

Qualitätspyramide Österreichischer Sekt G.U. – Historie, Status Quo und Perspektiven

ZUSAMMENFASSUNG

Diploma Arbeit Dr. Andreas Bergmann
Kandidatennummer 17022857

Motivation für die Arbeit

Mein persönliches Interesse für Schaumwein und die neu ins Leben gerufenen Qualitätspyramide für Österreichischen Sekt G.U. motivierten mich dieses Thema für meine Diploma Arbeit zu wählen. Das Thema bot die Möglichkeit nicht nur vorhandene Literatur zusammen zu führen sondern auch aktiv neue Informationen durch persönlichen Kontakt mit vielen beteiligten Personen zu erhalten.

Fragestellung/Zielsetzung

Ziel der Arbeit war es die 2014 ins Leben gerufene Qualitätspyramide für Österreichischen Sekt von unterschiedlichsten Seiten zu beleuchten. Warum wurde die Pyramide entwickelt, wie ist der aktuelle Stand, was hat sie gebracht, konnten die Erwartungen erfüllt werden und wie sieht die Zukunft aus? Die Betrachtung erfolgte aus der Perspektive der Winzer, des Weinhandels und der gehobenen Gastronomie und ihrer Sommeliers.

Methodik

Für die Umfragen und die Datenerhebungen wurde von mir für die jeweiligen definierten Gruppen ein Fragebogen entworfen. Die Datenerhebung erfolgte dann entweder bei persönlichen Gesprächen, Telefonaten oder durch Zusendung des Fragebogens je nach Wunsch des Ansprechpartners. Die einzelnen Personen wurden so ausgewählt, um ein möglichst breites Spektrum an Meinungen abzubilden.

Inhalt

Einige der österreichischen Schaumweinpioniere erlernten ihr Handwerk in der Champagne, daher startet der Abschnitt zum Kapitel *Historie* bei Dom Perignon, der bestrebt war Weine von konstanter Qualität zu produzieren. Sein großes Verdienst waren Experimente mit der Assemblage der unterschiedlichen Grundweine aus verschiedenen Lagen und Sorten. Der unvollständig vergorene Wein begann nach dem Winter durch die steigenden Temperaturen in den Flaschen wieder zu gären, der Schaumwein war geboren.

Der Wiener Kongress machte 1814/15 den Schaumwein auch in der Donaumonarchie populär. Um 1820 verzeichneten die Branchenbücher in Wien bereits fünf Sektfabriken. Viele österreichische Sekthäuser wurden gegründet. Hier sind Namen wie Schlumberger, Kattus und Kleinoscheg zu nennen. Die Branche florierte bis zum Ende des ersten Weltkrieges und dem damit verbundenen Zerfall der Monarchie. Dadurch kamen auch die Märkte abhanden. Mit dem Vertrag von Versailles wurde der Begriff Champagner geschützt und daraufhin der Begriff Sekt eingeführt. Entspannung kam erst nach der Zwischenkriegszeit und dem zweiten Weltkrieg in den 1950er Jahren. In dieser Zeit traten die ersten Lebensmittelketten auf den Plan, die Charmat-Methode zur Herstellung wurde immer populärer, neue Konkurrenz aus dem Ausland kam mit deutschem Sekt, Cava und Prosecco.

Weitere Einschnitte waren der Weinskandal 1985 und der EU-Beitritt 1995. In dieser Zeit kamen auch die Lohnversekter und die ersten Winzersekte auf.

Im Folgenden werden im Kapitel *Status Quo Allgemein* die einzelnen Bestimmungen der neuen Qualitätspyramide für die Stufen „Klassik“, „Reserve“ und „Große Reserve“ beleuchtet.

Dann erfolgt die Vorstellung des Österreichischen Sektkomitees und einige Fakten aus dem österreichischen Sektreport zum Thema Sektkonsum in Österreich sowie die Tätigkeiten der Österreichischen Weinmarketing. Abgeschlossen wird dieser Teil mit einem kurzen Exkurs zur Bundeskellereinspektion.

Das Kapitel *Status Quo und Perspektiven* beginnt mit den Produzenten. Dargestellt werden die Ergebnisse der Interviews mit den Winzersekt-Produzenten und den Großproduzenten, in Summe 12 Betriebe. Darunter sind zum Beispiel Bründlmayer, Harkamp, Malat. Madl und Loimer sowie Schlumberger, Kattus und Szigeti. Die Qualitätsstufe Klassik war offenbar ein schwierig zu erreichender Kompromiss. Die Winzer können sich mit den erlaubten Methoden dieser Stufe kaum anfreunden, viele der Großen können ohne diese Regelung in dieser Stufe nicht mitmachen. Den Kleinen scheint häufig der Wert des eigenen Namens wichtiger zu sein als in der Pyramide mitzumachen. Warum wird bei der neuen Pyramide mitgemacht, was soll erreicht werden? Alle Antworten gehen die gleiche Richtung: Qualitätssteigerung. Genauso wichtig ist die Kennzeichnung der Herkunft Österreich. Der Österreich-Bezug wird durch die rot-weiß-rote Banderole noch verstärkt dargestellt. Viel geändert hat sich durch die Pyramide nicht, die kleinen Betriebe produzieren überwiegend schon lange nach den strengen Kriterien. Eine Große Reserve im Programm zu haben ist offenbar auch eine gewisse Prestige-Sache. Geworben wird mit der Pyramide nahezu gar nicht.

Der Weinhandel in Österreich ist unterschiedlich segmentiert. Bei den Diskontern Hofer und Lidl spielen die Pyramide und klassifizierte Produkte keine Rolle. Rewe ist breiter aufgestellt mit den Großflächen einerseits und den Premiummärkten andererseits. Nur bei letzteren wurden die Sortimente um klassifizierte Produkte erweitert. Generell ist Österreichischer Sekt zwar ein Thema, werbetechnisch müsste für die Pyramide aber noch einiges getan werden. Auch Spar fährt mehrgleisig, die Pyramide spielt aber nur in den Gourmet-Märkten und in der Weinwelt, dem online Portal, eine Rolle. Auch Spar ist der Meinung, dass hier noch viel Arbeit wartet. Eine nette Geschichte, die man jetzt zusätzlich erzählen kann, sieht Wein&Co. Österreichischer Sekt, vor allem Winzersekt, ist vermehrt im Gespräch, hier sieht man Wachstumspotential. Die Pyramide wird aber aktuell nicht für Marketing und Verkauf verwendet. Sie ist auch kein Grund für Neulistungen. Morandel-Vinorama und Delfabro sehen die Pyramide zwar grundsätzlich positiv, im Geschäftsleben gab es aber bisher keine Änderungen. Kracher Fine Wine ist im Premium Bereich tätig, die Pyramide ist uninteressant. Gesprochen habe ich in diesem Segment überwiegend mit den jeweiligen Einkäufern.

Die befragte gehobene Gastronomie mit Ihrem Sommeliers nimmt die neue Pyramide eigentlich nicht wahr. Bestenfalls gibt es österreichischen Sekt als Aperitif. Die Pyramide zeigt keinen Einfluss auf die Empfehlungs- oder Einkaufspolitik der Betriebe. Mit 7 Betrieben konnte ich sprechen, darunter Steirereck/Wien, Mraz und Sohn, Taubenkobel und Silvio Nickol.

Fazit

Die Idee der Qualitätssteigerung bei österreichischem Sekt und einer transparenten Darstellung ist zu begrüßen. Es wird noch Zeit, weitere Aufklärungsarbeit und gemeinsame Bemühungen aller Beteiligten benötigen um die gesteckten Ziele zu erreichen.