

••• Von Georg Sander

S o ehrlich ist Eugen Lamprecht vorneweg: „2022 wird gerne als Krisenjahr bezeichnet – es gab Faktoren, die einen unmittelbaren Einfluss auf unser Geschäft hatten. 2021 war für das Haus Schlumberger ein Rekordjahr, wir haben nichts drauf gesetzt, konnten unsere Zahlen stabilisieren.“ Der Vergleich mit 2019 zeigt aber: Das ist ein neues Niveau. „Wir hatten 2022 Rückgänge im Handel bei Absatz und Umsatz, dafür konnte die Gastronomie deutlich zulegen. 2022 war besser als 2019“, so das Mitglied der Geschäftsleitung beim Medientermin zum Frühlingsbeginn. Dieser Trend hält auch an.



© Schlumberger

”

*Bei Schlumberger hätten wir 14 Prozent Anstieg haben müssen, aber wir haben Altware, somit ist die Steigerung aufgeteilt. Damit geben wir es nicht sofort weiter.*

#### Eugen Lamprecht

Mitglied Geschäftsleitung bei Schlumberger Österreich

“

Kurzum, 2022 war ein erfolgreiches Jahr. In Zahlen gegossen, sieht man: Schlumberger ist die umsatzstärkste österreichische Sektmarke im Lebensmitteleinzelhandel. Man hat zwar ein Minus von 8,4% beim Umsatz, aber 2022 ist dennoch nach 2021 stärkstes Jahr im LEH für die Marke. Die Herausforderungen sind natürlich groß. Der Grundwein ist 25% teurer, das schlägt sich mit der Zeit nieder. Hochriegl reift beispielsweise

sechs bis neun Monate, Schlumberger Klassik noch länger. Der Preis für Reinalkohol ist um 20% gestiegen, Glaspreise und Kartonagen sind ebenfalls teurer: „Wir haben die Teuerungen schon gespürt. Energiekosten hingegen sind für die Sektproduktion nicht so relevant.“ Bei den Preisen hat man sich alle Produkte einzeln angesehen, um nur die Preissteigerungen weiterzugeben, die wirklich absolut notwendig waren: „Wir haben auch Abstriche gemacht. Bei Schlumberger hätten wir 14 Prozent Anstieg haben müssen, aber wir haben eben Altware, somit ist die Steigerung auf zwei Jahre aufgeteilt. Damit geben wir es nicht sofort weiter.“

#### Markt in Bewegung

Der Markt insgesamt zeigt sich weiterhin in Bewegung. War es während der Coronapandemie der Handel, der beim Absatz eine größere Rolle spielte, legte letztes Jahr wieder die Gastronomie zu. Nun betrifft dies die günstigeren Produkte beim Diskonter. Allerdings: Loyale Schlumberger-Kunden zeigen sich unbeeindruckt, weiß Lamprecht. Diese würden auch einen oder zwei

#### Grundlage

Die Basis für guten Schaumwein hängt natürlich an den Reben. Die Grundweine stammen ausschließlich von österreichischen Vertragswinzern.

Euro mehr für eine Flasche zahlen. Es gebe aber jene Käufer, die bei einer günstigeren Offerte zu einem anderen Produkt greifen. Aber: „Schlumberger ist der einzige *Premiumsekt* in Österreich in dieser Kategorie, alle anderen sind in einem anderen Segment. Man sah, dass die Absätze nachgelassen haben.“ In Zahlen: –9,4% beim Absatz. Allerdings betrifft das laut Nielsen den gesamten Schaumweinmarkt, von den Kategorien Sekt, Frizzante und Schaumwein habe Erstere am wenigsten verloren.

„Man sieht eindeutig, dass dort, wo die Preise stark gestiegen sind, der Absatz zurückging. Das ist zwar eine Milchmädchenrechnung, aber es war 2022 wie im Lehrbuch“, meint er. Ein Mitbewerber hat etwa den Preis gesenkt, das habe man gespürt. Allerdings: 2021 knackte man mit Schlumberger die 1-Mio.-Liter-Marke, das gelang auch 2022. Dieses neue Niveau möchte man übrigens 2023 auch halten. Es gehe nicht um Wachstum, sondern um Stabilisierung auf hohem Niveau.

#### Aktuelle Entwicklungen

Derzeit sei es so, dass man in der Gastronomie über dem Jahr 2019 liege. Zusammen gerechnet, ist man insgesamt auf dem Niveau von vor der Pandemie, „also wir sind wirklich auf ‚vorher‘ beim Absatz. Allerdings mit der Verschiebung Richtung Gastronomie.“ In der Vergangenheit gab es die Aufteilung 2/3 Handel, 1/3 Gastronomie, das stieg auf bis zu 82% im Handel an, mittlerweile pendelt man sich bei 70 bis 75% ein.

Mit dem Konsum in der Gastronomie zeigt man sich zufrieden. „Im Haus sehen wir beispielsweise, dass der Champagner out of stock ist“, erklärt er. „Als Top Spirit, wo wir auf Premiumprodukte setzen, tun wir uns nicht schwer. Die Leute,

73,9%

#### Sekt und Schaumwein

Sekt ist und bleibt laut Nielsen die bedeutendste Kategorie im Schaumwein-Gesamtmarkt. Sekt performt mit einem Marktanteil von 73,9% im Absatz.