

## Ein Klassiker wird 90: Die Erfolgsgeschichte des Piccolos

### Wie Henkell Piccolo den deutschen Sektmarkt prägte

*Wiesbaden, März 2025* – Seit 90 Jahren steht Henkell Piccolo für stilvollen Sektgenuss in praktischer Größe. 1935 erstmals als 200-ml-Sektflasche eingeführt, entwickelte sich der „kleine“ Henkell Trocken zum Synonym für handlichen Sektgenuss und markierte einen Meilenstein in der Sektkultur. Heute bleibt der Piccolo ein unverzichtbarer Klassiker im Handel und setzt auch nach 90 Jahren weiterhin starke Kaufimpulse.

#### Von der Innovation zur Ikone

Im Jahr 1935 wagte Karl Henkell, Enkel des Firmengründers Adam Henkell, einen mutigen Schritt: Er brachte seinen Markensekt Henkell Trocken erstmals in der handlichen 200-ml-Sektflasche auf den Markt. Eine damals revolutionäre Idee! Inspiriert vom italienischen Wort „piccolo“ für „klein“ gab Henkell seiner Erfindung den eingedeutschten Namen „Pikkolo“ und ließ die Bezeichnung markenrechtlich schützen. Im Zeichen der Internationalisierung ist der Piccolo heute zur italienischen Schreibweise zurückgekehrt. Was Mitte der 30er-Jahre als neue Flaschengröße eingeführt wurde, entwickelte sich rasch zum Symbol einer neuen Genusskultur. Mit Beginn der Wiederaufbauphase nach 1945 förderte Otto Henkell gezielt den Verkauf der Kleinflasche – und setzte damit einen Trend: In einer Zeit, in der die finanziellen Mittel vieler Haushalte begrenzt waren, stellte der Piccolo eine erschwingliche Alternative dar. Eine ganze Flasche Sekt zu öffnen, blieb lange den höchsten und feierlichsten Anlässen vorbehalten. Mit seiner kompakten Flaschengröße – perfekt für zwei Gläser Sekt – ermöglichte der Piccolo spontanen Genuss für alle Verbraucher.



Als die Konsumfreude der Deutschen langsam wieder zunahm, griff man mit Vorliebe auf die vertrauten Produkte von Henkell zurück. Der Piccolo avancierte zum festen Bestandteil der Sektkultur und etablierte sich als

Wegbereiter für besonderen Genuss in kleineren Mengen. So wurde der Piccolo in den Wirtschaftswunderjahren der 1950er zum Verkaufsschlager.

In den 1960er-Jahren machte der Piccolo allein rund ein Drittel des gesamten Flaschenabsatzes von Henkell aus. Kooperationen, etwa mit der Lufthansa, stärkten seine Position weiter. Bis heute ist der Henkell Piccolo eine gesetzte Größe im Markt und fördert Spontankäufe: Mit einem Absatzzuwachs von 33,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahr verzeichnete Henkell Piccolo 2024 ein sehr viel dynamischeres Wachstum als der gesamte deutsche Schaumweinmarkt.<sup>1</sup>

## 90 Jahre Erfolg in Kleinflaschen

Auch nach neun Jahrzehnten bleibt der Piccolo ein Erfolgsprodukt im Handel. Die Kombination aus erstklassiger Qualität, ikonischem Design und kleiner Verpackungsgröße trifft den Zeitgeist und spricht sowohl klassische Sektkäufer als auch eine neue, jüngere Zielgruppe an. Zweitplatzierungen und attraktive Promotions fördern weiterhin die Nachfrage und Impulskäufe.

„Henkell Piccolo hat über Generationen hinweg den deutschen Sektmarkt geprägt. Er steht für Genuss, Eleganz und Qualität in praktischer Größe“, sagt Vanessa Lehmann, Head of Communications, bei Henkell Freixenet. „Dass ‚Piccolo‘ heute als Synonym für eine 200-ml-Flasche Sekt verwendet wird, unterstreicht seinen Stellenwert in der Branche.“

Über die Jahre hat sich Henkell Piccolo vor allem auch optisch stetig weiterentwickelt – von kleinen bis größeren Anpassungen im Flaschendesign, das den Premiumanspruch der Marke unterstreicht. Zum 90-jährigen Jubiläum präsentiert sich der Piccolo nun in einem neuen, zeitgemäßen Look, der Tradition und Moderne harmonisch verbindet. Bewährte Elemente wie die rote Banderole oder die Henkell Lilie bleiben in modern interpretierter Form erhalten. So behält die ikonische Kleinflasche ihre hohe Wiedererkennbarkeit.

Henkell Piccolo in der 0,2-l-Flasche ist in den Sorten Trocken, Rosé und Blanc de Blancs für eine UVP<sup>2</sup> von je 1,99 Euro im Lebensmitteleinzelhandel sowie im Henkell Freixenet Onlineshop erhältlich. Die alkoholfreie Variante Henkell Piccolo Alkoholfrei ist ebenfalls im Onlineshop verfügbar und bietet eine prickelnde Alternative ohne Alkohol.

---

<sup>1</sup> Circana Handelspanel, LEH $\geq$ 200qm+HD+C&C+GAM, Sekt/Champagner Marken (exkl. HM, Aldi, Lidl), 200ml Varianten, Henkell, Absatzveränderung in %, Jahr 2024 vs. VJ

<sup>2</sup> Unverbindliche Preisempfehlung – Die Verkaufspreise werden allein vom Handel festgelegt

*Hinweis:* Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

## Über Henkell

Henkell steht für eine Welt voller Eleganz und kultivierten Sektgenuss. Als meistexportierte deutsche Sektmarke begleitet Henkell in über 70 Ländern weltweit Momente voller Lebensfreude. Das elegante Design, der prickelnd trockene Geschmack sowie die stetigen Produktauszeichnungen unterstreichen den hohen Qualitätsanspruch der Marke. Darüber hinaus ist die Sektrange offiziell mit dem V-Label vegan zertifiziert. Als Erfinder des Piccolos wird Henkells umfangreiches Sortiment durch eine besondere Piccolo-Expertise ergänzt. Die Kreationen von Henkell nehmen seit über 165 Jahren einen festen Platz in der deutschen und internationalen Sektlandschaft ein. So prickelnd kann Trocken sein!

Weitere Informationen unter [www.henkell.de](http://www.henkell.de)

## Über Henkell Freixenet

Henkell Freixenet ist die deutsch-spanische Allianz der Familienunternehmen Henkell mit Sitz in Wiesbaden und Freixenet mit Sitz in Sant Sadurni D'Anoia, Spanien. Das Unternehmen ist der weltweit führende Schaumweinanbieter und verfügt über ein einzigartiges Markenportfolio für Schaumwein, Stillwein und Spirituosen. Globale Marken wie Freixenet, Mionetto und Henkell zählen ebenso zur Gruppe wie I heart Wines, Mangaroca Batida sowie ein Portfolio an vielfach ausgezeichneten Weingütern und Marken. Höchste Ansprüche an Qualität und Handwerkskunst spornt das Team von Henkell Freixenet ebenso an wie die Vision, mittelfristig für jedes zehnte Glas Schaumwein weltweit zu stehen.

Weitere Informationen unter [www.henkell-freixenet.com](http://www.henkell-freixenet.com)

## Pressekontakt:

### **Henkell Freixenet**

Inga Zwanzig  
Communications  
Biebricher Allee 142  
65187 Wiesbaden  
T. +49 (0)611 63212  
E. [inga.zwanzig@henkell-freixenet.com](mailto:inga.zwanzig@henkell-freixenet.com)

### **zeron GmbH / Agentur für PR & Content**

Raffaella Joachim  
Erkrather Straße 234 a  
40233 Düsseldorf  
T. +49 (0)211 889 21 50-67  
E. [presse-henkell@zeron.de](mailto:presse-henkell@zeron.de)