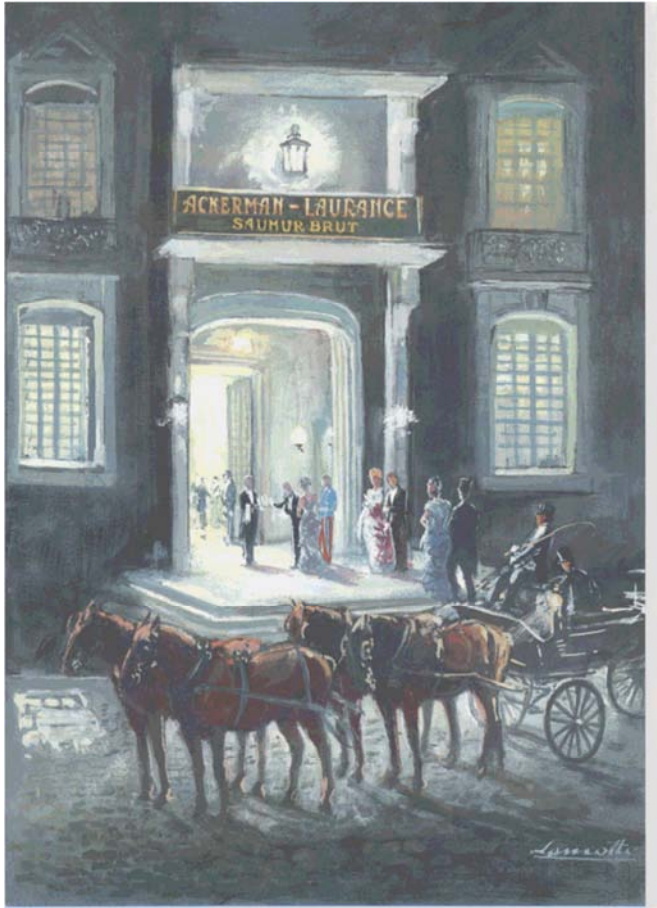


FEINSTE PERLEN: 200 JAHRE LEGENDE (SEIT 1811)



Ein Gut mit Geschichte

2006 bezog Ackerman erneut das ursprüngliche Büro, das auf 1500 Quadratmetern über den berühmten Kalksteingalerien liegt. Architekt Jamard passte den Firmensitz einst den geografischen Gegebenheiten an, indem er den Eingang über eine Treppe anlegte. Das ist so geblieben. Die mit einem Erker vergoldete Fassade erinnert an die Kunstrichtung zu Beginn des 20. Jahrhunderts, die den Régence-Stil neu erfand und elegante Anordnungen wie bei Gabriel. Die Holzschnitzereien von damals, die Möbel des Direktors, sein Büro und der Geschirrschrank sowie der Schalter für Versand und Lieferungen sind lebendige Zeugen der glorreichen Vergangenheit des Weinguts.



ACKERMAN, ERSTER WEINHERSTELLER IM LOIRE-TAL UND PIONIER DER FEINEN PERLWEINE DER LOIRE

DIE MARKE ACKERMAN IST EINZIGARTIG

Die Winzer der Kooperative des Loire-Tals sind in einer **originellen Aktiengesellschaft** zusammengeschlossen.

Sie verpflichten sich vom Rebschnitt bis zur Lese: Jeder Winzer bekommt vom technischen Berater seinen individuellen Anbauplan für seinen spezifischen Weinberg.

Strenge Qualitätsmaßstäbe bei Anbau und Herstellung: Die Weine werden wie Grands Crus behandelt. Die Grande Réserve altert mindestens zwei Jahre auf Hefesatz, so erhält der Perlenkranz seine wundervolle Finesse.

Ackerman ist führend: Das Loire-Tal ist nach der Champagne der bedeutendste Hersteller von Schaumweinen in Frankreich. Ackerman ist mit einem Perlweinumsatz von 55% der wichtigste Produzent.

Ein selektiver Vertrieb: Ackerman ist Führer unter den Perlweinen der Loire und hat einen hohen Marktanteil bei den Qualitätsweinen AOC Crémant de Loire und AOC Saumur.

Innovationsgeist: Bei der Produktion von Perlweinen verfolgt Ackerman einen dynamischen und innovativen Ansatz und bleibt damit dem Pioniergeist von Jean-Baptiste Ackerman treu. X Noir, Blanc de Noir, Pur Raison... Diese Cuvées erobern neue Kunden. Es handelt sich um sehr typische Jahrgänge mit feinsten Perlen. Hinzu kommt das Prestige einer bekannten Marke, die seit zwei Jahrhunderten die Welt bezaubert. Ackerman bietet Spritzigkeit, Glamour und Gaumenfreude.

AM ANFANG WAR DER PIONIER JEAN-BAPTISTE ACKERMAN

Als Jean-Baptiste am 24. Juni 1790 das Licht der Welt erblickt, ahnen seine Eltern, ein bescheidenes Paar aus Brüssel, nicht, dass sie einen talentierten künftigen Unternehmer in den Armen halten. Immerhin sind die Grosseltern Landwirte: Es ist also nicht ganz ein Zufall, dass sich der reiselustige junge Mann mit etwas über 20 Jahren, um 1811, in Frankreich niederlässt, und zwar im fruchtbaren Weinanbaugebiet von Saumur.

Seine Wahl fällt vor allem aus geologischen Gründen auf Saumur: Das Anbaugebiet mit seinem Kalksteinboden mit Tuffeau-Gestein gibt dem Wein eine natürliche Tendenz zum Schäumen. Aber es kommen auch zahlreiche andere günstige Faktoren hinzu: Die nahen Flusswege erleichtern den Transport, die günstigen Verbindungen zur Touraine ermöglichen die Lieferung von Weinen und es gibt dort auch Arbeitskräfte.



Der Weinhandel

Innerhalb von wenigen Jahren entwickelt er einen erfolgreichen Weinhandel und gehört zu den einflussreichsten Notabeln der Stadt. Der fortschrittsbewusste Self-made-Unternehmer weiß um die Bedeutung des Transports und setzt sich 1840 für die Entwicklung der Eisenbahn im Westen ein. 1849 wird die Linie von Paris nach Saumur eingeweiht. Die Fahrt nach Paris dauert zwar zehn Stunden, aber um 1850 sind nur sehr wenige französische Städte wie Saumur ans Bahnnetz angeschlossen.

Die « Champagnermethode »

Am beharrlichsten aber entwickelt Jean-Baptiste seinen Wein. Fast zwanzig Jahre lang experimentiert er mit einer Methode, die den Wein aus Saumur zu einem Schaumwein macht. 1836 sind seine Forschungen ausgereift. Er präsentiert seine Weine der Akademie von Angers: « Wir können Champagner machen! » Er möchte, dass die anderen seinem Beispiel folgen. 1838 erhält er die Anerkennung der Weinprobekommission auf der Messe in Angers. Ackerman produziert bereits 30 000 Flaschen im Jahr. Um seine Produktion zu vergrößern, kauft er 1840 mehrere Weinkeller in Saint Hilaire. 1876 beträgt die Herstellung 1,5 Millionen Flaschen.

Aber die Rivalität mit den Champagnerherstellern,

die diese Methode seit langer Zeit benutzen, trägt ihm einen langen Prozess ein, der über seinen Tod am 10. Januar 1866 hinaus dauern wird. Der Prozess hat bis heute Folgen: Auf dem Etikett der Perlweine aus Saumur darf nicht « méthode champenoise » (Champagnermethode) stehen, die Flaschengärung muss als « méthode traditionnelle » (traditionelle Methode) beschrieben werden.

Ackerman war seiner Zeit voraus

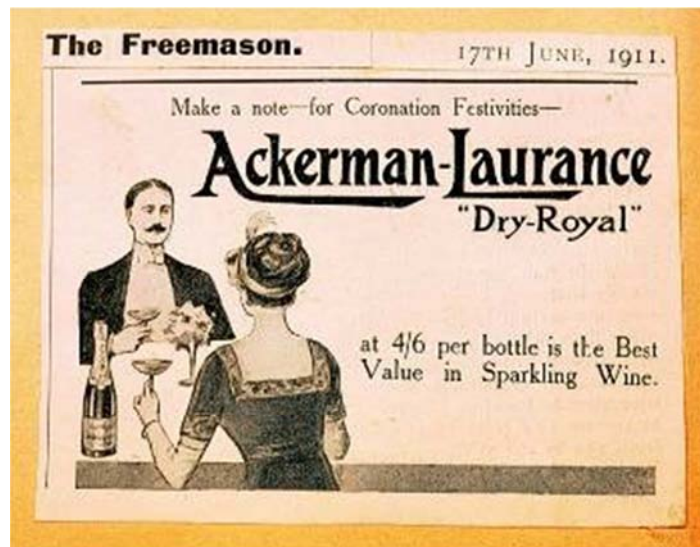
Drei Jahre vor seinem Tod lässt er 1863 vor dem Gericht von Saumur einen Korken patentieren, auf dem der Name seines Weinguts steht. Er war so modern, dass er auch die Werbung intensiv nutzte, Fotos und Plakate: « Kein fröhliches Jagdessen ohne Ackerman-Laurance Dry-Royal ». Auf einer Medaille aus dem Jahr 1896 kann man den Slogan seines über 40 Jahre dauernden Kampfes lesen: « Schaumweine aus dem Hause Ackerman-Laurance, genauso angenehm aber halb so teuer wie die berühmtesten Champagner-Marken! »

Eine in damaliger Zeit seltene Liebesheirat

Es wäre schade, den Grund für den Doppelnamen Ackerman-Laurance zu vergessen: Mit 40 Jahren heiratet der ungestüme Unternehmer die 23jährige Emelie, Tochter eines bedeutenden Weinhändlers. Die beiden Familien kennen sich schon lange, der Schwiegervater hatte Jean-Baptiste seit Jahren bei allen Kämpfen unterstützt.



WERBUNG



IM 19. JHDT.

Jean-Baptiste Ackerman setzte sich nach schwierigen Anfängen als Pionier durch in der Industrie der Schaumweine mit einem guten Preis-Leistungsverhältnis. Sein Sohn Louis Ferdinand beschäftigte sich vor allem mit innovativer Werbung auf Plakaten, Münzen und Werbeobjekten. Vor allem aber entwickelte Louis Ferdinand den Export nach Europa und in die Welt.

Die Jahre 1870/1880 sind von starker Expansion geprägt:

- Bis 1904 beträgt die Produktion von ACKERMAN rund 30 Prozent der gesamten Schaumweinherstellung von Saumur. Mit der Reblauskrise sinkt die Herstellung dann bis 1914 und stabilisiert sich erst wieder Anfang der 50er Jahre.
- . In den 1880er Jahren werden 600 000 Flaschen exportiert, 70 Prozent davon nach Großbritannien. Neue Märkte sind auch die Vereinigten Staaten, Russland, Belgien und die Niederlande.
- . Durch Plakate für den englischen Markt gewinnt die Marke an Bekanntheit. Die Werbekampagnen in Frankreich beginnen ab 1890.



ACKERMAN in einigen Daten :

1790 Am 24. Juni kommt Jean-Baptiste Ackerman zur Welt

1811 lässt er sich in Saumur nieder und beginnt seine Experimente mit der Champagner-Methode

1829 heiratet er die 23jährige Emelie Laurance

1836 stellt er sein Verfahren der Flaschengärung der Weine aus Saumur vor

1838 Am 14. Februar wird sein Sohn Louis Ferdinand geboren

1838 werden seine Arbeiten auf der Messe in Angers anerkannt

1845 beteiligt er sich am Bau der Eisenbahnlinie Paris - Saumur

1863 lässt er am Handelsgericht Saumur einen Korken mit dem Markennamen patentieren

1866 Am 10. Januar stirbt Jean-Baptiste Ackerman

1870 Beginn des Exportgeschäftes

1914 Tod von Louis Ferdinand Ackerman

1936 AOC Saumur Brut wird zur kontrollierten Herkunftsbezeichnung.



■ SPEZIALIST FÜR FEINE PERLWEINE

Das Gut Ackerman ist Spezialist für feine Perlweine und entwickelt sich von Generation zu Generation im Respekt der Menschen und des Anbaugebietes. Die Beziehung zu den Winzern basiert auf Vertrauen und Leistung. Die frischen und fruchtigen Weine und die Premium-Erzeugnisse verleihen allen feierlichen Anlässen französische Eleganz.

Innovation dient der nachhaltigen Entwicklung von feinen Markenperlweinen und von Weinen des Loire-Tales.

■ ACKERMAN IN ZAHLEN (MIT DONATIEN BAHUAUD) :

- 150 Mitarbeiter
- 21,5 Millionen Flaschen
- 46 Millionen Euro Gesamtumsatz
- 68 % davon in Frankreich : 71 % in Supermärkten / 20 % traditioneller Handel / 9 % Weinkeller und Versand
- 32 % Export, vor allem nach Großbritannien, Niederlande, Belgien, Deutschland, Japan, Vereinigte Staaten, Kanada, Skandinavien...
- 60 % Perlweine / 40 % Qualitätsweine
- unter den Markennamen: ACKERMAN / REMY PANNIER / DE NEUVILLE / DONATIEN BAHUAUD
- BRC (British Retailer Consortium)-Zertifikat seit 1999, IFS (International Food Standard) seit 2005

→ **DEZEMBER 2009 : ERWERB VON DONATIEN BAHUAUD.** Der bedeutende Weinhändler und Weinhersteller des Loire-Tales baut der seine Reben im Land des Muscadet bei Nantes an. Sein Gut wurde 1929 gegründet, seit 2007 verwaltete Ackerman bereits die Weinherstellung des Händlers. Donatien Bahuauds Marken haben eine starke Persönlichkeit, wie Maison des Princes, Le Master und La Diva. Sie werden an Hotels und Restaurants geliefert und exportiert.

→ **NOVEMBER 2010 : KAUF VON MONMOUSSEAU.** Monmousseau hat einen Umsatz von 4,5 M€ für etwa 1 250 000 Flaschen, 80 % davon Perlweine (die meisten unter dem Markennamen Monmousseau). Monmousseau vermarktet 300 000 Flaschen Schaumweine mit der Qualitätsbezeichnung AOC Touraine, ansonsten Vouvray, Crémant de Loire und Vins Mousseux de Qualité. Die Marke Monmousseau wird in Frankreich im traditionellen Handel verkauft, zum Beispiel in den Nicolas-Weinhandlungen, aber auch in großen Kaufhäusern wie Monoprix. Sie wird vor allem in die USA und nach Japan exportiert. Monmousseau hat den Firmensitz mit 25 Mitarbeitern in Montrichard im Departement Loir et Cher.

■ WEINBAU ALS BERUF :

Der gesamte Herstellungsprozess, ausgehend von den Partnerschaften mit den Winzern bis hin zum Verkauf des Weines ist unter Kontrolle.

Nach der Charta „Raisons et Terroirs“ werden authentische Qualitätsweine hergestellt, mit sorgfältig ausgewählten Qualitätstrauben, die in zehn Kellern im Herzen der Anbaugebiete des Loire-Tales zu Wein gekeltert werden.

■ EINE WEBSEITE UND EIN PREISGEKRÖNTER BLOG : www.ackerman.fr

Ackerman bietet eine Auswahl seiner Loire-Weine auch übers Internet an. Kunden können ihre Bestellungen aus der Ferne über ein gesichertes Zahlungssystem aufgeben. In der neuen Version von 2010 stehen dem Internetsurfer neue Rubriken zur Verfügung mit französischen Rezepten, Videos und Fotos. Perlweinliebhaber können ihre Erlebnisse austauschen auf dem Blog von Margaux über die Cuvée X Noir, die 2008 den Wettbewerb der Nahrungsmittelinnovation im Loire-Tal in der Kategorie « Regionalprodukt » gewann und auf der Pariser Lebensmittelmesse SIAL 2008 in die Top Brands der innovativen wertvollen Weinmarken erwählt, 2011 als « Saveur » ausgezeichnet wurde. Der Blog www.xnoir.fr erzählt von den Abenteuern der Perlweinliebhaberin Margaux. Der Blog gewann die Wine Blog Trophy 2009.

■ EINE SMARTPHONE-APP

www.tagdevin.com bietet Informationen über die X Noir-Flaschen. Dank der App kann sie der moderne und mobile Verbraucher überall mitnehmen. Über die interaktive Multimedia-Anwendung zur Cuvée X Noir kann man Fotos austauschen und Cocktailrezepte sowie Events abfragen und vieles mehr.

■ ORGANISATION

Generaldirektor: Bernard JACOB
Kellermeister und Oenologe: Jean-Paul MALINGE
Kaufmännischer Leiter: Sébastien BRIEND

Vertriebsleiter Frankreich: François NEVEU
Leiter Marketing : Serge DUBREUIL

PORTRAITS

Generaldirektor Bernard JACOB

« Wir wünschen Qualität in den Beziehungen zwischen Ackerman und seinen Kunden und Partnern. Wir hören zu, wollen die Erwartungen erfüllen, unsere Beziehungen beruhen auf Vertrauen, Loyalität und Transparenz... Wir möchten, dass Sie die Weine unserer Region schätzen. Ackerman und seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wollen die Weinberge des Loire-Tales repräsentieren. Mein Engagement besteht darin, alles für dieses noble Ziel zu tun. »



Kellermeister Jean-Paul MALINGE

« Der Weinhersteller Ackerman arbeitet eng mit den Winzern in den Weinbergen zusammen. Die Winzer des Loire-Tales sind unsere wichtigsten Partner, sie garantieren Qualität und Vielfalt... Die Qualität des Weins liegt zuallererst in der Qualität der Trauben. »



Oenologin Karine DUGUÉ

Weinkunst und Wissenschaft:
« Aus mehreren Fässern mit verschiedenen Jahrgängen kann man Tausende Kompositionen machen. Wir versuchen, aus jedem Jahrgang das Beste herauszuholen. Ich kenne meine Fässer, ich hege und pflege sie. »



Serge DUBREUIL

Der Leiter der Marketingabteilung



Julien GOUDEAU

Weinkeller, Ausstellungen und Messen

WAS UNS WICHTIG IST:

Der Pioniergeist ist unser Erbe, wir innovieren mit dem Ziel einer Wertsteigerung.

... wie schon Jean-Baptiste Ackerman, der 1811 die traditionelle Flaschengärung in Saumur einführte (Das Loire-Tal ist die zweite Herstellerregion nach der Champagne).

... wie die Gräfin Fleury, die bereits zwischen den Weltkriegen in Kanada für De Neuville-Weine warb – zu einer Zeit, als die Transportmittel noch sehr zu wünschen ließen!

... wie Maurice Rémy, der als einer der ersten im Loire-Tal mit großen Supermarktketten zusammenarbeitete und der als erster Werbekampagnen für Wein startete.

Ein unabhängiger Unternehmergeist

Das Loire-Tal bietet eine große Vielfalt an Anbaugebieten, Weinen und Winzern. Diese Vielfalt kennzeichnet auch die Mitglieder des Hauses Ackerman. Jeder ist unabhängig, aber alle stellen sich in den Dienst einer gemeinsamen Identität und einer gemeinsamen Tradition.

Last not least: Geselligkeit! Sie spiegelt die genießerische Lebensfreude im Loire-Tal wider.
