

Ein neuer Stand,  
doppelt so groß  
mit insgesamt  
160 Quadratmetern ...

Mehr als 65 Winzer ...

Ein Programm  
mit 29 Seminaren ...

darunter acht  
Vertikalverkostungen ...

Dies ist nur ein kleiner Vorgeschmack  
von dem was Sie bei der DE.S.A.  
(Deutschland Sommelier Association)  
dieses Jahr erwartet.



Millésime Bio 2017

## Im Konferenzschaltungs-Modus

Das Messegelände Parc des Expositions de Marseille-Chanot befindet sich in unmittelbarer Nachbarschaft zum riesigen Stade Vélodrome, mit rund 67.000 Zuschauerplätzen das Heimstadion des Fußballclubs Olympique Marseille und der prägende Bau im Stadtviertel. Und ähnlich wie Fußballfans, die per Konferenzschaltung dem Spielgeschehen in mehreren Stadien lauschen, verfolgten Dutzende Aussteller der diesjährigen Millésime Bio mit angespanntem Interesse, wie sich internationale Besucher angesichts der nahezu parallel stattfindenden Vinisud in Montpellier und der für die nördlichen Anbauggebiete Frankreichs konzipierten Messe Vinovision (12. bis 14. Februar in Paris) verhalten.

Welcher Einkäufer wird wo gesichtet, wie stark ist der Besucherandrang, wer fehlt? Fast vier Dutzend Produzenten, vor allem aus Südfrankreich, hatten sich angesichts der vielen Unbekannten in diesem Jahr sogar auf die anstrengendste und teuerste Variante vorbereitet: Sie bespielten sowohl die Millésime Bio in Marseille als auch die Vinisud in Montpellier und hofften so, alle relevanten Besucher abzapfen zu können. Die Laune in Marseille, die zu Beginn kurzzeitig wegen langer Schlangen beim Einlass-Check (der Terror-Ausnahmestandard ließ grüßen) aufkochte, besserte sich, als sich am Montagmorgen herumsprach, dass der Sonntag in Montpellier eher ruhig verlaufen war. „Eine schwächere Resonanz einer einzelnen Messe hilft aber niemandem. Wünschenswert wäre, dass sich alle Beteiligten noch einmal verständigen, was die beste Lösung für alle sein könnte“, war sinngemäß an vielen Ständen zu hören.

Dabei sieht sich die Millésime Bio, die erstmals in Marseille stattfand, mit klar konturiertem Profil als Bioweinmesse eher bestätigt. „Wir sind kein kommerziell agierender Messeveranstalter, sondern machen eine Messe von Winzern organisiert für Winzer“, erklärte Cendrine Vimont, Pressesprecherin des Veranstalters Sudvinbio, der sich angesichts der Übernahme des angestammten Termins (Montag bis Mittwoch nach dem letzten Januar-Wochenende) und des angestammten Austragungsorts (Montpellier) von der Vinisud bedrängt fühlte. Inzwischen hat sich die Millésime Bio für 2018 bis 2022 auf den Messestandort Montpellier verständigt und sich dort Exklusivrechte als Weinmesse für den Zeitpunkt Ende Januar vertraglich gesichert.

Die Messe hatte diesmal etwas mehr Aussteller aufnehmen können (offiziell waren 902 Aussteller an rund 700 Einzeltischen



vertreten). 4.850 Fachbesucher (7,8% mehr als im Vorjahr) waren dem Ruf an den großen Mittelmeerhafen gefolgt. 72% davon kamen aus Frankreich, 28% aus dem Ausland. Das Wachstum ging dabei vor allem auf das Konto der internationalen Besucher aus Europa, Nordamerika und Asien (+20% gegenüber Vorjahr). Das Konzept ging also auf. Einhellig gelobt wurde die Besucherqualität.

Die Kosten für einen Stand sind nach Ansicht von Ausstellern wie Jan Matthias Klein (Staffelter Hof, Mosel) und Timo Dienhart (Weingut Hans & Timo Dienhart Zur Römerkeller, Mosel) bei guter Nacharbeit „noch einspielbar“. Viele Aussteller fühlten sich wie Friederike und Andreas Roll (Gustavshof, Rheinhessen) oder Peter Bernhard Kühn (Rheingau) sehr wohl dabei, hier niemandem lange erklären zu müssen, weshalb man Bioweine produziert. Langjährige Besucher wie Roland Fortmüller (Naturian, Fuldabrück) oder Peter Riegel (Riegel Bioweine, Orsingen) lobten unisono das beibehaltene (puristische) Tischpräsentationskonzept: „Da müssen die Weine für sich sprechen.“

Die Produzenten sind in Marseille bunt gemischt versammelt. Da stehen mitunter griechisch-stämmige Winzer aus Argentinien direkt neben Winzern aus dem Languedoc oder der Provence. Ob Bioweine aus Tasmanien, Chile, Bulgarien, Neuseeland, Südafrika oder Argentinien – die Bandbreite war insgesamt enorm, blieb aber vorwiegend französisch dominiert. Der Entschluss der Messeveranstalter, die Teilnahme auf 902 Aussteller zu begrenzen, wird diesen Mix erst einmal konservieren. Die Qualität der Weine lag im Durchschnitt nach Ansicht vieler Besucher sehr hoch – hier wurde der ursprüngliche Anspruch, mit Bioware bessere Lebensmittelqualitäten auf den Tisch zu bringen, untermauert.



**Bei der Millésime Bio „müssen die Weine für sich sprechen“.**

bei – eine über vereinzelte Sommelier-Anfragen hinausgehende Nachfrage konnte allerdings keiner der befragten Erzeuger bestätigen. Zum Thema Piwis gab es dagegen nur wenige Produzenten, die ihre Weine eindeutig mit diesem Merkmal herausgestellt hatten. Der französische Piwi-Vorreiter Pugibet hat auf seinem Weingut La Colombette rund 40 ha (der insgesamt 250 ha Rebfläche) auf Piwis umgestellt, aber bislang nur eine Handvoll Mitstreiter in Frankreich gefunden. Die Exportverantwortliche Florence Limousi und Seniorchef François Pugibet bestätigten aber, mit Edeka und Jacques' Wein-Depot namhafte Kunden aus Deutschland dafür interessiert zu haben. Offenbar ist es aber nach wie vor schwierig, die aus Piwis gewonnen Weine unter dem Namen der jeweiligen Rebsorte zu vermarkten. Der aus der (österreichischen) Thermenregion stammende Stefan Landauer (Landauer-Gisperg) hatte seine aus Piwis komponierte Cuvée deshalb aufmerksamkeitsfördernd Black Betty genannt, um die Kommunikation mit Kunden zu vereinfachen. -ja-

„Wir können hier eher Neukunden gewinnen“, unterstrich Steffen Petermann, Exportdirektor bei Cellier des Dauphins, einer der Doppelaussteller, die Gründe für die Teilnahme in Marseille. Als „typisch französisch“ wurde von internationalen Besuchern das (großzügige und gut genutzte) Speisehallenangebot identifiziert. Zum Thema Naturwein und „vin sans sulfite“ hatten erstaunlich viele Erzeuger Proben da-

**Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien**

**Ruggeri geschluckt**

Die Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH (RMSK), Freyburg/Eltville, hat das italienische Prosecco-Haus Ruggeri übernommen. Das hat RMSK am 9. Februar in einer Pressemitteilung erklärt. Die Übernahme beinhaltet laut Angaben des Unternehmens den Standort und die Markenrechte an Ruggeri. Laut RMSK beschäftigt das in Valdobbiadene angesiedelte Prosecco-Haus 30 Mitarbeiter und kommt auf eine Jahresproduktion von rund 2 Mio. Flaschen. Rotkäppchen-Mumm möchte mit der Übernahme „garantieren, dass die kontinuierliche Entwicklung der



Mit der Übernahme von Ruggeri setzt Rotkäppchen-Mumm seinen Internationalisierungskurs fort.

Top-DOCG-Prosecco-Marke Ruggeri unter Beibehaltung höchster Qualitätsansprüche fortgeführt wird“. Dafür sollen Paolo und Isabella Bisol (Mitglieder der bisherigen Ruggeri-Besitzerfamilie) „die traditionsreiche Prosecco-Manufaktur auch zukünftig aktiv begleiten“, heißt es in der Pressemitteilung.

Am Vertrieb von Ruggeri in Deutschland, der momentan über die Kölner Agentur Smart Wines läuft, soll sich vorerst nichts ändern. Für RMSK (Jahresumsatz 2015: 911 Mio. Euro, Jahresabsatz: 253 Mio. Flaschen) ist der Ruggeri-Deal ein weiterer Schritt in Sachen Internationalisierung und das zweite Investment in Italien – nach der im November 2015 erfolgten Übernahme der italienischen Getränkemarkte Spritzerò De Martin. -wer-



**LIBOLL**

**SPUMANTE EXTRA DRY**

**DER NEUE, FEINE SPUMANTE AUS SÜDITALIEN.**

**CANTINE SAN MARZANO**

**FÜR SIE AUF DER PROWEIN:  
HALLE 13, STAND C41**

