwertung des exklusiven Images durch die leichte Zugänglichkeit der Weine, der Zunahme preiswerter Champagneralternativen und einem durch die gesetzlichen Vorgaben nur langsamen Reagieren auf den Markt.

Trotz der genannten Risiken ist der Blick in die Zukunft positiv. Alle beteiligten Akteure sehen Rosé-Champagner als festen Bestandteil des Sortiments. Seine relative Stabilität in der Krise wird ebenso wie der bereits lange anhaltende Trend und das Bekenntnis der großen Häuser zu diesem Stil als positives Zeichen gewertet. Wichtig für den Erhalt des hochwertigen Images ist es aber, keine Abstriche in der Qualität zu machen. Dann besteht die Möglichkeit, dass Rosé-Champagner seine derzeitige Marktposition hält oder möglicherweise weiter ausbaut.