



„Alle Weißweine sind schöne Sommerweine“, sagt der Geschäftsführer einer Genossenschaftskellerei. Aber auch Rosé, Blanc de Noirs oder leichter Rotwein aus dem Kühlschrank eignen sich dafür. Alle sollten aus der jüngsten Ernte kommen, die bekanntlich genug erfrischende Säure geliefert hat. Viele Genossenschaften nutzen das saisonale Thema schon im Frühjahr zur Kundenansprache und bieten ihre Sommerweinauswahl zu Sonderpreisen an.

Sommerweine der Winzergenossenschaften

Promotions bringen zusätzlichen Kick

Der ideale Sommertag lockt in den Garten und lädt zu einem Glas frischen, spritzigen und gut gekühlten Wein ein, schreibt die Winzergenossenschaft Oberkirch zur Promotion ihres Sommerweinpaketes im Mai (18 Flaschen zu 89 Euro), das auch Weine der erst kürzlich vorgestellten neuen Linie OK 51 enthält. Die Story zu den drei innovativ aufgemachten Tropfen der Serie (1951 wurde die Genossenschaft am Rande des Schwarzwalds gegründet) greift die Flower-Power-Jahre auf und nennt die rote Cuvée beispielsweise „Let the sunshine in“. Auf der ProWein dem Fachpublikum und auf der Badischen Weinmesse den Verbrauchern präsentiert, wurde der Roséwein aus der OK51-Linie La Vie en Rosé auf der Offenburger Messe zum beliebtesten „Besucherwein“ gewählt. Weitere Publikumsliebhaber waren dort im Übrigen die Rosés aus Durbach und Waldulm.

In Oberkirch nennt Geschäftsführer Markus Ell „modern trocken“ oder fein-

herb ausgebaute Rivaner, Rivaner & Riesling, Spätburgunder Rosé und Spätburgunder Blanc de Noirs als wesentliches Angebot für Frühling und Sommer. Neben dem Rivaner (120.000 Flaschen, UVP knapp 4 Euro) ist bislang ein feinherber Rosé aus der Collection O ein Sommerbestseller der Oberkircher (100.000 Flaschen, UVP bis 4,99 Euro). „Wir haben ihn 2010 auf den Markt gebracht, und er entwickelt sich seit Jahren extrem positiv“, so Markus Ell. Auch mit der Markteinführung der Serie OK51 – dazu gehört auch die sommertaugliche Weißweincuvée Paradies aus Rivaner, Weißburgunder und Gewürztraminer – ist er sehr zufrieden. Nach einem schwierigen Jahresauftakt verlaufe das Geschäft mit Frühlings- und Sommerweinen nun wieder wie gewünscht.

Musikalisch inspiriert von den Comedian Harmonists zeigt sich die Remstaller Kellerei mit der Frühlingscuvée „Veronika, der Lenz ist da“ und dem diese Saison

eingeführten „Wochenend ...“, ein 2014er Zweigelt Rosé QbA feinherb (UVP: 3,99 Euro). Zum Auftakt wurden 10.000 Flaschen gefüllt, die Auslieferung an den Handel – auch auf 102er Pyramiden-Display für die Zweitplatzierung – begann im April. Sommerliche Bestseller aus dem Remstal sind bisher trockener Weißburgunder und Sauvignon Blanc, das Gros der Sommerweine wird für 4 bis 6 Euro je Flasche verkauft.

Mit Spaß zum Erfolg

Der in Offenburg und auch vom Badischen Weinbauverband ausgezeichnete Waldulmer Spätburgunder Rosé trocken ist „aktuell unser erfolgreichster Wein“, antwortet Geschäftsführer Michael Böhly auf die Frage nach absatzstarken Sommerweinen. Daneben zählen die Waldulmer trockenen Rivaner, feinherben Blanc de Noirs und die Cuvée Rivaner & Riesling zu ihren Sommerklassikern. Letztgenannter lief 2014 im Testmodus, und

schon nach sechs Wochen waren die 10.000 Flaschen verkauft. Der fruchtig-leichte Tropfen steht für diese Saison in größerer Auflage zur Verfügung. Das Gros der Waldulmer Sommerweine „bewegt sich im Preissegment zwischen 4 und 5



Marian Kopp,
Lauffener Weingärtner

„Sommerweine sind vor allem im Preissegment ab 4 Euro gefragt. Deren Absatz zieht alljährlich ab Mai spürbar an.“

Euro“, die aktuelle Absatzmenge per Direktvertrieb und über Zentrallager der WeinAllianz liegt nach Angaben von Michael Böhly 10% über dem Vorjahr.

Apropos WeinAllianz: Für die aus sechs rheinhessischen Jungwinzern bestehende Gruppierung Die JunGen baut das Weinkontor Westhofen einen 2014er Spätburgunder Blanc de Noirs aus und vermarktet diesen als Sommer- und Spaßwein zur mediterranen Küche und zum geselligen Grillfest an einem lauen Sommerabend. Der Wein kostet meist etwas über 5 Euro, für Wiederverkäufer läuft bis Ende August eine 5+1-Aktion bei Abnahme von mindestens 120 Flaschen.

11+1 heißt eine Aktion des Ruppertsberger Weinkellers, mit der der harmonisch trockene Sommerwein Riesling Classic 2014 promotet wird. Auch wenn die Nachfrage nach diesem Wein „ganzjährig recht groß ist, verkauft er sich in

der warmen Jahreszeit etwas besser“, so die Auskunft der Mittelhaardter Genossenschaft.

Die Winzergemeinschaft Franken (GWF), Kitzingen, hat mit der „Sommerzeit“ sogar eigens ein Markenweinkonzept für die warme Jahreszeit geschaffen. Die leichten Sommerweine gibt es in zwei Sorten: als Bacchus und als Rosé (aus Dornfelder). UVP: 3,99 Euro/0,75 l. „Das Besondere an der ‚Sommerzeit‘ ist die Herstellungsweise. Es werden Trauben aus unterschiedlichen Reifestadien verarbeitet, so dass sich auf ganz natürliche Art ein niedriger Alkoholgehalt von 9,5% Vol. ergibt“, erklärt das Unternehmen. Darüber hinaus empfiehlt die GWF „für die schönen Alltagsangelegenheiten auf Balkon, Terrasse oder im Garten“ den Rotling und den Müller-Thurgau aus der Jungweinserie „die jungen frank’n“, die nach Auskunft von Geschäftsführer Paul E. Ritter mit über 1,2 Mio. verkauften Flaschen pro Jahr der Bestseller des Hauses ist – und das zu einem durchschnittlichen Regalpreis von 3,49 Euro pro 0,75-l-Bocksbeutel. Um den Absatz anzuheizen, startet die GWF für ihre Sommerfavoriten in den Monaten Juni, Juli und August verschiedene VKF-Aktivitäten unter Devisen wie „Ideal auch zum Grillen“ oder „Der frische Sommerwein“.

„Sommerliche Leichtigkeit“ möchte die Divino Nordheim Thüngersheim eG mit ihrer zur ProWein 2015 vorgestellten Serie „Weinträume“ vermitteln – und zwar „ganzjährig“. Unter der Bezeichnung laufen drei halbtrocken ausgebaute Weine (Rotwein, Weißwein, Rosé), die über das Fränkische Weinkontor an den LEH vertrieben werden (UVP: je 3,99 Euro/0,75 l). Zielgruppe sind Menschen, „die Wein genießen und nicht studieren möchten“ und die „für Terrasse, Party oder Picknick“ den passenden Wein suchen. Geschäftsführer Wendelin Grass ist sich sicher, dass Weinträume „die Vorlieben der 25- bis 35-jährigen erfüllt“.

Im März haben die Bottwartaler Winzer, Großbottwar, ihre modifizierte Linie Flora „neu erblühen“ lassen. Früher bestand die Serie aus sortenreinen Weinen, jetzt umfasst sie zwei feinherbe Cuvées: einen Weißwein (aus Riesling, Muskatrollinger und Muskateller) sowie einen Rosé (aus Trollinger, Muskatrollinger und Spätburgunder), die in der Frühjahr-Sommer-Saison punkten sollen (UVP: 5,50 Euro).

Am Neckar ist bei den Lauffener Weingärtnern unter den Sommerweinen SchwarzWeiss Schwarzriesling trocken weißgekeltert „der wachstumsstärkste Artikel“, so Geschäftsführer Marian Kopp. Aus dem Mundelsheimer Sortiment erweist sich ein Acolon Rosé als „Renner“. Neben Rosé- und Weißweinen hält Kopp auch leicht gekühlte Schwarzriesling Rotweine mit wenig Gerbstoff für „hervorragende sommerliche Terrassen-Begleiter“. Vor allem im Preissegment ab 4 Euro seien Sommerweine gefragt, deren Absatz alljährlich ab Mai spürbar anziehe. Mit einem neuen Sommerwein, dem Lauffener Weingärtner Blanc de Blancs (BB) lieblich (UVP: 4,29 Euro) soll nun die Gruppe der Süßweintrinker angesprochen werden. Die Cuvée hat 33 g/l Restzucker und 10,5% Vol. Alkohol und soll „ein jugendliches Trinkvergnügen“ bieten. Welchen Frühlings- oder Sommerwein der Lauffener die Verbraucher bevorzugen, können diese bei einem Gewinnspiel mitteilen. Mit der Teilnahme besteht Aussicht auf eine sechstägige E-Bike-Tour am Neckar, zu der auch ein Zwischenstopp bei den Lauffener Weingärtnern gehört.

Mit aufgefrischter Optik präsentiert sich für 2015 der neue Jahrgang der Weinserie Martin Schongauer, die vom Badischen Winzerkeller seit über 25 Jahren verkauft wird. Neben dem Relaunch (hellere Flasche und neues Markensignet) gab es auch eine Erweiterung der Range (bisher Burgunder, Blanc de Noirs und Rosé) um einen trockenen Riesling. Für Henning Johanßen, Kommunikationschef des Winzerkellers, passt dieser Wein bestens zur sommerlich-leichten Küche und erfrischt (Säure 6,7 g/l) gut gekühlt an warmen Tagen. Die UVP liegt bei 4,49 bis 4,99 Euro. „Vor dem Hintergrund einer soliden Markenserie“ erwartet Johanßen für den 2014er Martin Schongauer Riesling bezüglich der Absatzmenge „ein Sommer-Hoch“.

Themenbezogene Sonderplatzierungen

Seit Ostern hat die Württembergische Weingärtner-Zentralgenossenschaft (WZG), Möglingen, ihr Angebot zur Terrassensaison mit einem Pinot Meunier Rosé aus der Serie Edition Gourmet – zu ihr zählt bereits ein ebenfalls sommer- tauglicher Blanc de Noirs – erweitert, „um der steigenden Nachfrage nach anspruchs-



Markus Ell,
Winzergenossenschaft Oberkirch
„Ein Sommerbestseller ist unser
feinherber Rosé aus der Collec-
tion O. Wir haben ihn 2010 auf
den Markt gebracht, und er ent-
wickelt sich seit Jahren extrem
positiv.“

vollen Rosé-Weinen gerecht zu werden“, erklärt der Vorstandsvorsitzende Dieter Weidmann. Mit Schwarzriesling möchte man ein gebietstypisches Alleinstellungsmerkmal im Rosé-Markt erreichen und mit der Verwendung der alternativen Rebsortenbezeichnung Pinot Meunier auf die stilistische Verwandtschaft mit mediterranen trockenen Roséweinen hinweisen. Der Rosé wird in einer satinierten Flasche im „gut sortierten“ Lebensmittel-

handel angeboten, die Regalpreise für die Gourmetserie liegen um die 4 Euro.

Zwischen 3 und 4 Euro lassen sich, so Weidmann, „interessante Absatzvolumina erzielen“. So führt die WZG auch bei anderen Produktlinien wie der Rebsortenlinie, der Serie Eiserne Hand oder in der Edition Süß & Fruchtig mit Weißherbst, Schillerwein und Rosé typische Sommerweine aus dem aktuellen Jahrgang und mit moderatem Alkoholgehalt sowie als Spezialität den Muskat-Trollinger Marba-

cher Neckarhölde. Zu den Bestsellern der letzten beiden Jahre zählen nach Angabe des WZG-Chefs Blanc de Noirs aus der Edition Gourmet sowie Trollinger Rosé und auch Riesling aus der Serie Süß & Fruchtig. Den Abverkauf der Sommerweine begleiten zum Saisonstart Printwerbung in Publikumszeitschriften sowie themenbezogene Sonderplatzierungen und Aktionen im Lebensmittelhandel.

Bei der Winzergenossenschaft Edenkoben hat sich Marketingassistentin Meike Gleber die Mühe gemacht, den Abverkauf ausgewählter Weine in vier Winter- und vier Sommermonaten zu vergleichen. Sie kommt zu dem Ergebnis, dass die beiden Topseller im Sommerweinbereich gegenüber den Wintermonaten ein Absatzplus von 75% aufweisen. Sommerweine sind auch in Edenkoben weiß oder rosé; leichte, fruchtige und eher trockene Stillweine sowie Seccos gehören dazu. Topseller der letzten Jahre waren nach Glebers Bilanz Grau- und Weißburgunder sowie die Pfalzklassiker Riesling und Portugieser Weißherbst, ebenso weißer Perlwein.

DER BESTE SILVANER SPÄTLESE TROCKEN KOMMT VON UNS.

WIR SIND STOLZ DARAUF!

Die besten Weine Frankens sind ermittelt worden. Aus über 250 Weinen hat eine hochkarätig besetzte Jury in der Kategorie „Silvaner-Spätlese-trocken“ unser Produkt ausgewählt.

Der Gewinner ist:

Schloss Crailsheim

Rödelseer Küchenmeister

Silvaner, Spätlese, trocken.



Die Winzer und Mitarbeiter der GWF

Winzergemeinschaft Franken eG • Alte Reichsstraße 70 • 97318 Kitzingen • www.gwf-frankenwein.de



Karl Seiter,
Genossenschaftskellerei Heilbronn-Erlenbach-Weinsberg

„Wir brauchen saisonale Impulse auch, weil im Sommer viele Verbraucher in Urlaub sind. Sommerweine ermöglichen das ein oder andere Zusatzgeschäft.“

Dass auch Rotwein, gut gekühlt oder auf Eis, im Sommer schmecken kann, zeigen die Edenkobener mit süßem Acolon-Rotwein. In den Vinotheken animiert das Verkaufspersonal mit solchen Vorschlägen die Privatkundschaft, „auch einmal etwas anderes auszuprobieren“. Auf der Internetseite der Genossenschaft wird ein Wein der Saison mit einem Preisnachlass promotet, zum Spargel beispielsweise die Cuvée Blanc. Großkunden und Gastronomen wird alljährlich im Rahmen einer Sommerweinaktion ein ausgewähltes Sortiment mit Rabattstaffel inklusive Verkaufsdysplays und Sales Folder angeboten. Etwa die Hälfte des sommerlichen Absatzes läuft über Handel und Gastronomie, bei Durchschnittserlösen für die Genossenschaft von 2,50 bis 3,50 Euro netto je Flasche.

Grillen und Chillen

Die Moselland eG, Bernkastel-Kues, die für alle vertretenen Anbauggebiete auch sommertaugliche Weine führt, hat als Neuheit im Präsentbereich einen wahren „Blickfang“ als Sommerwein kreiert, so Marketingleiter Thomas Ambré. Es handelt sich um einen Rudesheimer Rosengarten Riesling feinherb von der Nahe, der bei der Berliner Wein Trophy mit Gold ausgezeichnet wurde. Gefüllt wurde er in eine rundum bedruckte „Effektflasche“ mit einem sommerlichen, roten Blumenmotiv. Grundsätzlich beschreibt der Moselland-Sprecher die Eigenschaften typischer Sommerweine mit den Worten „frische Weiß- und Roséweine, fruchtbetont, harmonisch, lebendig, mit gut eingebundenem Alkoholgehalt“. Auch ein frisches Design und eine Weißglasflasche unterstützen den Abverkauf. Darüber hinaus positioniert die Moselland eG mittlerweile auch fruchtbetonte Rotweine als gekühlt zu trinkende Sommer-Tropfen. Mit themenbezogenen VKF-Aktionen un-

terstützen die Moselaner die Absatzbemühungen des Lebensmittelhandels. Eine bereits umgesetzte Frühlingsplatzierung, u. a. auch mit dem Nahe Riesling bestückt, läuft noch bis in die Sommermonate. Das Thema Grillen und Wein wird ebenfalls für Aktionen aufgegriffen.

„Unser Sauvignon Blanc trocken ist ein echter Sommerzischer“, zeigt sich Jürgen C. Grallath, geschäftsführender Vorstand der Deutsches Weintor eG, begeistert. Das Sommerweinangebot der Genossenschaft



Dieter Weidmann, WZG

„Zu den Bestsellern der letzten beiden Jahre zählen bei uns Blanc de Noirs aus der Edition Gourmet, Trollinger Rosé und Riesling aus der Serie Süß & Fruchtig. Interessante Absatzvolumina lassen sich zwischen 3 und 4 Euro erzielen.“

aus Ilbesheim (Südpfalz) setzt auf Weiß und Rosé. Neben dem Sauvignon Blanc spricht auch halbtrockener Weißburgunder potenzielle Kunden in der warmen Jahreszeit an – und selbstverständlich Dornfelder Rosé, ebenfalls in halbtrockener Geschmacksrichtung. Die mit einem lukrativen Gewinnspiel verbundene Sommerweinpromotion des Deutschen Weintors läuft unter der Reimzeile „Grillen und Chillen“. Sie stellt vor allem die Eignung von Dornfelder Rosé zu Gegrilltem heraus.

Sommerfreude mit Preisnachlass

Mit zweistelligen Preisnachlässen, kostenfreier Lieferung ab 36 Flaschen und anderen Vergünstigungen offeriert die Erste Markgräfler Winzergenossenschaft Schliengen-Müllheim alljährlich in einem zehnteiligen, „von vielen Kunden erwarteten“ Sonderprospekt ihre „Sommerfreuden“. Bestellen sollte man, bevor kalendrisch der Sommer beginnt, denn die Laufzeit der Sommerpromotion endet am 20. Juni. „Unsere Fachhändler erhalten ein Extra-Angebot mit sommerlichen süßen Preisen“, ergänzt Marketingassistentin Julia Oeschger. „Der Fachhandel ordert große Mengen zu Einkaufspreisen von 2 bis 4 Euro.“ Als Sommerweine werden vor allem leichte, fruchtige Rebsortenweine wie Gutedel, Rivaner, Chardonnay, Sauvignon Blanc und Weißburgunder angeboten, ebenso Roséweine und – in kleinerem Umfang – leichtere Spätburgunder-Rotweine. „Sie sind im Sommer leicht gekühlt perfekt zu genießen“, rät Geschäftsführer Wolfgang Grether. Das umfangreiche Angebot mit über 30 Weinen und Sekten berücksichtigt die unterschiedlichen geschmacklichen Vorlieben. Neu für 2015 sind ein feinherber Müller-Thurgau-Wein und ein trockener Müller-Thurgau-Sekt.

Gutedel, die Rebsorte des Markgräflerlands mit Alleinstellungsmerkmal, wird im Sommer besonders gern getrunken, heißt es in Schliengen. Dabei verweist

man in der Sommerweinpromotion („sie sorgte bisher immer für ein Abverkaufsplus“) auf die zahlreichen Auszeichnungen für das Gutedelsortiment, bei Deutschlands einzigem Gutedel-Wettbewerb, bei der Sommerweinprämierung des Badischen Weinbauverbandes (er prämierte im März Frühlings- und Sommerweine von 25 badischen Winzergenossenschaften mit Gold) oder bei Verkostungen von WEIN+MARKT. Auch Roter Gutedel ist nach Angaben von Julia Oeschger ein Bestseller der letzten Jahre.

Generell sind Sommerweine selten im Hochpreissegment zu finden. Auch in Südbaden „laufen sehr große Mengen im Endverbraucherbereich zwischen 3 und 6,50 Euro“. Da strenge Qualitätsvorstellungen umgesetzt würden, könne man allerdings nicht jeden Wein im unteren Preissegment anbieten, doch zum bestmöglichen Preis, erklärt Oeschger.

Am Kaiserstuhl zählt bei der Winzergenossenschaft Ihringen der Silvaner zu den Traditionssorten. Er wird vor allem zur Spargelsaison promotet, mit einem

Schwerpunkt in der Gastronomie, wird aber auch im LEH verkauft. Auch trockener Riesling Kabinett und Sauvignon Blanc gehören zum Sommerweinangebot der Badener, das dem Fachhandel und auch dem Endverbraucher mit Aktionsangeboten offeriert wird. Welche Weine im Trend liegen, verraten auch die unterschiedlichen Preise der drei Sommerweine, die alle aus dem Ihringer Fohrenberg kommen: Silvaner 4,75 Euro, Riesling 6,05 Euro und Sauvignon Blanc 6,55 Euro.

Beim Sommerfest der Genossenschaftskellerei Heilbronn-Erlenbach-Weinsberg im Mai – auch genutzt zur Vorstellung des Projekts ZweiNullFünfEins, „das eine neue Ära in der Geschichte der Genossenschaftskellerei markiert“ – konnten im neu konzipierten Schatzkeller des Hauses alle Weine der fünf nun zur Heilbronner Kellerei zählenden Marken probiert werden. Geschäftsführer Karl Seiter: „Mit 40% Weißweinanteil ist uns das Thema Sommerwein besonders wichtig“. Allein 400 ha beträgt die Rieslingfläche. Auf eine vollständige Darstellung des Heilbronner

Sommerweinangebots muss an dieser Stelle aus Platzgründen verzichtet werden. Ein paar Beispiele dennoch: Blanc de Noirs vom Lemberger aus Heilbronn und Grantschen, die weiße und Rosécuvée sowie weißgekelterter Trollinger aus Flein oder T-Rock Trollinger, Red and Sweet bzw. White and Sweet aus der Serie Junge Grantschener. Zudem eigne sich neben Weißherbst auch gekühlter, klassisch leichter Trollinger für ein Glas auf der Terrasse.

Neu im Sortiment der Heilbronner ist MaRie, kein Wein, sondern ein Cocktail aus Rieslingsecco und Marille. Die wesentlichen Mengen der Sommerweine laufen im Handel im Preissegment 3,99 bis 4,99 Euro je Flasche, so Seiter. „Wir brauchen saisonale Impulse auch, weil im Sommer viele Verbraucher in Urlaub sind.“ Sommerweine ermöglichten das ein oder andere Zusatzgeschäft. Dafür hat Seiter mit zahlreichen Handelsunternehmen Verkostungsaktionen und Zweitplatzierungen vereinbart.

Thomas Köhr




Jürgen Grallath, Deutsches Weintor
 „Bei Sommerweinen setzen wir auf Weiß und Rosé. In unserer Sommerwein-Promotion stellen wir vor allem Dornfelder Rosé halbtrocken heraus.“

WEINHAUS BADEN

Die Vielfalt 4 badischer Bereiche aus einer Hand








Preiswerte Premium-Weine & Winzersekte

Testen Sie unser Preis-Qualitäts-Verhältnis
mit Fachhandelskompetenz.
Fordern Sie unser unverbindliches Angebot an.

**ERSTE MARKGRÄFLER WINZERGENOSSENSCHAFT
SCHLIENGEN-MÜLLHEIM**

Am Sonnenstück 1 · 79418 Schliengen
Tel. 07635 / 81 120 · Fax 07635 / 81 12 14 · info@sonnenstueck.de
www.sonnenstueck.de