



Offizielle Präsentation des neuen Logos: Estandon betont seine Herkunft und die kooperative Idee

Die kooperative Idee

In **Frankreich** ist die Genossenschaftsszene ebenso in Bewegung wie hierzulande. Die Idee scheint wieder an Popularität zu gewinnen

Owohl der Wettbewerb der französischen Genossenschaften immer wieder deutlich zeigt, wie hoch das Qualitätsniveau zumindest bei den 20 bis 30 führenden Genossenschaften inzwischen ist, hadern einige dieser Betriebe mit ihrem »Coop-Image«. Der Versuch, über Markennamen und Website die eigenen genossenschaftlichen Wurzeln zu kaschieren, ist nach wie vor weit verbreitet in der Genossenschaftswelt. Doch warum eigentlich? Soziale Konzepte sind in der heutigen Zeit gefragter denn je, und das kooperative Modell gehört ohne Frage hierzu. So ist es als vorbildlich und richtungweisend zu sehen, dass Estandon in seinem neuen Auftritt den genossenschaftlichen Charakter weit stärker herausstellt: Estandon Coopérative en Provence lautet der neue Firmenschriftzug. »Bei einer Genossenschaft steht der Mensch

ganz klar im Mittelpunkt: das sind die Winzerinnen und Winzer, die Angestellten und die Geschäftspartner«, lautet die Begründung. Der dritte wesentliche Claim neben der Marke Estandon und dem genossenschaftlichen Charakter ist die Herkunft, die Provence. Mit ihren hervorragenden Rosé-Qualitäten ist

es Estandon im vergangenen Jahr gelungen, sich unter den Top 10 der Genossenschaften zu platzieren. Auch wenn man es in diesem Jahr versäumt hat, rechtzeitig die Proben einzureichen: die qualitative Orientierung bleibt unverändert. Natürlich fällt eine konsequent auf Qualität ausgerichtete und damit kostenintensi-

Daten und Fakten

Französische Genossenschaften im Überblick

- 620** Caves Coopératives und Unions
 - 53%** aller Winzer gehören einer Genossenschaft an
 - 18.245 hl** Gesamtproduktion, entspricht
 - 48%** der französischen Weinproduktion (ohne Charentes)
 - 37%** der Appellations d'Origine Contrôlée
 - 68%** der Indications géographiques Protégées
 - 34%** der Weine ohne geografische Angabe
 - 5,6 Mrd. €** Gesamtumsatz
 - 6 ha** durchschnittliche Rebfläche eines Genossenschaftswinzers (Frankreich gesamt: 9 ha)
- Quelle: CCVF; Stand: 2016

ve Arbeitsweise leichter, wenn sich die Weine weltweit einer solchen Nachfrage erfreuen wie derzeit die Rosés aus der Provence.

Ähnliches gilt mit Sicherheit für Burgund und die Champagne. Nicht umsonst sind fünf der zwölf umsatzstärksten Genossenschaften Frankreichs in der Champagne ansässig. Dass dort ganz unterschiedliche Geschäftsmodelle zu ähnlichem Erfolg führen können, macht das Beispiel der beiden größten Genossenschaftsgruppen der Champagne deutlich. Während das Centre Vinicole Nicolas Feuillatte ganz stark auf die eigene Marke setzt – inzwischen mit einem Absatz von 10 Mill. Flaschen die drittmeistverkaufte Champagnermarke der Welt – und damit deutlich mehr als die Hälfte des Gesamtumsatzes von etwas mehr als 200 Mill. Euro erzielt, posi-



Der Sieger des Jahres beim Wettbewerb der französischen Genossenschaften: Die Producteurs Plaimont vor Château Sabazan

tioniert sich die Union Champagne zualterererst als Premium-Grundweinlieferant für namhafte Champagnerhäuser, spezialisiert auf Grands Crus. Erst in zweiter Linie wird die eigene Marke De Saint Gall in aller Ruhe weiterentwickelt.

Eine etwas andere Funktion nehmen die Genossenschaften im Elsass und im Rhonetal ein. Bis auf wenige Ausnahmen wie UVDCR Cellier des Dauphins oder Wolfberger haben sich die meisten Kooperativen als klassische Ortsgenossenschaften positioniert. Folgerichtig tauchen auch nur die beiden Genannten unter den 25 größten Genossenschaften Frankreichs auf. Dennoch ist in den letzten Jahren gerade im Rhonetal ein Trend zum sinnvollen Zusammenschluss benachbarter Genossenschaften zu schlagkräftigeren Einheiten zu beobachten.

Der Prozess der Konzentration in der französischen Genossenschaftswelt wird sich noch einige Jahre fortsetzen. Von 632 Kooperativen in 2015 sind ein Jahr später noch 620 übrig geblieben. Darunter befinden sich 256 klassische Genossenschaften mit mehr als 20 Mitgliedern sowie 32 Unions, also Genossenschaftsgruppen, und 9 sogenannte SICAs (»société d'intérêt collectif agricole«, Unternehmensgruppen, die für sich eine genossenschaftliche Struktur gewählt haben).

SASCHA SPEICHER

Bei den drei größten Genossenschaften ging der Umsatz um bis zu 10 Prozent zurück. Das deutlichste Umsatzplus von 15,4% erzielte die CRVC De Castelnaud aus der Champagne, gefolgt von Les caves de la Loire (+9,1%). Weitere acht Genossenschaften konnten leicht einstellige Umsatzzuwächse verbuchen.

Quelle: CCVF Rapport d'activité 2017-2018

Frankreich – die Top 25 Winzergenossenschaften

Unternehmen	Region	Umsatz 2016 (in Mill. €)
Vinadeis	Occitanie	274,8
CentreVinicole – Champagne Nicolas Feuillatte	Champagne	201,7
Alliance Fine Champagne	Nouvelle Aquitaine	110,3
Union Champagne	Champagne	105,1
Terre de vigneron	Nouvelle Aquitaine	98,0
Union Auboise	Champagne	86,9
UVDCR – Cellier des Dauphins	Vallée du Rhône	86,5
Producteurs Plaimont	Occitanie	68,1
Les vigneron de Tutiac	Nouvelle Aquitaine	69,6
COGEVI	Champagne	66,1
Union Foncalieu	Occitanie	58,0
CRVC – De Castelnaud	Champagne	57,6
Wolfberger	Alsace	56,4
COVAMA	Champagne	52,1
La Chablisienne	Bourgogne	55,2
Producta Vignobles	Nouvelle Aquitaine	52,0
UVICA – Vignerons Ardéchois	Ardèche	53,2
Les caves de la Loire	Val de Loire	52,9
Cave Robert et Marcel	Val de Loire	50,4
Union des producteurs du Haut Minervois	Occitanie	50,1
Vignerons catalans	Occitanie	50,0
Bestheim	Alsace	47,4
Vinotalie	Occitanie	46,4
Sieur d'Arques	Occitanie	43,8
Estandon Vignerons	Provence	42,5