



Kein Erzeuger kommt an Prosecco Rosé vorbei – schon gar nicht La Marca, dem größten Betrieb der DOC Prosecco

Im Wettlauf mit der Zeit

Die Geburt des Prosecco Rosé hat die Hersteller Nerven gekostet. Nach der verspäteten Genehmigung wurden 2020 fast 17 Mill. Flaschen abgesetzt. Wir befragten die Betriebe nach ersten Markterfahrungen.

Es war ein Wettlauf mit der Zeit. Wir hatten schon ab der Ernte 2019, also lange bevor die amtliche Genehmigung kam, Vorbestellungen für unser gesamtes Prosecco-Rosé-Kontingent von einer Million Flaschen. Alle Märkte reagieren positiv, vor allem in Europa, Großbritannien und in den USA. Die Wiederbestellungen sind gleich im Januar angelaufen, wir setzen große Erwartungen in den Prosecco Rosé und vertrauen darauf, dass er seinen Platz in der Welt findet. Für 2021 rechnen wir mit einem Absatz von mindesten 2 Mill. Flaschen«, berichtet Giancarlo Moretti Polegato, Präsident von Villa Sandi.

Die Prosecco-Schmiede aus Valdobbiadene war so schnell am Start, dass sie die erste Zertifizierung eines Prosecco Rosé erhielt. Das war allerdings auch erst Mitte Oktober 2020, denn die Genehmigungen für die Emission erschienen erst am 11. August 2020. Dann brauchte es noch zwei Monate im Drucktank bis der Neuling fertig gestellt war. Das Ausland musste noch länger warten. Erst am 28. Oktober 2020 erschien die für den Export unabdingbare Veröffentlichung im EU-Amtsblatt. Einen Tag später wurde in Deutschland der nächste Lockdown verordnet.

»Ich glaube immer noch, dass es sehr, sehr viel besser gewesen wäre den Pro-

secco Rosé in einer normalen Situation zu lancieren. Unter diesen Pandemie-Umständen ist das beinahe versteckt passiert, damit ist eine einmalige Gelegenheit verloren gegangen. Wir haben in den USA das Weihnachtsgeschäft



»Alle Märkte reagieren positiv, vor allem in Europa, Großbritannien und in den USA«

Giancarlo Moretti Polegato,
Villa Sandi

PHOTO: STUDIO NICO PHOTOGRAPHERS

nicht mehr erreicht, allein die Transitzeit von der Kellerei bis Kalifornien dauert 40 Tage, die Ware ist Anfang Januar verzollt worden«, bedauert Massimo Poloni, der Geschäftsführer von Valdo.

Deutschland zögert. Nach Deutschland ging erstmal gar nichts. »Sie haben nichts gekauft für die Festtage, auch Edeka nicht. Wir bekamen die ersten Antworten aus Deutschland Ende Dezember für Anfang Januar. Ich habe auf der ganzen Welt die Tendenz der Supermarktketten gespürt, dass sie zunächst das Bestehende schützen wollen. Der einzige Markt, der sofort reagiert hat, war Großbritannien. Die skandinavischen Monopole rufen hingegen Preise auf, zu denen wir nicht liefern können«, führt Poloni aus. 2,40 Euro pro Flasche soll Schweden für eine Lieferung von 100.000 Stück festgesetzt haben.

Die deutschen Händler hatten tatsächlich keine Eile mit der Positionierung des Produktes. Statt auf die Festtage im Lockdown setzen die Händler mehr Hoffnung in die Rosé-Saison, die mit dem Frühling beginnt. Saffer in München listet erst mit der neuen Preislise im März einen Prosecco Rosé, für die LEH-Linie Bella Aura Oro. Das roséfarbene Pendant zum Doppio Passo Prosecco DOC soll sogar erst ab April 2021 erhältlich sein.

Der größte Hersteller, die Genossenschaftskellerei zweiten Grades La Marca, bemerkt, dass Deutschland zögerlicher als andere Märkte auf die Produkt-Neuheit reagiert. Auch der zweitstärkste Prosecco-Anbieter, Enoitalia, bestätigt eine »moderate Nachfrage«, das meiste Interesse käme von den LEH-Ketten.

Gute Zukunftsaussichten. Der Klassiker Mionetto hingegen, mit einer Auflage von 25 Mill. Flaschen Prosecco im Besitz von Henkell-Freixenet, äußert sich zuversichtlich. »Wir führen unseren Mionetto Prosecco Rosé DOC Millesimato in Deutschland jetzt ein. Eine genaue Aussage über die Absatz- und Umsatz-



Bottega ist 2020 mit einer kleinen Menge Prosecco Rosé gestartet. Jetzt folgt eine große Produkt-Offensive

»Es wäre besser gewesen, den Prosecco Rosé in einer normalen Situation zu lancieren«

Massimo Poloni, Valdo



entwicklung ist daher zwar aktuell noch nicht möglich, aber er wird von Handelseite sehr gut angenommen. Wir sind also guten Mutes und glauben auch für den deutschen Markt an gute bis sehr gute Zukunftsaussichten. Der Launch des Mionetto Prosecco Rosé DOC ist – passend zum anhaltenden Prosecco-Trend – zunächst vor allem in den USA und Kanada vielversprechend angelaufen. In Europa waren es zuerst die nordischen Länder wie beispielsweise Schweden oder Finnland. Zudem begeistert die rosarote Neuheit die Verbraucher in Großbritannien, Frankreich und neben dem Heimatland Italien den Osten Europas, wo wir mit eigenen Unternehmen in Polen, Ungarn, Tschechien und in der Slowakei vertreten sind«, informiert Jan Rock, Global Head Corporate Communications von Henkell Freixenet. Je nach Entwicklung der Märkte und der Konsumentenbedürfnisse sei in einigen internationalen Märkten zusätzlich die Einführung einer Bio-Version denkbar.

Dabei sein.

März 2021. Ein digitaler Blick auf Gesichter, auf ein grandioses Portfolio und auf die Marke als Verantwortung und Genuss erlebnis. Unser Start in eine gute Zukunft für Partner und Entscheider. Details folgen.

KIEFER 1851 **& SCHMIDT**
by m & b schmidt WEINGUT

'21 **EARLY BIRD TREND / REPORT**
Wein / Stil / Performance



otto-at-home.de

Bottega hatte seinen Prosecco Rosé »Il Vino dei Poeti« bereits im Juni 2020 per Pressemitteilung beworben und berichtet positiv über den Markteinstieg. Neben Italien und Deutschland hätten vor allem Großbritannien, USA, Kanada und die Niederlande eine gute Nachfrage.

Allerdings kamen 2020 erst 69.000 Flaschen auf den Markt. Für 2021 plant Bottega eine Verfügbarkeit von rund 700.000 Stück. Das Haus rechnet allein in Großbritannien und USA mit jeweils 150.000 Flaschen Absatz, in Deutschland wird der Verkauf auf 100.000 Flaschen geschätzt. Sandro Bottega meint, dass die Rosé-Variante ein Potenzial von rund



»Wir glauben auch für den deutschen Markt an sehr gute Zukunftsaussichten«

Jan Rock,
Henkell Freixenet

20 bis 25 Prozent der gesamten Prosecco DOC-Produktion habe. Das Jahr war hart für den Hersteller der glitzernden Flaschen – 25 Prozent der Verkäufe generiert das Unternehmen normalerweise über den Duty Free.

Spumante und/oder Prosecco Rosé?
In diesen Wochen schlagen weitere Kellereien mit ihrem Prosecco Rosé in

Deutschland auf. Fratelli Martini startete gerade den Launch für die Eigenmarken Sant’Orsola und Canti, Botter ist dabei, den »Brilla!« Prosecco als Rosé herauszuschicken, behält aber auch die Version »Brilla!« Vino Spumante Rosé bei, um Kundenwünsche zu erfüllen. Ruffino und Zonin haben ihren Spumante hingegen vom Markt genommen und mit dem Prosecco Rosé ersetzt. Ruffino, im Besitz von Constellation Brands, präsentiert seinen am 8. Februar 2021 online, Zonin ist mitten in der Auslieferung.

Die Einführung des Prosecco Rosé war auch dafür gedacht, den bereits vorhandenen Rosé-Sekten der Anbauzone eine Eingliederung in die DOC zu er

Die Prosecco-Größen und der Rosé

		Produktion Prosecco DOC/DOCG gesamt in Tsd. Fl.*	Produktion Prosecco Rosé in 2020 in Tsd. Fl.	Prosecco Rosé Potenzial 2021 in Tsd. Fl.	Dauer der 2. Gärung in Tagen	Anteil Pinot Nero in %	Preis ex cellar im Vergleich zum weißen Prosecco DOC (+)	Typologie
Bottega		4.500	69	ca. 700	> 60	15	10%	Brut
Botter		25.600	283	ca. 2.000	> 60	10–15	+ k.w.A.	Ex.Dry+Brut
Enoitalia		43.000	2.000	ca. 4.000	65–70	15	15%	Extra Dry
Frat. Martini		30.000	500	bis zu 4.000	> 60	12	ca. 50 Cent	Extra Dry
La Marca		50.000	1.100	6.000–7.000	> 60	15	10–15 %	Extra Dy
Mionetto		25.000	400	ca. 2.000	> 60	15	***	Extra Dry
Ruffino		6.500	keine	1.000	> 60	15	11%	Extra Dry
Ruggeri		1.300	85	240	60	15	ca. 20 Cent	Brut
Schenk		12.000	1.000	2.000	60	10	20%	Extra Dry
Valdo		13.000	350	650	90	15	12–15 %	Brut
Villa Sandi		18.300	1.000	ca. 2.000	70	10–15	10%	Brut
Zonin		18.000–20.000	350	1.500–2.000	80	15	10%	Ex.Dry+Brut

* Die Angaben beziehen sich nicht auf die Gesamtherstellung der Kellereien, sondern nur auf die Produktion von Prosecco.

** Die Angaben beziehen sich auf die Eigenmarken CANTI und Sant’Orsola

*** Mionetto gibt an, dass das Preisniveau des Rosé auf dem des Prosecco DOC Treviso liegt, beide haben eine UVP von 8,49 €.

Quelle: Umfrage WEINWIRTSCHAFT bei großen und mittleren Prosecco-Herstellern, Datenangaben der Unternehmen



FOTO: KANGELD PA

Die DOCG Prosecco plant bisher keine Rosé-Variante, doch wie lange können die Traditionalisten den Ruf marktorientierter Produzenten widerstehen?

möglichen. Die Kellereien waren längst dem Rosé-Trend gefolgt, aber den Sekten fehlte die territoriale Zugehörigkeit.

Die meisten Erzeuger behalten zusätzlich ihren eingeführten, wenn auch nicht mit dem Zauberwort Prosecco ausgestatteten, Rosé-Sekt. Das kann an der Rebsorten-Kombination liegen, die nicht in das DOC-Regelwerk passt, aber auch an wesentlich höheren Margen, wie Massimo Poloni von Valdo bestätigt.

Richtige Richtung? Die Handelsgesellschaft Deuna war zwar mit dem Prosecco Rosé noch vor Weihnachten am Start, hat aber auch generelle Zweifel. »Die erste Resonanz ist verhalten positiv, aber richtig los geht es ja erst im Frühjahr. Ich halte den Prosecco Rosé zwar nicht für überflüssig, befürchte aber, dass das mit sehr viel Aufwand erreichte Image des Prosecco wieder beliebig wird, wenn es nicht mehr klar definiert ist, was Prosecco ist. Man hat jahrelang gekämpft gegen alle Trittbrettfahrer, die irgendwas mit »secco« angeboten haben, gera-

de in Deutschland. Dann die Rochade Prosecco/Glera, die sicherlich nicht verkehrt war. Damit hatte Prosecco ein neues, klar definiertes Image, und wir sollen ja auch unbedingt mehr DOCG verkaufen. In diesem Zusammenhang finde ich eine neue und zusätzliche Prosecco-Kategorie nicht ganz zielführend, aber das ist Ansichtssache«, gibt Geschäftsführer Ralf Kastner zu bedenken.

Preisprobleme. Das Unternehmen Schenk Italia, das immerhin 12 Mill. Flaschen Prosecco produziert, geht auf dem deutschen Markt leer aus. 2020 kam kein Geschäft zustande, 2021 ist nichts in Sicht. Es liegt an den Preisen. »Die Tender kamen im Juni/Juli in einer kritischen Gesamtsituation. Die Produzenten waren besorgt, die Preise für den Prosecco gesunken und einige haben verfrüht zu absurden Preisen verkauft. Also waren die Tender trotz bestehenden Interesses für den Prosecco Rosé sehr hart. Wir sind in dieser Preisklasse nicht wettbewerbsfähig. Inzwischen



FOTO: SEBASTIAN WICK

»Ich befürchte, dass das mit sehr viel Aufwand erreichte Image des Prosecco wieder beliebig wird«

Ralf Kastner,
Deuna

WWW.NATURKORKEN.DE

Sie benötigen
hochwertige Korken?



haben sich die Preise wieder erholt. Die Herstellung des Prosecco Rosé DOC ist so teuer wie die des Prosecco Superiore DOCG. Die Flasche müsste 30 bis 40 Cent teurer sein als der normale Prosecco DOC«, informiert Geschäftsführer Daniele Simoni.

Die Kosten sind nicht nur hoch, weil der Rosé die Drucktanks per Regelwerk mindestens doppelt so lange wie ein weißer Prosecco belegen muss, sondern auch die Trauben sind teuer. Für die DOC-Produktion zugelassener Pinot Nero kostete mit 1,85 bis 2 Euro deutlich mehr als die weißen Trauben wie Chardonnay und Weiß- und Grauburgunder, mit denen der normale Prosecco verschnitten werden kann, erklärt Simoni.

In den USA hingegen ist Schenk sehr gut gestartet. Es hat mit einem Logistik-Trick geklappt. »Wir haben die Ware nach New York geschickt, zwischengelagert und per Zug in andere Staaten weitertransportiert, auch Kollegen ist es gelungen, den Rosé auf diese Art noch vor Jahresende in den Verkauf zu bekommen. In den USA ist der Prosecco Rosé der »Rosé des Jahres««, sagt Simoni.

Tatsächlich wurde der »Pink Prosecco« unlangst vom einflussreichen US-Medienunternehmen Bloomberg zu den acht Weintrends für 2021 erklärt. In diesem Zusammenhang wird John Gillespie zitiert, Gründer und CEO des Marktforschungsinstitutes Wine Opinions. Die Verbindung zwischen Prosecco- und Rosé-Trend sei so gut wie ein sicherer Erfolg auf dem US-Markt. Über 100 Produkte hatten die Staaten vor Jahresende erreicht.

Charme & Charakter. Die Konsortiumsleitung der DOC Prosecco hätte den Rosé als Prestigebringer am liebsten nur in den Kategorien von Brut bis Brut Nature erlaubt, aber die Produzenten wehrten sich aufgrund des lieblichen Geschmacks auf vielen Märkten erfolgreich dagegen.

Unsere Umfrage ergab, dass sich die Hersteller (bisher) häufiger für die Version Extra Dry mit bis zu 17 Gramm Restzucker pro Liter entschieden haben als für den Brut, oder sie stellen beide Kategorien her, Brut für Horeca, Extra Dry



FOTO: REFRALLO ROMANO

»Die Herstellung des Prosecco Rosé DOC ist so teuer wie die des Prosecco Superiore DOCG«

Daniele Simoni,
Schenk Italia

für den LEH. Bei den Bruts liegt der Wert oft an der oberen Grenze (bis 12 g).

Grundsätzlich ist der Prosecco Rosé ein absolut gelungenes Produkt für seine Marktposition. Denn er ist als Prosecco wiedererkennbar, hat aber mehr Charme und Struktur, eine feinere Perlage, und das Geschmacksbild ist facettenreicher. Wenn ein Extra Dry ein wenig zu warm wird, kommt Pappigkeit ins Spiel, das ist schade. Man merkt der Durchschnittsqualität der Rosés jedoch an, dass die Hersteller viel Ehrgeiz in den Rosé setzen. Er war als Premium-Produkt geplant, darf aber nicht aus der Preisspanne fallen.

Eine Benchmark für die neue Kategorie ist der Prosecco Rosé Argeo von Ruggeri in Valdobbiadene. Er hat die Klasse der DOCG, ist quarzig-mineralisch, die kleinperlige, dichte Perlage befördert vor allem Glycerin- und Pfirsichblüten in

die Nase, ein wenig rote Frucht und Fülle steuert der Pinot Nero bei, am Gaumen sind die typischen Apfelnoten präsent und Beeren, tolle Frische und Dynamik, ungewöhnlich lang. Dieser Brut mit 9 Gramm Restzucker hat eine perfekte Balance.

Eine Frage des Timings. Der Prosecco Rosé hatte das Schicksal, mitten in der Pandemie zu debütieren. Aber hätte man noch länger warten sollen? Die ersten Versuchsreihen hatten schon im Frühling 2018 begonnen. Als das Agrarministerium die Einführung in das Regelwerk des Prosecco DOC genehmigte, kamen sofort Nachfragen von den Exportmärkten, vor allem aus den USA und Großbritannien.

Die 16,8 Mill. Flaschen, die noch eiligst in 2020 verkauft werden konnten, haben die Gesamtbilanz des Prosecco DOC ins Plus »gerettet«. Über 500 Mill. Flaschen wurden 2020 abgesetzt, knapp 14 Mill. mehr als im Vorjahr (+2,8%). Die Aussichten für die Verkaufsentwicklung in 2021 sind ungewiss, aber es kursieren Schätzungen zwischen 50 und 65 Mill. Flaschen.

Das Konsortium hat jedenfalls vorgesorgt, dass die Produktion nicht ins Unendliche abdriftet. Der Prosecco Rosé soll schließlich das Sahnehäubchen der DOC darstellen. Im Sommer 2020 wurden bereits Neuanlagen von Pinot Nero für Prosecco DOC gestoppt. Pinot Nero darf zwar gepflanzt werden, aber nicht in die Weinbergsrolle der DOC eingetragen werden.

Wer die Trauben zukaufen muss, wird bei der nächsten Ernte tiefer in die Tasche greifen müssen. Das heißt, dass die Margen noch geringer werden oder Preiserhöhungen erfolgen, was beim Prosecco besonders übel genommen wird.

Bisher schaut die DOCG Conegliano Valdobbiadene noch zu, was in der großen DOC passiert. Einige Hersteller propagieren jedoch schon lautstark, dass sich die DOCG nicht die Chance nehmen lassen soll, auch einen, hochwertigeren Rosé zuzulassen, um den Markttrend nicht zu verpassen.

VERONIKA CRECELIUS

Herstellungsregeln

Glera plus Pinot

Der Prosecco DOC Rosé entsteht aus dem Verschnitt der Hauptsorte Glera mit mindestens 10 bis maximal 15 Prozent Pinot Nero. Der Pinot ist nicht nur die einzige im Regelwerk zugelassene rote Sorte, sondern sie allein wird auch in allen neun DOC-Provinzen angebaut. Der »Franzose« unterliegt strengerer Ertragsbeschränkungen als die Glera, 13,5 Tonnen pro Hektar gegenüber 18 Tonnen pro Hektar. Die Zweitvergärung für den Rosé muss mindestens zwei Monate dauern, doppelt so lange wie für weißen Prosecco DOC, schon allein um die Farbe zu stabilisieren. Dem ungeliebten Frizzante-Segment wird der Rosé vorenthalten, er darf nicht nur ausschließlich als Spumante existieren, sondern er muss auch ein Millesimato sein, ein Jahrgangssekt. Seine Restzuckerwerte bewegen sich zwischen den Kategorien Extra Dry bis Brut Nature. Dank der EU-Ausnahmeregelung für Schaumweine darf der Prosecco Rosé aus einem Blend von Rot- und Weißwein entstehen. Die Grundweine werden getrennt ausgebaut und für die zweite Gärung im Drucktank vereint. Die Marktemission ist auf das Folgejahr der Ernte festgelegt.