

WEIN + MARKT

April 2014

Perlwein - Weiter im Aufwind

...
Vor vier Jahren haben der Winzer Jürgen Hofmann aus dem rheinhessischen Appenheim und der Münchner Weinhändler Guido Walter erstmals den Perlwein „Fritz Müller“ vornehmlich für die Münchner Szenegastronomie auf den Markt gebracht. Inzwischen, so Jürgen Hofmann, beträgt der Jahresabsatz 130.000 Flaschen. Diese werden in Rheinhessen von der Fritz Müller verperlt GmbH an Fachgroß- und einzelhändler aus dem gesamten Bundesgebiet geliefert. Erstere sorgen für eine gute Präsenz in der Gastronomie, in Hamburg oder auf Sylt genauso wie in München. Facheinzelhändler verkaufen die beiden, auch von der Weinkritik gelobten Perlweine in ihrer modernen Designerausstattung (einen Müller-Thurgau und eine Cuvée aus Portugieser und Spätburgunder mit jeweils ca. 11% Vol. und 1 |g/l Restzucker) für um die 7 Euro an Endverbraucher. Das „Büro für Geschmacksförderung“ von Ina Metzger aus München hat die Produktkommunikation auf die Zielgruppe maßgeschneidert.

...
BU: Jürgen Hofmann hat mit „Fritz Müller“ frische Akzente im Perlweinssegment gesetzt und punktet damit auch in der Gastronomie.

Thomas Köhr



Hintergrund

...tigen trockenen deutsche Secos, eine Cuvée in weiß (29 ERZ) und eine in rot (24 g/l RZ), die unter der Marke „Juni... Seco“ vertrieben werden. Geschichtlich ist Fritz Müller's Vertrieb, rückblickend auf einige Verkaufsjahre, sehr gute Akzentpunkte dieser Perlweine, bei den letzten anten auch eine starke Nachfrage des Handels nach Eigenausstattungen. Handelsgüter können neben der 0,75 l Normalflasche auf Wunsch auch 20 und 50er Packungen beziehen. Wer Alkoholikerin sucht, kann bei Fritz Müller lediglich Seko (Dunkel Schilch Kabinett), aber können Seco beziehen. Alkoholischer Seko in Eigenausstattung werden Handel palatensweise bezogen, so Geschäften. Alkoholischer Seco werden von Fritz Müller kundlich liegen (nicht mit) erfüllt nachfrage. Statt Lagerware mit Eigenausstattung kann man bei Fritz Müller auch seinen eigenen Perlwein beziehen. Ab 2.500 bzw. 4.000 l je nach Herstellungsverfahren ist dies möglich. Langgah Erben in Trauben Traubach füllt mittlerweile in der Erben-Ränge nach Erben Seco und Erben spritzig (Grandweiner - deutscher Weiß- bzw. Rotwein) sowie in der Sottino Linie einen (vegane)



Jürgen Hofmann hat mit „Fritz Müller“ frische Akzente im Perlweinssegment gesetzt und punktet damit auch in der Gastronomie.

Bis Fritz Müller aus italienischen Grundweinen. Für Marketingleiter Alex Dietzen ist die Verbraucher die Seko- und Seco-Kategorie als gleichberechtigt an. Die Regularien bezüglich des unterschiedlichen CO₂-Gehaltes seien kaum bekannt. Ausschlaggebend für den Markterfolg seien ein gutes Gesamtergebnis mit stimmung Qualität und Preis-Leistung sowie das Marketing. Auch Dietzen notiert einen Boom bei Weinsocials. Die Trauben-Trachten haben darauf reagiert und schicken

rum Copa del Sol Cocktails in den Geschmacksrichtungen Caipirinha, Coconara und Casanova Mango im Rennen. Die Produktion sollen in ihre auftragskostenstarke Full-Serve Ausstattung gerade junge Leute ansprechen, die fruchtliche, aromatische Getränke mit markanter Süße und weniger Alkohol (7% Vol.) bevorzugen. Langgah greift mit Capa del Sol das Thema Südkontinente und insbesondere Brasilien auf - das Land, in dem die Fußball-WM 2014 und die Olympischen Sommerspiele 2016 angetragen werden. Die Südkontinente Peter Heres GmbH, Trier, hat seit über 20 Jahren den bereits in den 50er Jahren des 20. Jahrhunderts eingeführten Perlwein „Keller Geister“ im Sortiment und vor gut einem Jahr als „Keller Geister Seco“ mit einem 0,75 l Flasche mit Longtop, modernisierten Etikett, 5,5% Vol., weniger Restzucker (10 g/l) und „ebenfalls sehr gut von den Kunden angenommen wurde“ (P. Seco). Das wie vor drei Jahren in den Getränkehandel eingeführt haben“, sagt Marketingleiterin Barbara Fabian. Der Seco-Sektor „Akkubankgoh“, ebenfalls ein italienischer Frizzante, erwidert zur diesjährigen Perlwein- in „Juni ein Küss“. Neu im Programm des Hauses ist zudem der Hugo Isar's Premium Seco Chaudronne.

Perlweine legen zu, aber Hugo, Spritz & Co. boomt noch mehr Absatz und Umsatz ausgewählter Produktkategorien (LEH + GMM + C&C)

