

Grüner Champagner?

Was wären die Champagner ohne ihr Luxus-Image? Umgekehrt welche Feier könnte ohne Champagner stattfinden?

Zum Zeitpunkt, zu dem alle Wirtschaftssubjekte anscheinend eine neue Marketingstrategie in der Einhaltung beliebiger, nicht immer nachvollziehbarer Umweltnormen entdeckt haben, bringen zwei namhafte Champagner-Marken Cuvées mit dem Label "**spéciale Développement Durable**" (nachhaltige Entwicklung) auf den Markt.

Pommery und **Nicolas Feuillatte** sind beide berühmte Marken, die sich dem Spiel unterworfen haben.



Foto: Vranken-Pommery

Die mächtige Gruppe **Vranken-Pommery** und insbesondere die äusserst berühmte, historische Marke Pommery führt "**Pop earth**" ein und kündigt an, sich folgende Richtlinien gesetzt zu haben:

- Die internationale Umweltmanagementnorm [ISO 14001](#) wird eingehalten.
- Dank der Gewichtserleichterung der Flaschen (50gr. Per Flasche) wird die Schadstoffbelastung um insgesamt 1'350 Tonnen [CO2 Abgas](#) gemindert.
- Die Wassermenge, die üblicherweise für die Bereitstellung einer Flasche benötigt wird, wird um ein Drittel gekürzt.
- Die gesamten Abfälle werden nun wiederverwendet (Recycling).
- Die Etiketten werden mit wiederverwendetem Papier und lösungsfreien Mitteln hergestellt.
- Die Flaschen werden ohne Hülle verkauft.

Die Gruppe **Vranken-Pommery**, die stets als Fahnenträger im Marketingbereich gilt (siehe z.B. die Pop und [Pink Pop](#) Reihe), besitzt die Marken [Pommery Cuvée Louise](#) (eine prestigeträchtige Cuvée, die immer wieder in sehr hohem Ansehen steht), Pommery Apanage, [Heidsieck & Monopole](#) und verschiedene weitere Produkte, u.a. die harmlosen Labels [Demoiselle](#) und Diamant.

Merkwürdig in der Geschichte von Pommery ist die Tatsache, dass [LVMH](#) (Louis Vuitton Moët Hennessy), die Nummer 1 weltweit im Segment der Luxusprodukte, in den 90ern das Champagner-Haus gekauft hat, um ihn 2002 dann aufgrund dessen schlechten Bewirtschaftung an Vranken zu verkaufen. Dennoch hat LVMH dabei den 300Ha grossen Weinberg behalten.

Einkaufsempfehlungen:

- **Cuvée Louise 1998**. Dieser Champagner wirkt heute immer noch sehr jung und dürfte problemlos altern können. Ausserordentlich finessenreiche kleine Rotbeeren, eine geradlinige Gestalt, die dem Zufall keine Chance überlässt. Grosse, aktuell strenge Klasse.
- **Cuvée Louise 1980**. Die Kupferetikette wurde zum Andenken an den 150. Geburtstag (1836-1986) der Marke produziert. Ein unglaublich fester und frischer Champagner mit einem verführerischen Brioche-Bouquet. Dürfte noch mindestens fünf Jahre lang lagern können.



Die Firma [Nicolas Feuillatte](#) hat Ihre umweltfreundliche Cuvée "**L'Essentiel**" genannt. Hier auch tönen die Argumente zu Gunsten des Umweltschutzes verlockend:

- 90% der Flaschen werden aus wiederverwendetem Glas hergestellt.
- Der Korken wird aus portugiesischem Kork (mit seinen sozialökonomischen Konsequenzen) erzeugt.
- Die Etiketten werden zu 60% aus wiederverwendetem Papier und zu 56% aus lösungsfreien Mitteln hergestellt.
- Die Entfernung zwischen dem Ort, wo die Flaschen erzeugt, und demjenigen, wo sie abgefüllt werden, sei gering.
- Die Drahtkörber sind zu 100% wiederverwendbar.
- Der Abdeckring wurde verkleinert.
- Die Norm [ISO 22000](#), die sich auf die Nahrungsmittelsicherheit bezieht, wird streng eingehalten.
- Die Rebstöcke (und dementsprechend die Trauben) werden gemäss den Richtlinien des umweltfreundlichen Weinbaus (Demeter) angebaut (und dementsprechend produziert).

Nicolas Feuillatte, gilt heute als der Marktführende Champagner-Erzeuger in Frankreich und als der Nummer 3 auf der Welt. Dieses Haus, das erst 1972 gegründet wurde, heisst genau [Centre Vinicole – Champagne Nicolas Feuillatte](#). Es besteht eigentlich aus einem Verbund von 82 Winzergenossenschaft bzw. von über 5'000 Champagner-Produzenten. Das Centre Vinicole, dessen Ziel, darin besteht, den Winzern eine komplette, moderne Infrastruktur zur Verfügung zu stellen, ist in [Chouilly](#) (Côte des Blancs) angesiedelt. Berühmte Champagnerhäuser bauen einen nicht zu unterschätzenden Teil ihrer respektiven Weinberge rund um diese Stadt: [Pol Roger](#), [Roederer](#), [Taittinger](#), [Duval-Leroy](#), [Moët et Chandon](#) aber auch selbständige erfolgreiche Winzer wie [Pierre Legras](#), [Michel Genêt](#) und [Pierre Gimonet](#).

Trotz einem Rückgang von 5% vermarktete das berühmte Haus in 2008 nicht weniger als 8.3 Mio. Flaschen, anders gesagt, jede Stunde ca. 950 Flaschen.

Die Assemblage des Essentiel besteht aus 40% Pinot Noir, 40% Pinot Meunier und 20% Chardonnay.

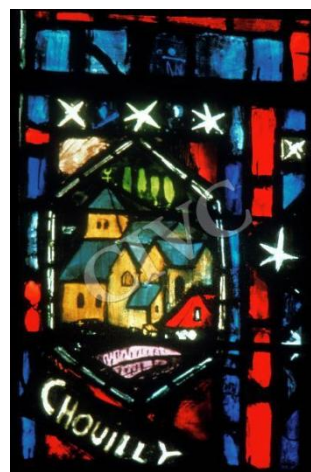


Foto: Michel Jolyot, [CIVC](#),
Kirchenfenster in der Kathedrale von Reims

Einkaufsempfehlungen:

- **Palmes d'Or Brut Vintage**: komplex, verführerisch, diese Cuvée zieht einen grossen Vorteil aus der Assemblage zwischen 50% Chardonnay und 50% Pinot Noir. Um den Jahrgang 1997 wiederholt degustiert zu haben, stuße ich den Palmes d'Or als Insider-Tipp ein. Köstliches Bouquet nach Birnen, Brioche, Gewürzen, ein Hauch Butter, sehr delikate und lebendig im Gaumen, der [Palmes d'Or](#) darf als Archetyp des gelungenen Champagners wahrgenommen werden. Was allerdings nicht bedeutet, dass jeder Jahrgang die Aufmerksamkeit der Weinliebhaber verdient. In diesem Sinne bin ich bisher keinem Champagner um den Jahrtausendwechsel begegnet, der äusserst gelungen war. Was wiederum nicht bedeutet, dass alles schlecht war.
- **Cuvée 225**: Diese im Fass ausgebaute Cuvée bestätigt die Vortrefflichkeit des Champagnerhauses in der Assemblage zwischen Chardonnay und Pinot Noir.
- Grand Cru du Mesnil (obwohl ich ihn bisher nie getrunken habe)

Grüne Champagner: Marketing oder Marktlücke?

Die Ankündigung beider Firmen erweist sich als eine besonders gelungene Kommunikationsstrategie. Zu einem Zeitpunkt, zu dem sich die Bevölkerung der hochentwickelten Länder immer mehr für die Umweltprobleme interessiert, ohne jeweils zu wissen, was konkret auf privater Ebene unternommen werden kann, bieten beide Marken eine erste umsetzbare Antwort.

Qualitativ betrachtet, entsprechen beide Öko-Champagner den üblichen Anforderungen beider Häuser. Der Pop Earth wird die Afficionados von Pommery begeistern, seinerseits bestätigt l'Essentiel die Schmackhaftigkeit der Champagner aus dem Haus Nicolas Feuillatte (wer heute nach zwei Stunden Öffnungsdauer den Millésimé 1996 degustiert, wird merken, dass dieser Champagner eine authentische Köstlichkeit ist).

Allerdings stellt sich die Frage, ob beide Erzeuger effektiv ein Novum auf den Markt bringen. Beginnen die Champagner-Erzeuger effektiv erst jetzt, sich für den Umweltschutz zu interessieren?

Mit ihren spezifischen Cuvées scheinen beide erfolgreichen Champagner-Häuser glauben zu lassen, dass das Weingebiet bisher dem Thema keine Aufmerksamkeit geschenkt hat.

Gemäss Arnaud Descotes, Umweltschutzverantwortlicher beim CICV (Comité Interprofessionnel des Vins de Champagne), hat das gesamte Weingebiet bereits zwischen 1996 und 2006 seine Stickstoffemissionen um 50% gesenkt, seine Wiederverwendung von Cartons, Kunststoff, Papier und Glas um 75% verbessert und die Abwasserbehandlung auf 92% erhöht. Der Expert behauptet, dass beide Champagner-Häuser die defizitäre Kommunikation eines gesamten Luxusorientierten Weingebiets massiv verbessert hätten.

Es obliegt nun jedem und jeder von uns, die Strategie vom Vranken-Pommery und Nicolas Feuillatte zu überprüfen.

Autor: Jean François Guyard
05.07.2009

Dieser Text ist zur exklusiven Publikation auf www.vinifera-mundi.ch vorgesehen. Weitere Nutzungen sind mit den Urhebern vorgängig abzusprechen. Jeder Empfänger verfügt über das Recht, den vorliegenden Bericht an Drittpersonen weiter zu verteilen