Pressemitteilung

Breisach, 8.2.2018

Wahre Sektkultur mit stilvollem Auftritt: Geldermann stellt exklusive Gastronomie-Linie „Les Grands" vor

Im 180. Jahr seines Bestehens konzentriert sich Geldermann nach umfassendem Markenrelaunch nun voll auf sein Gastronomie-Sortiment. Mit der Präsentation von „Les Grands" zur ProWein bietet das Traditionshaus drei bewährte Premiumqualitäten in nobler Ausstattung speziell für die Bedürfnisse der gehobenen Gastronomie. Somit wird die Trennung zwischen dem On Trade- und LEH-Sortiment perfekt. Dabei tragen die eleganten und charakteristischen „Les Grands" Flaschen nicht nur inhaltlich, sondern auch auf dem Etikett die filigrane Handschrift von Chef de Cave Marc Gauchey.

„Der wichtigste Unterschied zu unserer LEH-Linie ‚Les Premiers' ist die doppelt so lange Reifezeit und somit der besonders harmonische, vollmundige Charakter von ‚Les Grands'", erklärt Gauchey, der seit 1991 als Kellermeister die Seele Geldermanns in Flaschen bringt. Von der Abfüllung bis zur Auslieferung haben die Sorten Grand Brut, Grand Rosé und Carte Blanche zwei Jahre in den über 600 Jahre alten Kellern im Breisacher Schlossberg verbracht, wo sie in traditioneller Flaschengärung bei idealen Bedingungen reifen.

Erlesene Cuvées, edle Optik

Der Grand Brut verdankt seinen ausgewogenen Geschmack ausgewählten Weinen der Rebsorten Pineau de Loire, Chardonnay und Pinot Noir. Der Spitzensekt überzeugt anspruchsvolle Genießer mit frischen Aromen und feinen Gebäcknoten. Der Grand Rosé vereint Pineau de Loire, Chardonnay, Pinot Noir und Ugni Blanc zu einem facettenreichen Schaumwein mit fruchtigem Waldbeerenaroma und fein eingebundener Säure. Bei Carte Blanche bietet ebenfalls eine Komposition aus Pineau de Loire, Chardonnay, Pinot Noir und

Geldermann | Pressekontakt: Marie Therese Heiser, Gourmet Connection GmbH

Telefon: +49 69 2578128-19
Fax: + 49 69 2578128-11
m.heiser@gourmet.connection.de

Münchener Straße 45
60329 Frankfurt
www.gourmet-connection.de

ROTKÄPPCHEN-MUMM

Ugni Blanc ein besonders elegantes Geschmackserlebnis mit seiner belebenden Perlage und Noten von weißen Früchten wie Birne und Pfirsich.

Optisch grenzt sich die neue Premium-Linie klar vom bestehenden Sortiment ab. Das luxuriöse Etikettenpapier mit Seidenhaptik und Goldfolien-Veredelung trägt ganz wortwörtlich die Handschrift Marc Gaucheys: Der gebürtige Elsässer hat die Namen seiner Kreationen für die Etikettengestaltung mit der Hand niedergeschrieben. Damit unterstreicht der Chef de Cave den besonderen Stellenwert, den „Les Grands" für ihn haben. Ebenso wie das Etikett ist auch die Halsschleife, die das Gründungsjahr 1838 in der Nähe von Reims zeigt, in zartem Silber, Gold oder Rosé gehalten und sorgt so für klare Sortenerkennbarkeit. Die edel geprägte Kapselstruktur schimmert dezent in tief dunklem Geldermann-Blau, eine Hommage an die französischen Wurzeln der Marke.

Wahre Sektkultur

Der Markenclaim „Wahre Sektkultur seit 1838" beinhaltet nicht nur den Anspruch an traditionelle Herstellung in höchster Qualität, sondern spielt auch auf den damit verbundenen Genuss zu allen Gelegenheiten an. Mit Geldermann „Les Grands" soll das Glas Sekt als klassischer Aperitif wieder neu an Bedeutung gewinnen. Zusätzlich sind die charakterstarken Sorten als Speisenbegleiter während eines kompletten Menüs eine prickelnde Alternative von besonderem Reiz.

Kundenwünsche im Fokus

„Durch die Sortimentstrennung werden wir den spezifischen Bedürfnissen und Ansprüchen unserer unterschiedlichen Kundengruppen noch besser gerecht", erklärt Cathrin Duppel, Marketingleiterin von Rotkäppchen-Mumm. „Schließlich wollen wir nach umfangreichen Investitionen in Sortiment, Standort und unsere Markenerlebniswelt in Breisach, wo deutsch-französische Sektkultur lebendig wird, auch weiterhin neue Impulse im Premium-Sektsegment setzen."

Geldermann | Pressekontakt: Marie Therese Heiser, Gourmet Connection GmbH

Telefon: +49 69 2578128-19
Fax: + 49 69 2578128-11
m.heiser@gourmet.connection.de

Münchener Straße 45
60329 Frankfurt
www.gourmet-connection.de

ROTKÄPPCHEN-MUMM

Zielgruppenorientierte Marketing-Unterstützung geplant

Das „Les Grands"-Sortiment wird von einer Vielzahl abverkaufsunterstützender Maßnahmen begleitet: Attraktive Materialien für den Point of Consumption für Präsentation, Ausschank und Verkauf werden entwickelt, maßgeschneiderte Kundenbetreuung und eine aufmerksamkeitsstarke Launchkampagne zur ProWein sind nur einige der Schritte, die Geldermann zur perfekten Positionierung der Marke im Premiumsegment unternimmt.

Strategisch sollen neben der erfolgreichen Weiterführung des Geschäfts mit Bestandskunden durch das exklusive Sortiment auch weitere Kundenpotentiale erschlossen werden, in der gehobenen Gastronomie ebenso wie in Bars mit entsprechender Klientel.

Alle Sorten „Les Grands" sind in der Gastronomie und im Fachhandel in 0,75 Liter und 1,5 Liter erhältlich. 3 Liter gibt es in der Variante Grand Brut, Carte Blanche auch in der 0,2 Liter Kleinflasche.

Wir bitten Sie, diese Information bis einschließlich 20. März 2018 nur im Rahmen einer Berichterstattung mit Bezug auf die Prowein zu nutzen.

Weitere Informationen unter www.geldermann.de

Über Geldermann:

Geldermann ist eine Marke aus dem Portfolio der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH, Freyburg (Unstrut). Seit 1838 steht die Geldermann Privatsektkellerei für deutsche Sektkultur mit französischem Erbe, die Erzeugnisse reifen im eigenen Sektkeller in Breisach am Rhein in traditioneller Flaschengärung. Im Jahr 2017 verwirklichte Geldermann einen umfassenden Relaunch, der der Marke den Weg für die Zukunft geebnet hat. Seit Mai 2017 sind die Sorten Classique Sec, Rosé Sec und Brut in neuem Design im Lebensmitteleinzelhandel erhältlich,

Geldermann | Pressekontakt: Marie Therese Heiser, Gourmet Connection GmbH

Telefon: +49 69 2578128-19
Fax: + 49 69 2578128-11
m.heiser@gourmet.connection.de

Münchener Straße 45
60329 Frankfurt
www.gourmet-connection.de

ROTKÄPPCHEN-MUMM

seit 2018 ergänzen die On-Trade-Sorten Les Grands Carte Blanche, Grand Brut und Grand Rosé das Produktportfolio. Die Geldermann Privatsektkellerei gehört seit 2003 zum Premiumsegment der Rotkäppchen Mumm Sektkellereien Gmbh.

Foto: Die Geldermann-Linie „Les Grands"

Geldermann | Pressekontakt: Marie Therese Heiser, Gourmet Connection GmbH

Telefon: +49 69 2578128-19
Fax: + 49 69 2578128-11
m.heiser@gourmet.connection.de

Münchener Straße 45
60329 Frankfurt
www.gourmet-connection.de

ROTKÄPPCHEN-MUMM

Pressemitteilung

Eltville, im Februar 2018

Inspirierender Genuss nach allen Regeln der Kunst

Mumm präsentiert die vierte Art-Edition mit dem Künstler Daniel Egnéus

Dynamisch wie das Leben: Zusammen mit dem Kosmopoliten und Illustrator Daniel Egnéus schreibt die weltoffene, inspirierende Sektmarke Mumm eine Erfolgsgeschichte fort und lanciert die bereits vierte Mumm Art-Edition. Egnéus interpretierte den Moment des Einschenkens mit kraftvoll fließenden Gesten und abstrakten Aquarellen und kreierte ein lebendiges Design für jede der drei Mumm Sorten. Der Künstler ist bekannt für seine expressive Bildsprache und detailreichen Tusche-Zeichnungen sowie durch Kooperationen mit namhaften Unternehmen wie Audi, BMW und Häagen Dasz. Seine Werke wurden mehrfach ausgezeichnet. Die limitierte Art-Edition ist ab März 2018 im Handel erhältlich.

„Genussmomente faszinieren mich. Was macht sie aus? Worin liegt ihre Essenz? Der Augenblick des Einschenkens ist für mich etwas Besonderes, der alle Sinne anspricht und gleichsam kraftvoll ist. Ihn zeichnerisch zu ergründen war mein Ansporn", erklärt der Künstler. Er griff zu Pinsel und feinen Pigmenten und kreierte für jede der drei Mumm Sorten ein opulentes Design samt edler Farbinterpretation. Egnéus ist in Europa zu Hause, lebte u.a. in Prag, London, Berlin, Mailand und Athen. Seine Arbeiten sind Ausdruck des reichen, farbenfrohen Stadtlebens. Sie wirken klar und dynamisch, gleichzeitig verträumt. Sie besitzen eine faszinierende Tiefe. Die preisgekrönten Zeichnungen und Aquarelle illustrierten unzählige Bücher sowie Artikel der internationalen Presse (Time Magazine, Marie Claire, Playboy, Süddeutsche Zeitung).

„Die Mumm Art-Edition ist ein großer Erfolg. Wir freuen uns jedes Jahr auf diese besondere Inszenierung. Sich auf die Arbeitsweise und den Stil des Künstlers einzulassen ist bereichernd und inspirierend zugleich. Mit Daniel Egnéus beschreiten wir neue Wege und bringen Ende April, zum Gallery Weekend, den Mumm Pop-up Store in die Hauptstadt. Direkt

Mumm | Pressekontakt: Timo Ziegler, BOLD COMMUNICATION & MARKETING GMBH

Telefon: +49 (0)30 20 21 577-194
timo.ziegler@boldberlin.com

Torstraße 68
D-10119 Berlin
www.boldberlin.com

ROTKÄPPCHEN-MUMM

am Potsdamer Platz erwartet die Besucher ein außergewöhnliches Kunst- und Genuss-Erlebnis" erläutert Cathrin Duppel, Marketingleiterin der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien.

Vom Atelier ins Stadtbild: Neben der Mumm-Bar mit zahlreichen Drink-Optionen bietet der Store exklusive Workshops zum Mitmachen an. In der Mumm Foto-Box werden die Besucher selbst zum Kunstwerk. Daniel Egnéus gestaltet einen exklusiven Foto-Filter. So entstehen in der Mumm Foto-Box individuelle Aquarell-Portraits, die auf eine überdimensionale Leinwand gebracht werden. Offline & online: Die beteiligten Personen können das Motiv in sozialen Netzwerken oder als Postkarte mit ihren Liebsten teilen.

Aktions-Zeitraum:	ab März 2018, nur solange der Vorrat reicht
Inhalt:	0.75 Liter
UVP:	5.99 EUR (VKP liegt im Ermessen des Handels)

Über Mumm
Mumm ist die weltoffene, inspirierende Marke aus dem Portfolio der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH, Freyburg (Unstrut). 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 vier Varianten Mumm Dry, Mumm Extra Dry, Mumm Rosé Dry und Mumm Dry Alkoholfrei genießen. Seit 2014 lanciert die Sektmarke jährlich eine Art-Edition mit namhaften Künstlern wie Anja Kroencke, Alex Trochut und Kustaa Saksi.

Über Daniel Egnéus
Der 1972 geborene Illustrator Daniel Egnéus verbrachte die letzten 20 Jahre in europäischen Großstädten wie Prag, London, Berlin, Bologna, Rom und Mailand. Sein Werk ist geprägt vom bunten städtischen Treiben, das ihm die Inspiration für seine ausdrucksstarken Aquarelle liefert. Egnéus begreift das alltägliche Leben und die Kunst als unzertrennliches Ganzes und interpretiert das urbane Lebensgefühl mit kräftigen Farben und schwungvollen Gesten. Seine Arbeiten wurden mehrfach ausgezeichnet, zudem veröffentlichte der Autodidakt zahlreiche Bücher und kollaborierte mit namhaften Autoren und Unternehmen (u.a. Audi, BMW, Häagen Dasz, Pepsi, o2, National Theater of Greek und Greek National Opera).

Mumm | Pressekontakt: Timo Ziegler, BOLD COMMUNICATION & MARKETING GMBH

Telefon: +49 (0)30 20 21 577-194
timo.ziegler@boldberlin.com

Torstraße 68
D-10119 Berlin
www.boldberlin.com

ROTKÄPPCHEN-MUMM

LINKS

www.mumm-sekt.de
https://www.facebook.com/MummSekt
https://www.instagram.com/mummsekt/

http://danielegneus.com/
https://www.facebook.com/daniel.egneus
https://www.instagram.com/danielegneus/

* Rotkäppchen-Mumm Shopperstudie Schaumwein 2016/17

Foto:

Mumm | Pressekontakt: Timo Ziegler, BOLD COMMUNICATION & MARKETING GMBH

Telefon: +49 (0)30 20 21 577-194
timo.ziegler@boldberlin.com

Torstraße 68
D-10119 Berlin
www.boldberlin.com

ROTKÄPPCHEN-MUMM

Pressemitteilung

Eltville am Rhein, Februar 2018

Anschnallen für Zusatzabsätze
Jules Mumm launcht Fashion Edition mit Marina Hoermanseder

Ein wahrer Hingucker im Regal: Gemeinsam mit der Mode-Designerin Marina Hoermanseder präsentiert die unkonventionelle Sektmarke Jules Mumm die Fashion Edition 2018. Hoermanseder kreierte für jede der vier Sorten ein aufregendes Gewand, das die Flaschen mit farblich passenden Schnallen umhüllt – ihrem Markenzeichen. Selbst Stars wie Lady Gaga und Rihanna sind begeisterte Träger ihrer Mode und wurden schon öfter in einer ihrer Kreationen gesehen. Auch Lama Jules, der rosane Markenbotschafter, ist Feuer und Flamme: „Anschnallen, hier kommt die Jules Mumm Fashion Edition." Die limitierte Jules Mumm Fashion Edition ist ab Juni im Handel erhältlich.

„Ich bin begeistert von Jules Mumm und der Möglichkeit einer exklusiven Zusammenarbeit. Und dem Charme des rosa Lamas konnte ich einfach nicht widerstehen. Jules Mumm steht wie mein Label für feminine Eleganz. Gleichzeitig verbindet uns der Mut, die Dinge einfach mal anders zu machen. Meine Markenzeichen ‚Ledergürtel und Schnallen' habe ich für Jules Mumm mit metallischen Effekten und in 3D Optik neu interpretiert", so Marina Hoermanseder. Die junge Designerin entwickelte für alle vier Sorten ein individuelles Farbkonzept und sorgt damit für hohe Aufmerksamkeit am POS.

„Die erste Jules Mumm Fashion Edition in 2016 war ein großer Erfolg. Wir hatten extrem positives Verbraucherfeedback. Daher stand die Entwicklung einer neuen Fashion-Edition außer Frage. Marina Hoermanseder passt mit ihrem atemberaubenden Stil und ihrer ausgelassenen Persönlichkeit perfekt zu Jules Mumm", so Cathrin Duppel, Marketingleiterin Rotkäppchen-Mumm.

Ein umfassendes Vermarktungspaket: Stilvolle Flaschendesigns, Displays, Umkartons sowie attraktive Deko-Pakete sorgen für einen aufmerksamkeitsstarken Auftritt im Handel. TV, Print, Online, Social Media, Event und PR - auch die weiteren Maßnahmen stehen ganz im Zeichen der Fashion-Edition.

AKTIONSZEITRAUM: ab Juni, nur solange der Vorrat reicht

PRESS CONTACT

BOLD **COMMUNICATION & MARKETING GMBH** | TORSTRASSE 68 | 10119 BERLIN
ANTONIA MENSLIN | ANTONIA.MENSLIN@BOLDBERLIN.COM | 030 - 20 21 577 199

INHALT:	0.75 Liter
UVP:	4.99 EUR
GEBINDE:	6 Flaschen je Karton / 114er 3fach Mix Display
LINKS:	http://www.julesmumm.de/ https://www.instagram.com/julesmummsekt/ https://www.facebook.com/julesmumm/

ÜBER JULES MUMM

Jules Mumm ist der unkonventionelle Sekt aus dem Hause Rotkäppchen-Mumm Freyburg (Unstrut), der mehr Erlebnisse in den Alltag bringt. Das Erfolgsgeheimnis der Trend- und Lifestyle-Marke liegt im fruchtig-frischen Geschmack und stilvollen Auftritt. Jules Mumm gibt es in vier Geschmacksrichtungen: Jules Mumm Dry, Jules Mumm Medium Dry, Jules Mumm Rosé Dry und Jules Mumm Fruity & Sweet.

ÜBER MARINA HOERMANSEDER

Das Berliner Modelabel Marina Hoermanseder wurde im Jahr 2013 von der gleichnamigen Designerin gegründet. Ihre Designs repräsentieren einen kühnen Individualismus, der handwerkliche Raffinesse mit exzentrischen, aber eleganten Designs verbindet. Progressive Schnitte und scharfe Kontraste: Marina Hoermanseder spielt mit der Schönheit des Unkonventionellen. Mit schlanken Silhouetten und subtilen Details wie Lederriemen, glänzenden Schnallen, Raffungen und Nieten schafft sie ein Wechselspiel zwischen Avantgarde und Prêt-à-porter, Leidenschaft und Handwerk. Seit 2014 ist das Label fester Bestandteil der Berliner Modewoche.

PRESS CONTACT

BOLD **COMMUNICATION & MARKETING GMBH** | TORSTRASSE 68 | 10119 BERLIN
ANTONIA MENSLIN | ANTONIA.MENSLIN@BOLDBERLIN.COM | 030 - 20 21 577 199

Pressemitteilung

Freyburg (Unstrut), 23. Februar 2018

Ausbau des erfolgreichen Fruchtsecco-Sortimentes
Neu: Rotkäppchen Fruchtsecco Alkoholfrei und die Frucht des Jahres 2018 – Rotkäppchen Fruchtsecco Honigmelone

Es bleibt fruchtig: Deutschlands erfolgreichste Sektmarke Rotkäppchen erweitert ihr beliebtes Fruchtsecco-Sortiment zum Frühjahr 2018 um neue Innovationen und Geschmacksrichtungen. Mit zwei beliebten Sorten in einer alkoholfreien Variante und der Honigmelone als Frucht des Jahres 2018 verstärkt das Unternehmen die Präsenz am deutschen Markt.

Prickelnd, fruchtig, frisch und vielversprechend:
Die Newcomer in der Fruchtsecco-Familie

Für alle die, die es fruchtig und prickelnd lieben, aber sich bewusst entscheiden auf Alkohol zu verzichten, gibt es jetzt die perfekte Antwort: **Rotkäppchen Fruchtsecco Granatapfel Alkoholfrei** und **Rotkäppchen Fruchtsecco Mango Alkoholfrei**. Mit den beiden Neuheiten setzt das Unternehmen auf einen Wachstumsmarkt: Alkoholfrei ist das im deutschen Sektmarkt am stärksten wachsende Segment und bereits heute stammt fast jede zweite verkaufte Flasche von Rotkäppchen. Zur Herstellung der neuen Varianten wird ein deutschlandweit einzigartiges, sehr schonendes Entalkoholisierungsverfahren angewendet, das die charakteristischen Fruchtsecco-Aromen erhält. Das Ergebnis: Zwei fruchtig-prickelnde, alkoholfreie Geschmacksrichtungen ohne Kompromisse und in bewährter Rotkäppchen Qualität.

Mit dem Konzept „Frucht des Jahres“ sorgt Rotkäppchen Fruchtsecco jedes Jahr für neue, frische Impulse am deutschen Markt und bedient die gesteigerte Nachfrage nach Neuheiten und Vielfalt. Nachdem im vergangenen Jahr die Himbeere die Kunden begeisterte, präsentieren die Freyburger mit **Rotkäppchen Fruchtsecco Honigmelone** nun eine neue, erfolgsversprechende Geschmacksrichtung als Frucht des Jahres 2018: Die goldgelbe Farbe gepaart mit dem prickelnden Geschmackserlebnis des beliebten Rotkäppchen Weincuvées, das auf den feinen Geschmack reifer Honigmelonen trifft, macht den neuen Fruchtsecco zum perfekten Sommergetränk.

Rotkäppchen | Pressekontakt: Alexander Hein, Rasch PR-Manufaktur

Telefon: +49 40 87 87 919-11
alexander.hein@pr-manufaktur.de

Rödingsmarkt 52
D-20459 Hamburg
www.pr-manufaktur.de

ROTKÄPPCHEN-MUMM

Rotkäppchen Fruchtsecco: Die Erfolgsgeschichte im Handel wird fortgesetzt

„Mit der Erweiterung unseres Portfolios um alkoholfreie Varianten und der Fortsetzung des erfolgreichen Frucht des Jahres-Konzeptes wollen wir unsere Position in dem sehr wichtigen Markt der Schaumwein-Mixgetränke weiter ausbauen“, erklärt Cathrin Duppel, Marketingleiterin der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien. „Gleichzeitig festigen wir die Rotkäppchen-Markenbindung in der Zielgruppe.“

Mit dieser klaren Sortimentsstrategie und einem starken POS-Auftritt ab Frühjahr 2018 schreibt Rotkäppchen die Erfolgsgeschichte der sommerlichen Fruchtsecco fort. Die neuen attraktiven Varianten sind, wie das bereits bestehende Portfolio, auch als „To-Go“-Version (0,2 Liter) erhältlich.

Neue Produkte

- Rotkäppchen Fruchtsecco Mango Alkoholfrei
- Rotkäppchen Fruchtsecco Granatapfel Alkoholfrei
- Rotkäppchen Fruchtsecco Honigmelone / Frucht des Jahres 2018
- Alle erhältlich in 0,2 und 0,75 Liter-Flaschen

Aktionszeitraum

- ab Frühjahr 2018
- bundesweit

Vom 18. bis 20. März wird Rotkäppchen sein neues Fruchtsecco-Portfolio auf der ProWein in Düsseldorf präsentieren. Treffen Sie uns in Halle 13 an Stand A20.

Über Rotkäppchen:
Rotkäppchen ist eine Marke aus dem Portfolio der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH, Freyburg (Unstrut) und die erfolgreichste Sektmarke in Deutschland. Seit 1856 steht die traditionsreiche Rotkäppchen Sektkellerei für höchste Qualität und vollendeten Sektgenuss. Mit viel Erfahrung und Liebe werden Sekte und Weine bester Qualität kreiert. Das Produktportfolio umfasst das vielfältige Traditionssortiment, die elegante Flaschengärung, das fruchtige Weinmischgetränk Fruchtsecco, Qualitätsweine sowie Rotkäppchen Alkoholfrei und Fruchtsecco Alkoholfrei. Rotkäppchen ist die offene und bodenständige Marke für jedermann und steht im Leben vieler Menschen für die besonderen Augenblicke. Sie tragen dazu bei, dass aus schönen Situationen erinnerungswürdige Momente werden. www.rotkaeppchen.de

Rotkäppchen | Pressekontakt: Alexander Hein, Rasch PR-Manufaktur

Telefon: +49 40 87 87 919-11
alexander.hein@pr-manufaktur.de

Rödingsmarkt 52
D-20459 Hamburg
www.pr-manufaktur.de

ROTKÄPPCHEN-MUMM

Pressemitteilung

Eltville am Rhein, 08. Februar 2018

Farbenfrohe AbsatzspriZZigkeit:
SPRIZZERÒ erobert ab sofort den deutschen Lebensmitteleinzelhandel

Ab sofort gibt es SPRIZZERÒ, den prickelnden Drink aus der Dose im neuen farbenfroh-stylischen Design auch deutschlandweit für den Lebensmitteleinzelhandel: Die Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien bringen das Lifestyle-Getränk der von Paolo De Martin neu interpretierten Traditionsmarke SPRIZZERÒ in fünf Geschmacksrichtungen in die Regale, darunter die zwei neuen Sorten Secco Bianco und Secco Rosato. Mit dem Claim „Mach dein Leben bunter!“ und dem stylischen Design sorgt SPRIZZERÒ nicht nur für Farbe am POS, sondern setzt im wachsenden Dosenschaumweinmarkt auch in der Kommunikation einen neuen, frechen Akzent.

Der charmante Italiener SPRIZZERÒ – bisher bekannt als Trendsetter in den deutschen und österreichischen Ontrade-Kanälen – erweitert seine Offensive um den deutschen Lebensmitteleinzelhandel.

SPRIZZERÒ ist der prickelnde Drink in der farbenfroh-stylischen 250 ml-Dose: Spritzige italienische Weine – ob als Secco Bianco, Secco Rosato oder mit exotischen Fruchtnoten und Blütenextrakten. Neben den bisher bekannten Geschmacksrichtungen Sprizz Bitterorange, Sprizz Hugo und Pink Grapefruit gibt es zwei Newcomer: Secco Bianco und Secco Rosato. Die beliebten Klassiker sind mit 5,5% vol neu interpretiert. Die fünf Sorten sind ein echtes Erlebnis für die Sinne und bieten Vielfalt für jeden Geschmack.

„Farben lösen in der jungen, aktiven und insbesondere weiblichen Zielgruppe wahre Begeisterungsstürme aus. Mit der Portfolioerweiterung und dem neuem Design bieten wir nicht nur geschmacklich, sondern auch optisch mehr Vielfalt und werden dem stylischen Anspruch der Zielgruppe noch stärker gerecht“, so Cathrin Duppel, Marketingleiterin Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien. Ob beim Mädelsabend, vor einer Party oder bei gemeinsamen Ausflügen in der City – der prickelnde Drink in der stylischen Dose passt einfach gut zum Lebensstil der selbstbewussten Zielgruppe.

SPRIZZERÒ | Pressekontakt: Alexander Hein, Rasch PR-Manufaktur

Telefon: +49 40 87 87 919-11
alexander.hein@pr-manufaktur.de

Rödingsmarkt 52
D-20459 Hamburg
www.pr-manufaktur.de

ROTKÄPPCHEN-MUMM

Originale dal 1934

SPRIZZERÒ®

DI PAOLO DE MARTIN

Mit dem Claim „Mach dein Leben bunter!“ inspiriert SPRIZZERÒ dazu, das Hier und Jetzt ausgelassen zu genießen. Ob im Handel über knallbunte Displays, mit einer frechen Digitalstrategie oder auf Events – SPRIZZERÒ sorgt zukünftig überall für einen farbenfrohen, aufmerksamkeitsstarken Auftritt und gute Laune. Das Produkt wird über fröhlich-frische Verkostungen und Samplingmaßnahmen auf die Zunge der Konsumenten gebracht.

Die Zeichen für eine erfolgreiche Einführung in den Handel stehen günstig: Der deutsche Markt für Schaumwein in Dosen wächst seit Jahren und hat sich von 2012 bis 2016 verdoppelt. Im Jahr 2017 wurde eine Steigerung von plus zehn Prozent erreicht.

Tradition trifft Moderne

SPRIZZERÒ blickt auf eine lange Tradition zurück. Die Rezeptur des Sprizz Bitterorange wurde von Edoardo De Martin 1934 in Cortina d´Ampezzo entwickelt. Enkel Paolo De Martin machte das Produkt 2007 zu seinem Projekt: Der Modedesigner und Gastronom gestaltet aus der Familientradition den prickelnden Drink in der eleganten Designer-Dose nach seinen Vorstellungen. Mit seiner Vision des unverwechselbaren italienischen Lebensgefühls und Stils setzt er erfolgreich auf den Zeitgeist. SPRIZZERÒ nimmt erfolgreich den Weg über die Alpen und wird als Trendgetränk von Cortina d´Ampezzo über die österreichischen Skihütten bis nach Deutschland bekannt.

Facts & Figures:

Auslieferungsstart:	ab sofort
Format:	250 ml-Dosen (ohne Pfand)
Sorten:	
Secco Bianco (neu):	Der sanft-herbe Klassiker mit 5,5% vol neu interpretiert
Secco Rosato (neu):	Der roséfarbene Klassiker mit 5,5% vol neu interpretiert
Sprizz Bitterorange:	Das Original von Großvater Edoardo De Martin (1934): bittersüße Orange und raffinierte Kräuterkombinationen
Sprizz Hugo:	Das Must-have der Kategorie mit zarten Noten von Holunderblüte und Minze
Pink Grapefruit:	Der pinke Trendsetter – spritzige Pink Grapefruit mit einem Hauch Hibiskus

UVP: 1,39 Euro (Die Festlegung der Verkaufspreise liegt im alleinigen Ermessen des Handels)

Weitere Informationen: www.sprizzero.com // www.facebook.com/Sprizzero

SPRIZZERÒ | Pressekontakt: Alexander Hein, Rasch PR-Manufaktur

Telefon: +49 40 87 87 919-11
alexander.hein@pr-manufaktur.de

Rödingsmarkt 52
D-20459 Hamburg
www.pr-manufaktur.de

ROTKÄPPCHEN-MUMM

Sie möchten SPRIZZERÒ kennenlernen? Einen Vorgeschmack liefert die Fachmesse ProWein vom 18.-20. März 2018 in Düsseldorf. Treffen Sie uns am Stand A20 in Halle 13. Salute, wir freuen uns auf Sie!

SPRIZZERÒ | Pressekontakt: Alexander Hein, Rasch PR-Manufaktur

Telefon: +49 40 87 87 919-11
alexander.hein@pr-manufaktur.de

Rödingsmarkt 52
D-20459 Hamburg
www.pr-manufaktur.de

ROTKÄPPCHEN-MUMM

ELFHUNDERT ZWÖLF

Pressemitteilung

Salem, 08.02.2018

Joint Venture Markgräflich Badisches Weinhaus startet mit 1112 seine erste Burgunderweinlinie am Markt

Im September 2017 haben sich Rotkäppchen-Mumm und das Haus Baden, Eigentümer des VDP-Weinguts Markgraf von Baden, zum Joint Venture Markgräflich Badisches Weinhaus zusammengeschlossen. Nun launcht das Unternehmen mit Elfhundertzwölf eine elegante und ausdrucksstarke Burgunderlinie, die jahrhundertelange Tradition und modernen regionalen Weinbau verbindet. Das Sortiment von Elfhundertzwölf - Grauburgunder, Spätburgunder und Blanc de Noirs - wird im Rahmen der ProWein erstmals vorgestellt und ist ab Mai 2018 im LEH erhältlich.

„Unsere Unternehmen verbinden kompromissloses Qualitätsdenken, Leidenschaft für hochwertige Produkte, lange Tradition und zukunftsorientiertes Handeln", erklärt Michael Prinz von Baden, Geschäftsführer des Markgräflich Badischen Weinhauses, zum neu gegründeten Joint Venture. „Der Markenname Elfhundertzwölf leitet sich aus der langen Familientradition der Markgrafen von Baden ab, sie waren und sind Wegbereiter der zeitgemäßen badischen Lebenskultur", erklärt Cathrin Duppel, Marketingleiterin von Rotkäppchen-Mumm. Somit hat das Joint Venture nicht nur die Expertise und das Netzwerk eines der größten Sekt- und Weinproduzenten Deutschlands im Rücken, sondern auch ein Weingut, dessen Geschichte bis ins Jahr 1112 zurückreicht.

Badische Tradition modern interpretiert

Der fruchtbetonte Grauburgunder überzeugt mit ausgewogener Mineralität, der rubinrote Spätburgunder mit raffinierten Aromen von roten Früchten. Ergänzt wird das Portfolio durch einen Blanc de Noirs mit feiner Säure und Noten von Birne und Zitrus. „Mit großer Leidenschaft wurden mit der Weinlinie Elfhundertzwölf drei einzigartige Burgunderweine geschaffen, auf die wir sehr stolz sind", erklärt Volker Faust, Weingutsleiter des VDP-Weinguts Markgraf von Baden. „Alle drei Varianten wurden für anspruchsvolle Genießer kreiert, die gerne erlesene Weine zu einem schönen Essen oder in geselliger Runde genießen."

Elfhundertzwölf | Pressekontakt: Miriam Walter, Gourmet Connection GmbH

Telefon: +49 69 2578128-14
Fax: +49 69 2578128-11
m.walter@gourmet-connection.de

Münchener Straße 45
D-60329 Frankfurt
www.gourmet-connection.de

MARKGRÄFLICH BADISCHES WEINHAUS

ELFHUNDERT
ZWÖLF

Modernes Design und hochwertige Optik
Die elegante Flaschenform und das aufwendige Etikett sind die perfekte Verbindung von Handwerk und Tradition, individuelle Farbkonzepte sorgen für klare Sortenerkennbarkeit. Die markgräfliche Burg wird durch eine künstlerische Illustration verschiedenfarbiger Trauben ergänzt. Der Claim „Wein für heute. Tradition seit 1112." unterstreicht noch einmal die moderne Umsetzung traditioneller Winzerkunst.

Maßgeschneiderte Launch-Kampagne
Die Einführung von Elfhundertzwölf wird von zahlreichen Marketingmaßnahmen begleitet, um die Marke von Anfang an erfolgreich im gehobenen Segment zu platzieren. Geplant sind aufmerksamkeitsstarke PoS-Aktionen mit Verkostungen, hochwertige Exklusivdisplays und auffällige Regaltools in Kombination mit maßgeschneiderten Kundenaktivierungen. Zusätzlich werden die Weine sowohl in der Fach- und Publikumspresse als auch digital vorgestellt.

Alle drei Weine sind ab Mai 2018 in 0,75 Liter für 4,99 Euro UVP im LEH erhältlich. Der Verkaufspreis liegt im alleinigen Ermessen des Handels.

Wir bitten Sie, diese Information bis einschließlich 20. März 2018 nur im Rahmen einer Berichterstattung mit Bezug auf die ProWein zu nutzen.

Wer Elfhundertzwölf auf der ProWein kennenlernen möchte, findet die Produkte in Halle 13 an Stand A20.

Über das Markgräflich Badische Weinhaus und Elfhundertzwölf:
Elfhundertzwölf ist die erste Weinlinie des Markgräflich Badischen Weinhauses, ein Joint Venture zwischen Rotkäppchen-Mumm und dem Haus Baden, Eigentümer des VDP-Weinguts Markgraf von Baden. Gegründet im September 2017, verbinden sich hier die Expertise und das Netzwerk eines der größten Sekt- und Weinproduzenten Deutschlands mit einem Weingut, dessen Geschichte bis ins Jahr 1112 zurückreicht.
Die in 2018 neu eingeführte Burgunderlinie Elfhundertzwölf umfasst die Sorten Spätburgunder, Grauburgunder und Blanc de Noirs.

Elfhundertzwölf | Pressekontakt: Miriam Walter, Gourmet Connection GmbH

Telefon: +49 69 2578128-14
Fax: +49 69 2578128-11
m.walter@gourmet-connection.de

Münchener Straße 45
D-60329 Frankfurt
www.gourmet-connection.de

MARKGRÄFLICH
BADISCHES WEINHAUS

Foto:

Elfhundertzwölf | Pressekontakt: Miriam Walter, Gourmet Connection GmbH

Telefon: +49 69 2578128-14
Fax: +49 69 2578128-11
m.walter@gourmet-connection.de

Münchener Straße 45
D-60329 Frankfurt
www.gourmet-connection.de

MARKGRÄFLICH
BADISCHES WEINHAUS