

WEINMACHER

Rosé



Am Puls der Zeit

Von der negativen Entwicklung im Gesamtmarkt 2022 haben sich Rosés deutlich abgekoppelt. Vielfalt und höhere Qualität eröffnen diesem Segment weiterhin Wachstumsmöglichkeiten.

Christoph Hammel gehört zu den kommunikativsten und kreativsten Köpfen in der deutschen Weinbranche und zu denjenigen, die die jüngsten Trends am Markt sehr frühzeitig erkennen. Da war es schon bemerkenswert, dass der Winzer aus Kirchheim in der Pfalz seinen Messestand auf der diesjährigen ProWein unter ein einziges Thema stellte: Rosé. Nun ist es ja nicht so, dass der Aufschwung des Rosés ganz neu ist. Bereits in den vergangenen Jahren berichteten viele Winzer und Weinhändler von einer sehr positiven Entwicklung dieser Weinsart.

Historischem ist fast schon ein Hype entstanden um Rosé. Und wer in Düsseldorf über die Messe ging, der konnte nicht übersehen, dass eine hohe Zahl an Ausstellern auf den rosafarbenen Zug aufgesprungen war und viele Neulichen präsentiert, die Qualität und nachweislich ganz neue Maßstäbe setzten.

Christoph Hammel war also bei weitem nicht der Einzige, der Rosé zum Messemotto machte, aber sicherlich der konsequente. »Rosé war von Anfang an während meiner Ausbildung in der Weinbauschule Koenigsberg meine große Leidenschaft. Kein Wein ist mediterraner, keiner ein vielseitigerer Essensbegleiter. Die Randbreite der Rosé-Stilkette ist unerschöpflich. Kirchheim, der in seinen alltäglichen Trankbenutzungen von Weinbergern verarbeitet, getrunken wird zu Roséwein haut. Allein von seinem erdigen Rosé »Sophie Helene«, immer dem Preis zwischen 6,50 und verkauft Hammel jährlich 100.000 Flaschen.

Das sind für Deutschland hohe Zahlen, aber der Anteil am Weinmarkt steigt stetig. In den Deutschen Weinmärkten der Anteil der Rosés am Einkaufsvolumen der Vertriebsjahre 2022 um einen Punkt zuzunehmen. Im Lebensmittel-Einzelhandel nach IH-Erhebungen im vergangenen Jahr der Weinmarkt zuzunehmen ist, konnten mehrheitlich 1,3 Prozent zulegen.

Auszug, bitte lesen Sie den kompletten Artikel in der Weinwirtschaft 07/2023. Im Abo/Shop unter WEINWIRTSCHAFT | meining.de

Neue Preisschwellen. Wie überall, so ist auch unter den Roséwein-Erzeugern die Preissituation derzeit ein heiß diskutiertes Thema. Siegbert Bimmerle vom gleichnamigen Weingut im badischen Renchen ist skeptisch, was die allgemeine Situation angeht: »Der Trend geht im Handel bereits aufgrund der aktuellen, wirtschaftlichen Situation nach unten und Weine über 7 Euro haben es schwer«, meint der Winzer, dessen Rosés hauptsächlich im Bereich bis zu 10 Euro liegen und damit bereits höherpreisig angesiedelt sind.

Dennoch ist bei ihm der Roséabsatz im vergangenen Jahr um 8 Prozent gestiegen – nicht zuletzt gezogen vom »Spätburgunder Rosé trocken«. Wenn

WEINMACHER Rosé

die Qualität stimmt, so Bimmerle, sei auch der Preis von 8,90 Euro kein großes Problem. Jedenfalls war der trockene Spätburgunder, spritzig und mit leichter Frucht, bereits im Herbst ausverkauft.

Dennoch ist das Preisniveau von rund 7 Euro für eine Vielzahl deutscher Roséweine eine kritische Grenze. »Generell verschieben sich zurzeit Preisschwellen. Viele Kunden verstehen, dass die enorm gestiegenen Kosten moderat weitergegeben werden müssen. Allerdings ist noch nicht absehbar, wie sich das in Zukunft auswirken wird«, meint Nicole Vogel von Mejs – Die Weinspezialisten aus Bad Bergzabern in der Südpfalz. Sie hat eine Rosé-Cuvée unter der Marke »Tabernus«, die in sowohl der Flasche als auch im Bag-in-Box-Karton angeboten

wird und einen Spätburgunder Rosé im Sortiment.

Farbe und Stil relevant. »Die Rosés haben sich in den letzten Jahren fest am Markt etabliert und sind nicht mehr wie früher von Trends und Jahreszeiten abhängig. Rosés sind wohl deshalb beliebt, weil es oft unkomplizierte und fruchtige Weine sind – Easy-drinking-Weine eben«, so die Winzerin. Die Farbe, so Vogel, spiele bei der Kaufentscheidung eine wichtige Rolle. Zurzeit sei ein leichter Trend zu etwas hellfarbigeren Rosés erkennbar.

Die Cleebronner Weingärtner verwenden verschiedene Stilistiken je nach Produktart und Zielgruppe. »Der große Erfolg von »Sagenhaft« zeigt uns, dass die

»Für den Konsumenten ist nach wie vor ein leichter, frischer Trinkgenuss bei Rosé wichtig«

Siegbert Bimmerle, Weingut Bimmerle

