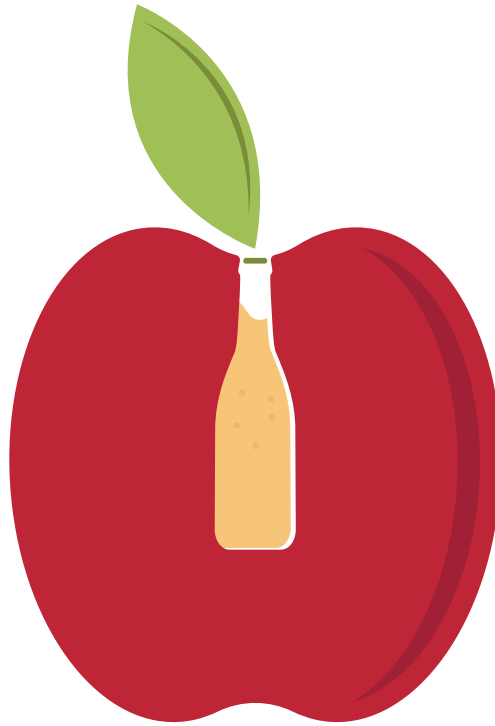


Im Aufschwung



Der Klassiker Apfelwein ist wieder beliebt – und wird durch neue Interpretationen ergänzt. Cider, ein apfelweinhaltiges Getränk, verzeichnet in den letzten fünf Jahren global den stärksten Zuwachs im Segment aller alkoholischen Getränke. Neben hessischen Keltereien bewegen sich daher Big Player und zahlreiche Newcomer auf dem Markt. Den Absatz für Traubenwein tangiert das bislang aber nicht.

Hessen bleibt Apfelwein-Hochburg

Von den 51,3 Mio. l Apfelwein, die deutschlandweit abgesetzt wurden, entfallen 34 Mio. l allein auf die Mitglieder des Verbands der Hessischen Apfelwein- und Fruchtsaft-Keltereien. Martin Heil, Vorsitzender des Verbands und zugleich Inhaber der Kelterei Heil, erklärt, dass der tatsächliche Konsum noch höher ist: „In der Statistik sind alle Absätze der selbstkelternden Apfelweinwirte und der zahlreichen Obst- und Gartenbauvereine, die inzwischen beträchtliche Menge keltern, nicht verzeichnet. Wir gehen in Hessen jährlich von rund 40 Mio. l Apfelwein aus. Der Absatz ist stabil. Der durchschnittliche Pro-Kopf-Verbrauch von Apfelwein liegt in Hessen bei rund 6 l im Jahr.“

In dem Bundesland gibt es offiziell etwa 25 bis 30 namhafte Betriebe, die alle den Klassiker in der braunen 1-l-Flasche herstellen. Marktführer ist die Rapp's mit den Marken Blauer Bock, Der alte Hochstädter und Rapp's. Dann folgen Possmann Frankfurt mit der Marke Frankfurter Apfelwein und die Kelterei Heil. Hunderte von privaten Streuobstbesitzern bringen im Herbst nach wie vor ihre Äpfel in die Kelterei. Für 100 kg Äpfel erhalten die Pflücker meistens rund 10 Euro. Martin Heil: „Die Keltereien dürfen keine Preisabsprachen tätigen, aber es ist ein interner Kodex, dass die Preise nicht unter 10 Euro fallen. Wir würdigen die Streuobstwiesenbesitzer, die nicht nur Äpfel pflücken, son-

Apfelwein bewegt sich nach einer Phase rückläufigen Konsums auf dem deutschen Markt inzwischen seit mehreren Jahren wieder auf Wachstumskurs. 2017 stieg der Inlandsabsatz erneut um 1,8% von 50,4 Mio. auf 51,3 Mio. l. Die Trendwende – so Klaus Heitlinger, Geschäftsführer des Verbands der deutschen Fruchtwein- und Fruchtschaumwein-Industrie (VdFw) – wurde durch zahlreiche Initiativen der Apfelweinproduzenten forciert. „Das Produktspektrum ist vielfältiger geworden, der Produktauftritt jünger. Zudem entspricht Apfelwein dem Trend zu regionalen und natürlichen Produkten – das Produkt hat eine starke Verbindung zur Kultur der Streuobstwiesen.“

Die Apfelweinherstellung hat in Deutschland neben Hessen auch im Saarland und in Baden-Württemberg Tradition. Was dem Hessen sein „Ebbelwoi“, ist dem Schwaben sein „Most“ und in der Saar-Mosel-Region der „Viez“. Die Herstellung weist landestypische

Unterschiede auf: So dürfen bei der Herstellung des schwäbischen Mosts Wasser zugesetzt und sowohl Äpfel als auch Birnen verwendet werden. Heitlinger: „Die neue Popularität hängt aber auch damit zusammen, dass es den Klassiker Apfelwein seit ein paar Jahren in neuen Varianten gibt. Zum Beispiel als alkoholfreie Apfelweine, Bio-Cidre oder Apfelweine, die weniger herb schmecken, als es für den Klassiker typisch ist.“

Neben der weiterhin beliebten klassischen braunen 1-l-Glasflasche kommen für Apfelwein zunehmend hochwertige andere Glasgebilde zum Einsatz, wie sie vom Traubenwein vertraut sind, zum Beispiel Bordeaux-Flaschen. Viele neue Produkte gibt es mittlerweile in 0,33-l-Longneck-Gebinden, darunter auch Reliefflaschen, oder in 0,5-l-Dosen, die den To-Go-Trend aufnehmen und sich an ein junges Publikum richten. Insgesamt wurden 2017 in Deutschland rund 105,8 Mio. l Apfelwein, Fruchtwein und fruchtweinhaltige Getränke hergestellt.

dem die Bäume über das ganze Jahr pflegen und damit einen wertvollen Lebensraum für Natur und Tier erhalten.“ Nach einer kleinen Ernte im Jahr 2017 verzeichnete die Apfelbranche im Jahr 2018 – genau wie die Weinbranche – einen mengenmäßig und qualitativ starken Jahrgang. Den typischen Apfelwein kennt jeder. Er ist komplett durchgoren und weist rund 5% Vol. Alkohol sowie eine knackige Säure auf. Aber es schwirren noch weitere Namen umher, die der Verbraucher schlecht einordnen kann. „Cidre“ gilt in Deutschland als lieblich bis trocken, mit einem Alkoholwert zwischen 2 und 4,5% Vol. Inflationär tritt im Moment der Begriff „Cider“ auf. In Europa werden unter diesem Begriff allerdings sehr unterschiedliche Getränke hergestellt und vertrieben. Im Cider-Mutterland Großbritannien versteht man darunter traditionell einen mit Kohlensäure versetzten, häufig deutlich restsüßen Apfelwein, der meist unter Wasserzusatz hergestellt wird. In Deutschland gibt es den Begriff Cider eigentlich noch gar nicht offiziell. Martin Heil: „Cider ist ein Phantasienamen für ein apfelweinhaltiges Getränk, welches auch mit Wasser oder anderen Getränken ergänzt werden kann. Der Bundesverband arbeitet an einem rechtlich klaren Begriff.“ Das ist auch notwendig, denn die Nische Cider boomt so stark, dass sie eigentlich keine Nische mehr ist.

Big Player mischen den Markt auf

Cider – eine neue Interpretation des Apfelweins: Das Spektrum reicht von Schorlen über Apfelwein plus Quitte und Apfelwein Rosé bis zu Hugo-Adaptionen. Das Segment der auf Basis von Apfel- bzw. Fruchtwein weiterverarbeiteten Getränke verzeichnet innerhalb des Produktportfolios der deutschen Apfel- und Fruchtweinhersteller die stärksten Zuwächse. Der Inlandsabsatz lag 2017 bei 36 Mio. l und damit 7,7% über dem Vorjahreswert (33,4 Mio. l). Damit sind diese innovativen Produkte das zweitstärkste Segment der Branche. „Das neue Segment wächst aber nicht auf Kosten der klassischen Apfel- und Fruchtweine“, erklärt Klaus Heitlinger. Martin Heil hat in den letzten vier Jahren die Einführung von 25 neuen Cidern beobachtet. Darunter viele kleine Newcomer, aber auch Big Player, die zuvor gar nicht in der Apfelweinbranche präsent waren, sondern in der Bierbranche.

Auf Platz 1 im Cider-Ranking triumphiert Carlsberg Deutschland mit der Marke So-

mersby. Der 4,5% Vol. starke Cider wird in den Sorten Apple, Blackberry und Citrus angeboten. Die stylische 0,33-l-Glasvariante erinnert vom luftig-leichten Design an Binode und Co. Den zweiten Platz teilen sich zwei Produzenten: Heineken, das mit der Marke Bulmers in braunen 0,5-l-Flaschen mehr auf das typische Bierflaschendesign anspielt. Im Angebot: Bulmers Original, Bulmers Pear und Red Berries. Gleichauf mit Bulmers: die hessische Kelterei Heil mit der Marke Cooper's, seit 2001 auf dem Markt und in fünf

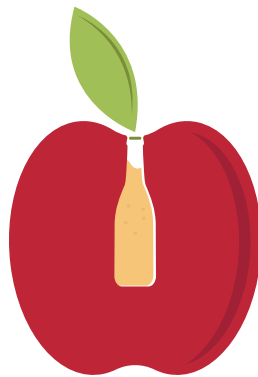
Geschmacksrichtungen erhältlich: Original, Black mit Cola, Cloud unfiltered mit Zitrone, Red plus Kirsche und Organic in Bio-Qualität. Ebenfalls mit hellem, frischem Design in der 0,33-l-Glasflasche – genau wie Somersby. Auf Platz 4 steht Strongbow, ein international erfolgreicher Cider aus England. Martin Heil: „Diese vier Firmen mit ihren Marken machen 80% des deutschen Cider-Marktes aus.“ Einer der umtriebigen Quereinsteiger: Bembel-With-Care, im Herbst 2018 ausgezeichnet mit dem „Bestseller“ der „Rund-



2018 als „Bestseller“ ausgezeichnet: Bembel with Care Gold in der Dose.



Mit „Esprit“: Schloss Wachenheim ist mit den bisherigen Leistungen des 2018 lancierten Apfelschaumweins zufrieden.



Branchentermine 2019

30.-31. März 2019

Cider World - Frankfurter Apfelweinsteinmesse

Frankfurt am Main, Gesellschaftshaus Palmengarten
www.cider-world.com

9.-10. Oktober 2019

Global Cider Forum

Frankfurt am Main, Frankfurt School of Finance
www.global-cider-forum.com



schau für den Lebensmittelhandel“. Zum ersten Mal erhielt damit ein Apfelwein-Anbieter den Handelsaward für Deutschlands erfolgreichste Produktneuheit des Jahres. Der heute 39-jährige Designer Benedikt Kuhn gründete die Firma 2007 im Odenwald. Mit der etablierten Kelterei Krämer brachte er zunächst ein 5-l-Fass, dann drei verschiedene Dosen auf den Markt: Apfelwein-Pur, aber mit wesentlich mehr Kohlensäure als auf dem Markt üblich, Apfelwein-Schorle und Apfelwein-Cola. Mittlerweile gibt es zudem Apfelwein-Kirsch und „Bestseller“-Gewinner Apfelwein-Gold, verfeinert mit Quitte. Im Jahr 2017 verkaufte Bembel-With-Care nach eigenen Angaben 9,3 Mio. 0,5-l-Dosen, im November 2018 waren es bereits über 13 Mio. Dosen. Auf allen Dosen sind ein Weinglas mit Riss, ein traditioneller Bembel, also ein Apfelwein-Krug, und ein Symbol mit zwei aufrechtstehenden Pfeilen zu sehen. Bembel-With-Care soll an den im Export bekannten Hinweis „Handle with care“ erinnern. Benedikt Kuhn will mit seinem Produkt raus aus den hessischen Grenzen. Seine Dosen werden mittlerweile deutschlandweit in über 4.000 Verkaufsstellen, aber auch in Russland, Singapur oder den USA angeboten. Kuhn: „Ich erinnere mich an ein T-Shirt, das einen Apfelwein trinkenden Asiaten zeigt, der sich vor Ekel schüttelt. Die hessischen Apfelweinhersteller und Frankfurter Konsumenten fanden das urkomisch. Damit wurden dem Apfelwein aber Grenzen diktiert. Das ist der größte Fehler, den die Apfelweinbranche gemacht hat. Sie haben ihre eigene Schwäche betont.“ Noch immer seien die Vorurteile gegenüber dem sauer schmeckenden Apfelwein das größte Hemmnis im Vertrieb. Gutes Design hingegen sei der Türöffner, das für viele überraschend positive Geschmackserlebnis das Überzeugende. Kuhn sagt selbstbewusst über die Aussage seines Logos: „Die Apfelwein-Kultur war zerbrochen – und wir wollen sie wieder aufrichten, wieder salonfähig machen.“ Schloss Wachenheim, mit Marken wie Faber und Light live, gehört zu den europaweit führenden Herstellern und Distributoren von Schaumwein und Perlwein auf Traubenbasis. Auf der ProWein 2018 zum ersten Mal vorgestellt und im Herbst

2018 auf den Markt gebracht: der neue Apfelschaumwein Esprit. Das Unternehmen verbindet damit geschickt zwei Superlative. „Deutschland ist, bezogen auf den Pro-Kopf-Verbrauch, Sektweltmeister. Und Äpfel sind das beliebteste Obst der Deutschen“, argumentiert Oliver Gloden, Sprecher des Vorstands: Der Apfelschaumwein der Trierer ist inzwischen im deutschen LEH erhältlich. „Wir sind bereits in den wesentlichen nationalen Accounts gelistet und mit der derzeitigen Entwicklung sehr zufrieden“, lautet Glodens Zwischenbilanz. Esprit weist 9% Vol. Alkohol auf und richtet sich nach Angaben des Unternehmens an „neue Premiumkonsumenten“: Frauen zwischen 40 und 65 Jahren, die sowohl Wert auf Design als auch auf Geschmack legen. Der Apfelschaumwein ist nicht das erste Apfelprodukt des Konzerns: Schloss Wachenheim gilt als Cider-Marktführer in Polen. Das Produkt Cydr Lubelski – in der 1-l- und 0,33-l-Glasflasche und in der Dose – wurde 2013 auf den Markt gebracht.

Branche öffnet sich international

Dass Quereinsteiger die Branche verändern können, wird keiner abstreiten. Und der Markt wächst, auch global. Klaus Heitlinger: „Wie die Zahlen des Marktforschungsinstituts GlobalData zeigen, wächst Cider über

die letzten fünf Jahre betrachtet weltweit stärker als alle anderen Segmente des Markts für alkoholische Getränke und wird dabei mehr und mehr zu einem global konsumierten Produkt.“ Westeuropa ist mit einem Absatzanteil von 56% der weltweit stärkste Cidermarkt. Die Wachstumstreiber sind neue Märkte, allen voran Osteuropa, die USA und Afrika. Martin Heil: „In Amerika ging die Eigenproduktion von Cider innerhalb von 15 Jahren auf 200 Mio. l. Ein wichtiger Grund dafür ist die dort stark präsente Gluten-debatte. Cider ist eine glutenfreie Alternative zu Bier.“ Nach Sorten betrachtet, dominiert Apfel-Cider mit einem Anteil von 79% am globalen Cider-Absatz, doch Flavoured Cider hat in den vergangenen fünf Jahren um mehr als 20% zugelegt und ist damit wichtiger Impulsgeber. Cider bewegt sich in einem wettbewerbsintensiven Umfeld: Biermixgetränke und aromatisierte alkoholische Getränke sind die direkten Wettbewerber. Der klassische Weinmarkt ist damit außen vor.

Angesichts des stark wachsenden Cider-Markts wurde 2017 erstmals das Global Cider Forum ins Leben gerufen und 2018 wiederholt. Frankfurt als Drehscheibe Europas und traditionelles Apfelweingebiet sicherte sich geschickt den Standort für den Kongress. Martin Heil ist neben dem Vorsitz im hessischen Verband auch Präsident beim europäischen Dachverband der Cider- und Fruchtweinhersteller (AICV). 140 Fachbesucher und Referenten aus 16 Ländern reisten 2018 an, u. a. aus Schweden, Dänemark, Rumänien, Spanien, der Schweiz, den Niederlanden, Polen und Irland. Die weiteste Anreise hatten Teilnehmer aus Australien, den USA und Südafrika. 2019 geht die internationale Fachkonferenz in die nächste Runde. Klaus Heitlinger: „Es ist spannend, zu erfahren, welche Initiativen in Frankreich oder Spanien ergriffen werden. Auch der schlichte Hinweis, dass es von Land zu Land unterschiedliche Trinkrituale gibt, kann ein Denkanstoß für eigene Maßnahmen sein – beispielsweise wird Cider in vielen Ländern gern auf Eis getrunken.“ Die größte Herausforderung der Branche bleibt: noch mehr Verbraucher, die gelegentlich Apfelwein und Cider trinken, als regelmäßige Konsumenten zu gewinnen.

SINA LISTMANN