



ROTKÄPPCHEN-MUMM

Leipzig, 12.04.2016

Inhalt

Text: Ihre Gesprächspartner

Text: Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien 2015: Erfolgreiche Dachmarke
Rotkäppchen, Innovationen erobern Spitzenposition

Text: Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien 2015 in Zahlen

Text: Entwicklung der Marken in 2015

Text: Innovation im deutschen Markt: Rotkäppchen Fruchtsecco Four-Packs

Text: NEU von Jules Mumm Plus im Premiumsegment: Starke Trendvariante und
erstmalig alkoholfrei

Text: Jules Mumm im neuen Premium-Look

Text: NEU: Verkauft nach allen Regeln der Kunst. MUMM lanciert zweite Art-Edition
mit Alex Trochut

Text: NEU: Mumm Jahrgangsekt in Premiumqualität

Text: NEU ab sofort in Deutschland: Italienisches Lebensgefühl und lässige
Genussmomente mit Sprizzerò De Martin

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

- Text: Rotkäppchen International: Die rote Kappe bleibt ein Muss
- Text: Das Sortiment der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien im Überblick
- Bilder: Packshots Neuheiten



ROTKÄPPCHEN-MUMM

Leipzig, 12.04.2016

Ihre Gesprächspartner:

Christof Queisser

Vorsitzender der Geschäftsführung
Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH

Frank Albers

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

Manfred Hilpert

Geschäftsführer Marketing, Vertrieb und Logistik
Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH

Ulrich Wiegel

Geschäftsführer Produktion, Technik, Qualitätsmanagement und Einkauf
Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien 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

Leipzig, 12.04.2016

Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien 2015:

Erfolgreiche Dachmarke Rotkäppchen, Innovationen erobern Spitzenposition

Eine erfolgreiche Jahresbilanz, die weitere Stärkung der Marktposition, eine starke Dachmarke Rotkäppchen, der sichtbare Fortschritt der internationalen Aktivitäten und Akquisitionen mit Potenzial – diese Themen stehen im Mittelpunkt der Bilanz-Pressekonferenz der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH, Freyburg (Unstrut). „Wir erreichen mit unserer starken Dachmarke Rotkäppchen so viele Konsumenten wie nie zuvor. Der Gesamtabsatz des Unternehmens ist um 2,8 Prozent gewachsen. Das zeigt uns deutlich, dass wir auf dem richtigen Weg sind“ stellt Christof Queisser, Vorsitzender der Geschäftsführung der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien bei der Präsentation der Jahresergebnisse des deutschen Sektmarktführers in Leipzig fest.

Es sind zwei Zahlen, die den Erfolg der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien im Jahr 2015 besonders verdeutlichen: Das Absatzergebnis von insgesamt 253,0 Millionen Flaschen und der Gesamtumsatz von 911,9 Millionen Euro. In beiden Bereichen konnte somit ein erfreuliches Plus erreicht werden. Zudem wurde der Marktanteil im deutschen Sektmarkt auf mittlerweile 54,9 Prozent ausgebaut – vier Sektmarken des Hauses sind unter den Top 6 platziert. Klarer Marktführer ist Rotkäppchen, der erneut um 0,4 Prozent auf nunmehr 38,3 Prozent zulegen konnte. „Positiv zu betonen ist die Entwicklung unserer Marke Mumm, die ein starkes Absatzplus von 16,9 Prozent erreicht hat“, so Christof Queisser.

Besonders zufrieden zeigt sich Queisser bei der Betrachtung der jüngsten Ergebnisse von Rotkäppchen Fruchtsecco: Bereits ein Jahr nach der Markteinführung in 2014 wurde auch in der modernen, jungen Kategorie der Prickelnden Weinhaltigen Getränke die Marktführerschaft erreicht und im letzten Jahr erfolgreich ausgebaut.

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

Positive Entwicklungen sind auch im Bereich Spirituosen zu verzeichnen – 45,9 Millionen abgesetzter Flaschen bedeuten ein Plus von 2,4 Prozent. Damit hat sich die Neuausrichtung des Geschäftsbereichs Spirituosen bewährt.

Außerordentlich zufrieden zeigte sich Queisser in Leipzig bei der Präsentation der Ergebnisse der beiden Weinmarken des Hauses, Blanchet und Rotkäppchen Qualitätswein: Beide konnten deutlich wachsen. Insgesamt 19,2 Millionen abgesetzter Flaschen Wein bedeuten eine Ergebnisverbesserung im Vergleich zum Vorjahr um 1,3 Millionen Flaschen oder 7,5 Prozent.

Ein weiterer Schwerpunkt der Bilanz-Presskonferenz war die Darstellung der Akquisitionen des letzten Jahres. Erwähnenswert ist dabei, dass neben den Spirituosenmarken Fläminger Jagd, Feiner alter Asmussen, Balle Rum und Boddel Rum mit Sprizzerò de Martin seit November 2015 auch ein traditioneller Aperitivo-Premix zum Sortiment gehört. Mit der Übernahme der italienischen Marke Originale Sprizzerò de Martin – erlesene italienische Weine, sorgfältig ausgesuchte Kräuter und natürliche Aromen sind die Basis des seit 1934 in Norditalien streng gehüteten Familienrezeptes – haben die Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien ihr erfolgreiches und innovatives Markenportfolio mit einem Trendsetter ergänzt, dessen markante 0,25l-Dosen sich durch ein modernes, elegantes Design auszeichnen. „Mit Sprizzerò de Martin sprechen wir besonders trendbewusste Genießerinnen an, die eine moderne, urbane Trinkkultur mit italienischem Lifestyle schätzen“, so Christof Queisser.

Sichtbare Entwicklungen gibt es auch im Bereich der Internationalisierung der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien. Hier zeigt die Etablierung des Geschäftsbereichs International erste Wirkung. „Wir haben uns Ende letzten Jahres entschieden, mit Rotkäppchen Sekt in den tschechischen Markt einzutreten. Dabei setzen wir auf die Kraft unserer Dachmarke Rotkäppchen – und wissen zugleich, dass wir hier als Newcomer durchaus einen langen Atem bei der Erreichung unserer Ziele mitbringen müssen“, fasst Queisser zusammen.

Im Jahr 2015 gab es wieder bedeutende Investitionen in die technologische Infrastruktur des Unternehmens, rund 15 Millionen Euro wurden dazu verwendet. Als erstes deutsches Sekthaus installierten die Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien eine technologisch neue Entalkoholisierungsanlage. Auch in neues Equipment für Weinmischgetränke wurde am Standort Eltville am Rhein investiert.

Der Spirituosenstandort Nordhausen am Harz wurde als einer der leistungsstärksten Spirituosenhersteller Deutschlands nachhaltig positioniert. Die Investition in eine neue, energieeffiziente Maischekolonnen für feinste Korndestillate bedeutet die Sicherung der besten



ROTKÄPPCHEN-MUMM

Qualität und leistet einen wichtigen Beitrag für den Erhalt der über 500-jährigen Brenntradition in Nordhausen, von dem besonders für die starke Dachmarke Echter Nordhäuser profitiert.

Beim Ausblick auf das kommende Jahr zeigt sich Christof Queisser verhalten optimistisch. Mit den attraktiven Produktinnovationen, Akquisitionen und der Internationalisierung hat das Unternehmen seine gesunde Basis verbreitert. „Uns ist bewusst, dass wir uns in einem dynamischen Marktumfeld mit großen Herausforderungen bewegen, in dem wir uns immer wieder neu beweisen müssen. Wir sind auf dem richtigen Weg und mit unseren Innovationen am Puls der Zeit.“

www.rotkaeppchen-mumm.de



ROTKÄPPCHEN-MUMM

Leipzig, 12.04.2016

Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH **Das Jahr 2015 in Zahlen**

Geschäftsführung:

Christof Queisser

Vorsitzender der Geschäftsführung

Frank Albers

Geschäftsführer Finanzen, Controlling, IT und Personal

Manfred Hilpert

Geschäftsführer Marketing, Vertrieb und Logistik

Ulrich Wiegel

Geschäftsführer Produktion, Technik, Qualitätsmanagement und Einkauf

Standorte:

Freyburg (Unstrut) / Sachsen-Anhalt

Hochheim am Main / Hessen

Eltville am Rhein / Hessen

Breisach am Rhein / Baden-Württemberg

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

Nordhausen am Harz / Thüringen

Festangestellte Mitarbeiter:

608 davon 19 Auszubildende

(2014: 571 davon 22 Auszubildende)

Gesamtabsatz 2015 Sekt, Spirituosen, Wein:

253,0 Millionen Flaschen gesamt, davon:

166,5 Millionen Flaschen Sekt

45,9 Millionen Flaschen Spirituosen

19,0 Millionen Flaschen Wein

21,6 Millionen Flaschen Prickelnde Weinhaltige Getränke

(2014: 246,5 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 2015 Sekt, Spirituosen, Wein:

911,9 Millionen Euro inkl. Sektsteuer und Branntweinsteuer, ohne MwSt.

(2014: 897,2 Millionen Euro inkl. Sektsteuer und Branntweinsteuer, ohne MwSt.)



ROTKÄPPCHEN-MUMM

Marktanteil im deutschen Sektmarkt 2015

54,9 Prozent

(2014: 52,9 Prozent)¹

Marktanteil im Spirituosenmarkt des LEH in Deutschland 2015

8,8 Prozent

(2014: 8,0 Prozent)¹

¹ Quelle: Führendes Handelspanel



ROTKÄPPCHEN-MUMM

Pressemitteilung

Leipzig, 12.04.2016

Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH 2015: **Die Entwicklung der Geschäftsbereiche und Marken im Überblick**

Die starken Marken in den Bereichen Sekt, Spirituosen, Wein und Prickelnde Weinhaltige Getränke der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien verzeichnen zusammen – auch für das Geschäftsjahr 2015 – wieder das beste Absatz- und Umsatzergebnis seit dem Management-Buy-Out im Jahr 1993.

- **166,5 Millionen verkaufte Flaschen Sekt**
- **45,9 Millionen verkaufte Flaschen Spirituosen**
- **19,0 Millionen verkaufte Flaschen Wein**
- **21,6 Millionen verkaufte Flaschen Prickelnde Weinhaltige Getränke**
- **Gesamtabsatz: 253,0 Millionen Flaschen**
- **Gesamtumsatz: 911,9 Millionen Euro**

DER SEKT

Sekt, die Hauptsäule von „Deutschlands Haus aus Sekt, Spirituosen und Wein“ verzeichnet ein leichtes Minus. Dennoch ist die bereits sehr deutliche Marktführerschaft auf mittlerweile 54,9 Prozent Marktanteil im deutschen Sektmarkt weiter ausgebaut worden. Mit 166,5 Millionen Flaschen Sekt lag der Absatz um -500.000 Flaschen bzw. -0,3 Prozent geringfügig unter dem Vorjahresergebnis von 167,0 Millionen Flaschen.

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

ROTKÄPPCHEN SEKT

Mit einem Absatz von 114,0 Millionen Flaschen verzeichnet die Marke Rotkäppchen Sekt im Jahr 2015 ein leichtes Minus von -1,6 Prozent (Vorjahr: 115,9 Millionen Flaschen). Das entspricht einer Menge von -1,9 Millionen Flaschen. Festzuhalten gilt dennoch: Rotkäppchen Sekt hat seinen Marktanteil auf 38,3 Prozent erfolgreich ausgebaut (Vorjahr: 37,9 Prozent) und behauptet sich mit deutlichem Vorsprung als die stärkste Sektmarke im deutschen Markt.

MUMM

Für die Marke Mumm wird im Jahr 2015 ein Absatz von insgesamt 21,0 Millionen Flaschen (Vorjahr: 18,1 Millionen) gemeldet. Das entspricht einem starken Plus von 2,9 Millionen Flaschen oder 16,9 Prozent. Der Marktanteil der Marke Mumm ist 2015 auf 7,1 Prozent (Vorjahr: 5,6 Prozent) oder um 1,5 Prozentpunkte gestiegen.

JULES MUMM

Jules Mumm meldet einen Absatz von 10,4 Millionen Flaschen (Vorjahr: 11,5 Millionen Flaschen). Das entspricht einem Minus von 1,1 Millionen Flaschen oder -9,5 Prozent. Der Marktanteil von Jules Mumm geht in 2015 um 0,3 Prozent auf 3,3 Prozent (Vorjahr: 3,6 Prozent) zurück.

SUPÉRIEURE-MARKE GELDERMANN

Die Sektsorten der Geldermann Privatsektkellerei in Breisach am Rhein können für das Jahr 2015 ein konstantes Absatzergebnis von 2,7 Millionen Flaschen verzeichnen (Vorjahr: 2,7 Millionen Flaschen).

MM EXTRA

MM Extra ist nicht nur der „Sekt mit dem gewissen Extra“, sondern auch eine der bekanntesten deutschen Sektmarken. Für 2015 meldet die Marke ein leichtes Absatzminus um -2,0 Prozent oder minus 300.000 Flaschen auf insgesamt 17,6 Millionen Flaschen (Vorjahr: 17,9 Millionen Flaschen). Der Marktanteil von MM Extra konnte im Jahr 2015 auf 5,5 Prozent (Vorjahr: 5,2 Prozent) ausgebaut werden.



ROTKÄPPCHEN-MUMM

DIE SPIRITUOSEN

Das bekannte und traditionsreiche Spirituosenprogramm der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien überzeugt durch ein breites Sortiment für unterschiedliche Ansprüche. Im Folgenden werden die Kategorien „Weinbrand“, „Echter Nordhäuser“ und „Nordbrand Nordhausen“ in ihren Entwicklungen für das Jahr 2015 dargestellt. Insgesamt verzeichnet die tragende Unternehmenssäule „Spirituosen“ im letzten Jahr ein Ergebnis von 45,9 Millionen abgesetzter Flaschen. Dieses Plus von 1,1 Millionen Flaschen oder 2,4 Prozent ist ein positives Signal im komplexen, stark diversifizierten deutschen Gesamtmarkt.

WEINBRAND

Die bekanntesten Säulen der Kategorie „Weinbrand“ der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien sind die traditionsreichen Marken Chantré und Mariacron. In 2015 verzeichnen diese zusammengefasst ein Absatzminus von -0,3 Millionen Flaschen oder -1,8 Prozent. Im Ergebnis sind das 15,0 Millionen Flaschen (Vorjahr: 15,3 Millionen Flaschen).

DACHMARKE ECHTER NORDHÄUSER

Die erfolgreiche Traditionsmarke Echter Nordhäuser aus Nordhausen am Harz in Thüringen ist eine der stärksten deutschen Spirituosenmarken, die unter ihrem Markendach immer wieder attraktive Neuheiten vorstellt. In 2015 sind 9,0 Millionen Flaschen (Vorjahr: 8,9 Millionen Flaschen) abgesetzt worden, was einem Plus von 100.000 Flaschen oder 1,0 Prozent entspricht.

DACHMARKE NORDBRAND NORDHAUSEN

Klassisch und zugleich innovativ: Dafür steht Nordbrand Nordhausen. Insgesamt verzeichnet das Sortiment bei einem Absatz von 19,8 Millionen abgesetzter Flaschen (Vorjahr: 20,0 Millionen Flaschen) ein Minus von -0,2 Millionen Flaschen oder -1,0 Prozent.

DER MARKENWEIN



ROTKÄPPCHEN-MUMM

Im Markenweingeschäft können die Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien mit ihren starken Marken Blanchet und Rotkäppchen Qualitätswein in 2015 eine erfreulich positive Ergebnisentwicklung präsentieren. Insgesamt konnten 19,0 Millionen Flaschen Markenwein abgesetzt werden (Vorjahr: 17,9 Millionen Flaschen). Das entspricht einem Plus von 1,1 Millionen Flaschen oder 6,1 Prozent.

Rotkäppchen Qualitätswein kann mit 7,4 Millionen abgesetzter Flaschen (Vorjahr: 6,8 Millionen Flaschen) ein Plus von 0,6 Millionen Flaschen oder 8,8 Prozent aufweisen. Blanchet, die stärkste Marke des Hauses, verzeichnet ebenfalls einen Absatzgewinn von 5,4 Prozent oder 0,5 Millionen Flaschen. Im Ergebnis sind das insgesamt 11,7 Millionen abgesetzter Flaschen (Vorjahr: 11,1 Millionen Flaschen).

PRICKELNDE WEINHALTIGE GETRÄNKE

Zur definierten Kategorie „Prickelnde Weinhaltige Getränke“ zählen die Produkte Rotkäppchen Alkoholfrei, die Prickelnden Weinhaltigen Mischgetränke Rotkäppchen Fruchtsecco und Jules Mumm Plus sowie das Prickelnde Weinhaltige Getränk Blanchet Perlé Secco.

Insgesamt kann für diese Kategorie ein Absatz von 21,6 Millionen Flaschen (Vorjahr: 16,7 Millionen Flaschen) präsentiert werden. Davon entfallen 5,3 Millionen Flaschen auf Rotkäppchen Alkoholfrei (Vorjahr: 5,2 Millionen) und insgesamt 16,2 Millionen Flaschen auf Rotkäppchen Fruchtsecco, Jules Mumm Plus und Blanchet Perlé Secco (Vorjahr: 11,6 Millionen Flaschen). Das bedeutet ein Absatzplus von 4,6 Millionen Flaschen oder 40,4 Prozent.



ROTKÄPPCHEN-MUMM

Pressemitteilung

Leipzig, 12.04.2016

Innovation im deutschen Markt: Rotkäppchen Fruchtsecco Four-Packs

Rotkäppchen Fruchtsecco hat sich innerhalb von nur zwölf Monaten nach Markteintritt zum starken Marktführer im Segment der aromatisierten weinhaltigen Getränke entwickelt – und seine Marktposition weiter ausgebaut. Aktuell und zeitlich limitiert präsentieren die Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien, Freyburg (Unstrut), den attraktiven Rotkäppchen Fruchtsecco erstmals mit sortenreinen Four-Packs – perfekt geeignet für individuelle, unkomplizierte Outdoor-Konsumanlässe. Außerdem neu im Sortiment: Rotkäppchen Fruchtsecco Birne, eine fruchtig-feine Variante, die mit harmonisch-natürlichem Geschmack überzeugt.

„Die Birne ist eine bekannte und beliebte deutsche Frucht, die aufgrund ihrer Leichtigkeit und hellen Farbe unser beliebtes Rotkäppchen Fruchtsecco-Sortiment perfekt ergänzt“, so Cathrin Duppel, Leiterin Marketing für Sekt, Wein und Weinmischgetränke der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien. „Überraschend anders“ – so präsentiert sich die Marke Rotkäppchen Fruchtsecco seit Markteinführung im Jahr 2014: Wein, Prickeln und Fruchtsaft verschmelzen zu Geschmackskombinationen, die pur, auf Eis oder mit frischen Früchten begeistern.

Eine weitere Innovation im Markt sind die neuen, sortenreinen Rotkäppchen Fruchtsecco Four-Packs bestehend aus vier Kleinflaschen in den Varianten Granatapfel, Holunderblüte und Mango, die im deutschen Lebensmitteleinzelhandel, bei Getränkeabholmärkten und in Convenience Stores auf Displays ab März 2016 national erhältlich sein werden. „Mit den Four-Packs möchten wir die Marke Rotkäppchen Fruchtsecco als ideale Alternative zu Biermischgetränken und als fruchtig-leichten

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

Begleiter bei Grillpartys etablieren“, so Duppel. Angesprochen werden mit der attraktiven Gebindeform verstärkt junge, outdooraffine Konsumenten. Kommunikativ begleitet werden die Rotkäppchen Fruchtsecco-Neuheiten ab März 2016 von einer umfangreichen, nationalen 360-Grad Promotion, mit einer Abverkaufs-unterstützenden Funkkampagne, einer aufmerksamkeitsstarken TV-, Plakat- und Print-Kampagne sowie vielfältigen Produktkontakten und Zweitplatzierungen am POS und auf Events.

Die unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers für die Neuheit Rotkäppchen Fruchtsecco Birne in der 0,75l-Flasche liegt bei 3,99 Euro, in der 0,2l-Kleinflasche bei 1,39 Euro und für die Four-Packs mit 4x 0,2l-Kleinflaschen bei 4,99 Euro. Die Preisgestaltung ist alleinige Entscheidung des Handels.

LINKS:

www.rotkaeppchen.de und www.facebook.com/rotkaeppchen

DAS NEUE ROTKÄPPCHEN FRUCHTSECCO SORTIMENT IM ÜBERBLICK:

NEU: Rotkäppchen Fruchtsecco Birne: Die beliebte deutsche Fruchtsorte, verfeinert mit Birnensaft, überzeugt durch harmonisch-natürlichen und fruchtig-feinen Geschmack.

Rotkäppchen Fruchtsecco Mango: Die Trendsorte Mango, verfeinert mit Mangosaft, ist ein fruchtig-sanftes Geschmackserlebnis und holt den Sommer ins Glas.

Rotkäppchen Fruchtsecco Granatapfel: Die Powerfrucht für Trendsetter, verfeinert mit Granatapfelsaft, ist ein fruchtig-herber Genuss mit inspirierendem Geschmack nach mehr.

Rotkäppchen Fruchtsecco Erdbeere: Der Klassiker, verfeinert mit Erdbeersaft, bietet ein prickelndes, fruchtig-feines Erlebnis für die Liebhaber heimischer Früchte.

Rotkäppchen Fruchtsecco Holunderblüte: Die Sommerfrische für alle Jahreszeiten - verfeinert mit Limettensaft. Der fruchtig-frische Trinkgenuss für anspruchsvolle Genießer.



ROTKÄPPCHEN-MUMM

Pressemitteilung

Leipzig, 12.04.2016

Neu von Jules Mumm Plus im Premiumsegment:
Starke Trendvariante und erstmals Alkoholfrei

NEUE VARIANTEN JULES MUMM PLUS RASPBERRY MOJITO UND JULES MUMM PLUS HOLUNDERBLÜTE MINZE ALKOHOLFREI

Fruchtig. Frisch. Innovativ. Das ist der erfolgreiche Jules Mumm Plus. Die starke Nr. 1 der Premium-Weinmischgetränke startet jetzt mit zwei attraktiven Innovationen in das Frühjahr: Mit der besonders in der Szenegastronomie angesagten Geschmacksvariante Raspberry Mojito setzt Jules Mumm Plus ein deutliches Trend-Signal. Zudem wird die Range erstmals um eine alkoholfreie Variante erweitert: Jules Mumm Plus Holunderblüte Minze Alkoholfrei.

Jules Mumm Plus Raspberry Mojito vereint fruchtig-spritzige Jules Mumm Weine bester Herkunft mit Noten aromatischer Himbeere, frischer Minze und Limette. Perfekt ergänzt wird das einzigartige Geschmackserlebnis vom typisch-stylischen Jules Mumm Plus-Flaschendesign, das für hohe Aufmerksamkeit am POS sorgt. „Wir setzen mit Jules Mumm Plus Raspberry Mojito wieder ein deutliches Trend-Signal in diesem Frühjahr“, so Cathrin Duppel, Leiterin Marketing für Sekt, Wein und Weinmischgetränke der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien. „Die Variante ist momentan einer der beliebtesten Cocktails in der deutschen Szenegastronomie. Jules Mumm Plus macht dieses Geschmackserlebnis jetzt auch als unkompliziertes prickelndes Weinmischgetränk möglich.“

Ebenfalls neu in der Range: Jules Mumm Plus Holunderblüte Minze Alkoholfrei. „Mit Jules Mumm Plus stellen wir das erste alkoholfreie Weinmischgetränk im Premiumsegment vor“, betont Meike Schleicher, Product Managerin von Jules Mumm. Die Variante ist als willkommene Abwechslung für alle „Hugo“-Liebhaber positioniert und überzeugt mit duftenden Noten von Holunderblüten, frischer Minze und einem Hauch von Limette.

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

JULES MUMM PLUS – DIE SORTEN

NEU! - Jules Mumm Plus Raspberry Mojito

mit Noten aromatischer Himbeere, frischer Minze und Limette

NEU! - Jules Mumm Plus Holunderblüte Minze Alkoholfrei

mit dem lieblichen Geschmack von Holunderblüten, frischer Minze und einem Hauch von Limette - voller Geschmack, ohne Alkohol

Jules Mumm Plus Cranberry Holunderblüte

mit Noten fruchtig-herber Cranberries und duftend-lieblichen Holunderblüten

Jules Mumm Plus Holunderblüte Minze

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

Handel Inhalt: 0.75 Liter

UVP: 4.99 EUR

Gebinde: 6er Karton

Gastronomie Inhalt: 0.2 Liter

UVP: 1,99 EUR

Gebinde: 12er Karton

Die Preisgestaltung ist alleinige Entscheidung des Handels.

LINKS www.julesmumplus.de

ÜBER JULES MUMM PLUS

So fruchtig. So frisch. Und so viel mehr. Jules Mumm Plus vereint fruchtig-spritzige Weine bester Herkunft mit natürlichen Fruchtnoten. Jules Mumm Plus Raspberry Mojito ist aromatisch-frisch, Cranberry Holunderblüte fruchtig-herb und Holunderblüte Minze duftend-frisch. Die Innovation Holunderblüte Minze Alkoholfrei ist die perfekte Alternative mit vollem Geschmack.

Pressekontakt für Jules Mumm Plus:

BOLD COMMUNICATION & MARKETING GMBH | TORSTRASSE 68 |
10119 BERLIN KITTY SCHÄFER | KITTY.SCHAEFER@BOLDBERLIN.COM |
030 - 20 21 577 191



ROTKÄPPCHEN-MUMM

Pressemitteilung

Leipzig, 12.04.2016

Jules Mumm im neuen Premium-Look

Jules Mumm, der trendige Sekt aus dem traditionsreichen Haus Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH, wird ab März 2016 im neuen Premium-Look für noch mehr Aufmerksamkeit und Wertigkeit im Sektregal sorgen: Sowohl für das Jules Mumm Markenlogo als auch für die Ausstattung der Sektflaschen wurden neue Designs entwickelt.

Gold ist in: Diesem Trend entsprechend präsentiert sich Jules Mumm fortan mit einem stilvollen, ganz in Gold gehaltenem Markenlogo. Zudem erhalten die Sektflaschen der erfolgreichen Premiummarke ein elegantes Etikett. Das neue spritzig-lebendige Design mit besonders aufmerksamkeitsstarker Veredelung sorgt für hohe Visibilität im Regal. Auch wenn das Packaging in frischem Glanz erstrahlt, die prickelnde Vielfalt und der fruchtige Geschmack der unkonventionellsten Sektmarke Deutschlands bleiben erhalten. „Mit der neuen Optik wird jetzt der Premium- und Trendsetter-Charakter der Marke noch intensiver, noch deutlicher betont. Das Redesign unterstützt zudem die Wertigkeit und den Qualitätseindruck von Jules Mumm“, so Cathrin Duppel, Leiterin Marketing für Sekt, Wein und Weinmischgetränke der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien.

ÜBER JULES MUMM

Jules Mumm ist der unkonventionelle Sekt für junge Frauen aus dem traditionsreichen Haus Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH, Freyburg (Unstrut). 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 & Sweet.

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

LINKS www.julesmumm.de

Pressekontakt für Jules Mumm:

BOLD COMMUNICATION & MARKETING GMBH | TORSTRASSE 68 |
10119 BERLIN KITTY SCHÄFER | KITTY.SCHAEFER@BOLDBERLIN.COM |
030 - 20 21 577 191



ROTKÄPPCHEN-MUMM

Pressemitteilung

Leipzig, 12.04.2016

Neu: Verkaufen nach allen Regeln der Kunst

Mumm lanciert zweite Art-Edition mit Alex Trochut

Inspirierend wie ein Kunstwerk: Ab April 2016 sorgt die Premium-Sektmarke Mumm erneut für hohe Sichtbarkeit am POS und lanciert gemeinsam mit Alex Trochut die zweite Art-Edition. Orientiert an der Mumm-Welt kreierte der spanische Künstler ein Design, welches das lebendige Perlenspiel des eleganten Sekts und die Farbwelten der drei Sorten – Dry, Extra Dry, Rosé Dry – abstrahiert. Die Sonderedition ist auf drei Millionen Flaschen limitiert.

Die erste Mumm Art-Edition im vergangenen Jahr sorgte für einen Absatzwachstum von 27% im Aktionszeitraum*. Nach diesem fulminanten Auftakt geht das Kunstengagement der Premium-Sektmarke in die zweite Runde: Mumm konnte den renommierten Künstler Alex Trochut gewinnen, ein Design für die drei Sorten Dry, Extra Dry und Rosé Dry zu entwickeln. „Das Artwork ist sehr dynamisch, versprüht aber gleichzeitig eine gewisse Leichtigkeit. Ich habe mich nicht nur von der Optik und der Markengeschichte, sondern auch von dem Geschmack inspirieren lassen“, erklärt der Künstler. Seine expressiven Arbeiten bewegen sich zwischen Kunst und Design, zwischen Typografie und Illustration. Bekannt wurde der in New York und Barcelona lebende Trochut durch seine illustrative Typografie. Seine mehrfach prämierte und weltweit ausgestellte, digitale Malerei zierte bereits die Albumcover der Rolling Stones und Katy Perry.

„Die Edition 2015 hat unsere Erwartungen weit übertroffen“, erläutert Cathrin Duppel, Marketingleiterin der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien. „Trochuts Arbeiten sind dynamisch und kraftvoll. Seine Interpretation der Mumm-Welt hat uns sofort begeistert und wir freuen uns, gemeinsam mit ihm die zweite Mumm Art-Edition auf den Weg zu bringen.“

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

Neben dem außergewöhnlichen Flaschendesign sorgen attraktive Displays für einen prickelnden Auftritt im Handel und garantierte Aufmerksamkeit beim Konsumenten. Flankiert wird die Edition durch eine reichweitenstarke Print- und Onlinekampagne. Zudem plant die Marke umfassende PR-Maßnahmen sowie eine vernetzte Aktivierung der Social-Media-Kanäle. Der klassische TV-Spot setzt zusätzliche Impulse.

*Quelle: IRI, Feb.-Apr. 2014 vs. Feb.-Apr. 2015

Aktions-Zeitraum:	ab April 2016, nur solange der Vorrat reicht
Gebinde:	6 Flaschen je Karton / 114 Flaschen je Display
Inhalt:	0.75 Liter
UVP:	5.99 EUR (VKP liegt im Ermessen des Handels)

ÜBER MUMM

Mumm ist die weltoffene, inspirierende Marke der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien. Der frische, feinperlige Premium-Sekt steht für die besonderen Genussmomente im Leben. Sorgfältig ausgewählte Weine höchster Qualität verleihen Mumm Sekt seinen elegant-trockenen Charakter und machen ihn zu einem geschmacklichen Erlebnis – und das bereits seit 1922. Mumm lässt sich in den drei Varianten Mumm Dry, Mumm Extra Dry und Mumm Rosé Dry genießen. 2014 lancierte Mumm gemeinsam mit der Illustratorin Anja Kroencke die erste Mumm Künstler-Edition.

ÜBER ALEX TROCHUT

Alex Trochut wurde 1981 in Barcelona geboren. Er studierte Grafik Design an der renommierten Design Hochschule Elisava, Barcelona, bevor er sich als freier Illustrator selbstständig machte. Bereits seine Groß- und Urgroßeltern beschäftigten sich intensiv mit Typografie und entwickelten einige noch heute bekannte Schrifttypen. Beeinflusst wurde Trochut von renommierten Grafik Designern wie Milton Glaser, Paul Rand und Herb Lubalin, von Illustratoren wie Rick Griffin, der bekannt ist für seine psychedelischen Poster und Jim Philips, dem kreative Kopf hinter Santa Cruz Skateboards. Aber auch von Künstlern wie Dalí, Escher und Miró. Der Künstler beschreibt sich selbst als digitalen Handwerker, entwirft farbenfroh, organisch und üppig, entgegen des anhaltenden Trends zum Minimalismus. Sein Credo: More is more. Zu seinen Kunden gehören namhafte Magazine und Marken. Ausgestellt



ROTKÄPPCHEN-MUMM

wurden die Werke in Einzel- und Gruppenausstellungen in Peking, New York, London und Sydney.

LINKS

www.mumm-sekt.de

www.facebook.com/MummSekt

www.alextruchut.com

Pressekontakt für Mumm:

BOLD COMMUNICATION & MARKETING GMBH // TORSTRASSE 68 // 10119 BERLIN
ELLEN GRACE ALBERS// ELLEN.ALBERS@BOLDBERLIN.COM // 030 20 21 577 191



ROTKÄPPCHEN-MUMM

Pressemitteilung

Leipzig, 12.04.2016

Optionale Dachzeile

NEU: Mumm Jahrgangssekt in Premiumqualität Besonderer Genuss in neuem Glanz

Die moderne Premiumsektmarke Mumm wird ab August in neuem Glanz erscheinen: Der neue Mumm Jahrgangssekt besteht ausschließlich aus ausgesuchten Weinen eines Jahrgangs und präsentiert sich in eleganten Flaschen mit neuer edler Ausstattung. Hiermit unterstreicht Mumm, in der Verkaufsrangliste in Deutschland auf Platz drei und mit starkem Umsatzwachstum, seinen Premiumcharakter und langjährige Sekttradition.

Seit 1922 steht die Marke Mumm für sorgfältig komponierten Premiumsekt. „Das Konzept eines Jahrgangssektes für Mumm und das moderne, edle neue Flaschendesign hat die Verbraucher überzeugt“, schaut Cathrin Duppel, Marketingleiterin Sekt, Wein und weinhaltige Getränke der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien, zuversichtlich in die Zukunft. „Wie man Genuss neu entdeckt, das weiß Mumm seit jeher – und für den Mumm Jahrgangssekt werden nur ausgewählte Weine eines Jahrganges zu Sekt veredelt.“ Mumm Jahrgangssekt ist den Varianten Dry, Extra Dry und Rosé Dry ab August 2016 erhältlich.

Der neue Mumm Jahrgangssekt erscheint in edlem Premium-Design: neben geprägtem Schriftzug und goldenen Akzenten vermittelt vor Allem das neue Etikett mit abgerundeten Ecken den modernen, edlen Charakter. Farblich werden einflussreiche Designtrends aufgegriffen und mit Gold, Silber und Rosémetallic interpretiert. Der besondere Charakter und das moderne Genusserlebnis des Mumm Jahrgangssekts sind so schon im Regal für den Kunden unverwechselbar zu erkennen. Bei Tests empfanden die Befragten das Konzept eines Mumm Jahrgangsekts als modernes und originelles Angebot, das sie fasziniert, und verbanden das neue Design perfekt mit dem Premium-Charakter des Mumm Jahrgangssektes.

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

Mumm Jahrgangssekt ist ab August 2016 erhältlich. Die 0,75l Flasche der Sorten Mumm Dry Jahrgangssekt, Mumm Extra Dry Jahrgangssekt und Mumm Rosé Dry Jahrgangssekt liegt bei 5.99 EUR (VKP liegt im alleinigen Ermessen des Handels).

ÜBER MUMM

Mumm ist die weltoffene, inspirierende Marke der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH. Der frische, feinperlige Premium Sekt steht für die besonderen Genussmomente im Leben. Sorgfältig ausgewählte Weine höchster Qualität verleihen Mumm Sekt seinen elegant-trockenen Charakter und machen ihn zu einem geschmacklichen Erlebnis – und das bereits seit 1922.

LINKS

www.mumm-sekt.de

<https://www.facebook.com/MummSekt>

Pressekontakt für Mumm:

BOLD COMMUNICATION & MARKETING GMBH // TORSTRASSE 68 // 10119 BERLIN
ELLEN GRACE ALBERS// ELLEN.ALBERS@BOLDBERLIN.COM // 030 20 21 577 191



ROTKÄPPCHEN-MUMM

Pressemitteilung

Leipzig, 12.04.2016

NEU ab sofort in Deutschland:

Italienisches Lebensgefühl und lässige Genussmomente mit Sprizzerò de Martin

Innovativ und zugleich traditionsbewusst. Diese selbstbewusste Haltung zeichnet den jetzt endlich auch in Deutschland erhältlichen Sprizzerò De Martin aus. Der traditionelle Aperitivo-Premix in eleganten Designer-Dosen, der für das unverwechselbare lässig-italienische Lebensgefühl und für Stilsicherheit steht, hat mehr als nur eine starke Geschichte zu erzählen: Erlesene italienische Weine, sorgfältig ausgesuchte Kräuter und natürliche Aromen sind die Basis des seit 1934 in Norditalien streng gehüteten Familienrezeptes. Ab sofort ist das Trendgetränk – mit dem die Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien erstmals eine internationale Getränkespezialität in der Dose anbieten – in ganz Deutschland erhältlich.

Rückblick: 1934 kommt Edoardo De Martin nach Reisen, bei denen er unterschiedlichste gastronomische Erfahrungen sammelt, zurück in seine Heimat Cortina d'Ampezzo in Norditalien. Dort entwickelt er auf Basis eines tradierten, streng gehüteten Familienrezeptes einen außergewöhnlichen Aperitivo – den „Originale“. Heute begeistert der beliebte Sprizzerò besonders trendbewusste Genießerinnen, die eine moderne, urbane Trinkkultur mit italienischem Lifestyle schätzen.

Mit der Übernahme der italienischen Marke Sprizzerò De Martin im November 2015 ergänzen die Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien ihr erfolgreiches und innovatives Markenportfolio mit einem Trendsetter, dessen markante 0,25l-Dosen sich durch ein modernes, elegantes Design auszeichnen. Die Einführung von Sprizzerò in den drei angesagten Trend-Varianten **Classico**, **Hugo** und **Pink Grapefruit** erfolgt deutschlandweit konzentriert im Bereich Tankstelle und Kiosk.

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

www.sprizzero.com



ROTKÄPPCHEN-MUMM

Pressemitteilung

Leipzig, 12.04.2016

Rotkäppchen International: Die rote Kappe bleibt ein Muss

Rotkäppchen ist seit Jahren die stärkste und erfolgreichste Sektmarke Deutschlands. Von dieser starken Basis aus unternehmen die Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien, Freyburg (Unstrut) kontinuierlich die nächsten strategischen Schritte, neue globale Märkte nachhaltig zu erschließen. Dabei gilt immer konsequent ein Credo: Die rote Kappe bleibt ein Muss!

Erstmals wird auf der ProWein 2016 in Düsseldorf dem internationalen Fachpublikum eine speziell für internationale Märkte abgestimmte Ausstattung der berühmten und erfolgreichen Sektflaschen der Marke Rotkäppchen vorgestellt. Christof Queisser, Vorsitzender der Geschäftsführung der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien, beschreibt diese so: „Bei der Rotkäppchen Cuvée für die internationalen Märkte wird es keinerlei Änderungen geben. Wir setzen auch hier ganz bewusst auf unsere beliebten Qualitäten des Traditionssortiments aus europäischen Grundweinen.“ Leichte Anpassungen gibt es lediglich bei der Flaschenausstattung.

Die Farbgebung der Sektflaschen wie auch der Etiketten ist im Vergleich zur deutschen Ausstattung etwas dunkler und es wird ein Naturkork verwendet. Wenn es also in der Optik leichte Anpassungen an unterschiedliche Gewohnheiten und Erwartungshaltungen der Konsumenten bei europäischen Nachbarn gibt, ist für Queisser eines jedoch elementar bedeutend bei der nachhaltigen Entwicklung einer internationalen Range: Auch die internationalen Sektliebhaber können zukünftig die erfolgreiche deutsche Rotkäppchen-Qualität genießen.

Eine erste erfreuliche Zwischenbilanz meldet das 1856 gegründete Traditionshaus vom Ende 2015 erfolgten Eintritt in den tschechischen Markt. Hier wird erstmals großflächig die

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

internationale Strategie der leichten Modifikation in die Praxis umgesetzt. In Tschechien erhältlich sind neben der traditionellen Rotkäppchen Qualität auch die in Deutschland ebenfalls marktführenden alkoholfreien Varianten der Marke.



ROTKÄPPCHEN-MUMM

Pressemitteilung

Leipzig, 12.04.2016

Marken mit großer Tradition und innovativer Kraft

Das Sortiment der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien im Überblick

Ein reiches Sortiment traditionsreicher Marken und geschmackvoller 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.

Sekt, Prickelnde Weinhaltige Getränke und Alkoholfrei:

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.

NEU ab Sommer 2016: Mumm Jahrgangssekt. Der neue Mumm Jahrgangssekt besteht ausschließlich aus ausgesuchten Weinen eines Jahrgangs und präsentiert sich in eleganten Flaschen mit neuer edler Ausstattung

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

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

führt 2013 mit Jules Mumm Fruity eine fruchtig-milde Variante mit leichter Muskatnote ein, die zu den Geschmacksvorlieben der jungen Konsumentinnen sehr gut passt.

Jules Mumm Plus. Abwechslungsreich und bunt. Die Varianten Raspberry Mojito, Cranberry Holunderblüte, Açai, Holunderblüte Minze und Holunderblüte Minze Alkoholfrei dieser spannenden, fruchtig-frischen Prickelnden Weinhaltigen Mischgetränke im stylischen Flaschendesign vereinen fruchtig-spritzige Jules Mumm-Weine bester Herkunft mit natürlichen Fruchtnoten.

NEU: Mit der besonders in der Szenegastronomie angesagten Geschmacksvariante Raspberry Mojito setzt Jules Mumm Plus ein deutliches Trend-Signal. Zudem wird die Range erstmals um eine alkoholfreie Variante erweitert: Jules Mumm Plus **Holunderblüte Minze Alkoholfrei**.

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.

Rotkäppchen Flaschengärung mit Rebsorten-Konzept. Aus hochwertigen Grundweinen komponieren die Kellermeister der Freyburger Rotkäppchen Sektkellerei einen vollendeten Genuss in den Sorten Rotkäppchen Riesling Trocken, Rotkäppchen Chardonnay Extra Trocken und 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.

Rotkäppchen Fruchtsecco. Überraschend anders und fruchtig-leicht ist das Geschmackserlebnis von Rotkäppchen Fruchtsecco. Ein Prickelndes Weinhaltiges Mischgetränk in den Varianten Mango, Granatapfel, Erdbeere und Holunderblüte.

NEU: Rotkäppchen Fruchtsecco Birne und Four-Packs.

Rotkäppchen Alkoholfrei. Diese Spezialität ist die prickelnde Alternative im Sektglas für alle, die 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

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

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

Sprizzerò de Martin. Der traditionelle Aperitivo-Premix in eleganten Designer-Dosen, der für das unverwechselbare lässig-italienische Lebensgefühl und für Stilsicherheit steht.

Spirituosen:

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.

Fläminger Jagd. Der berühmte Kräuterlikör mit dem Fuchs auf dem Etikett. Ein Klassiker unter den Kräuterlikören.

Feiner alter Asmussen Original. Seit 1880 mit Echtem Jamaica-Rum der Inbegriff für feinsten Rumgenuss.

Boddel 40 und Balle Rum. Boddel 40 ist eine der traditionsreichsten Rum-Marken Norddeutschlands. Der milde Balle ist ein edler Rum aus der sonnigen Karibik.

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.

NEU: Chantré Cuvée Caramel. Hier vereint sich die typische Weichheit eines Chantré mit einer ausgeprägten Caramel-Note und einer dezenten Süße.

Mariacron. Seit 1894 werden beste Weine zu dem charaktervoll milden Weinbrand Mariacron veredelt. Seit über 30 Jahren einer der meistverkauften Weinbrände Deutschlands, verdankt Mariacron seinen Erfolg der traditionellen Herstellung, der hohen Kunst der Brennmeister sowie der einzigartigen Vermählung der Destillate.



ROTKÄPPCHEN - MUMM

Eckes Edelkirsch. Der sinnliche Genuss mit dem fruchtigen Geschmack und der charaktervoll-herben Note. Der tiefrote Eckes Edelkirsch verführt Genießerinnen und Genießer mit seiner sanften Geschmacksnote der sinnlichen Art. Eckes Edelkirsch überzeugt – pur, gemixt, zum Backen oder als Begleiter süßer Desserts.

Neu: Eckes Edle Birne. Die Aromafülle vollreifer Birnen in Verbindung mit einer fein abgestimmten fruchtig-herben Säure macht aus der Neuheit ECKES Edle Birne einen zeitgemäßen Fruchtlikör für die unterschiedlichsten Genussmomente.

Zinn 40. Fein destillierte, aromatische Spezialität, getreu einer alten Überlieferung aus Wein gebrannt. Zinn 40 verbindet in idealer Weise abgerundete Geschmacksnuancen mit dem vollmundigen Charakter des Weines.

Wein:

Rotkäppchen Qualitätsweine. Die sieben Qualitätsweine aus dem Hause Rotkäppchen bieten Weingenießern ein breites Sortiment von Weinen der beliebtesten deutschen Rebsorten – von Lieblich über Halbtrocken zu Trocken. 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.

Blanchet Perlé Secco. Perlwein aus ausgewählten französischen Weinen mit leichten 9,5 Volumenprozent. Unkonventionell und mit zeitgemäßem Auftritt überzeugt dieser französische Perlwein besonders als Apéritif.