

**Werthaltig**

Henkell Freixenet-Chef Philipp Gattermayer freut sich darüber, dass das Qualitätsbewusstsein der Konsumenten gestiegen ist und dadurch immer öfter zu höherpreisigen Produkten gegriffen wird.

# Heftiges Prickeln im Homeoffice

Henkell Freixenet zieht zum Halbjahr eine starke Bilanz. Dazu trägt der Konsum zu Hause via LEH sehr viel bei.

WIEN. Henkell Freixenet hat die Poleposition im Schaumweinbereich in Österreich zwischen Jänner und August 2020 ausgebaut: Der mengenmäßige Marktanteil lag bei 38,5 und der wertmäßige bei 32,7% (Quelle: Nielsen KW 1-32/2020 vs. VJ). Demnach kam jede dritte verkaufte Flasche aus dem Hause Henkell Freixenet.

Erfreulich: Neben Klassikern wie Kupferberg und Henkell haben dazu ebenso die beiden Premiummarken Mionetto Prosecco und Freixenet Cava beigetragen. Auch der Trend zu Piccolo und alkoholfreien Varianten erweist sich als stabil.

Dass die Österreicher grundsätzlich vermehrt Sekt & Co konsumieren, spiegelt der Gesamtmarkt wider: Zwischen 2009 und 2019 ist dieser wertmäßig um 57% gewachsen – bei Henkell Freixenet hat sich der Umsatz im gleichen Zeitraum mit 97% sogar fast verdoppelt.

Bezüglich des anhaltenden Aufwärtstrends äußert sich Henkell Freixenet Austria-Geschäftsführer Philipp Gattermayer zuversichtlich: „Trotz der herausfordernden Situation im ersten Halbjahr 2020 können wir eine überaus positive Bilanz ziehen, vor allem im Lebensmitteleinzelhandel.“

**Innovationen und Kreativität**  
Dafür verantwortlich sei u.a. der Umstand, dass sich die Menschen in den eigenen vier Wänden mehr „prickelnde Momente“ gönnen. Zu den Erfolgsfaktoren gehöre überdies eine Innovationskraft, „die wir mit vielen neuen Kreationen im bisherigen Jahr untermauert haben“.

Beispielsweise launchte man mit dem Wiener Hofburg Sekt 2020 eine neue Sektmarke, die zu 100% aus Österreich kommt. Weiters präsentierte sich Kupferberg Rosé in einer Limited Summer Edition mit eleganten

Rosen-Flamingos. In der Betrachtung als Einzelmarke hat Kupferberg einen Marktanteil von rd. 19% – mit Aufwärtspush, eben mittels Kupferberg Rosé, wo der Absatz im Vergleich zum Vorjahr sogar mehr als verdoppelt werden konnte. Kupferberg Rosé ist mithin mengen- und wertmäßig der beliebteste Rosé-Sekt in der Alpenrepublik.

Als einziger Hersteller deckt Henkell Freixenet außerdem das gesamte Repertoire an Schaumweinen ab – von Sekt über Prosecco und Cava bis hin zu Champagner und Crémant, die allesamt in unternehmens-eigenen Kellereien in den dafür vorgesehenen Regionen kreiert werden.

**Dolce Vita mit Prosecco**

Ein besonderer Joker im Sortiment ist Mionetto Prosecco. „Besonders erfreulich ist die starke Performance von Mionetto Prosecco mit einem Plus von fast

50 Prozent“, sagt entsprechend Gattermayer. Die Gründe dafür seien das mit der Marke transportierte „Dolce Vita“ sowie die regional kontrollierte und garantierte Herkunft aus Valdobbiadene – was für Authentizität steht. „Andererseits kann man darin ablesen, dass das Qualitätsbewusstsein der Konsumenten weiter gestiegen ist und dadurch immer öfter zu höherpreisigen Produkten gegriffen wird“, so Gattermayer weiter.

Seit heuer zählen Mionetto Prosecco DOC Treviso Brut und Mionetto Rosé Extra Dry zudem zu den ersten Schaumweinen am österreichischen Markt, die mit dem veganen Gütesiegel „V-Label“ zertifiziert sind. (red)

„Trotz der herausfordernden Situation im ersten Halbjahr 2020 können wir eine überaus positive Bilanz ziehen, vor allem im Lebensmitteleinzelhandel.“

**Philipp Gattermayer**  
Henkell Freixenet

