



## ROTKÄPPCHEN-MUMM

Leipzig, 16.04.2013

### **Ihre Gesprächspartner**

**Gunter Heise**

Geschäftsführender Gesellschafter und  
Sprecher der Geschäftsführung  
Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH

**Manfred Hilpert**

Geschäftsführer Marketing, Vertrieb und Logistik  
Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH

**Michael John**

Geschäftsführer Finanzressort, Personal, IT  
Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH

**Claudia Korenke**

Claudia Korenke PR GmbH

**Ulrich Ehmann**

Claudia Korenke PR GmbH

1/1

Pressekontakt Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH: Ulrich Ehmann, Pressesprecher

Telefon: +49 6123 606-269  
Mobil: +49 171 744 64 12  
ulrich.ehmann@rotkaeppchen-mumm.de

Matheus-Müller-Platz 1  
65343 Eltville am Rhein  
www.rotkaeppchen-mumm.de



## ROTKÄPPCHEN-MUMM

Leipzig, 16.04.2013

### **Inhalt**

- Text: Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien: Gesprächspartner
- Text: Kontinuierliches Wachstum – Fit für die Zukunft
- Text: Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien: Das Jahr 2012 in Zahlen
- Text: Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien 2012:  
Die Entwicklung der einzelnen Marken
- Text: Gunter Heise übergibt ein gut bestelltes Haus auf festem Fundament
- Text: Jules Mumm Fruity. Aufregend neu. Aufregend fruchtig.
- Foto: Jules Mumm Fruity
- Text: Sortimentsübersicht

1/1

Pressekontakt Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH: Ulrich Ehmann, Pressesprecher

Telefon: +49 6123 606-269  
Mobil: +49 171 744 64 12  
ulrich.ehmann@rotkaeppchen-mumm.de

Matheus-Müller-Platz 1  
65343 Eltville am Rhein  
www.rotkaeppchen-mumm.de



ROTKÄPPCHEN-MUMM

# Pressemitteilung

Leipzig, 16.04.2013

Heise bilanziert gutes Ergebnis und sieht positive Zukunft des Hauses  
**Kontinuierliches Wachstum – Fit für die Zukunft**

**Die Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH, Freyburg an der Unstrut, bilanzieren für das Geschäftsjahr 2012 ein insgesamt positives Ergebnis. Mit 240,4 Millionen abgesetzten Flaschen Sekt, Spirituosen und Wein (Vorjahr: 234,9 Millionen Flaschen) kann das Freyburger Traditionshaus ein Plus von 5,5 Millionen Flaschen oder 2,4 Prozent vermelden. Auch das Umsatzergebnis von 855,6 Millionen Euro (Vorjahr: 831,7 Millionen Euro) zeigt mit einem Plus von 23,9 Millionen Euro (2,9 Prozent) die kontinuierlich erfolgreiche Entwicklung von „Deutschlands Haus aus Sekt, Spirituosen und Wein“ auf.**

Gunter Heise, geschäftsführender Gesellschafter und Sprecher der Geschäftsführung der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien, bezeichnet das Traditionshaus angesichts der jetzt präsentierten guten Ergebnissen bei Absatz und Umsatz für das Geschäftsjahr 2012 „auf einem starken, massiven Fundament stehend.“ Heise, der – vor seinem Wechsel an die Spitze des Beirats – zum letzten Mal in dieser Form das Ergebnis des Geschäftsjahres bilanzierte, erklärt die Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien für die kommenden Herausforderungen als umfassend sehr gut aufgestellt: „Wir sind fit für die Zukunft.“

Die wesentlichen Säulen, auf denen das erfolgreiche Ergebnis des zurückliegenden und sicherlich insgesamt auch der letzten Geschäftsjahre beruht, sind laut Heise „unsere starke Marken, Kontinuität, Besonnenheit und Klarheit bei unternehmerischen Entscheidungen, Zukunftsorientierung bei den schon getätigten und bereits geplanten Investitionen und natürlich ein starkes, motiviertes Team, das sich den Herausforderungen stellt.“

Eine der wichtigsten Herausforderungen ist auch weiterhin das Gesamtthema der Kostenentwicklungen. „Steigende Energiekosten, ein sich massiv verändernder, nur schwer

1/4

Pressekontakt Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH: Ulrich Ehmann, Pressesprecher

Telefon: +49 6123 606-269  
Mobil: +49 171 744 64 12  
ulrich.ehmann@rotkaeppchen-mumm.de

Matheus-Müller-Platz 1  
65343 Eltville am Rhein  
www.rotkaeppchen-mumm.de



## ROTKÄPPCHEN - MUMM

planbarer Rohstoffmarkt und zu erwartende Preiserhöhungen werden die gesamte Branche, in der es ja viele deutsche mittelständische Unternehmen gibt, auch weiterhin in ihrer Entwicklung stark prägen.“

Bei der Analyse der Ergebnisse der einzelnen Bereiche und der Marken für die Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien in 2012 hat Gunter Heise im Rahmen der Bilanz-Presskonferenz folgende Hauptmerkmale aufgezeigt: Die Sektmarken Rotkäppchen, Mumm, Jules Mumm, MM Extra und Geldermann waren allesamt auch im letzten Jahr auf einem erfreulichen Wachstumskurs, ein Plus von 7,3 Millionen Flaschen ist deutlich.

Die Weinmarken Blanchet und Rotkäppchen Qualitätswein bauen mit einem Gesamtabatz von 19,8 Millionen Flaschen ihre starke Stellung kontinuierlich aus. Schwieriger sind dagegen die komplexen Entwicklungen im Bereich Spirituosen. Die in diesen Dimensionen erwarteten Absatzrückgänge auf 43,6 Millionen Flaschen sind zum großen Teil der allgemeinen Entwicklung des Marktes geschuldet, die durchgeführten Preiserhöhungen haben zudem zu den intern prognostizierten Effekten geführt. Die Ergebnisse von Marken wie Chantré oder Echter Nordhäuser spiegeln folglich die Verhältnisse in einem insgesamt rückläufigen, schwierigen Gesamtmarkt. Heise fasst prägnant zusammen: „Im Bereich Spirituosen haben wir das Ergebnis erreicht, das wir so geplant haben.“

Beim Ausblick auf die Zukunft betont Heise die strategische Bedeutung der getätigten hohen Investitionssummen in technische Anlagen und Immobilien an den Standorten Freyburg (Unstrut), Eltville, Hochheim, Breisach und Nordhausen. „Im Zeitraum 2009 bis 2012 wurden insgesamt herausragende 58,8 Millionen Euro investiert. Im Jahr 2012 lag der Fokus dabei auf Investitionen an den Standorten Freyburg (Unstrut) und Nordhausen. Für die Erweiterung von Gärkapazitäten, Abfüllanlagen, Verwaltungsgebäude und Modifikationen im IT Bereich wurden insgesamt 26 Millionen Euro investiert. Nicht unerwähnt lassen wollte Heise auch die Tatsache, dass „aufgrund der guten wirtschaftlichen Gesamtsituation des Hauses die Mitarbeiter an allen Standorten am Erfolg des Unternehmens auch finanziell wieder beteiligt werden konnten.“

„Das Haus ist bestellt, das Unternehmen modern, zukunftsorientiert und topfit“, fasst Heise mit Blick auf die nahe Zukunft und die anstehende Stabübergabe an den neuen Vorsitzenden der Geschäftsführung die aktuelle Situation des Unternehmens zusammen.

Manfred Hilpert, Geschäftsführer Marketing, Vertrieb und Logistik der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien, hat bei der diesjährigen Bilanzierung der noch jungen und vorsichtigen Exportaktivitäten wieder darauf hingewiesen, dass die Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien



## ROTKÄPPCHEN - MUMM

ihrer Strategie der Erkundung neuer Märkte und Orientierung dort auch weiterhin treu bleiben. „Wir sind uns darüber im Klaren, dass man in anderen Ländern nicht auf uns wartet. Dennoch werden wir unsere Möglichkeiten analysieren, unser weiteres Vorgehen behutsam bewerten und uns sich bietende Chancen ganz sicherlich nutzen.“

Bei seiner letzten Pressekonferenz in der Funktion des geschäftsführenden Gesellschafters und Sprechers der Geschäftsführung hat Heise wie gewohnt prägnant und pointiert die zurückliegende Phase von 20 Jahren seit dem Management Buy-out im Jahr 1993 bis heute sowie die nahe Zukunft des deutschen Sektmarktführers beschrieben: „Ich bin stolz darauf, ein gesundes, starkes und für die Zukunft bestens gewappnetes Unternehmen an meinen Nachfolger zu übergeben. Für mich persönlich ist jetzt der perfekte Moment, einen neuen Lebensabschnitt zu beginnen. Ein Lebensabschnitt, auf den ich mich freue.“

### **Das Ergebnis der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien im Geschäftsjahr 2012 im Überblick:**

#### **Absatz:**

Für das Geschäftsjahr 2012 können die Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien erneut eine Absatzsteigerung auf insgesamt

**240,4 Millionen Flaschen Sekt, Spirituosen und Wein** vermelden.

(Vorjahr: 234,9 Millionen Flaschen). Das entspricht einem Plus von 5,5 Millionen Flaschen oder 2,4 Prozent.

*Anmerkung zur Normierung: Sekt und Wein werden auf 0,75 Liter-Flaschen normiert. Spirituosen werden auf 0,7 Liter-Flaschen normiert.*

Aufgeschlüsselt heißt das für den Absatz in den einzelnen Bereichen:

- **177 Millionen Flaschen Sekt**

(Vorjahr: 169,7 Millionen Flaschen Sekt) Das entspricht einem Plus von 7,3 Millionen Flaschen oder 4,4 Prozent.

- **43,6 Millionen Flaschen Spirituosen**



## ROTKÄPPCHEN-MUMM

(Vorjahr: 45,8 Millionen Flaschen) Das entspricht einem Minus von 2,2 Millionen Flaschen oder 4,7 Prozent.

- **19,8 Millionen Flaschen Wein**

(Vorjahr: 19,4 Millionen Flaschen) Das entspricht einem Plus von 0,4 Millionen Flaschen oder 1,7 Prozent.

### **Umsatz:**

Der Umsatz konnte auf **855,6 Millionen Euro** gesteigert werden (Vorjahr: 831,7 Millionen Euro). Das entspricht einem Plus von 23,9 Millionen Euro oder 2,9 Prozent.

### **Marktanteil:**

Der nationale Marktanteil der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien im deutschen Sektmarkt wächst weiter auf nunmehr **49,1 Prozent** (Vorjahr: 47,8 Prozent).

### **Investitionen:**

Das technische Investitionsvolumen lag bei **26 Millionen Euro** (Vorjahr: 15 Millionen Euro).

### **Mitarbeiter:**

Die Zahl der festen **Mitarbeiter** lag im letzten Jahr bei **544**, von denen **28 Auszubildende** in unterschiedlichsten Bereichen tätig sind (Vorjahr: 542 feste Mitarbeiter, 28 Auszubildende).



ROTKÄPPCHEN-MUMM

# Pressemitteilung

Leipzig, 16.04.2013

## **Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH: Das Jahr 2012 in Zahlen**

### **Erweiterte Geschäftsführung:**

#### **Gunter Heise**

Geschäftsführender Gesellschafter  
Sprecher der Geschäftsführung

#### **Manfred Hilpert**

Geschäftsführer Marketing, Vertrieb und Logistik

#### **Michael John**

Geschäftsführer Finanzressort, Personal, IT

#### **Ulrich Wiegel**

Direktor Technik

#### **Dr. Jürgen Hornemann**

Direktor Zentrales Qualitätsmanagement

#### **Hannelore Jankowa**

Direktor Zentraleinkauf

#### **Jürgen Kotschi**

Direktor Vertrieb & Logistik

1/3

Pressekontakt Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH: Ulrich Ehmann, Pressesprecher

Telefon: +49 6123 606-269  
Mobil: +49 171 744 64 12  
ulrich.ehmann@rotkaeppchen-mumm.de

Matheus-Müller-Platz 1  
65343 Eltville am Rhein  
www.rotkaeppchen-mumm.de



## ROTKÄPPCHEN-MUMM

**Peter O. Claußen**

Marketingdirektor

**Karl-Josef Lauzi**

Direktor Produktion

**Achim Junker**

Direktor Alkoholerzeugung Nordbrand Nordhausen

**Bettina Henning**

Direktor Personal

**Simone Bösel**

Direktor Finanzen/Controlling

**André Birrenbach**

Direktor IT

**Robert Becke**

Betriebsleiter am Standort Nordhausen

**Standorte:**

Freyburg (Unstrut) / Sachsen-Anhalt

Hochheim am Main / Hessen

Eltville am Rhein / Hessen

Breisach am Rhein / Baden-Württemberg

Nordhausen / Thüringen

**Festangestellte Mitarbeiter:**

**544 davon 28 Auszubildende**

(2011: 542 davon 28 Auszubildende)





## ROTKÄPPCHEN-MUMM

### **Gesamtabsatz 2012 Sekt, Spirituosen, Wein:**

**240,4 Millionen Flaschen gesamt**, davon:

177,0 Millionen Flaschen Sekt

43,6 Millionen Flaschen Spirituosen

19,8 Millionen Flaschen Wein

(2011: 234,9 Millionen Flaschen gesamt)

*Anmerkung zur Normierung: Sekt und Wein werden auf 0,75 Liter-Flaschen normiert. Spirituosen werden auf 0,7 Liter-Flaschen normiert.*

### **Gesamtumsatz 2012 Sekt, Spirituosen, Wein**

**855,6 Millionen Euro** inkl. Sektsteuer und Branntweinsteuer, ohne MwSt.

(2011: 831,7 Millionen Euro inkl. Sektsteuer und Branntweinsteuer, ohne MwSt.)

### **Marktanteil im deutschen Sektmarkt 2012**

**49,1 Prozent**

(2011: 47,8 Prozent)<sup>1</sup>

### **Marktanteil im Spirituosenmarkt des LEH in Deutschland 2012**

**8,0 Prozent**

(2011: 8,4 Prozent)<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Quelle: Führendes Handelspanel



ROTKÄPPCHEN-MUMM

# Pressemitteilung

Leipzig, 16.04.2013

## **Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH 2012: Die Entwicklung der einzelnen Marken**

**Die starken Sekt-, Spirituosen- und Weinmarken der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien verzeichnen für das Geschäftsjahr 2012 ein erfreulich positives Ergebnis. Mit insgesamt 177 Millionen verkaufter Flaschen Sekt, 43,6 Millionen Flaschen Spirituosen und 19,8 Millionen Flaschen Wein ist ein Gesamtabsatz von 240,4 Millionen Flaschen und ein Gesamtumsatz von 855,6 Millionen Euro erzielt worden.**

### **DER SEKT**

**Wiederum ein starkes Jahr zeigte die Hauptsäule von „Deutschlands Haus aus Sekt, Spirituosen und Wein“. Mit 177 Millionen Flaschen Sekt lag der Absatz um 7,3 Millionen Flaschen über dem Vorjahr, was einem Plus von 4,4 % entspricht. Mit diesem Ergebnis wurde die Marktführerschaft im Sektmarkt in Deutschland noch einmal ausgebaut.**

### **ROTKÄPPCHEN SEKT**

Mit einem Absatz von 120,8 Millionen Flaschen verzeichnet die Marke Rotkäppchen Sekt im Jahr 2012 ein Plus von 4,2 Prozent (Vorjahr: 116 Millionen Flaschen). Damit wurden 4,8 Millionen Flaschen mit den berühmten roten Kappen im Jahr 2012 mehr abgesetzt. Der Marktanteil von Rotkäppchen Sekt von 34,6 Prozent konnte im Vorjahresvergleich um 0,7 Prozentpunkte gesteigert werden.

1/3

Pressekontakt Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH: Ulrich Ehmann, Pressesprecher

Telefon: +49 6123 606-269  
Mobil: +49 171 744 64 12  
ulrich.ehmann@rotkaeppchen-mumm.de

Matheus-Müller-Platz 1  
65343 Eltville am Rhein  
www.rotkaeppchen-mumm.de



## ROTKÄPPCHEN - MUMM

### **MUMM**

Ein insgesamt positives Ergebnis kann für die Marke Mumm verzeichnet werden: Im Jahr 2012 sind 18,3 Millionen Flaschen (Vorjahr: 17,9 Millionen) abgesetzt worden. Das entspricht einem Plus von 0,4 Millionen Flaschen oder 2,4 Prozent. Der Marktanteil der Marke Mumm ist 2012 mit 5,2 Prozent (Vorjahr: 5,4 Prozent) etwas geringer ausgefallen.

### **JULES MUMM**

Eine erfreulich positive Entwicklung kann bei Jules Mumm gezeigt werden: Der Absatz lag bei 13,8 Millionen Flaschen (Vorjahr: 13,5 Millionen Flaschen), was ein Plus von 0,3 Millionen Flaschen oder 2,6 Prozent bedeutet. Der Marktanteil von Jules Mumm lag in 2012 bei 3,7 Prozent (Vorjahr: 3,6 Prozent).

### **SUPÉRIEURE-MARKE GELDERMANN**

Die Sektsorten der Geldermann Privatsektkellerei in Breisach am Rhein verzeichnen für das Jahr 2012 einen Absatz von 2,5 Millionen Flaschen (Vorjahr: 2,3 Millionen Flaschen), was ein deutliches Plus von 200.000 Flaschen oder 12,5 Prozent bedeutet.

### **MM EXTRA**

Der „Sekt mit dem gewissen Extra“, eine der bekanntesten deutschen Sektmarken, verzeichnet für 2012 einen Absatz von 20,7 Millionen Flaschen (Vorjahr: 19,2 Millionen Flaschen) und damit ein sehr erfreuliches Wachstum um 1,5 Millionen Flaschen oder 7,9 Prozent. Auch der Marktanteil von MM Extra konnte ausgebaut werden und lag im Jahr 2012 bei 5,6 Prozent (Vorjahr: 5,1 Prozent).

### **DIE SPIRITUOSEN**

**Die bekannten und traditionsreichen Spirituosenmarken der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien überzeugen durch ein breites Sortiment für unterschiedlichste Ansprüche. Folgend werden die Kategorien „Weinbrand“, „Echter Nordhäuser“ und „Nordbrand Nordhausen“ in ihrer Entwicklung des Jahres 2012 aufgezeigt. Insgesamt konnte die tragende Unternehmenssäule „Spirituosen“ im Jahr 2012 ein erwartetes Ergebnis von 43,6 Millionen abgesetzter Flaschen verzeichnen. Dieses Minus von 2,2 Millionen Flaschen oder 4,7 Prozent entspricht den allgemeinen Entwicklungen im schwierigen deutschen Gesamtmarkt.**



## ROTKÄPPCHEN-MUMM

### **WEINBRAND**

Die bekanntesten Säulen der Kategorie „Weinbrand“ der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien sind die traditionsreichen Marken Chantré und Mariacron. Für diese beiden Marken ist in 2012 zusammengefasst ein Absatz von 14,2 Millionen Flaschen (Vorjahr: 16,5 Millionen Flaschen) zu verzeichnen. Das ist ein Minus von 2,3 Millionen Flaschen oder 13,9 Prozent. Diese Entwicklung resultiert hauptsächlich aus den wegen Rohstoffpreiserhöhungen notwendig gewordenen Abgabepreiserhöhungen.

### **ECHTER NORDHÄUSER**

Eine der stärksten und bekanntesten deutschen Spirituosenmarken mit großer Tradition, die in einem insgesamt schwierigen Marktumfeld die Verbraucher überzeugen kann. Mit 9 Millionen abgesetzter Flaschen (Vorjahr: 9,7 Millionen Flaschen) wird ein Minus von 700.000 Flaschen oder 7,5 Prozent gemeldet.

### **NORDBRAND NORDHAUSEN**

Traditionsreich und innovativ ist Nordbrand Nordhausen. 19,8 Millionen abgesetzter Flaschen (Vorjahr: 18,9 Millionen Flaschen) bedeuten ein Plus von 0,9 Millionen Flaschen oder 5,2 Prozent.

### **DER MARKENWEIN**

**Im Markenweingeschäft verzeichnen die Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien mit ihren starken Marken Blanchet, Rotkäppchen Qualitätswein sowie der erfolgreichen Variante Rotkäppchen**

**Alkoholfrei auch in 2012 erneut ein positives Ergebnis. Insgesamt sind 19,8 Millionen Flaschen Markenwein im Jahr 2012 abgesetzt worden (Vorjahr: 19,4 Millionen Flaschen), was ein Plus von 0,4 Millionen Flaschen oder 1,7 Prozent bedeutet.**

Der Rotkäppchen Qualitätswein ist mit 5,7 Millionen abgesetzter Flaschen (Vorjahr: 6,1 Millionen Flaschen) die zweitstärkste Marke hinter Blanchet, die einen gestiegenen Absatz von 10,7 Millionen Flaschen (Vorjahr: 10,3 Millionen Flaschen) vermeldet, was einem Wachstum von 0,4 Millionen Flaschen oder 4,2 Prozent entspricht.

Für die prickelnde Alternative Rotkäppchen Alkoholfrei werden 3,4 Millionen abgesetzter Flaschen in 2012 verzeichnet (Vorjahr: 3 Millionen Flaschen). Das entspricht einem bemerkenswerten Plus von 0,4 Millionen Flaschen oder 12,5 Prozent.



ROTKÄPPCHEN-MUMM

# Pressemitteilung

Leipzig, 16.04.2013

## **Gunter Heise übergibt ein gut bestelltes Haus auf festem Fundament**

**Prägende Persönlichkeit wird auch weiterhin das Unternehmen strategisch begleiten. Gunter Heise wechselt am 01.05.2013 für vier Jahre an die Spitze des Beirats der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien. Auf 40 Jahre berufliche Karriere blickt er dabei zurück, in denen sich das Unternehmen nach der erfolgreichen Privatisierung im März 1993 aus einem regionalen Sekthaus in ein national erfolgreiches diversifiziertes Unternehmen mit fünf Standorten in vier Bundesländern entwickelt hat.**

Mit dem Wechsel an die Spitze des Beirates wird Heise auch zukünftig eng in die strategischen Entscheidungsprozesse des Unternehmens eingebunden sein und seine Verantwortung als Gesellschafter wahrnehmen. In Leipzig analysierte Heise jetzt zum letzten Mal in gewohnt ruhiger, sachlicher und pointierter Form ein erfolgreiches Geschäftsjahr von „Deutschlands Haus aus Sekt, Spirituosen und Wein.“ Ein hervorragendes Absatzergebnis von insgesamt 240,4 Millionen Flaschen und einem wieder gestiegenen Umsatzergebnis von 855,6 Millionen Euro kommentierte Heise: „Das ist ein Ergebnis, mit dem wir zufrieden sind. Ein Ergebnis, das zudem auch für den jetzt anstehenden Wechsel an der Unternehmensspitze ein starkes, solides Fundament bildet“.

Den von Heise bisher verantworteten Geschäftsbereich Produktion, Technik, Einkauf und Qualitätsmanagement übernimmt ab 01. Mai 2013 als neuer Geschäftsführer der Mitgesellschafter und gegenwärtige Direktor Technik, Ulrich Wiegel.

Heises Nachfolger als Vorsitzender der Geschäftsführung wird extern besetzt und im Monat Mai durch den Beirat berufen.

1/1

Pressekontakt Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH: Ulrich Ehmann, Pressesprecher

Telefon: +49 6123 606-269  
Mobil: +49 171 744 64 12  
ulrich.ehmann@rotkaeppchen-mumm.de

Matheus-Müller-Platz 1  
65343 Eltville am Rhein  
www.rotkaeppchen-mumm.de



ROTKÄPPCHEN-MUMM

# Pressemitteilung

Berlin, 03.02.2013

Jules Mumm präsentiert eine neue, mild-fruchtige Sektvariante  
**Jules Mumm Fruity. Aufregend neu. Aufregend fruchtig.**

**Jules Mumm, die junge Sektmarke aus dem Hause der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien, ergänzt sein Sortiment in diesem Sommer um eine vierte Variante: Der neue Jules Mumm Fruity präsentiert sich mild und aufregend fruchtig und fasziniert mit Duftnoten von Orangenblüten und Mirabellen. Abgerundet wird sein Geschmack von einer leichten Muskatnote. Jules Mumm Fruity ist der erste milde Sekt im Premium-Preissegment, der explizit eine junge, weibliche Zielgruppe anspricht.**

Auf der ProWein, der Internationalen Fachmesse für Weine und Spirituosen, die vom 24. bis 26. März in Düsseldorf stattfindet, wird der Jules Mumm Fruity erstmals dem Fachpublikum vorgestellt, bevor er ab Sommer 2013 im Einzelhandel erhältlich sein wird. Jules Mumm ist die jüngste und weiblichste Marke im deutschen Sektmarkt und hat sich erfolgreich als DAS Getränk für Frauenfreundschaften positioniert. Die Sorte Jules Mumm Fruity ergänzt die bisher erhältlichen Geschmacksrichtungen Jules Mumm Dry, Jules Mumm Medium Dry und Jules Mumm Rosé Dry um eine milde Alternative mit lieblich-fruchtigem Geschmack. „Aufregend neu. Aufregend fruchtig“, lautet die Botschaft für den spritzig-fruchtigen Sektgenuss, der sich vor allem an junge Frauen richtet – und damit eine Marktlücke schließt. „Die fruchtig-junge, unkonventionelle Positionierung liegt tief in der Marke verwurzelt – der ‚Fruity‘ ist damit die perfekte Ergänzung des Sortiments in der prickelnden, lebendigen und weiblichen Sektwelt von Jules Mumm.“ so Cathrin Duppel, Marketing-Managerin der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien.

## ÜBER JULES MUMM

Jules Mumm ist der unkonventionelle Sekt für junge Frauen aus dem traditionsreichen Haus Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH. Das Erfolgsgeheimnis der Marke liegt in ihrem

1/2

Pressekontakt Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH: Ulrich Ehmann, Pressesprecher

Telefon: +49 6123 606-269  
Mobil: +49 171 744 64 12  
ulrich.ehmann@rotkaeppchen-mumm.de

Matheus-Müller-Platz 1  
65343 Eltville am Rhein  
www.rotkaeppchen-mumm.de



## ROTKÄPPCHEN-MUMM

fruchtigen Geschmack. Jules Mumm gibt es in jetzt vier Geschmacksrichtungen: **Jules Mumm Dry, Jules Mumm Medium Dry, Jules Mumm Rosé Dry** und **Jules Mumm Fruity**.

<http://www.julesmumm.de>

### ZAHLEN UND FAKTEN

Die Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH, Freyburg (Unstrut), „Deutschlands Haus aus Sekt, Spirituosen und Wein“ hatte im Jahr 2011 einen Marktanteil im deutschen Sektmarkt von 47,8 Prozent. 2011 betrug der Gesamtabsatz der Sektmarken der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH 169,7 Millionen Flaschen Sekt (+ 4,4 Punkte im Vergleich zum Vorjahr).

Zu Details siehe <http://www.rotkaeppchenmumm.de>





ROTKÄPPCHEN-MUMM

# Pressemitteilung

Leipzig, 16.04.2013

Marken mit großer Tradition und innovativer Kraft

## **Das Sortiment der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien im Überblick**

**Ein reiches Sortiment von traditionsreichen Marken und geschmackvollen Varianten bietet die Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH aus Freyburg (Unstrut) heute Kennern und Genießern. Die bekannten und lebendigen Marken der tragenden Firmensäulen Sekt, Spirituosen und Wein des 1856 gegründeten Traditionsunternehmens im Überblick:**

**Geldermann.** Der Supérieure-Sekt für besondere Ansprüche wird seit über 170 Jahren im Hause Geldermann in Breisach im Breisgau ausschließlich in Flaschengärung nach dem traditionellen Verfahren hergestellt. Ein besonderer Sekt für besondere Menschen.

**Mumm.** Immer ein Zeichen guten Stils. Ein Premium-Sekt mit Champagnertradition – dafür steht die Traditionsmarke, deren Wurzeln bis ins Jahr 1827 reichen. Die elegante Ausstattung und auch die Variante Mumm Rosé Dry spiegeln diesen Anspruch wider.

**Jules Mumm.** Lebensfreude, Ungezwungenheit und elegante Fruchtigkeit zeichnen diese Marke aus. Jules Mumm, der Sekt für Frauenfreundschaften, ist provozierend anders, fruchtig im Geschmack und unkonventionell im Erscheinungsbild. Der Trendsetter höchster Qualität führt 2013 mit Jules Mumm Fruity eine fruchtig-milde Variante mit leichter Muskatnote ein, die zu den Geschmacksvorlieben der jungen Konsumentinnen sehr gut passt.

**Rotkäppchen Weißburgunder Extra Trocken.** Die Prestigemarke des Hauses Rotkäppchen vereinigt in sich seit 1858 die ganze Kunst und Könnerschaft der Freyburger Kellermeister. Tag für Tag werden die nur in sehr begrenzter Zahl erhältlichen Flaschen von Hand gerüttelt, immer wieder verkostet und sorgfältig degorgiert.

1/3

Pressekontakt Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH: Ulrich Ehmann, Pressesprecher

Telefon: +49 6123 606-269  
Mobil: +49 171 744 64 12  
ulrich.ehmann@rotkaeppchen-mumm.de

Matheus-Müller-Platz 1  
65343 Eltville am Rhein  
www.rotkaeppchen-mumm.de





## ROTKÄPPCHEN - MUMM

**Rotkäppchen Flaschengärung.** Aus hochwertigen Grundweinen komponieren die Kellermeister der Freyburger Rotkäppchen Sektkellerei einen vollendeten Genuss in den Sorten Rotkäppchen Riesling Trocken, Rotkäppchen Brut und Rotkäppchen Extra Trocken.

**Rotkäppchen Traditionsmarken.** Klassische Grundweine aus verschiedenen europäischen Weinanbaugebieten bilden die Grundlage dieser Erfolgsmarke. Natürlich mit dem einmalig-unverkennbaren Markenzeichen der roten Kappen. Die Überraschung trägt rot.

**MM Extra.** Die Traditionsmarke mit dem prickelnden jugendlichen Charme ist ein unkomplizierter Begleiter für die augenzwinkernden Momente des Lebens. Der neue MM Extra Rosé Trocken ergänzt perfekt das MM Extra-Portfolio.

**Kloss und Foerster.** Kloss & Foerster Wappen Trocken wird exklusiv der deutschen Gastronomie und dem Fachgroßhandel angeboten.

**Echter Nordhäuser.** Ein Markenzuwelt, das auf einer über 500-jährigen Tradition beruht. Getreu dem Motto: „Die Echten von Echter Nordhäuser“ ist die starke Dachmarke Echter Nordhäuser mit ihrem vielseitigen Sortiment in Deutschland zum Synonym für unterschiedlichste Spezialitäten auf höchstem Qualitätsniveau geworden.

**Chantré.** Der Klassiker überzeugt pur oder gemixt mit seiner neuen, frischen Markenwelt sowohl Traditionalisten als auch junge, unvoreingenommene Entdecker dieses unverwechselbar weichen, runden Geschmacks von Chantré.

**Mariacron.** Die Erfolgsmarke vom Rhein vereinigt in sich ein reifes weiniges Bouquet mit charaktervollem Geschmack zu der Harmonie, wie sie Weinbrandkenner schätzen und genießen.

**Eckes Edelkirsch.** Der tiefrote ECKES Edelkirsch, die Nummer 1 im deutschen Fruchtlikör-Markt, verführt Genießer(innen) mit seiner feurig-sanften Geschmacksnote der sinnlichen Art. ECKES Edelkirsch in der formschönen Flasche überzeugt überraschend vielfältig – sowohl pur, gemixt oder als kulinarischer Begleiter zum Essen.

**Zinn 40.** Der korn-klaare Zinn 40 ist eine charaktervolle Spezialität aus Wein und Alkohol.



## ROTKÄPPCHEN-MUMM

**Rotkäppchen Qualitätsweine.** Die fünf Qualitätsweine aus dem Hause Rotkäppchen bieten Weingenießern ein breites Sortiment von Weinen der beliebtesten deutschen Rebsorten. Das starke Rotkäppchen Markendach und die umfassende Kompetenz aus über 150 Jahren Veredelung von guten Weinen zu sehr guten Sekten sind die Garantie für Qualität im Weinregal.

**Blanchet.** Das Sortiment der Weinmarke Blanchet konzentriert sich auf französische Weine. Die etablierten trockenen Cuvées Blanc de Blancs, Rouge de France und Rosé de France werden ergänzt durch zwei halbtrockene Varianten. Die Rebsortenweine Chardonnay und Merlot ergänzen das Portfolio der Marke, die als idealer Begleiter zum Essen unkompliziert Genuss garantiert.

**Rotkäppchen Alkoholfrei.** Diese Spezialität ist die prickelnde Alternative im Sektglas für alles, die aus guten Gründen auf Alkohol verzichten wollen oder müssen. Die leichten und fruchtig-frischen Varianten von Rotkäppchen Alkoholfrei in Weiß und in Rosé sind ideal für den Sektempfang im Büro, die Familienfeier oder die Gartenparty im Freundeskreis.