Special

Champagner

La vie en rose

ROSÉ-CHAMPAGNER SIND DER INBEGRIFF FÜR PRICKELNDEN HOCHGENUSS UND FESTLICHE TAFELFREUDEN

VERANTWORTLICH FÜR DIESEN SPECIAL: MARKUS KÖCHLI

ISTOCK

Milliardenschätze in den Kreidekellern der Champagne: Das Geschäft mit den Spitzenweinen ist auf die nächsten Jahre hinaus gesichert.

Demokratisierung eines no

Champagner Produzenten, Händler und Verkäufer profitieren davon, dass immer mehr Konsumenten sich beim

IMPRESSUM
Der Special «Champagner» ist eine redaktionelle Beilage der «Handelszeitung» und Bestandteil der aktuellen Ausgabe. Herausgeber: Redaktion und Verlag «Handelszeitung», Ringier Axel Springer Schweiz, 8021 Zürich.

PIRMIN SCHILLIGER

Der mengenmässige Absatz von Champagner war 2018 weltweit zwar rückläufig und sank um 1,8 Prozent auf 301,875 Millionen Flaschen. Wertmässig resultierte aber ein Rekordjahr. Der Umsatz von 4,901 Milliarden Euro lag knapp 15 Millionen Euro (+0,3 Prozent) über dem Vorjahr. Der wichtige Heimmarkt Frankreich büsste vor allem beim volumenmässigen Absatz deutlich ein. Verkauft wurden im Champagner-Heimatland im letzten Jahr noch 147 Millionen Flaschen (–4,2 Prozent), obwohl der Gewinn des Fussball-WM-Titels zu einem Rekord-Juli geführt hatte. Doch mit den späteren Gelbwesten-Protesten verdampfte die Champagner-Stimmung.

Der Konsum auf dem Heimmarkt entsprach noch 48,7 Prozent des weltweiten Volumens. Erstmals seit Jahrzehnten wurde 2018 wieder mehr Champagner exportiert als in Frankreich verkauft. Laut Vincent Perrin, Generaldirektor des Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne (CIVC), erlebt der Schaumwein gegenwärtig seine zweite Globalisierungswelle. Die Exportquote lag früher, zu Beginn des 20. Jahrhunderts, zwar schon einmal deutlich höher, nämlich bei 70 Prozent. Allerdings wurden damals lediglich 30 Millionen Flaschen – also ein Zehntel der heutigen Menge – produziert.

Ein weiteres Zeichen der Globalisierung: Deutlich mehr als die Hälfte des exportierten Champagners wird inzwischen in Ländern ausserhalb der EU abgesetzt. 2018 waren es 78,7 Millionen Flaschen (+2,1 Prozent), derweil die EU-Länder (ohne Frankreich) 76,1 Millionen Flaschen (–0,9 Prozent) bezogen. Für den leichten Rückgang war hauptsächlich Grossbritannien verantwortlich.

Trumps Handelskrieg zeigt Wirkung

Unerfreulich war die Entwicklung der Geschäfte mit den USA. Die Amerikaner kauften zwar mehr Flaschen ein, nämlich rund 23 Millionen (+2,7 Prozent), bezahlten dafür aber weniger, umgerechnet 577 Millionen Euro (–1,5 Prozent). Trumps Handelskrieg zeigte also Wirkung. Unvorteilhaft entwickelten sich aus französischer Optik auch bestimmte Wechselkurse. Betroffen davon waren die Geschäfte mit Japan, Australien, Kanada, der Schweiz und China, das überdies ebenfalls die Zolltarife anhob. Doch im Unterschied zu den USA konnten in diesen Fällen die Wechselkursverluste und Zölle mittels Verkaufssteigerungen problemlos wettgemacht werden.

Die insgesamt lebhafte Nachfrage (plus 3,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr) nach Champagnern in der Schweiz schlägt sich positiv in den Büchern der Importeure und des Fachhandels nieder. Bei Moët Hennessy Suisse (MHS), dem grössten Schweizer Importeur, entwickelten sich sämtliche Marken erfreulich. Besonders gefragt waren die Prestigetropfen von Dom Pérignon, Krug und Ruinart. Dies ging aber nicht auf Kosten der etwas günstigeren Champagner von Moët & Chandon sowie Veuve Clicquot. Bei letzteren beiden Marken laufen die vor einigen Jahren lancierten Cocktail- und Eis-Champagner Moët Ice und Veuve Clicquot Rich immer besser, wie Geschäftsführer Gregory Carrier versichert. MHS ist sowohl in der gehobenen Gastronomie wie im Detailhandel gesamtschweizerisch prä-

ANZEIGE

Schweizer Markt Weltweit neuntgrösster Abnehmer

Nachfrage Auf dem Schweizer Markt war die Nachfrage im 2018 sehr lebhaft. Es wurden annähernd 5,8 Millionen Flaschen Champagner (+3,2 Prozent) aus Frankreich importiert. Wertmässig resultierte für die Exporteure im Geschäft mit ihren Schweizer Abnehmern ein neuer Rekordumsatz von 121 Millionen Euro (+7,8 Prozent). Die Zahlen widerspiegeln den Trend, dass die Schweizer immer öfter zu höherpreisigen Tropfen greifen.

Geschmacksrichtung Die Cuvées de Prestige legten um 9 Prozent auf 290 000 Flaschen erneut deutlich zu. Sie kommen volumenmässig zwar nur auf einen Anteil von 5 Prozent, machen aber wertmässig 18 Prozent des Geschäfts aus. Die Rosé- und die Jahrgangs-Champagner steigerten ihren volumenmässigen Anteil leicht auf zusammen rund 11 Prozent, was wertmässig einem Anteil von 12,5 Prozent entsprach. Weitaus am beliebtesten bleibt hierzulande der Brut non millésimé (Assemblagen aus verschiedenen Rebsorten, Gebieten und ohne deklarierten Erntejahrgang). Diese Kategorie konnte ihren volumenmässigen Anteil von 77,5 Prozent behaupten. Wertmässig ging es in diesem Bereich um 5,3 Prozent auf einen Umsatz von 77,6 Millionen Euro aufwärts. Weniger gefragt waren 2018 die Demi-Secs, deren volumenmässiger Anteil unter 5 Prozent gefallen ist.

Trinkgewohnheit Mindestens 53 Prozent der Geniesser von alkoholischen Getränken in der Schweiz griffen im Laufe des Jahres 2018 auch zum Champagner-Glas, wie die Marktforscher im Auftrag des CIVC ermittelt haben. Dieser Anteil lag vor fünf Jahren noch deutlich tiefer, bei 46 Prozent. Die grossen Champagner-Häuser mit ihren bekannten Marken konnten ihre dominierende Stellung mit einem wertmässigen Marktanteil von 85 Prozent weiter festigen. Derweil erlitten nach vier Jahren des Wachstums die Winzer- und Genossenschafts-Champagner überraschend einen kleinen Rückschlag. Die Schweizerinnen und Schweizer liegen beim Pro-Kopf-Konsum nach den Franzosen und Belgiern weltweit weiterhin an dritter Stelle. Auch die Position als weltweit neuntgrösster Champagner-Markt konnte behauptet werden.

ISTOCK

blen Getränks

Champagner die teuersten Tropfen leisten. Auch in der Schweiz!

sent. «Ausserdem versuchen wir, durch einen verstärkten Auftritt in den sozialen Medien und durch die Zusammenarbeit mit Künstlern wie dem Musiker Lenny Kravitz frische Zielgruppen anzusprechen», so Carrier. Zudem soll der edle französische Schaumwein nicht länger nur das Getränk für die besonderen Gelegenheiten bleiben. «Wir möchten den Champagner demokratisieren», betont Carrier. Das bedeutet, dass auch zu einem Essen eine Flasche entkorkt werden sollte. Dafür eignen sich, wenn es nach dem Geschmack von Carrier geht, besonders Jahrgangs-Champagner von Veuve Clicquot oder – etwas günstiger – eine Flasche Moët & Chandon Grand Vintage 2012.

Jahr für Jahr neue Rekordumsätze erzielen die Maisons Marques et Domaines (MMD Suisse) mit der Marke Louis Roederer. Beim Schweizer Importeur herrscht gar ein Nachfrageüberhang. Er könnte also mehr Flaschen verkaufen, als er vom französischen Mutterhaus jeweils beziehen kann. Besonders gefragt sind die Jahrgangs-Champagner Brut Rosé Vintage und Rosé, die hundertprozentig aus eigenen Reben gekeltert werden. Martin A. Barak, Generaldirektor MMD Suisse, beobachtet ausserdem einen Trend zu Champagnern ohne Dosage, also ohne Zuckerzusatz. Ein Beispiel für einen besonders spritzigen Tropfen ist der Louis Roederer et Philippe Starck Brut Nature.

Winzer-Champagner mit viel Potenzial

Vor allem auf Winzer-Champagner fokussiert Gerstl Weinselektionen in Spreitenbach. Der Fachhändler führt unter anderem die Sortimente von Pertois-Moriset und von Pierre Paillard. «Besonders die Jahrgangs-Champagner Bouzy Grand Cru sind Spitzentropfen», betont Geschäftsführer Roger Maurer.

Ebenfalls Winzer-Champagner, jene von De Saint Gall, Gosset, Bruno Paillard und Nicolas Maillart, stehen bei Martel in St. Gallen im Mittelpunkt. Einkaufsleiter Martin Schwarz schwärmt von zwei Jahrgangs-Champagnern, dem Bruno Paillard NPU 2004 und dem Gosset Grand Millésime 2006.

Die grösste Auswahl der Schweiz mit mehr als 700 verschiedenen Champagnern bietet mittlerweile der Internetverkäufer Flaschenpost.ch an. Das ausgebaute Sortiment verhilft dem Online-Anbieter zu hohen zweistelligen Zuwachsraten. «Champagner wird zwar hauptsächlich über klassische Promotionen vermarktet, aber als starke Marken sind die Champagner geradezu prädestiniert, auch online verkauft zu werden», ist Geschäftsführer Renzo Schweri überzeugt. Alle wichtigen Marken sind über seinen digitalen Kanal bestell- und in einem Tag lieferbar. Flaschenpost.ch ist zwar günstiger als der normale Einzelhandel, doch mit einem durchschnittlichen Verkaufspreis von 57.50 Franken pro Flasche Champagner nicht unbedingt die Adresse für Schnäppchenjäger.

Zufrieden mit der Entwicklung des Champagner-Geschäfts sind die drei grössten Verkäufer Coop, Denner und Manor. «Die Nachfrage steigt weiter, die Verkaufszahlen entwickeln sich positiv», meint Coop-Sprecherin Marilena Baiatu. Sie verweist auf Klassiker der Marken Moët & Chandon, Veuve Clicquot, Taittinger, Laurent Perrier und Pommery, auf Winzer-Champagner von Diebolt Vallois und Paul Bara sowie die Eigenmarke Charles Bertin. Liebhabern bietet Coop über den Weinclub Mondovino zusätzlich exklusive Champagner-Raritäten und weitere Winzer-Champagner an.

Marktanteile gewonnen hat nach Aussagen von Mediensprecher Thomas Kaderli in den letzten 18 Monaten der Discounter Denner. Man profitiere davon, dass Champagner vermehrt im Alltag, etwa zu einem feinen Fisch oder einem Pilzgericht, getrunken werde. Bei Denner sind es die Hausmarken Pol Caston und Colligny Cool, die besonders gut laufen.

Manor-Sprecherin Sofia Conraths gibt sich nach einem guten Vorjahr, in welchem beim Champagner ein Verkaufsplus von 8 Prozent resultierte, mit Prognosen fürs laufende Jahr vorsichtig. «Wir liegen derzeit im Bereich des Vorjahres, doch die entscheidenden Verkäufe im Dezember liegen noch vor uns», sagt sie. Manor bietet alle grossen Marken an, mitsamt Prestige-Champagnern wie Dom Pérignon. Ausserdem gibt es die Hausmarke Tribaut, bei der der Schloesser Brut Rosé und der Montaudon Brut für relativ wenig Geld besonderen Genuss versprechen.

Auch immer mehr Schweizer Winzer kreieren hervorragende Schaumweine», sagt Roger Maurer von Gerstl Weinselektionen. Er denkt an einen Tropfen, der überraschend aus einer Region kommt, aus der man dies zuletzt erwarten würde – nämlich aus dem Kanton Uri. Der «Zum Rosenberg» wird nach traditioneller Champagner-Methode (Flaschengärung) mit Trauben von einem 1,3 Hektaren grossen Rebgut in Altdorf produziert – ein prickelnder alpiner Champagner, auch wenn er sich nicht mit dieser ursprungsrechtlich geschützten Originalbezeichnung schmücken darf.

«Champagner wird mit der Zeit nur besser»

Jan Schwarzenbach
Master of Wine und Leiter Direktverkauf Wein, Coop

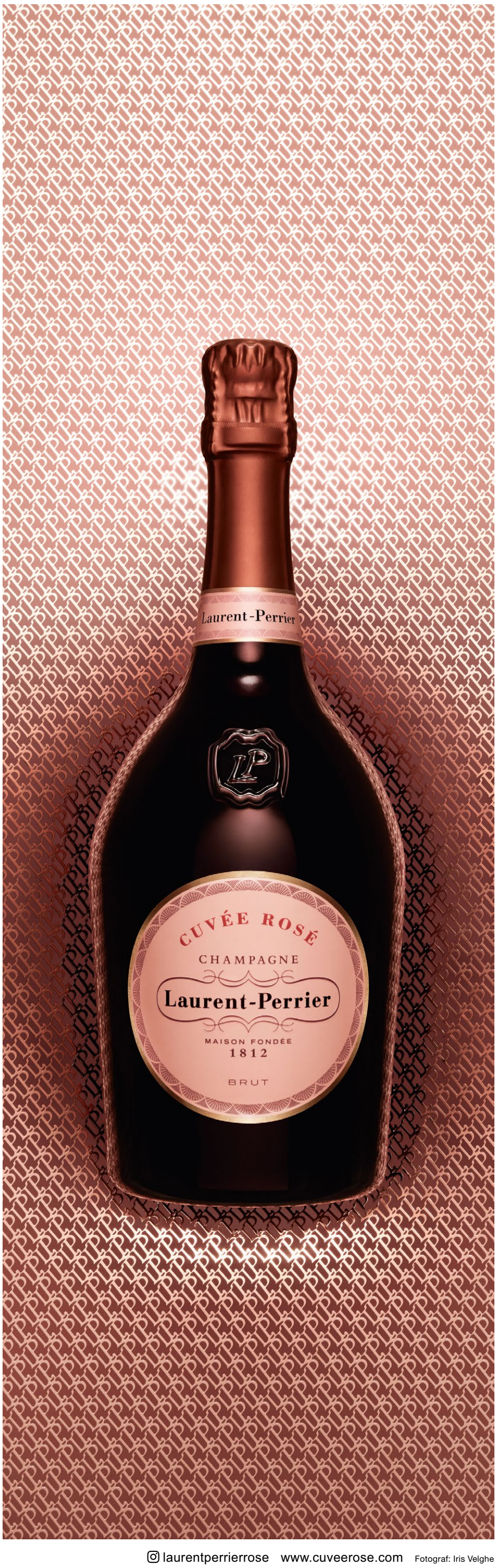
Champagner wird vor allem über die Festtage getrunken, doch preiswerte Aktionen zum Einkaufen gibt es übers ganze Jahr. Da drängt sich die Frage auf: Wie und wie lange darf man Champagner lagern?
Jan Schwarzenbach: Champagner lässt sich sehr lange lagern. Dank der starken Säure der Trauben und der Kohlensäure in der Flasche ist er äusserst langlebig. Wie bei allen Weinen spielt der persönliche Geschmack eine wichtige Rolle, denn das Aroma von Champagner entwickelt sich bei der Lagerung. Wer lieber fruchtbetonte, frische, stark perlende Champagner mag, sollte die Weine nach dem Kauf bald trinken. Wer lieber aromatische Champagner mit entwickelten Aromen wie Haselnuss, Brioche, Rauch und Nougat mag, kann die Weine etwas lagern.

Welcher Champagner wird mit der Zeit noch besser?
Nicht jeder Champagner ist gleich. Weine ohne Jahrgang profitieren von einer weiteren Lagerung von zwei bis fünf Jahren nach dem Degorgieren auf dem Weingut. In dieser Zeit gewinnen die Weine an aromatischer Komplexität, die Kohlensäure wird oft etwas milder und feinperliger. Weine von guten Winzern aus Grand-Cru-Gemeinden können mit oder ohne Jahrgang bis zu zehn Jahre nach dem Degorgieren auf dem Weingut an Komplexität gewinnen. Die Prestige Cuvées von sehr guten Jahrgängen gehören zu den grossen Weinen der Welt und sind extrem langlebig. Oft fangen solche Weine erst nach 15 Jahren im Keller an, sich zu öffnen und ihre ganze Pracht zu offenbaren.

Seit ein paar Jahren liegen Winzer-Champagner von kleinen Familienbetrieben im Trend. Warum?
Champagner, das waren lange Zeit nur die grossen Marken wie Moët & Chandon. Fast alle Winzer verkauften ihre Trauben an die bekannten Handelshäuser, welche den Markt dominieren. Insofern findet jetzt eine kleine Revolution statt. Die Generation von gut ausgebildeten, motivierten Winzern hat das Potenzial ihrer besten Reblagen erkannt und nimmt die zusätzliche Arbeit der Vinifikation und des Vertriebs auf sich. Daher tauchen momentan spannende neue Winzer auf, und auch etablierte Winzer bringen neue Cuvées. Das macht Winzer-Champagner so spannend.

INTERVIEW: PIRMIN SCHILLIGER

AUSERWÄHLT
VON DEN BESTEN



laurentperrierrose www.cuveerose.com Fotograf: Iris Velghe

HANDELSZEITUNG | Nr. 50/2019

XAVIER LAVICTOIRE - REIMS

«Qualität steht im Vordergrund, nicht Quantität»

Ariane de Rothschild Die Vorsitzende des Verwaltungsrats der Genfer Bankengruppe Edmond de Rothschild (Suisse) SA ist als Unternehmerin und Besitzerin von Weingütern eine glühende Verfechterin von Tradition und Lebensfreude.

INTERVIEW: EMMANUEL GRANDJEAN

Seit 1853 keltert die Familie Rothschild Weine. Champagner haben die Barone allerdings erst im Jahr 2005 in ihr Portfolio aufgenommen. Warum wurde so lange damit gewartet?
Ariane de Rothschild: Weil man Zeit braucht, um die Welt des Champagners zu verstehen. Diese ist ganz anders als die Welt des Weins. Wir mussten zuerst herausfinden, welche die wichtigsten Techniken und Akteure in diesem Segment sind, um uns in dieses Umfeld professionell integrieren zu können. In der Champagne ist die kleinste Parzelle, auf der Reben angebaut werden, Gegenstand von Begehrlichkeiten – wenn es überhaupt bei Begehrlichkeiten bleibt. Wir haben die Gelegenheit genutzt, unsere Vorräte von der Familienkooperative Vertus zu beziehen, die südlich von Épernay an der Côte des Blancs liegt und deren Trauben eine äusserst hohe Qualität besitzen. Darüber hinaus mussten die drei Zweige der Rothschild-Familie vor dem Start zusammenwachsen und eine gemeinsame Vision finden. Und zwar, einen Champagner der Spitzenklasse herzustellen, bei dem immer die Qualität im Vordergrund steht und nicht das Produktionsvolumen. Das Zusammenbringen all dieser Komponenten hat uns einige Zeit gekostet. Aber das hat sich wirklich gelohnt.

Sie zielen auf ein sehr hohes Qualitätsniveau. Was sind die Kriterien, um dies zu erreichen?
Zunächst einmal werden wir ausschliesslich mit Grand-Cru-Weinen oder anderen Weinen der absoluten Spitzenklasse beliefert. Dann setzen wir auf eine atypische Anordnung, die die DNS des Hauses ist, mit einem hohen Anteil an Chardonnay. 50 bis 70 Prozent unserer Kompositionen bestehen aus Chardonnay von der Côte des Blancs. Diese macht übrigens flächenmässig nur 28 Prozent der Champagne aus. Daher handelt es sich um eine seltene und teure Rebsorte. Schliesslich wird der Wein nach gewissenhaften Vorgaben hergestellt: ausschliessliche Verwendung der ersten Pressungen, ein sehr hoher Anteil an Reserveweinen von 40 bis 45 Prozent, sehr lange Lagerung in der Flasche zwischen vier und zehn Jahren sowie eine leichte Dosage. Diese variiert zwischen null und sechs Gramm pro Liter Wein.

Sie haben sich zum Ziel gesetzt, pro Jahr lediglich 500 000 Flaschen abzufüllen. Warum diese Mengenbeschränkung?
Die Höchstmenge von 500 000 Flaschen ist dadurch bedingt, dass die Rebenanbaufläche, die die geforderte einzigartige Qualität liefert, auf 82 Hektar beschränkt ist. Diese gewollte Mengenbegrenzung erweist sich als Vorteil. Wir haben uns entschieden, den Champagner nur an ausgewählte Häuser zu vertreiben, sodass unsere Flaschen an den schönsten privaten Tafeln, in den nobelsten Hotels und in den besten Weinhandlungen angeboten werden. Für eine solche Art des Vertriebs stellen 500 000 Flaschen eine bedeutende Produktionsmenge dar.

Sie keltern auch Rosé-Champagner. Liegt das daran, dass der Markt diesen besonderen Wein immer stärker nachfragt?
Champagner Rosé Barons de Rothschild wird seit der Gründung des Hauses produziert. Wir hatten schon immer geplant, neben unseren Brut- und Blanc-de-blancs-Weinen auch einen Rosé anzubieten. Aber einen einzigartigen Rosé, der das Wesen des Rosé-Champagners neu erfindet. Der Kellermeister und seine Fachleute haben sich der Herausforderung gestellt: Mit 85 bis 90 Prozent der Grand-Cru-Chardonnays aus Le Mesnil, Oger, Avize und Cramant sowie einem kleinen Anteil Pinot Noir aus Verzenay-Trauben ist unser Rosé-Champagner einzigartig, fast ein «Pink Chardonnay». Dieser Wein macht – je nach Jahr – nur 12 bis 15 Prozent unserer Produktion aus. Sein Erfolg könnte uns ermutigen, mehr zu produzieren, also die Quantität zu erhöhen. Aber wir ziehen es vor, auf Qualität zu setzen.

> «Wir haben den Ehrgeiz, Champagner den alten Glanz zurückzugeben.»

Seit einigen Jahren ist Champagner nicht mehr dieser Schaumwein, der nur zu besonderen Anlässen getrunken wird. Er ist zu einem Wein geworden, den man verkosten, als reine Jahrgangsvariante abfüllen und zu Gerichten servieren kann. Wie erklären Sie sich diesen Imagewechsel?
Es stimmt, dass Champagner lange Zeit auf einen Wein reduziert wurde, den man bei festlichen Angelegenheiten oder im Nachtclub getrunken hat.

Champagner Zahlen und Fakten zum Weltmarkt

Produktion und Konsum Sämtliche Hersteller von Champagner verkauften im letzten Jahr insgesamt 301,875 Millionen Flaschen (7,5 dl). Das brachte ihnen einen Umsatz von 4,01 Milliarden Euro ein, 15 Millionen Euro mehr als im Vorjahr. Die rund 340 Champagner-Häuser konnten ihre Stellung weiter ausbauen, auf einen volumenmässigen Anteil von 72,7 und einen wertmässigen von 77,5 Prozent. Die fünf grössten Champagner-Häuser kommen dabei zusammen auf einen Anteil von deutlich über 20 Prozent. Die wertmässig verbleibenden restlichen 22,5 Prozent teilten sich rund 4600 selbstvermarktende Winzer (14,8 Prozent) und 140 Genossenschaften (7,7 Prozent).

Wirtschaftliche Bedeutung Die Weinregion Champagne umfasst 319 Gemeinden im Nordwesten Frankreichs, in den Departementen Marne, Aube, Aisne, Haute-Marne und Seine-et-Marne. Das Anbaugebiet erstreckt sich über 34 300 Hektaren, die von rund 16 000 Winzern bewirtschaftet werden. Die Champagner-Produktion sorgt für über 30 000 feste Arbeitsplätze. Hinzu kommen rund 120 000 Erntehelferinnen und -helfer. Obwohl die Champagne nur 4 Prozent der Rebflächen Frankreichs umfasst, ist sie wertmässig für 22 Prozent des Exportes französischer Weine und Spirituosen verantwortlich.

Marktanteil Weltweit kommt Champagner bei den Schaumweinen auf einen Anteil von volumenmässig 10 und wertmässig 36 Prozent.

Champagner-Arten Den Löwenanteil behaupten nach wie vor die Brut non millésimé, die knapp vier Fünftel (79,3 Prozent) der exportierten Menge und 66 Prozent des damit erzielten wertmässigen Umsatzes ausmachen. Immer gefragter werden die teuren Cuvées de Prestige (4,8 Prozent Volumenanteil/16,2 Prozent Wertanteil). Auch die Rosés waren, nach einem kleinen Ausrutscher im Vorjahr, 2018 wieder angesagt. Sie überschritten volumenmässig die 10-Prozent-Marke. Wertmässig lag der Anteil der Rosés bei 12 Prozent.

Ernte 2019 Welchen Champagner die diesjährige Traubenernte verspricht, wird sich definitiv erst in den nächsten Jahren bei der Verkostung herausstellen. Doch die klimatischen Bedingungen lassen auf einen guten Jahrgang hoffen. Insgesamt war das Wetter zwar wechselhaft. Auf Frost und viel Niederschlag folgte ein trockener und heisser Sommer. Doch vor allem der Herbst, der sich lau und trocken präsentierte und zu hervorragenden Erntebedingungen führte, dürfte für überdurchschnittliche Tropfen sorgen. Auch quantitativ war der Ertrag erfreulich. (ps)

AIMÉE HOVING

Historisch gesehen ist es ein sehr edler Wein, der früher dem Königshaus vorbehalten war. Champagner war das Lieblingsgetränk von Ludwig XIV. und wurde zu den Mahlzeiten in Weiss oder Rosé getrunken.

Es gab für den Champagner allerdings auch empfindliche Rückschläge.
Das Image des Champagners litt unter den kommerziellen Exzessen der 1970er und 1990er Jahre. Die Erkenntnis, dass es keinen anderen Champagner gibt als eben den aus der Champagne und dass diese fabelhafte Gegend in der Welt wirklich einzigartig ist, musste erst reifen. Wir sind Teil dieses Ansatzes: Wir haben den Ehrgeiz, dem Champagner seinen alten Glanz zurückzugeben und ihn mit Alltagsgerichten zu verbinden.

Ist dieser Wahrnehmungswandel auch auf die Entwicklung der Bedürfnisse der Konsumenten zurückzuführen, die heute vermehrt Wert auf Qualität legen?
Die Konsumenten ziehen es vor, weniger zu trinken – aber was sie trinken, das soll von bester Qualität sein. Ausserdem suchen sie nach einer Art Erfahrung: Sie möchten Verständnis für die Besonderheiten der Champagne entwickeln und die Geschichte des Hauses kennen.

Aber der Kreis der Champagner-Liebhaber ist eigentlich noch immer relativ klein.
Früher beschränkte sich diese Kultur auf einen kleinen Kreis von Kennern. Heute, dank den neuen Medien, ist sie für die meisten Menschen zugänglich. Diese Öffnung bringt viel Gutes mit sich.

Wann trinken Sie Champagner?
Am Tisch, während der Mahlzeiten. Manchmal organisiere ich Abendessen, bei denen zu allen Gerichten Champagner getrunken wird. Auch in den Häusern von Edmond de Rothschild Heritage, auf dem Gut Mont d'Arbois, wird er als Speisenbegleiter angeboten, so wie dies bei Weissweinen oder Rotweinen üblich ist.

Was passt besonders zu Champagner?
Ich finde, dass viele Käsesorten besonders gut zu Champagner passen. Zum Beispiel ein Brie de Meaux. Aus Gewohnheit wird er meist mit einem Rotwein kombiniert, während ein Champagner ein viel besseres Gegengewicht zu seinem vollmundigen Charakter darstellt.

Wie haben Sie Ihre Weinkultur entwickelt?
Das verdanke ich zum Teil meinem Schwiegervater, von dem ich viel gelernt habe. Für mich gibt es zwei Möglichkeiten, sich seine eigene önologische Kultur aufzubauen: entweder auf akademische Art und Weise oder als «Neueinsteiger», indem man Wein probiert und schätzen lernt, mit jedem Mal ein wenig mehr.

Was ist generell beim Geniessen von Wein wichtig?
Beim Wein ist der Moment etwas sehr Wichtiges. Die Verkostung wird enorm durch die Geisteshaltung und den Kontext bestimmt. Wenn ich bei einem Abendessen einen Wein probiere, bin ich vielleicht enttäuscht. Bei einer anderen Gelegenheit mit demselben Jahrgang kann es sein, dass ich hin und weg bin.

Wie verlief Ihr erster Kontakt mit dem Wein? An was erinnern Sie sich?
Ich bin in Afrika aufgewachsen, wo Wärme und Wein nicht gut zusammenpassen. Meine erste Erinnerung war ein Erlebnis in Paris, ich muss 18 oder 19 Jahre alt gewesen sein. Ich war Studentin und habe auf der Terrasse eines Cafés ein Glas Rotwein bestellt. Es wurde zu meinem Madeleine-Proust-Erlebnis. Ich habe das Privileg, sehr gute Weine probieren zu können. Aber das hindert mich nicht daran, auf der Terrasse jeweils ein Glas Beaujolais zu geniessen, wenn ich in Paris bin! Auch wenn dies ein bisschen nostalgisch anmutet.

Ariane de Rothschild (54) ist Wirtschaftswissenschafterin und Unternehmerin. 1999 heiratet sie den Bankier Benjamin de Rothschild; sie ist Mutter von vier Töchtern und lebt mit ihrer Familie in der Westschweiz. Das Vermögen der Rothschilds, die im Bankwesen, im Wein, in der Kunst, in der Hotellerie und im Immobiliengeschäft tätig sind, wird von der «Bilanz» auf 2,5 bis 3 Milliarden Franken geschätzt.

Spitzentreffen

Champagner als Essensbegleiter Rosige Bläschen und jodhaltige Gischt – fünf Westschweizer Sterneköche lassen ihre Kreationen von grossartigen Rosé-Champagnern begleiten.

KNUT SCHWANDER

Eine bezaubernde «Hochzeit»

Louis Roederer Rosé Vintage 2013 Die «Hochzeit» findet im schlichten, eleganten Ambiente des Restaurants Anne-Sophie Pic in Lausanne statt. Das in Stuck und Gold gefasste Lokal ist ein Teil des majestätischen «Beau-Rivage Palace». Das Hotel ist, vor der Kulisse des Genfer Sees, von einem erhabenen Park umgeben. Dort, an einem Ort, an dem seit 1857 alles zu Hause ist, was in der Romandie Rang und Namen hat, trifft der Louis Roederer Rosé Vintage 2013 auf einen Hummer, der über einem Holzfeuer, einem Wirbelsturm aus Lapsang Souchong, rosa Beeren und Teesublimaten, geräuchert wird.

Entworfen wurde das Zusammenspiel von Edmond Gasser, dem Sommelier des Jahres im Gault Millau Schweiz 2020 – einem Fan von Louis Roederer –, und Paolo Boscaro, dem kreativen Küchenchef. Ersterer verweist auf die Jod-Aromen dieser Cuvée, die sich aus Solar Pinot Noir und Saline Chardonnay zusammensetzt, zusätzlich auch auf die magische Osmose, die sie mit den rauchigen und mineralischen Noten der Schale bietet. Boscaro erzählt mit Wonne von der «Leichtigkeit der sowohl subtilen als auch kraftvoll geräucherten Gemüsebrühe und von den fast erdigen Noten des Muschelfleisches, das in zwei Schritten gegart worden ist, zuerst kandiert, dann geröstet».

Beau-Rivage Palace, Restaurant Anne-Sophie Pic, Place du Port 17–19, Lausanne, brp.ch

Es sprudelt nicht nur der Jet d'eau

Laurent-Perrier Grande Cuvée Alexandra Rosé 2004 Unter den verrückten Restaurants der Stadt Genf ist das Restaurant Fiskebar im Ritz-Carlton Hôtel de la Paix wohl das ungewöhnlichste (16/20 Punkte im Gault Millau). Hier trifft frisches und zeitgenössisches Design auf die einladende und entspannte Atmosphäre eines Restaurants, das seine Raffinesse aus dem hohen Norden bezieht. All dies mit einem herrlichen Blick auf den Hafen und den Jet d'eau. In der Küche ist der junge, talentierte Benjamin Breton beschäftigt. Der ambitionierte Koch korsischer Herkunft spielt mit Aromen und Texturen, um Gerichte zu kreieren, die raffiniert und gleichzeitig ungezwungen sind. Der Beweis ist sein Roscoff-Kuchen, begleitet von geräucherten Rattan-Kartoffeln, knackigem Gemüse, Austernwasser und Mandelöl. Das ist ein Gericht nach Mass für die Laurent-Perrier Grande Cuvée Alexandra Rosé 2004 (80 Prozent Pinot Noir, 20 Prozent Chardonnay). Eingeschenkt wird ein strahlender Cru mit Noten von Walderdbeeren, Johannisbeeren und kandierten Zitrusfrüchten. «Der Wein passt perfekt zu den erdigen Noten der Kartoffel, die Mineralität dieses Weins wird durch das Jod des Gerichtes verstärkt», analysiert der Küchenchef. Ein leicht salziger Kasparsian-Kaviar macht diese Komposition zu einer idealen Harmonie.

The Ritz-Carlton Hôtel de la Paix Geneva, Fiskebar, Quai du Mont-Blanc 11, Genf, geneva-fiskebar.com

FOTOS: PRUNE SIMON-VERMOT FÜR T MAGAZINE

Der Amur setzt symbolisches Zeichen

Deutz Brut Rosé Das Genfer «Beau-Rivage» mit seinem Feinschmeckerlokal Le Chat-Botté ist ein Familienbetrieb. Deutz-Champagner auch. Vierzig Jahre lang haben sich beide Häuser gegenseitig ergänzt. Fünf Generationen von Besitzern haben hier nur zu gerne ihre Werte zur Freude der Geniesser zusammengebracht. Dominique Gauthier, der ambitionierte Koch, der das Chat-Botté zu einem der besten Restaurants in Genf machte (18/20 Punkte im Gault Millau, ein Michelin-Stern), ist der erste, der sich darüber freut. Deshalb kreiert er ein Gericht, das perfekt zur Deutz Brut Rosé Cuvée passt. Diese begeistert mit leichten Bläschen, Aromen aus Himbeere und Clementine sowie einer angenehmen Säure, die an Yuzu erinnert. Mehr braucht es nicht, um den Koch zu inspirieren, der alles mit einem Bündner Biolachs kombiniert, der bei niedriger Temperatur in einem Olivenölbad bei 50 Grad Celsius gegart wird. Dieser weiche, schmelzende Fisch wird mit wenig Lauch ergänzt, dazu gesellen sich etwas Yuzu und zarter chinesischer Kaviar. Das delikate Gericht wird ergänzt durch die Frische des Weines – eines hundertprozentigen Pinot Noir – mit einer festlichen Mineralität, dessen Charakter durch eine zart mit Butter zubereitete Sauce unterstrichen wird. Gekrönt wird das Gericht mit Kaviar von Petrossian. Er stammt übrigens aus dem Strom Amur …

Hôtel Beau-Rivage, Le Chat-Botté, Quai du Mont-Blanc 13, Genf, beau-rivage.ch

Jede Flasche steht für profundes Wissen

Gosset Grand Brut Rosé In der üppigen Klarheit des Restaurants Bayview im Hôtel President Wilson in Genf (18/20 Punkte im Gault Millau, ein Michelin-Stern), gelegen zwischen Himmel und See, mit riesigen Blumensträussen und kostbaren Wandteppichen, die die Korridore säumen, erscheint Exzellenz fast schon als Routine. Aber Michel Roth, der Küchenchef, der die Blütezeit des «Ritz» in Paris erlebt hat, begeistert nun hier im President Wilson mit wahrer Kreativität. In einer Umgebung seltener Eleganz bietet das Haus die besten Gerichte in Kombination mit den exklusivsten Weinen. Unter anderem mit dem Grand Brut Rosé von Gosset. Wie schon 1760 in einem antiken Flakon präsentiert, steht jede Flasche der Serie für vier Jahrhunderte profundes Wissen und Können. Roth würdigt dieses Modell der Frische, Kraft und Raffinesse auf ganz lebendige Art und Weise. Er ergänzt diese Kombination mit einem Apfelkuchen nach Grossmutters Art sowie einem Sellerie-Krabben-Kuchen mit Galanga. Abgerundet werden diese wunderbaren Kompositionen mit Zitronengel. Um ihnen die ideale Bissfestigkeit zu verleihen, kommt noch ein geröstetes Kümmelbrot dazu. Es gibt also Warmes, Kaltes, Weiches und Knuspriges – alles auf einmal. Und um dieses Werk wahrhaft zu vollenden, fügt ein kaiserlicher Kaviar aus China sein kräftiges Jod-Aroma hinzu.

Hôtel President Wilson, Bayview, Quai Wilson 47, Genf, hotelpresidentwilson.com

Harmonie aus Land und Meer

Barons de Rothschild Rosé An der Ferienroute Richtung Südfrankreich gelegen, vor den Toren von Romans-sur-Isère, erstrahlt in einem verwunschenen Garten das elegante Restaurant Les Cèdres. Zwei Stunden von Genf entfernt haben die Brüder Bertrand einen reizvollen Ort für einen Zwischenstopp geschaffen, an dem die Gastronomie Königin ist (drei Kochmützen im Gault Millau, zwei Sterne im Michelin). Jean-Paul Bertrand finden wir im Restaurant und Jacques in der Küche dieses Hauses, in welchem schon drei Generationen als Gastronomen gewirkt haben. Küchenmeister Jacques überrascht mit einer Rotbarbe, die – von Gräten befreit – in einer Entourage aus zwei verschiedenen Arten von Zuckerrüben in einer schaumig geschlagenen purpurfarbenen Vinaigrette aus Kirschessig angerichtet wird. Als Erwiderung darauf wählt Jean-Paul Bertrand den Rosé Barons de Rothschild: «Eine Harmonie aus Land und Meer, in der die vielschichtigen, abgerundeten Weinaromen eine doppelte Portion an Spritzigkeit erhalten.» Diesen Champagner, der zu 85 Prozent aus Chardonnay Grand Cru und zu 15 Prozent aus Pinot Noir Grand Cru besteht, hatte er im Ritz in Madrid probiert: Es war Liebe auf ersten Blick. Seitdem beweisen die beiden Häuser bei der Zusammenarbeit ein glückliches Händchen und schaffen so festliche, unvergessliche Erlebnisse.

Les Cèdres, Rue Henri Machon 25, 26600 Granges-les-Beaumont, restaurantlescedres.fr

Freude in Rosarot

Rosé-Champagner Sie steigen in der Beliebtheit immer weiter an. Dies dank neuen, vor allem jüngeren und entspannteren Geniessern. Und den Frauen.

PIERRE-EMMANUEL BUSS

ALAMY

Tafelfreuden in Rosarot: «Le Déjeuner d'huîtres» von Maler und Graveur Jean-François de Troy, bestellt von Louis XV. Dem Rosé-Champagner wurde reichlich zugesprochen.

Der Rosé schreibt eine einzigartige Erfolgsgeschichte. Inzwischen macht er in Frankreich mehr als 30 Prozent der Weinproduktion aus, verglichen mit knapp 10 Prozent vor zwanzig Jahren. Dieses Wachstum, angekurbelt durch den Rosé aus der Provence, hat jetzt auch die aristokratische Champagne erreicht. 10 Prozent der Exporte sind Rosé-Champagner, verglichen mit knapp 3 Prozent vor zwanzig Jahren. Das Absatzwachstum betrifft alle Länder, ist aber in den USA besonders ausgeprägt. In den Vereinigten Staaten, dem zweitgrössten Champagner-Abnehmer nach dem Vereinigten Königreich, machte Rosé im 2018 17 Prozent des Gesamtverbrauchs aus. Dieser Erfolg erklärt sich aus der Erschliessung eines neuen Kundenkreises, der jung, oft in Feierlaune und auch noch zahlungskräftig ist.

Hoher Wiedererkennungswert

Der vom amerikanischen Popstar Ariana Grande gefeierte Rosé-Champagner hat in seinem lachsfarbenen Gewand einen hohen Wiedererkennungswert und vermittelt das unkomplizierte Bild von sofortigem Genuss. Laut Denis Bunner, dem stellvertretenden Kellermeister bei Bollinger, ist sein Erfolg vor allem den Frauen zu verdanken: «Oft sind gerade sie es, die den Champagner kaufen, da sie von der Farbe, die ihm eine ganz eigene Identität verleiht, geradezu verzaubert werden. Im Zeitraum von 2002 bis 2003 – zeitgleich mit den Roséweinen der Provence – begann der Markt zu wachsen. Seine Vorzüge erschöpfen sich nicht mit der Farbe. Der Rosé ist auch ein Champagner, der am Gaumen eine ganz andere Intensität besitzt und die Möglichkeiten erweitert, Speisen und Wein aufeinander abzustimmen.»

Der auf einer langen Tradition basierende Rosé-Champagner ist heute ein absolutes Muss. Ruinart war das erste Unternehmen, das ihn 1764 auf den Markt brachte. In der Chronik, die am Hauptsitz in der Rue des Crayères in Reims geführt wird, ist im Eintrag für den 14. März zu lesen, dass ein «Korb mit 120 Flaschen, darunter 60 Flaschen Rebhuhnauge» an Baron de Wetzel in Warschau geschickt wurde. Der Begriff Rebhuhnauge (Œil de Perdrix), mit dem die Neuenburger ihren Pinot-Noir-Rosé viel später bezeichneten, wurde damals für einen lachsfarbenen Champagner verwendet.

Ursprünglich wurden die rosafarbenen Bläschen durch Mazeration gewonnen (die Schale der roten Trauben hat nach dem Pressen mehr oder weniger lange Kontakt mit dem weissen Traubensaft). Diese Technik hat heutzutage kaum noch einen grossen Stellenwert, wird jedoch von einigen Champagner-Herstellern weiterhin noch eingesetzt. Unbestrittener Massstab unter ihnen ist die Cuvée Dizy Terres Rouges de Jacquesson mit sehr dunklem Bouquet und dem intensiven Aroma kleiner roter Früchte. Auch der Rosé de Saignée de Larmandier-Bernier und die Cuvée Rosé de Laurent-Perrier sind Botschafter dieser Know-hows, das Weine hervorbringt, deren Farbe und Aroma viel intensiver und reicher sind als die verschnittener Roséweine.

Der Rosé fand sofort sein Publikum, wie «Le Déjeuner d'huîtres», ein Gemälde des Malers und Graveurs Jean-François de Troy, zeigt. Das Werk wurde auf Wunsch von Ludwig XV. geschaffen, um die Wände seines privaten Speisesaals in Versailles zu schmücken.

Nein zum «Cabaret-Getränk»

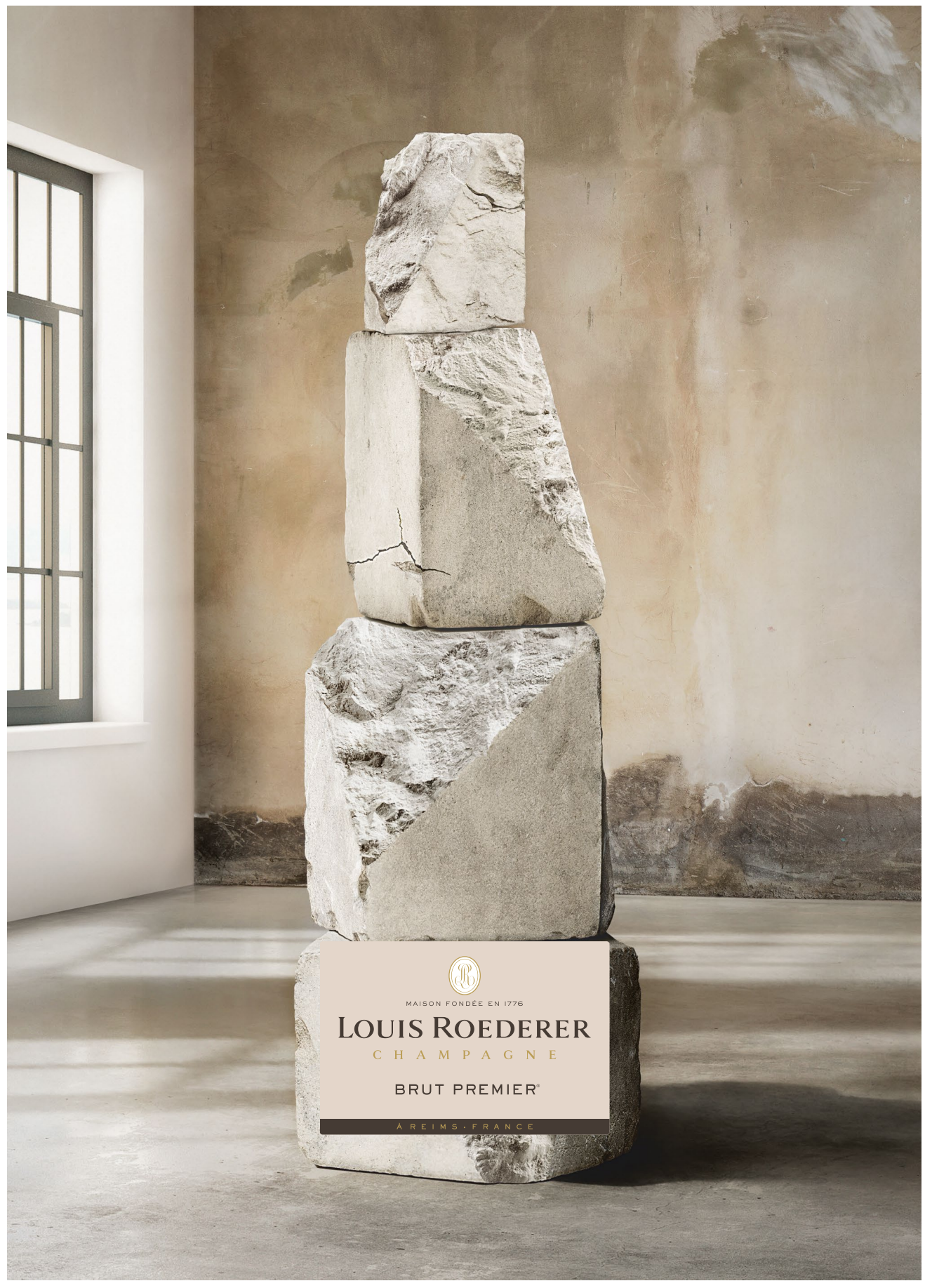
Doch Rosé-Champagner hatte nicht immer ein positives Image. Lily Bollinger, die bis 1971 an der Spitze des gleichnamigen Familienunternehmens stand, wollte nie welchen produzieren und empfand ihn als «Cabaret-Getränk», das es nicht wert sei, mit der Marke assoziiert zu werden. Dies änderte sich erst nach ihrem Tod 1977. Der erste Rosé von Bollinger ist ein Grande-Année-Champagner 1976, der

Mitte der 1980er Jahre auf den Markt kam. Erst 2008 brachte Bollinger einen Rosé heraus, der kein reiner Jahrgangswein war.

Vor zwei Jahrhunderten war die Witwe Clicquot die erste Frau, die ein Champagner-Haus führte. Es ist ihr zu verdanken, dass der Rosé-Champagner zu einer anerkannten Spezialität wurde. 1818 kreierte Barbe-Nicole Clicquot, geborene Ponsardin, die erste Rosé-Cuvée, indem sie dem Weisswein vor dem Gärprozess stillen Rotwein zusetzte – in der Regel zwischen 10 und 15 Prozent. Der Verschnitt aus Rot und Weiss hat sich als die wichtigste Art der Herstellung von Rosé-Champagner etabliert, mit renommierten Vertretern sowohl unter den Winzern (Egly-Ouriet, Jacques Selosse, De Sousa, Pierre Péters) als auch unter den grossen Häusern (Bollinger, Gosset, Philipponnat, Charles Heidsieck).

Die Exzellenz der verschnittenen Roséweine ist auch auf das immer höhere Niveau der stillen Weine aus dem AOC-Anbaugebiet Coteaux-Champenois zurückzuführen. Mit der Erderwärmung bringen die besten Weinberge in den Dörfern Aÿ, Bouzy oder Cumières hervorragende Pinot Noirs mit Aromen von Kirschen und Sauerkirschen hervor, welche die Symbiose zwischen Rot und Weiss verstärken.

ANZEIGE



LOUIS ROEDERER
HAND IN HAND WITH NATURE

MONDOVINO
Wein nach Deinem Geschmack.

Exklusiv.

Der König der Schaumweine ist nicht nur zum Feiern oder für den Apéro ideal. Er ist in vielen Fällen ein toller Essenbegleiter, sogar für kräftige Fleischgerichte. So wie dieser Grand Vintage Brut. Seine elegante Perlage, das weiche Mousse, die attraktive Aromatik und seine herrliche Frische überzeugen aussergewöhnlich.

CHAMPAGNE AOC GRAND VINTAGE BRUT CHARLES BERTIN 2012, 75 CL

32.50
(10 cl = 4.33)

Preis- und Jahrgangsänderungen sind vorbehalten. Coop verkauft keinen Alkohol an Jugendliche unter 18 Jahren. Erhältlich in grossen Coop Supermärkten sowie unter coopathome.ch und mondovino.ch

coop
Für mich und dich.

QUENTIN REYTINAS

Louis Roederer Cristal: Premium-Jahrgangs-Champagner aus den besten Lagen in einer legendären Flasche.

Gelungene Pflege eines Mythos

Louis Roederer So kultiviert Kellermeister Jean-Baptiste Lécaillon das Geheimnis einer legendären Cuvée. Und einer einmaligen Flasche.

PIERRE-EMMANUEL BUSS

Mit ihrem flachen Boden und dem transparenten Glas ist die Flachbodenflasche Cristal von Louis Roederer unverwechselbar. Sie ist das Relikt einer untergegangenen Welt, die aber mit neuer Kraft wieder zum Leben erwachte. Denn die 1876 auf ausdrücklichen Wunsch von Zar Alexander II. von Russland geschaffene Cristal-Cuvée des Hauses Louis Roederer wäre durch die Umwälzungen der Oktoberrevolution von 1917 beinahe von der Bildfläche verschwunden. Heute ist sie eine wahre Champagner-Ikone, die sich an die Spitze des ökologischen Landbaus in der Champagne gesetzt hat – einer Region, die in puncto biologischen Weinbaus sonst weit hinterherhinkt.

Wenn eine Marke vor Historie nur so strotzt, läuft sie Gefahr, Staub anzusetzen. Das seit 2006 von Frédéric Rouzaud geführte Familienunternehmen Louis Roederer hat diese Fallstricke vermieden, indem es sich konsequent auf Innovation konzentriert hat. Jean-Baptiste Lécaillon, Kellermeister seit 1999, hat nach zehnjähriger Ausbildung im Haus eine entscheidende Rolle bei dieser Entwicklung gespielt. «Mein Vorgänger hatte viel Arbeit in die Beherrschung der Weinherstellungsprozesse gesteckt. Ich verstand schnell, dass sich die Bemühungen auf unsere eigenen 242 Hektar grossen Weinberge konzentrieren mussten. Wir hatten diese schon zu lange mit Pestiziden bombardiert. Das hat sie geschwächt. Das Erdreich ist ausgelaugt und erschöpft. Dabei ist der Boden das Herzstück für die Erzeugung von Qualitätstrauben. Diesen Kreislauf zu durchbrechen, war alternativlos.»

Heute rein biologischer Anbau

Der gelernte Agronom und Önologe, der sowohl Kellermeister als auch stellvertretender Geschäftsführer ist, begann im Jahr 2000 auf 10 Hektar den Übergang zum ökologischen und gar zum biodynamischen Weinbau. Seit 2012 sind die 45 Parzellen aus weissem Kalkstein, aus denen die Cuvée Cristal hervorgeht, also 80 Hektar insgesamt, zu 100 Prozent biologisch. Dies gilt seit 2017 für den gesamten Weinberg. «2019 sind wir im zweiten Jahr der Umstellung», sagt Lécaillon. Das gesamte Weingut wird im Jahr 2020 zertifiziert.

Dieser freiwillige Ansatz weckt in der Champagne-Region heftige Kritik und Skepsis bei den grossen Produzenten. Diese äussern sich zum Thema biologischer Weinanbau oftmals zurückhaltend und führen dafür ein viel bemühtes Argument an: Die hohen Umweltstandards des Labels seien mit dem kühlen und feuchten Klima von Marne und Aube nur sehr schwer einzuhalten. Diese Ausrede lässt Lécaillon nicht gelten: «Wie haben sich unsere Grossväter und Urgrossväter verhalten? Seit Jahrhunderten betreiben sie biologischen Weinbau, und zwar mit einem Klima, das komplexer war als heute. Seit fünfzig Jahren kennen wir den ‹chemischen Weinbau›. Allerdings können wir heutzutage auf Chemie verzichten. Das ist nicht einfach, aber es ist möglich.»

Der Wissenschafter ist überzeugt, dass der biologische Landbau der Ausdruckskraft alter Reben (25 bis 30 Jahre alt) aus Chardonnay und Pinot Noir aus dem Weingut Cristal eine zusätzliche Dimension verleiht. Lécaillon: «Champagner besteht nicht nur aus Luftbläschen. Der Champagner ist kein reproduzierbares Getränk. Es ist vor allem der spezifische Geschmack einer Traube, aus einer einzigartigen Klimazone und einem urtypischen Boden.»

Wenn Lécaillon über seine Lieblingsweine spricht, bezieht er sich unweigerlich auf 2012, «den ersten Jahrgang des neuen Kapitels», mit vielen Ertragsausfällen, die es aber ermöglicht haben, dem, «was die Natur uns schenkt, so nahe wie möglich zu kommen». Er zieht eine Parallele zur Erfindung der Bläschen, «welche die launischen Weine in etwas Einzigartiges verwandeln».

Biodynamik gesunder Menschenverstand

Der biologische Weinbau sei zudem eine einmalige Gelegenheit, sich auf die Seele des Hauses zurückzubesinnen, gleichwohl ohne Dogmatismus. «Unser Ansatz basiert auf Intelligenz und Aufgeschlossenheit und nicht darauf, stur an einem bestimmten Prinzip festzuhalten», sagt Lécaillon. «In diesem Sinne haben wir uns entschieden, keine Zertifizierung für biodynamischen Anbau zu beantragen. Um das Demeter-Label zu erhalten, wäre es notwendig, die gesamte Weinproduktion umzustellen. Diese Methode, das Gute vom Schlechten zu trennen, stört mich. Für mich ist Biodynamik der gesunde Menschenverstand der Bauern.»

Dies zeugt von einem Pragmatismus, der für das Management des Hauses Louis Roederer und eine legendäre Cuvée wie Cristal, die nur in den besten Jahrgängen produziert wird, unverzichtbar ist. «In meinem Job ist der Druck ungeheuer gross», räumt Lécaillon ein. «Aber ich blende den Druck mit Verstand und Beharrlichkeit aus. Ich versuche nicht, Cristal herzustellen, sondern den edelsten Wein, den es gibt.» Eine Philosophie, die sich auf die anderen Weingüter der Familie ausgebreitet hat wie das Château Pichon Longueville Comtesse de Lalande (Pauillac), die Domaines Ott (Côtes de Provence und Bandol), das Château de Pez (St. Estèphe), Adriano Ramos Pinto (Portugal), Delas Frères (Rhone-Tal) sowie Champagne Deutz (Aÿ).

Um Cristal zur vollen Entfaltung zu bringen, scheut Jean-Baptiste Lécaillon keinen Aufwand. Für den Jahrgang 2018 hat er die Anzahl der Cristal-würdigen Parzellen von 45 auf 57 erhöht: «Dies ist eine Entscheidung, die mit Frédéric Rouzaud abgestimmt wurde, nachdem ich, wie jedes Jahr, alle klaren Weine blind verkostet hatte. Die Qualität der Pinots Noirs und Chardonnays war wirklich aussergewöhnlich.» Abzuwarten bleibt, ob die Ausgangslage beim Jahrgang 2019 vergleichbar ist.

Die neuen klimatischen Bedingungen machen es allerdings nicht möglich, Cristal jedes Jahr zu produzieren. Von den letzten Jahrgängen, die sich derzeit im Keller befinden, wird 2017 nicht produziert. Die Frage nach dem Warum kontert Lécaillon geschickt: «Ich könnte Cristal für jeden Jahrgang herstellen. Aber wenn mein Brut Premier, der den überwiegenden Teil der Produktion des Hauses ausmacht, zu schwach ist, opfere ich lieber einen Jahrgang. Die Mission von Cristal ist es schliesslich, die Qualität stetig zu steigern.»