



## ROTKÄPPCHEN-MUMM

Leipzig, 02.04.2014

### **Inhalt**

- Text: Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien 2013: Marktposition weiter gestärkt – Innovationsoffensive gestartet
- Text: Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien in Zahlen 2013
- Text: Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH 2013: Die Entwicklung der einzelnen Marken
- Text: Neu und überraschend anders: Rotkäppchen Fruchtsecco
- Text: Rotkäppchen Sekt Flaschengärung. Neues Konzept, überzeugend elegante Varianten
- Text: Jules Mumm Plus. So fruchtig. So frisch. Und so viel mehr.
- Text: Blanchet, die Nr. 1 zur Spargelzeit, jetzt NEU als perlig-frischer Apéritif
- Text: Neu von Echter Nordhäuser:  
Reiche Ernte Haselnuss, Reiche Ernte Mirabelle und der feurige Ingwerlikör
- Text: Hugo 4more – der Likör, der im Sommer mehr kann
- Text: Kurze Sortimentsübersicht

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

Bilddaten: Übersicht

Achtung: Beigelegt ist eine CD mit begleitenden Bilddaten



ROTKÄPPCHEN-MUMM

# Pressemitteilung

Eltville am Rhein, 02.04.2014

## **Blanchet, die Nr. 1 zur Spargelzeit, jetzt NEU auch als perlig-frischer Apéritif!**

**Eltville am Rhein, Februar 2014 - „Perlig-frischer Apéritif ... neu und von Blanchet.“ - mit dieser Botschaft lanciert die Erfolgsmarke Blanchet im März 2014 eine neue Variante. „Blanchet Perlé Secco“ erweitert das Produktportfolio der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH um einen französischen Perlwein. Unkonventionell und neu sorgt Blanchet Perlé Secco mit einem zeitgemäßen Markenauftritt, einer neuen Flaschenform und leichten 9,5 % Volumenprozent für Aufmerksamkeit im Secco-Regal.**

Blanchet, die Nr. 2 der Markenweine, steht für unkomplizierten Weingenuss und ist als ganzjähriger Begleiter der leichten Küche bekannt. Zur Spargelzeit ist Blanchet Blanc de Blancs der meistverkaufte Weißwein im Lebensmittelhandel. „Wir nutzen die starke Markenpräsenz am POS während der Spargelzeit zur Einführung von Blanchet Perlé Secco – Kombi-Platzierungen mit Wein motivieren zum Probierkauf“, so Peter O. Claußen, Marketing Direktor der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH.

Zum Start der neuen Variante sorgen ein aufmerksamkeitsstarker Hörfunkspot, eine nationale Printkampagne und ein Plakat-Flight in Großstädten für schnellen Bekanntheitsaufbau. Das Kampagnenmotiv macht Lust auf den perlig-frischen Blanchet Perlé Secco und vereint in leichter, ungezwungener Atmosphäre den Genuss-Aspekt und die Konsumsituation. Bei zahlreichen Verkostungen im LEH und auf Events können sich Verbraucher von der guten Qualität überzeugen lassen. Check-Out-Couponings und Großplatzierungen aktivieren zum Probierkauf. Umfassende Online-Aktivitäten auf Facebook und der Homepage runden das Kommunikationspaket ab.

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

„Die neue Variante ergänzt das Marken-Portfolio für Konsumenten nachvollziehbar – Blanchet Perlé Secco vor dem Essen und Blanchet Wein zum Essen.“, so Tanja Rosenthal, Marketing Managerin der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH. „Blanchet wird mit über 50% gestützter Markenbekanntheit neue Konsumenten für das Segment der Perlweine begeistern.“

### **Der neue Blanchet Perlé Secco –**

Perlwein aus ausgewählten französischen Weinen mit leichten 9,5 % Volumenprozent. Die feine, eingebundene Süße harmoniert hervorragend mit der leichten Perlage des unkomplizierten Seccos. Sein Charakter ist feinperlig-frisch und der Geschmack harmonisch-elegant.

### **Das Blanchet-Sortiment**

Die Weinmarke Blanchet, seit 4 Jahren im Portfolio der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH, besteht ausschließlich aus französischen Weinen. Neben den trockenen Cuvées Blanchet Blanc de Blancs, Rosé de France und Rouge de France gibt es die beiden Sorten Blanc de Blancs und Rouge de France auch als halbtrockene Variante, sowie die zwei bekannten Rebsorten-Weine Chardonnay und Merlot. Ab März 2014 ergänzt ein französischer Perlwein - Blanchet Perlé Secco – das Portfolio.

Begleitende Fotos auf beiliegender Foto-CD.



ROTKÄPPCHEN-MUMM

# Pressemitteilung

Nordhausen am Harz, 02.04.2014

Raffinierte, attraktive Neuheiten

## **NEU von Echter Nordhäuser: Reiche Ernte Haselnuss, Reiche Ernte Mirabelle und der Feurige Ingwerlikör**

**Echter Nordhäuser, die starke und traditionsreiche deutsche Spirituosenmarke, präsentiert zum Jahresbeginn 2014 die Neuheit Reiche Ernte Haselnuss. Damit wenden sich die Kornspezialisten aus Nordhausen am Harz in erster Linie an Liebhaber klarer Spirituosen, die Tradition und edlen Genuss schätzen – und setzen ihre Neuheiten-Offensive erfolgreich fort.**

### **Neu seit Februar 2014: Reiche Ernte Haselnuss**

Die Thüringer Kornspezialisten von Echter Nordhäuser haben für **Reiche Ernte Haselnuss** eine elegante Komposition aus nussigem Haselnussdestillat und mildem Echter Nordhäuser Kornbrand geschaffen, die Kenner und Genießer überzeugt. Der Alkoholgehalt von 30 Prozent setzt sich aus 70 Prozent Kornbrand und 30 Prozent Haselnussdestillat zusammen.

Echter Nordhäuser Reiche Ernte Haselnuss in der 0,5 Liter Flasche ist im deutschen LEH ab sofort erhältlich. Die unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers ist analog zu der des bestehenden Reiche Ernte Sortiments in den beliebten Genussvarianten Kirsche, Zwetschge, Williamsbirne, Himbeere und Mirabelle.

### **Neu seit Sommer 2013: Reiche Ernte Mirabelle**

Die starke und traditionsreiche deutsche Spirituosenmarke Echter Nordhäuser präsentiert seit Sommer 2013 Reiche Ernte Mirabelle. Die raffinierte Komposition von Mirabellenbrand und mildem Echter Nordhäuser Kornbrand überzeugt Genießer, die sich für klare Spirituosen und traditionelle, hochqualitative Obstbrände begeistern.

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

Mit Echter Nordhäuser Reiche Ernte Mirabelle vereinen die Kornspezialisten aus Thüringen ausgesuchten Obstbrand mit mildem Kornbrand, der in Echter Nordhäuser Reiche Ernte zu einem ganz besonderen Genuss mit 30% vol Alkohol veredelt wird. Der Alkoholgehalt setzt sich dabei aus 60 Prozent Mirabellenbrand und 40 Prozent Kornbrand zusammen. Die neue, attraktive Genussvariante Mirabelle ergänzt somit perfekt das bereits erfolgreiche Sortiment von Reiche Ernte Kirsche, Zwetschge, Williamsbirne und Himbeere.

Echter Nordhäuser Reiche Ernte Mirabelle in der 0,5 Liter Flasche ist im deutschen LEH erhältlich. Die unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers für Echter Nordhäuser Reiche Ernte Mirabelle ist analog zu der des bestehenden Reiche Ernte Sortiments.

### **Neu seit Sommer 2013: Echter Nordhäuser Ingwerlikör**

Feurig, würzig und mit der typischen, angenehmen Schärfe von Ingwer: das ist der im Sommer 2013 vorgestellte Ingwerlikör von Echter Nordhäuser. Damit präsentieren die Kornspezialisten aus Thüringen erstmals einen Likör, bei dem sich deutsche Qualität und Tradition mit asiatischer Raffinesse hervorragend miteinander vereinen. Mit seiner feurigen Würze und dem typischen Geschmack von Ingwer liegt der Likör mit seinen 30% vol Alkohol voll im Trend der Genießer. Besonders geeignet ist Echter Nordhäuser Ingwerlikör auch für Mix-Varianten mit asiatischem Flair: Ob pur, zur Verfeinerung eines Tees, in Kombination mit Sekt oder einem Fruchtsaft liegt der Likör voll im Trend.

**Kulinarischer Tipp für Kenner und Genießer:** Vor allem als Digestif oder als pikanter Begleiter der asiatischen Küche ist Echter Nordhäuser Ingwerlikör bestens geeignet. Die unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers für Echter Nordhäuser Ingwerlikör in der 0,5l Flasche ist zirka 6,99 Euro.

### **Überblick: Das starke Echter Nordhäuser Sortiment in 2014**

**Echter Nordhäuser Korn:** Reiner und milder Genuss, aus Roggen und Malz gebrannt.

**Echter Nordhäuser Doppelkorn:** Aus reinem Roggen und Malz gebrannt, über Eichenholz gelagert. Reich und würzig im Geschmack.



## ROTKÄPPCHEN-MUMM

**Echter Nordhäuser Eiskorn und Eisvodka:** Aus feinstem Roggen und mit reinem Eiszeit-Quellwasser. Am besten eisgekühlt genießen.

**Echter Nordhäuser Eiskräuter:** Die Komposition aus über 40 verschiedenen Kräutern, der Frische der Minze und der Reinheit von Echter Nordhäuser Korn.

**Echter Nordhäuser Fruchtige:** Echter Nordhäuser Korn und das ausgeprägte Aroma köstlicher Früchte. In sechs Varianten zwischen 16 und 18 Prozent vol. Alkohol.

**Echter Nordhäuser Reiche Ernte** in den Genussvarianten Kirsche, Zwetschge, Williamsbirne, Himbeere und Mirabelle. Jetzt neu: Haselnuss

**Echter Nordhäuser Ingwerlikör:** Feurig, würzig und mit der typischen, angenehmen Schärfe von Ingwer: das ist der Ingwerlikör von Echter Nordhäuser.

Weitere Informationen und zahlreiche Mix-Ideen auf:

**[www.echter-nordhaeuser.de](http://www.echter-nordhaeuser.de)**



ROTKÄPPCHEN-MUMM

# Pressemitteilung

Leipzig, 02.04.2014

## **Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH 2013: Die Entwicklung der einzelnen Marken**

**Die starken Sekt-, Spirituosen- und Weinmarken der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien melden für das Geschäftsjahr 2013 das prognostizierte Ergebnis. Mit insgesamt 168,5 Millionen verkaufter Flaschen Sekt, 43,9 Millionen Flaschen Spirituosen und 21,6 Millionen Flaschen Wein ist ein Gesamtabsatz von 234 Millionen Flaschen und ein Gesamtumsatz von 823,1 Millionen Euro erreicht worden.**

### **DER SEKT**

**Leicht rückläufig zeigte sich, wie erwartet, die Hauptsäule von „Deutschlands Haus aus Sekt, Spirituosen und Wein“. Mit 168,5 Millionen Flaschen Sekt lag der Absatz um 8,5 Millionen Flaschen unter dem Vorjahresergebnis, was einem Minus von 4,8 Prozent entspricht. Erfreulich: Mit diesem Ergebnis ist trotzdem die deutliche Marktführerschaft im Sektmarkt in Deutschland ausgebaut worden.**

### **ROTKÄPPCHEN SEKT**

Mit einem Absatz von 116,3 Millionen Flaschen verzeichnet die Marke Rotkäppchen Sekt im Jahr 2013 ein Minus von 3,7 Prozent (Vorjahr: 120,8 Millionen Flaschen). Damit wurden 4,5 Millionen Flaschen mit den berühmten roten Kappen im Jahr 2013 weniger abgesetzt. Jedoch konnte der Sektmarktführer Rotkäppchen seinen Marktanteil um 1,3 Prozentpunkte auf 35,9 Prozent ausbauen und so seine Position stärken.

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**

Von der Marke Mumm sind im Jahr 2013 insgesamt 17,4 Millionen Flaschen (Vorjahr: 18,3 Millionen) abgesetzt worden. Das entspricht einem Minus von 0,9 Millionen Flaschen oder 5,1 Prozent. Der Marktanteil der Marke Mumm ist 2013 auf 5,9 Prozent (Vorjahr: 5,2 Prozent) oder um 0,7 Prozentpunkte gestiegen.

### **JULES MUMM**

Der Absatz von Jules Mumm lag bei 12,8 Millionen Flaschen (Vorjahr: 13,8 Millionen Flaschen), was ein Minus von einer Millionen Flaschen oder 7,4 Prozent bedeutet. Der Marktanteil von Jules Mumm wuchs in 2013 auf 3,8 Prozent (Vorjahr: 3,7 Prozent).

### **SUPÉRIEURE-MARKE GELDERMANN**

Die Sektsorten der Geldermann Privatsektkellerei in Breisach am Rhein haben für das Jahr 2013 wieder einen Absatz von 2,5 Millionen Flaschen (Vorjahr: 2,5 Millionen Flaschen) erreicht und verzeichnen damit eine stabile Entwicklung.

### **MM EXTRA**

Der „Sekt mit dem gewissen Extra“, eine der bekanntesten deutschen Sektmarken, meldet für 2013 einen Absatz von 18,7 Millionen Flaschen (Vorjahr: 20,7 Millionen Flaschen) und damit ein Minus von zwei Millionen Flaschen oder 9,5 Prozent. Der Marktanteil von MM Extra lag im Jahr 2013 bei 5,1 Prozent (Vorjahr: 5,6 Prozent).

### **DIE SPIRITUOSEN**

**Das bekannte und traditionsreiche Spirituosenprogramm der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien überzeugen durch ein breites Sortiment für unterschiedliche Ansprüche. Folgend werden die Kategorien „Weinbrand“, „Echter Nordhäuser“ und „Nordbrand Nordhausen“ in ihrer Entwicklung des Jahres 2013 aufgezeigt. Insgesamt verzeichnet die tragende Unternehmenssäule „Spirituosen“ im letzten Jahr ein Ergebnis von 43,9 Millionen abgesetzter Flaschen. Dieses erfreuliche Plus von 0,3 Millionen Flaschen oder 0,6 Prozent ist ein positives Signal in einem komplexen und stark diversifizierten deutschen Gesamtmarkt.**

### **WEINBRAND**



## ROTKÄPPCHEN - MUMM

Die bekanntesten Säulen der Kategorie „Weinbrand“ der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien sind die traditionsreichen Marken Chantré und Mariacron. Für diese beiden Marken ist in 2013 zusammengefasst ein Absatz von 14,2 Millionen Flaschen (Vorjahr: 14,2 Millionen Flaschen) zu verzeichnen, eine sehr erfreuliche Entwicklung für diese Kategorie.

### **ECHTER NORDHÄUSER**

Eine der stärksten deutschen Spirituosenmarken und eine mit großer Tradition, die in einem insgesamt schwierigen Marktumfeld wieder die Verbraucher überzeugen konnte. Mit 9,0 Millionen abgesetzter Flaschen (Vorjahr: 9,0 Millionen Flaschen) ist ein konstantes Ergebnis zu vermelden. Besonders erfreulich: die Marke konnte mit ihrem Hauptprodukt Echter Nordhäuser Doppelkorn um 1,2 Prozent wachsen.

### **NORDBRAND NORDHAUSEN**

Klassisch und zugleich innovativ ist Nordbrand Nordhausen. 20,1 Millionen abgesetzter Flaschen (Vorjahr: 19,8 Millionen Flaschen) bedeuten ein Plus von 0,3 Millionen Flaschen oder 1,5 Prozent.

### **DER MARKENWEIN UND ROTKÄPPCHEN ALKOHOLFREI**

**Im Markenweingeschäft verzeichnen die Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien mit ihren starken Marken Blanchet, Rotkäppchen Qualitätswein sowie mit, Rotkäppchen Alkoholfrei, auch in 2013 wieder eine positive Ergebnisentwicklung. Insgesamt konnten 21,6 Millionen Flaschen Markenwein im Jahr 2013 abgesetzt werden (Vorjahr: 19,8 Millionen Flaschen). Das entspricht einem Plus von 1,8 Millionen Flaschen oder 9,2 Prozent.**

Der Rotkäppchen Qualitätswein ist mit 6,1 Millionen abgesetzter Flaschen (Vorjahr: 5,7 Millionen Flaschen) und einem Plus von 0,4 Millionen Flaschen und somit 7,3 Prozent weiterhin die zweitstärkste Marke des Hauses. Blanchet, die stärkste Marke, verzeichnet einen ebenfalls gestiegenen Absatz von nunmehr 11,4 Millionen Flaschen (Vorjahr: 10,7 Millionen Flaschen). Das entspricht einem Plus von 0,7 Millionen Flaschen oder 6,1 Prozent.

Für die prickelnde Alternative Rotkäppchen Alkoholfrei sind im Jahr 2013 insgesamt 4,1 Millionen abgesetzter Flaschen zu verzeichnen (Vorjahr: 3,4 Millionen Flaschen). Das entspricht einem Plus von 0,7 Millionen Flaschen oder sehr erfreulichen 22,0 Prozent.



## ROTKÄPPCHEN-MUMM

Leipzig, 02.04.2014

### **Ihre Geschäftspartner**

#### **Christof Queisser**

Vorsitzender der Geschäftsführung  
Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH

#### **Manfred Hilpert**

Geschäftsführer Marketing, Vertrieb und Logistik  
Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH

#### **Michael John**

Geschäftsführer Finanzen, Controlling, IT und Personal  
Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH

#### **Ulrich Wiegel**

Geschäftsführer Produktion, Technik, Qualitätsmanagement und Einkauf  
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

# Pressemitteilung

Eltville, 10.01.2014

## **„Jules Mumm Plus. So fruchtig. So frisch. Und so viel mehr.“**

**Jules Mumm Plus – Ab Januar 2014 DIE Neuheit unter den Weinmischgetränken! „So fruchtig. So frisch. Und so viel mehr.“ Mit dieser Botschaft lanciert Jules Mumm im Januar 2014 eine brandneue Produktrange: Mit „Jules Mumm Plus“ steigen die Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien in den Markt der Weinmischgetränke ein. Die drei „Jules Mumm Plus“ Sorten „Açai“, „Holunderblüte Minze“ und „Cranberry Holunderblüte“ vereinen fruchtig-spritzige Jules Mumm-Weine bester Herkunft mit natürlichen Fruchtnoten.**

Bislang präsentierte sich Jules Mumm, der unkonventionelle Sekt für Frauenfreundschaften, in den drei Geschmacksrichtungen Jules Mumm Dry, Jules Mumm Medium Dry und Jules Mumm Rosé Dry und seit Sommer 2013 auch mit Jules Mumm Fruity. Im kommenden Sommer wird die lebendige und weibliche Sektwelt von Jules Mumm noch abwechslungsreicher und bunter: Die Marke startet im Januar mit der neuen Produktrange „Jules Mumm Plus“.

Die Range umfasst drei spannende, fruchtig-frische Sektmischgetränke im stylischen Flaschendesign. Die absolute Innovation: Jules Mumm Plus Açai. Die brasilianische Wunderbeere, bisher bekannt aus Kosmetik und Smoothies, wird nun erstmals in einem Weinmischgetränk verwendet. „Der exotisch-herbe Geschmack der Açai-Beere schafft einen spannenden Kontrast zu den fruchtig-prickelnden Weinen – und die zart-violette Farbe macht schon beim Einschenken Spaß.

Wir sind besonders stolz auf diese bisher am Markt einzigartige Kreation – unkonventionell und fruchtig-frisch“, so Cathrin Duppel, Jules Mumm Marketing-Managerin, „Jules Mumm Plus ist das perfekte Getränk für einen aufregenden Mädelsabend!“

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

### **JULES MUMM PLUS – DIE SORTEN**

#### **Jules Mumm Plus Açai**

mit der herb-exotischen Note der Açai-Beere

#### **Jules Mumm Plus Holunderblüte Minze**

mit duftenden Noten von Holunderblüten, Minze  
und einem Hauch von Limette

#### **Jules Mumm Plus Cranberry Holunderblüte**

mit Noten der fruchtig-herben Cranberry und mit  
duftig-lieblichen Holunderblüten

**Inhalt:** 0.75 Liter

**UVP:** 4.99 EUR

**Begleitende Fotos auf beiliegender Foto-CD.**

### **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 fruchtigen Geschmack. Jules Mumm gibt es in vier Geschmacksrichtungen: Jules Mumm Dry, Jules Mumm Medium Dry, Jules Mumm Rosé Dry und Jules Mumm Fruity. **Die neue Range Jules Mumm Plus gibt es den in drei aufregenden Sorten Jules Mumm Plus Açai, Jules Mumm Plus Cranberry Holunderblüte und Jules Mumm Plus Holunderblüte Minze.**

### **LINKS**

[www.julesmumm.de](http://www.julesmumm.de)

<http://www.julesmumplus.de>



## ROTKÄPPCHEN-MUMM

### **ZAHLEN UND FAKTEN**

Die Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH, Freyburg (Unstrut), „Deutschlands Haus aus Sekt, Spirituosen und Wein“ hatte im Jahr 2012 einen Marktanteil im deutschen Sektmarkt von 49,1 Prozent. 2012 betrug der Gesamtabsatz der Sektmarken der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH 177 Millionen Flaschen Sekt (+ 4,4 Punkte im Vergleich zum Vorjahr). Zu Details siehe [www.rotkaeppchen-mumm.de](http://www.rotkaeppchen-mumm.de).



ROTKÄPPCHEN-MUMM

# Pressemitteilung

Leipzig, 02.04.2014

## **Marktposition weiter gestärkt – Innovationsoffensive gestartet**

**Die Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH, Freyburg (Unstrut), können für das abgelaufene Geschäftsjahr 2013 eine weitere Stärkung der Marktposition vermelden. Wie Christof Queisser (44), seit August 2013 neuer Vorsitzender der Geschäftsführung, im Rahmen der Bilanz-pressekonferenz in Leipzig mitteilte, ist der deutsche Sektmarktführer mit den erreichten Ergebnissen insgesamt zufrieden. Zudem präsentierte Queisser die Innovationen, die auf der ProWein vor wenigen Tagen in Düsseldorf dem Fachpublikum vorgestellt wurden.**

Im abgelaufenen Jahr 2013 sind insgesamt 234 Millionen Flaschen Sekt, Spirituosen und Wein abgesetzt worden. Das ist ein leichter – und in dieser Größenordnung auch geplanter – Absatzmengenrückgang von 6,4 Millionen Flaschen bzw. 2,7 Prozent. Der Umsatz lag im Jahr 2013 bei 823,1 Millionen Euro. Christof Queisser präsentierte erstmals gemeinsam mit seinen Vorstandskollegen Manfred Hilpert, Michael John und Ulrich Wiegel ein insgesamt zufriedenstellendes Ergebnis und stellte fest: „Die Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien haben 2013 ihre Marktpositionen in den Marktsegmenten Sekt, Spirituosen und Wein deutlich gestärkt und treten 2014 mit einer breiten Innovationsoffensive am Markt an.“

Der deutsche Sektmarktführer hat dabei in 2013 in einem für die Branche der alkoholischen Getränke herausfordernden Marktumfeld seine Marktanteile erneut ausbauen können. Im Fokus der Aktivitäten steht seit Anfang 2014 eine aufmerksamkeitsstarke Innovationsoffensive, deren prominentesten Vertreter die prickelnden Neuheiten „Rotkäppchen Fruchtsecco“ und „Jules Mumm Plus“ sind.

Bei detaillierter Betrachtung der Ergebnisse für das Geschäftsjahr 2013 lässt sich feststellen, dass der Bereich Sekt zwar leichte Verluste verzeichnet, jedoch in den Segmenten Spirituosen,

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

Wein und alkoholfrei erfreulich positive Ergebnisse erzielt wurden. Die Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien haben es als klarer Marktmarktführer erneut geschafft, ihren Marktanteil im Bereich Sekt weiter auszubauen. „Der nun erreichte Ausbau auf über 50 Prozent Marktanteil ist für uns alle ein erfreuliches Ergebnis, das zeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Die Entwicklung des letzten Jahres ist jedoch zugleich auch eine hohe Verantwortung, wir tun gut daran, mit diesem Erfolg bescheiden umzugehen und uns weiterhin für eine kontinuierliche und nachhaltige Entwicklung einzusetzen“, so Queisser in Leipzig.

Ein weiteres wichtiges Thema war für das Unternehmen im vergangenen Jahr nach Gunter Heises Wechsel auf die Position des Vorsitzenden des Beirats die Neustrukturierung der Geschäftsführung. „Der langfristig geplante und im letzten Jahr mit der Berufung von Christof Queisser konsequent eingeleitete Generationenwechsel in der Geschäftsführung des Unternehmens ist erfolgreich umgesetzt worden“, so Gunter Heise, der somit „optimistisch in die Zukunft unseres Traditionshauses“ blickt.

Für Manfred Hilpert, Geschäftsführer Marketing, Vertrieb und Logistik, sind die starken Marken des Hauses der Kern des Erfolgs, die in diesen Wochen mit neuen Varianten im Markt erscheinen werden. „Wir haben innerhalb weniger Wochen mit Jules Mumm Plus, Blanchet Perlé Secco und Rotkäppchen Fruchtsecco moderne, frische Varianten im Segment prickelnder Weinmischgetränke präsentiert. Das sind neue, aufregende und zeitgemäße Spezialitäten, die sicherlich viele Liebhaber von weinhaltigen Getränken begeistern werden“, sagte Hilpert in Leipzig und zeigt sich deshalb auch davon überzeugt, dass sich diese Neuheiten mittelfristig erfolgreich in einem sich stark entwickelnden Wachstumsmarkt positionieren werden.

Nach den intensiven finanziellen Aufwendungen an den fünf Unternehmensstandorten in den letzten Jahren ist laut Ulrich Wiegel, Geschäftsführer Produktion, Technik, Qualitätsmanagement und Einkauf auch in 2013 wieder ein Volumen von 5,4 Millionen Euro in die technische Infrastruktur investiert worden. „Diese Summe ist im Wesentlichen für nachhaltige Modernisierungsmaßnahmen in die Produktionsanlagen in Eltville, Nordhausen und Breisach sowie für die Finalisierung der aufwendigen Baumaßnahmen im Bereich Abfüllung, Sektreife- und Lagerhallen sowie Bürogebäude in Freyburg verwendet worden.“ Alle Standorte sind laut Wiegel damit auf „höchstem technologischen Niveau“ und für die anstehenden Aufgaben bestens vorbereitet. „Wir haben seit 2011 rund 47,2 Millionen Euro investiert – und werden uns auch weiterhin an allen Standorten zukunftsorientiert engagieren.“

Die den Generationenwechsel begleitende strategische Ausrichtung der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien beschreibt Michael John, Geschäftsführer Finanzen, Controlling, IT und





## ROTKÄPPCHEN - MUMM

Personal: „Wir stehen als kerngesundes mittelständisches Unternehmen in der Verantwortung, unsere erreichte Position als starker Marktführer langfristig und kontinuierlich zu stabilisieren. Den Fokus unserer Aktivitäten sehen wir zwar in Deutschland, wollen dabei in den nächsten Jahren aber auch schrittweise die Internationalisierung unserer unternehmerischen Aktivitäten weiter auf den Weg bringen.“ John betonte, dass für die Erschließung neuer Märkte ein langer Atem und Ausdauer notwendig sind. „Diese Ausdauer in Kombination mit einer tollen Mannschaft haben wir. Wir sind davon überzeugt, dass wir auf dem richtigen Kurs sind.“

### **Das Ergebnis der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH im Geschäftsjahr 2013 im Überblick:**

#### **Absatz:**

Für das Geschäftsjahr 2013 melden die Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien einen Absatz von insgesamt **234,0 Millionen Flaschen Sekt, Spirituosen und Wein** und weinhaltigen Getränken. (Vorjahr: 240,4 Millionen Flaschen). Das entspricht einem Minus von 6,4 Millionen Flaschen oder -2,7 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:

- **168,5 Millionen Flaschen Sekt**

(Vorjahr: 177,0 Millionen Flaschen Sekt) Das entspricht einem Minus von 8,5 Millionen Flaschen oder -4,8 Prozent.

- **43,9 Millionen Flaschen Spirituosen**

(Vorjahr: 43,6 Millionen Flaschen) Das entspricht einem Plus von 0,3 Millionen Flaschen oder 0,6 Prozent.

- **17,5 Millionen Flaschen Wein**

(Vorjahr: 16,4 Millionen Flaschen) Das entspricht einem Plus von 1,1 Millionen Flaschen oder 6,3 Prozent.



## ROTKÄPPCHEN-MUMM

- **4,1 Millionen Rotkäppchen Alkoholfrei**

(Vorjahr: 3,4 Millionen Flaschen) Das entspricht einem Plus von 0,7 Millionen Flaschen oder 22 Prozent.

### **Umsatz:**

Der Umsatz lag im Jahr 2013 bei **823,1 Millionen Euro** (Vorjahr: 855,6 Millionen Euro). Das entspricht einem Minus von 32,5 Millionen Euro oder -3,8 Prozent.

### **Marktanteil:**

Der nationale Marktanteil der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien im deutschen Sektmarkt wächst weiter auf nunmehr **51,2 Prozent** (Vorjahr: 49,6 Prozent).

### **Investitionen:**

Das technische Investitionsvolumen lag bei **5,4 Millionen Euro** (Vorjahr: 19,9 Millionen Euro).

### **Mitarbeiter:**

Die Zahl der festen **Mitarbeiter** lag im letzten Jahr bei **575**, davon **26 Auszubildende** (Vorjahr: 544 feste Mitarbeiter, davon 28 Auszubildende). Der Anstieg geschah wegen der Anpassung an die getätigten Investitionen, besonders in Freyburg und Eltville.



ROTKÄPPCHEN-MUMM

# Pressemitteilung

Nordhausen am Harz, 20.08.2013

Hugo kann jetzt mehr...4MORE!

**NEU SEIT SOMMER 2013 IM REGAL:**

**HUGO 4MORE – DER LIKÖR, DER IM SOMMER MEHR KANN**

**Die Mix-Spezialisten von Nordbrand Nordhausen präsentieren mit hugo 4more einen Likör mit 15 Prozent vol Alkohol, der im Sommer nicht nur die Kenner und Genießer des In-Getränks und Szene-Drinks „Hugo“ begeistern wird.**

Der beliebte „Hugo“ ist auch in diesem Sommer Trend und In-Getränk. Mit hugo 4more präsentiert Nordbrand Nordhausen jetzt eine aufregend-neue Variante des Kult-Drinks.

**hugo 4more** ist viel mehr als ein vorgemixter Cocktail. Er vereint vielmehr erstmalig die klassischen Komponenten des Hugos – Holunderblüte, Limette und Minze – in Form eines milden Likörs mit 15 Prozent vol Alkohol. Damit kann der frische **hugo 4more** ganz einfach sowohl mit Sekt, Prosecco oder Wasser gemischt werden – und ist natürlich auch für den puren Genuss, zum Beispiel auf Eis, bestens geeignet.

Zudem macht die leichte, frische Flaschenausstattung in auffallenden Grün-Akzenten Lust auf einen Genuss-Sommer, der ganz sicher noch mehr kann...

**hugo 4more** in der 0,5 Liter Flasche ist ab sofort im deutschen LEH erhältlich. Die unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers für

**hugo 4more** ist zirka 3,99 Euro.

Weitere Informationen im Internet: [www.nordbrand-nordhausen.de](http://www.nordbrand-nordhausen.de)

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](mailto:ulrich.ehmann@rotkaeppchen-mumm.de)

Matheus-Müller-Platz 1

65343 Eltville am Rhein

[www.rotkaeppchen-mumm.de](http://www.rotkaeppchen-mumm.de)



ROTKÄPPCHEN-MUMM

# Pressemitteilung

Leipzig, 02.04.2014

## **Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH: Das Jahr 2013 in Zahlen**

### **Erweiterte Geschäftsführung:**

#### **Christof Queisser**

Vorsitzender der Geschäftsführung

#### **Manfred Hilpert**

Geschäftsführer Marketing, Vertrieb und Logistik

#### **Michael John**

Geschäftsführer Finanzen, Controlling, IT und Personal

#### **Ulrich Wiegel**

Geschäftsführer Produktion, Technik, Qualitätsmanagement und Einkauf

#### **Dr. Jürgen Hornemann**

Direktor Zentrales Qualitätsmanagement

#### **Hannelore Jankowa**

Direktor Zentraleinkauf

#### **Peter O. Claußen**

Direktor Marketing

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

**Karl-Josef Lauzi**

Direktor Produktion

**Bettina Henning**

Direktor Personal

**Simone Bösel**

Direktor Finanzen/Controlling

**André Birrenbach**

Direktor IT

**Thomas Gierth**

Direktor Technik

**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:**

575 davon 26 Auszubildende

*(2012: 544 davon 28 Auszubildende)*



## ROTKÄPPCHEN-MUMM

### **Gesamtabsatz 2013 Sekt, Spirituosen, Wein:**

**234,0 Millionen Flaschen gesamt**, davon:

168,5 Millionen Flaschen Sekt

43,9 Millionen Flaschen Spirituosen

21,6 Millionen Flaschen Wein

*(2012: 240,4 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 2013 Sekt, Spirituosen, Wein**

**823,1 Millionen Euro** inkl. Sektsteuer und Branntweinsteuer, ohne MwSt.

*(2012: 855,6 Millionen Euro inkl. Sektsteuer und Branntweinsteuer, ohne MwSt.)*

### **Marktanteil im deutschen Sektmarkt 2013**

**51,2 Prozent**

*(2012: 49,6 Prozent)<sup>1</sup>*

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

**8,2 Prozent**

*(2012: 8,0 Prozent)<sup>1</sup>*

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



ROTKÄPPCHEN-MUMM

# Pressemitteilung

Leipzig, 02.04.2014

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.

**NEU seit Anfang 2014:** Jules Mumm Plus. Abwechslungsreich und bunt. Drei spannende, fruchtig-frische Sektmischgetränke im stylischen Flaschendesign vereinen fruchtig-spritzige Jules Mumm-Weine bester Herkunft mit natürlichen Fruchtnoten.

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 Weißburgunder Extra Trocken.** Die Prestigemarke des Hauses Rotkäppchen vereint 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.

**Rotkäppchen Flaschengärung mit neuem Rebsorten-Konzept** ab ProWein 2014. Aus hochwertigen Grundweinen komponieren die Kellermeister der Freyburger Rotkäppchen Sektkellerei einen vollendeten Genuss in den Sorten Rotkäppchen Riesling Trocken, Rotkäppchen Chardonnay Extra Trocken und der neue Rotkäppchen Spätburgunder Rosé 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.

**NEU ab ProWein 2014: Rotkäppchen Fruchtsecco.** Überraschend anders und fruchtig-leicht ist das Geschmackserlebnis der Neuheit Rotkäppchen Fruchtsecco. Ein prickelndes Weinmischgetränk in den Varianten Granatapfel, Erdbeere und Holunderblüte.

**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 Markenjuwel, 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.





## ROTKÄPPCHEN - MUMM

**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-klare Zinn 40 ist eine charaktervolle Spezialität aus Wein und Alkohol.

**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.

**NEU ab Februar 2014:** Blanchet Perlé Secco. Perlwein aus ausgewählten französischen Weinen mit leichten 9,5 % Volumenprozent. Unkonventionell und neu mit zeitgemäßen Auftritt überzeugt dieser französische Perlwein besonders als Apéritif.

**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.



ROTKÄPPCHEN-MUMM

# Pressemitteilung

Düsseldorf ProWein, 23.03.2014

Neues Konzept im Premium-Sekt-Segment

## **Rotkäppchen Sekt Flaschengärung jetzt in drei Rebsortenreinen Varianten**

**Die Premium-Sekt-Linie von Rotkäppchen, dem Flaggschiff des deutschen Sektmarktführers Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien, baut mit dem neuen Rebsortenkonzept, das auf der diesjährigen ProWein vorgestellt wird, konsequent auf dem bisherigen Erfolg von Rotkäppchen Sekt Flaschengärung Riesling Trocken auf. Neben dieser Variante umfasst das Flaschengärungs-Sortiment in Zukunft auch den neuen spritzigen Chardonnay Extra Trocken und den fruchtigen Spätburgunder Rosé Trocken. Für Händler und Gastronomen ist die Deklaration der Rebsorte ein relevanter Mehrwert und gleichzeitig ist sie für den Verbraucher ein einfaches Argument bei der Kaufentscheidung. Mit diesem neuen Konzept bereichern die Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien den Premium-Sekt-Markt.**

„Rotkäppchen Sekt Flaschengärung, gut erkennbar am schwarzen Etikett auf der bekannten Flasche mit der roten Kappe, ist die bedeutendste Sektmarke im Premium-Segment des LEH im Osten. Mit der Einführung des Konzeptes rebsortenreiner Varianten wird das Image der Marke Rotkäppchen weiter steigen“, erläutert Peter O. Claußen, Marketingdirektor der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH. „Die Nachfrage der Sorte Riesling Trocken, die ausschließlich aus Riesling-Weinen deutscher Anbaugebiete kreiert wird, hat sich in den vergangenen zehn Jahren verdoppelt. Auch für die neuen Sorten erwarten wir eine sehr positive Resonanz.“

„Die Einführung der Rebsorten-Varianten wird von einer reichweitenstarken Kampagne mit Aktivitäten in Funk, Print und Plakat begleitet und sorgt anfänglich für Aufmerksamkeit bei Sektgenießern aus den neuen Bundesländern“, so Tanja Rosenthal, Marketingmanagerin der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH.

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

„Tradition, Können und Kennerschaft. Das sind die entscheidenden Merkmale, die die Rotkäppchen Flaschengär-Sekte schon seit vielen Generationen auszeichnen. Die Premium-Varianten von Rotkäppchen reifen mindestens neun Monate unter optimalen klimatischen Bedingungen in der Rotkäppchen Sektkellerei in Freyburg (Unstrut) zu unnachahmlich feinperligen Sekten heran. Das Ergebnis dieses langen Reifeprozesses sind hochwertige Flaschengär-Sekte, die in ganz besonderen Momenten genossen oder gerne auch als hochwertiges Geschenk mitgebracht werden. Ein Naturkork krönt den Auftritt.“

### **Die neuen Sorten:**

Rotkäppchen Sekt Flaschengärung Chardonnay Extra Trocken, Nachfolger der Cuvée Extra-Trocken von Rotkäppchen, überzeugt mit zart-fruchtigem Charakter. Im Bukett findet sich neben einer elegant-ausbalancierten, buttrig-nussigen Note auch ein feiner Duft von Honigmelone. Die harmonische Säure verleiht dem spritzig-moussierenden Rotkäppchen Sekt Flaschengärung Chardonnay Extra Trocken einen einzigartigen, samtig-vollmundigen Geschmack.

Der apricotfarbene Rotkäppchen Sekt Flaschengärung **Spätburgunder Rosé Trocken** bezaubert mit einem frischen Bukett nach Beeren und Früchten. Neben Erdbeer- und Himbeernoten findet sich auch ein zarter Duft nach Kirsche wieder. Die langanhaltende, lebendige Perlage und der weiche Geschmack in Kombination mit der ausgewogen-eleganten Säure, machen die neueste Variante der Rotkäppchen Kellermeister zu einem Geschmackserlebnis der besonderen Art.

Weitere Informationen zur Rotkäppchen Sekt Flaschengärung und die beliebte Rotkäppchen Sektkellerei in Freyburg (Unstrut) finden Sie im Internet:

**[www.rotkaeppchen.de](http://www.rotkaeppchen.de)** und **[www.facebook.com/rotkaeppchen](https://www.facebook.com/rotkaeppchen)**



ROTKÄPPCHEN-MUMM

# Pressemitteilung

Düsseldorf ProWein, 23.03.2014

## Rotkäppchen mit Neuprodukt im Weinmischgetränke-Trendsegment **Neu und überraschend anders: Rotkäppchen Fruchtsecco**

**Der deutsche Sektmarktführer Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien, Freyburg (Unstrut) stellt auf der ProWein 2014 unter der Marke Rotkäppchen Fruchtsecco neue prickelnde Weinmischgetränke vor, mit denen dieses im Moment wachsende Marktsegment nachhaltig gestärkt wird. Überraschend anders und fruchtig-leicht ist das Geschmackserlebnis dieser Neuheit. Basierend auf der beliebten Weincuvée von Rotkäppchen Sekt, verfeinert mit Fruchtsaft und mit leichten acht Prozent vol. Alkohol wird Rotkäppchen Fruchtsecco in drei Varianten angeboten.**

„Mit der Kraft und Attraktivität der erfolgreichen Marke Rotkäppchen werden die drei neuen Rotkäppchen Fruchtsecco-Sorten – Granatapfel, Erdbeere und Holunderblüte – die Liebhaber fruchtig-leichter, prickelnder Getränke begeistern“, beschreibt Peter O. Claußen, Marketingdirektor der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien den großangelegten, aufmerksamkeitsstarken Produktlaunch. So anders wie der Geschmack ist auch der Auftritt der neuen Range. „Die eigenständige Flaschenform und der unkomplizierte, moderne, rote Kronkorken sind besonders einprägsam, während die Etikettengestaltung den Markenauftritt bei Sekt und Wein aufnimmt“, so Claußen. Mit den drei unterschiedlichen Geschmacksvarianten spricht Rotkäppchen Fruchtsecco sowohl Trendsetter als auch Liebhaber heimischer Früchte an.

Neue Wege gehen die Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien zudem bei der Präsentation ihrer Produktneuheit: „Mit Rotkäppchen Fruchtsecco wird sich die starke Marke Rotkäppchen auch im Auftritt „überraschend anders“ zeigen“, kündigt Marketing Managerin Tanja Rosenthal an. „Die im April startende nationale Markteinführung wird durch eine reichweitenstarke Kampagne unterstützt. Wir setzen auf TV-, Online- und Out-of-Home-Werbemaßnahmen, die für einen schnellen Bekanntheitsaufbau sorgen. Umfangreiche Produktverkostungen am POS

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

und auf Events werden die Konsumentinnen vom schmeckbaren Wettbewerbsvorteil überzeugen.“

Die unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers liegt für Rotkäppchen Fruchtsecco bei 3,99 Euro.

Weitere Informationen zu Rotkäppchen Fruchtsecco im Internet:

**[www.rotkaeppchen.de](http://www.rotkaeppchen.de)** und **[www.facebook.com/rotkaeppchen](https://www.facebook.com/rotkaeppchen)**

### **Das neue Rotkäppchen Fruchtsecco Sortiment im Überblick:**

#### **Rotkäppchen Fruchtsecco Granatapfel**

Die Powerfrucht Granatapfel vereint mit ausgesuchten Weinen und feinem Prickeln – ein fruchtig-herbes Geschmackserlebnis.

#### **Rotkäppchen Fruchtsecco Erdbeere**

Ein erfrischend-leichtes Bukett, ausgewogen kombiniert mit fruchtig-feinem Erdbeer-Geschmack versprechen sommerlichen Genuss.

#### **Rotkäppchen Fruchtsecco Holunderblüte**

Der elegant-prägnante Duft der Holunderblüte und die Frische des Limettensaftes ergeben den fruchtig-frischen Geschmack.