



ROTKÄPPCHEN-MUMM

Pressemitteilung

Leipzig, 21.04.2015

Qualitatives Wachstum erreicht – Neue Trendgetränke starten erfolgreich

Die Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH, Freyburg (Unstrut), blicken auf ein insgesamt erfolgreiches Geschäftsjahr 2014. In einem herausfordernden Marktumfeld wurde ein Umsatzplus von neun Prozent bei einem Absatzwachstum von fünf Prozent erreicht, zudem konnten in allen Segmenten die Marktanteile gesteigert werden. Besonders erfreulich ist das Ergebnis im stark wachsenden Trendsegment der Prickelnden Weinhaltigen Getränke. Denn Rotkäppchen Fruchtsecco ist innerhalb nur weniger Monate nach seiner Einführung in diesem Segment bereits unter den führenden Marken in Deutschland.

Im zurückliegenden Jahr 2014 hat „Deutschlands Haus aus Sekt, Spirituosen und Wein“ mit einem Absatz von 246,5 Millionen Flaschen und einem Umsatz von 897,2 Millionen Euro ein Absatzplus von fünf und ein Umsatzplus von neun Prozent erreicht. „Mit diesem Rekordergebnis sind wir in Anbetracht der herausfordernden Marktentwicklung zufrieden“, fasst Christof Queisser, Vorsitzender der Geschäftsführung, die Jahresbilanz des deutschen Sektmarktführers zusammen. „Ein sehr gutes Absatz- und Umsatzergebnis, der gelungene Markteintritt unserer prickelnden Trend-Innovationen und die Konzentration auf das Kerngeschäft als Erfolgstreiber lassen uns optimistisch in die Zukunft blicken“. Beigetragen zum qualitativen Wachstum hat die Premium-Sektlinie von Rotkäppchen, die Flaschengärung. Das erst im letzten Jahr vorgestellte Konzept der rebsortenreinen Varianten hat im Vergleich zum Vorjahr einen bemerkenswerten Zuwachs von 32 Prozent erreicht.

Das prognostizierte leichte Minus, das im Bereich Sekt verzeichnet wird, erklärt sich aus einer Erhöhung der Abgabepreise bei den Sektmarken.

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

Mehr als ausgeglichen wird der Volumenrückgang im Bereich Sekt aber durch einen erfreulichen Zuwachs der Marktanteile in allen Segmenten.

Gelungen ist zudem die erfolgreiche Etablierung im stetig an Bedeutung gewinnenden neuen Segment der prickelnden weinhaltigen Trendgetränke. Hierzu zählen Rotkäppchen Fruchtsecco, Jules Mumm Plus und Blanchet Perlé Secco. Queisser berichtet auf der Bilanzpressekonferenz von „herausragenden Verbraucherreaktionen auf die Qualität und den Geschmack unserer Neuheiten“, die sich zunehmend zum Ganzjahresartikel entwickeln. „Wir müssen uns einem hohen Wettbewerbsdruck in diesem Bereich stellen. Die Verbraucher können aus einem immer größeren Angebot wählen – und nutzen dieses Angebot.“ Denn zusätzlich zu den klassischen Sektmomenten werden zunehmend in unterschiedlichsten informellen Situationen die neuen Trendgetränke angenommen.

Gestärkt ist die Position der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien im Markenweingeschäft. Zwar schrumpft im deutschen Gesamt-Weinmarkt die Absatzmenge, doch gegen den Trend wählen die Verbraucher zunehmend Markenweine. Erkennbar ist das insbesondere an der positiven Entwicklung von Rotkäppchen Qualitätswein. Beide Weinmarken des Hauses, Blanchet und Rotkäppchen Qualitätswein, sind unter den Top 7 im Markenweinsegment und erreichen gemeinsam einen Gesamtabsatz von 17,9 Millionen Flaschen – was einem Plus von 2,7 Prozent oder 0,5 Millionen Flaschen entspricht.

Eine positive Botschaft formuliert Queisser auch für das Ergebnis des Unternehmens im komplexen Bereich der Spirituosen: „Wir konnten im Spirituosen-Segment auf breiter Front unsere Marktposition stärken. Insbesondere unsere Weinbrandmarken tragen zur Absatzsteigerung auf insgesamt 44,8 Millionen Flaschen Spirituosen bei.“

In der zusammenfassenden Bilanz des Jahres 2014 betont Queisser das Mengenwachstum und die aus einer Wertestrategie resultierende positive Geschäftsentwicklung. Zu bedenken gab er zugleich, dass aber „erhöhte Aufwendungen, starke Investitionen ins Marketing und in die Innovationen“ bei der Bewertung des in Summe zufriedenstellenden Gesamtergebnisses berücksichtigt werden müssen.

Neben den Ergebnissen für das Geschäftsjahr 2014 verweisen die Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien auf ihr kontinuierliches Investitionsprogramm in Technologien. Damit werden nachhaltig die Effizienz und Produktqualität an den Standorten Freyburg, Eltville, Nordhausen und Breisach gesteigert. Ulrich Wiegel, Geschäftsführer Produktion, Technik, Qualitätsmanagement und Einkauf: „Unser Ziel ist es, auch weiterhin mit modernsten



ROTKÄPPCHEN - MUMM

Technologien in die Zukunft an allen Standorten zu investieren. Unser Maschinenpark, die Gebäude und unsere IT repräsentieren den modernsten Stand der Entwicklung.“ In den Jahren 2011 bis 2014 wurden dazu insgesamt 56,2 Millionen Euro investiert. Im Jahr 2014 lag der Schwerpunkt der Investitionen, die ein Gesamtvolumen von 9,0 Millionen Euro haben, am Standort Eltville am Rhein in Hessen. Hier wurde bereits eine neue Abfüll-Linie installiert, eine weitere Produktionshalle wird momentan errichtet.

Michael John, Geschäftsführer Finanzen, Controlling, IT und Personal hat auf der Bilanz-Presskonferenz in Leipzig nach vielen Jahren seiner aktiven, prägenden Mitgestaltung der Unternehmensentwicklung seinen langfristig geplanten, zur Jahresmitte anstehenden Abschied aus der Geschäftsführung angekündigt. Dabei stellte er den anwesenden Journalisten mit Frank Albers seinen Nachfolger vor. „Der mit der Berufung von Christof Queisser eingeleitete und nun mit Frank Albers im nächsten Schritt fortgesetzte Generationswechsel in unserem Traditionsunternehmen ist gelungen. Wir sind für die vor uns liegenden Herausforderungen sowohl personell, technisch und auch finanziell bestens gerüstet“, so Michael John.

John schilderte die strukturelle Zusammenfassung aller SpirituosenAktivitäten des Hauses in einen Geschäftsbereich am Standort Nordhausen und er verwies auf die wachsende Bedeutung der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien als modernen, attraktiven Ausbildungsbetrieb: „Wir verzeichnen einen stabilen Personalbestand, der Arbeitnehmern unterschiedlichster Berufsfelder hervorragende Rahmenbedingungen bietet“, so Michael John. „In Folge der Investitionen in Eltville wird dort außerdem der Personalbestand zeitnah vergrößert“. Beim Thema der Internationalisierung des Unternehmens sieht John mehr als nur den Bereich des klassischen Exports von Produkten. „Internationalisierung bedeutet nicht nur, dass wir unsere Produkte in anderen Ländern anbieten. Genau so kann eine Internationalisierung auch innerhalb unserer Geschäftsfelder und Aktivitätsräume initiiert werden, wobei wir von uns selbst einen langen Atem einfordern müssen.“

Das Ergebnis der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH im Geschäftsjahr 2014 im Überblick:

Absatz:

Für das Geschäftsjahr 2014 melden die Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien einen Absatz von insgesamt 246,5 Millionen Flaschen Sekt, Spirituosen, Wein und Prickelnde Weinhaltige Getränke. (Vorjahr: 234,0 Millionen Flaschen). Das entspricht einem Plus von 12,5 Millionen Flaschen oder 5,3 Prozent.



ROTKÄPPCHEN-MUMM

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:

- **167 Millionen Flaschen Sekt**

(Vorjahr: 168,5 Millionen Flaschen Sekt) Das entspricht einem Minus von 1,5 Millionen Flaschen oder -0,9 Prozent.

- **44,8 Millionen Flaschen Spirituosen**

(Vorjahr: 43,9 Millionen Flaschen) Das entspricht einem Plus von 0,9 Millionen Flaschen oder 2,1 Prozent.

- **17,9 Millionen Flaschen Wein**

(Vorjahr: 17,5 Millionen Flaschen) Das entspricht einem Plus von 0,5 Millionen Flaschen oder 2,7 Prozent.

- **16,7 Millionen Flaschen Prickelnde Weinhaltige Getränke**

(Vorjahr: 4,1 Millionen Flaschen ausschließlich Rotkäppchen Alkoholfrei)

Umsatz:

Der Umsatz lag im Jahr 2014 bei **897,2 Millionen Euro** (Vorjahr: 823,1 Millionen Euro). Das entspricht einem Plus von 74,1 Millionen Euro oder 9,0 Prozent.

Marktanteil:

Der nationale Marktanteil der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien im deutschen Sektmarkt wächst weiter auf nunmehr **52,9 Prozent** (Vorjahr: 51,2 Prozent).

Investitionen:

Das technische Investitionsvolumen lag bei **9,0 Millionen Euro** (Vorjahr: 5,4 Millionen Euro).

Mitarbeiter:

Die Zahl der festen Mitarbeiter lag im letzten Jahr bei **571, davon 22 Auszubildende** (Vorjahr: 575 feste Mitarbeiter, davon 26 Auszubildende).



ROTKÄPPCHEN-MUMM

Pressemitteilung

Leipzig, 21.04.2015

Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH 2014

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 melden für das Geschäftsjahr 2014 das beste Absatz- und Umsatzergebnis seit dem ManagementBuy-Out im Jahr 1993. Mit insgesamt 167,0 Millionen verkaufter Flaschen Sekt, 44,8 Millionen Flaschen Spirituosen, 17,9 Millionen Flaschen Wein und 16,7 Millionen Flaschen Prickelnde Weinhaltige Getränke ist ein Gesamtabsatz von 246,5 Millionen Flaschen und ein Gesamtumsatz von 897,2 Millionen Euro erreicht worden.

DER SEKT

Sekt, die Hauptsäule von „Deutschlands Haus aus Sekt, Spirituosen und Wein“ verzeichnet ein geringfügiges Minus. Dabei kann jedoch die bereits sehr deutliche Marktführerschaft auf mittlerweile 52,9 Prozent Marktanteil im deutschen Sektmarkt weiter ausgebaut werden. Mit 167,0 Millionen Flaschen Sekt lag der Absatz um 1,5 Millionen Flaschen bzw. -0,9 Prozent unter dem Vorjahresergebnis.

ROTKÄPPCHEN SEKT

Mit einem Absatz von 115,9 Millionen Flaschen verzeichnet die erfolgreiche Marke Rotkäppchen Sekt im Jahr 2014 ein leichtes – und aufgrund einer durchgeführten Preiserhöhung so auch erwartetes – Minus von -0,4 Prozent (Vorjahr: 116,3 Millionen Flaschen). Das entspricht einer Menge von 0,4 Millionen Flaschen. Festzuhalten gilt dennoch: Rotkäppchen Sekt hat seinen Marktanteil um 1,7 Prozent auf 37,9 Prozent erfolgreich ausgebaut und ist damit wiederum mit deutlichem Vorsprung die stärkste Sektmarke im deutschen Markt.

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

MUMM

Für die Marke Mumm wird im Jahr 2014 ein Absatz von insgesamt 18,1 Millionen Flaschen (Vorjahr: 17,4 Millionen) gemeldet. Das entspricht einem Plus von 0,7 Millionen Flaschen oder 3,9 Prozent. Der Marktanteil der Marke Mumm ist 2014 leicht auf 5,6 Prozent (Vorjahr: 5,9 Prozent) oder um 0,2 Prozentpunkte gesunken.

JULES MUMM

Jules Mumm verzeichnet einen Absatz von 11,5 Millionen Flaschen (Vorjahr: 12,8 Millionen Flaschen). Das entspricht einem Minus von 1,3 Millionen Flaschen oder -9,9 Prozent. Der Marktanteil von Jules Mumm verlor in 2014 um -0,3 Prozent auf 3,6 Prozent (Vorjahr: 3,8 Prozent).

SUPÉRIEURE-MARKE GELDERMANN

Die Sektsorten der Geldermann Privatsektkellerei in Breisach am Rhein können für das Jahr 2014 ein Absatzplus von 0,2 Millionen Flaschen oder 7,2 Prozent auf insgesamt 2,7 Millionen Flaschen verzeichnen (Vorjahr: 2,5 Millionen Flaschen).

MM EXTRA

MM Extra ist nicht nur der „Sekt mit dem gewissen Extra“, sondern auch eine der bekanntesten deutschen Sektmarken. Für 2014 meldet die Marke ein leichtes Absatzminus um -4,0 Prozent oder 0,8 Millionen Flaschen auf insgesamt 17,9 Millionen Flaschen (Vorjahr: 18,7 Millionen Flaschen). Der Marktanteil von MM Extra konnte im Jahr 2014 auf 5,2 Prozent (Vorjahr: 5,1 Prozent) ausgebaut werden.

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 2014 dargestellt. Insgesamt meldet die tragende Unternehmenssäule „Spirituosen“ im letzten Jahr ein Ergebnis von 44,8 Millionen abgesetzter Flaschen. Dieses Plus von 0,9 Millionen Flaschen oder 2,1 Prozent setzt ein erfreulich positives Signal im komplexen, stark diversifizierten deutschen Gesamtmarkt.



ROTKÄPPCHEN-MUMM

WEINBRAND

Die bekanntesten Säulen der Kategorie „Weinbrand“ der RotkäppchenMumm Sektkellereien sind die traditionsreichen Marken Chantré und Mariacron. In 2014 verzeichnen diese zusammengefasst ein erfreuliches Absatzplus von 1,2 Millionen Flaschen oder 8,5 Prozent. Im Ergebnis sind das 15,3 Millionen Flaschen (Vorjahr: 14,2 Millionen Flaschen).

ECHTER NORDHÄUSER

Die Traditionsmarke Echter Nordhäuser aus Nordhausen am Harz in Thüringen ist eine der stärksten deutschen Spirituosenmarken, die immer wieder attraktive Neuheiten vorstellt. In 2014 sind 8,9 Millionen Flaschen (Vorjahr: 9,0 Millionen Flaschen) abgesetzt worden, was einem leichten Minus von 0,1 Millionen Flaschen oder -0,8 Prozent entspricht.

NORDBRAND NORDHAUSEN

Klassisch und zugleich innovativ: Dafür steht Nordbrand Nordhausen. Insgesamt bedeuten 20 Millionen abgesetzter Flaschen (Vorjahr: 20,1 Millionen Flaschen) ein Minus von 0,1 Millionen Flaschen oder -0,8 Prozent.

DER MARKENWEIN

Im Markenweingeschäft können die Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien mit ihren starken Marken Blanchet und Rotkäppchen Qualitätswein in 2014 eine positive Ergebnisentwicklung präsentieren. Insgesamt sind 17,9 Millionen Flaschen Markenwein abgesetzt worden (Vorjahr: 17,5 Millionen Flaschen). Das entspricht einem Plus von 0,5 Millionen Flaschen oder 2,7 Prozent.

Rotkäppchen Qualitätswein meldet mit 6,8 Millionen abgesetzter Flaschen (Vorjahr: 6,1 Millionen Flaschen) ein deutliches Plus von 0,7 Millionen Flaschen oder 12,0 Prozent. Blanchet, die stärkste Marke des Hauses, verzeichnet ein leichtes Absatzminus von -2,2 Prozent oder 0,3 Millionen Flaschen. Im Ergebnis sind das insgesamt 11,1 Millionen abgesetzter Flaschen (Vorjahr: 11,4 Millionen Flaschen).

PRICKELNDE WEINHALTIGE GETRÄNKE

Neu ist in diesem Jahr die Darstellung der Ergebnisse der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien für die definierte Kategorie „Prickelnde Weinhaltige Getränke“. Hierzu zählen die Produkte Rotkäppchen Alkoholfrei, die Prickelnden Weinhaltigen



ROTKÄPPCHEN-MUMM

Mischgetränke Rotkäppchen Fruchtsecco und Jules Mumm Plus sowie das Prickelnde Weinhaltige Getränk Blanchet Perlé Secco.

Insgesamt wird für diese neue Kategorie ein Absatz von 16,7 Millionen Flaschen präsentiert. Davon entfallen 5,2 Millionen Flaschen auf Rotkäppchen Alkoholfrei (Vorjahr: 4,1 Millionen) und insgesamt 11,5 Millionen Flaschen auf Rotkäppchen Fruchtsecco, Jules Mumm Plus und Blanchet Perlé Secco.



ROTKÄPPCHEN-MUMM

Pressemitteilung

Leipzig, 21.04.2015

Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH: Das Jahr 2014 in Zahlen

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

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 / Thüringen

Festangestellte Mitarbeiter:

571 davon 22 Auszubildende

(2013: 575 davon 26 Auszubildende)

Gesamtabsatz 2014 Sekt, Spirituosen, Wein:

246,5 Millionen Flaschen gesamt, davon:

167,0 Millionen Flaschen Sekt

44,8 Millionen Flaschen Spirituosen

17,9 Millionen Flaschen Wein

16,7 Millionen Flaschen Prickelnde Weinhaltige

(2013: 234,0 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 2014 Sekt, Spirituosen, Wein

897,2 Millionen Euro inkl. Sektsteuer und Branntweinsteuer, ohne MwSt.

(2013: 823,1 Millionen Euro inkl. Sektsteuer und Branntweinsteuer, ohne MwSt.)



ROTKÄPPCHEN-MUMM

Marktanteil im deutschen Sektmarkt 2014

52,9 Prozent

(2013: 51,2 Prozent)¹

Marktanteil im Spirituosenmarkt des LEH in Deutschland 2014

8,0 Prozent

(2013 gemeldet: 8,2 Prozent – Auf Basis einer mittlerweile geänderten Berechnungsmethodik muss es heißen: 2013: 7,5 %.)¹

¹ Quelle: Führendes Handelspanel



ROTKÄPPCHEN-MUMM

Pressemitteilung

Leipzig, 21.04.2015

Erfolgreiche Innovationen

NEU: Rotkäppchen Fruchtsecco Mango und Kleinflaschen-Range

Rotkäppchen Fruchtsecco, die erfolgreiche neue Prickelnde Weinhaltige Mischgetränke-Marke vom deutschen Sektmarktführer, präsentiert ein Jahr nach ihrer Einführung eine neue Variante. Die Trendfrucht Mango erweitert das beliebte Rotkäppchen Fruchtsecco-Sortiment mit den Varianten Granatapfel, Erdbeere und Holunderblüte um ein weiteres überraschend anderes, fruchtig-sanftes Geschmackserlebnis. Neu ist auch die attraktive 0,2l-Kleinflasche für die drei bisherigen Varianten als perfekte Begleiter individueller Outdoor-Konsumanlässe. Die Neuheiten werden ab Februar 2015 in den Markt eingeführt.

Der deutsche Schaumweinmarkt ist in Bewegung. „Die Genussanlässe nehmen zu und werden informeller, die Verbraucher schätzen die Vielfalt des prickelnden Angebotes und der Innovationen. Rotkäppchen Fruchtsecco, den wir auch kommunikativ stark unterstützen, bietet ihnen unter dem starken Markendach Sicherheit und Orientierung im wachsenden, unübersichtlichen Segment der Prickelnden Weinhaltigen Mischgetränke“, beschreibt Peter O. Claußen, Direktor Marketing und Kommunikation der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien den Erfolg von Rotkäppchen Fruchtsecco.

Mit der Neuheit Mango ergänzt der deutsche Sektmarktführer die Auswahl der Rotkäppchen Fruchtsecco-Varianten um ein überraschend anderes, fruchtig-sanftes Geschmackserlebnis für diejenigen Verbraucher, die gelbe Früchte präferieren. „Die Trendfrucht Mango ist bei deutschen Verbrauchern sehr beliebt. Unter dem Rotkäppchen Fruchtsecco Motto „Überraschend anders“ rundet die neue Sorte Mango das aktuelle Sortiment sowohl geschmacklich als auch visuell hervorragend ab und bedient die individuellen Bedürfnisse trendbewusster Genießer“, so Rotkäppchen Marketing Managerin Tanja Rosenthal.

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

Neu im Sortiment sind auch die attraktiven 0,2l-Kleinflaschen der drei Geschmacksvarianten Rotkäppchen Fruchtsecco Granatapfel, Erdbeere und Holunderblüte. Für diese 0,2l-Kleinflaschen sind – wie auch bei der 0,75l-Flasche – die eigenständige Flaschenform und der unkomplizierte, moderne, rote Kronkorken übernommen worden. „Ob zu Zweit beim sommerlichen Picknick im Park oder mit Freunden bei der spontanen Grillparty im Garten: die Rotkäppchen Fruchtsecco Kleinflasche bietet unkomplizierten Outdoor-Genuss“, so Tanja Rosenthal.

In 2015 wird Rotkäppchen Fruchtsecco wieder von umfangreichen Marketingaktivitäten wie TV-Schaltungen des Werbespots, einer breiten Außenwerbung- und Online-Kampagne und vielfältigen Produktkontakten am POS und auf Events unterstützt. Die unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers für die Rotkäppchen Fruchtsecco 0,75l-Flasche liegt bei 3,99 Euro, für die Rotkäppchen Fruchtsecco 0,2l-Kleinflasche bei 1,39 Euro. (Preisgestaltung ist alleinige Entscheidung des Handels).

Weitere Informationen zu Rotkäppchen Fruchtsecco im Internet:

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

Das Rotkäppchen Fruchtsecco Sortiment im Überblick:

NEU: 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 fruchtigerherber 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, ist der fruchtig-frische Trinkgenuss für anspruchsvolle Genießer.



ROTKÄPPCHEN-MUMM



ROTKÄPPCHEN - MUMM

Pressemitteilung

Leipzig, 21.04.2015

NEU von Rotkäppchen Qualitätswein: Silvaner lieblich und Regent lieblich

Rotkäppchen Qualitätswein, einer der erfolgreichsten Markenweine Deutschlands, präsentiert zwei Neuheiten: Rotkäppchen Qualitätswein Silvaner Lieblich und Regent Lieblich. Mit dieser attraktiven Sortimentsergänzung bieten die Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien, Freyburg (Unstrut), den Verbrauchern und Handelspartnern nun eine umfassende Geschmacksvielfalt von trocken bis lieblich.

Der Absatz von Rotkäppchen Qualitätswein entwickelt sich - trotz des aktuellen Negativ-Trends im Weinmarkt - weiterhin positiv. „Deutschlands Haus aus Sekt, Spirituosen und Wein“ profitiert daher von einer guten Ausgangslage, um zukünftig auch Sorten für Fans lieblicher Weine anbieten zu können – in rot und weiß: „Das Marktpotenzial für lieblichen Wein ist in Deutschland vorhanden, die Nachfrage nicht nur bei Rotkäppchen-Liebhabern groß“, so Peter O. Claußen, Direktor Marketing und Kommunikation der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien. Rotkäppchen Qualitätswein gehört zu den Top-Markenweinen in Deutschland. Mit den Markenerweiterungen Silvaner Lieblich und Regent Lieblich „stärken wir den Markenkern von Rotkäppchen Qualitätswein, die Geschmacksvielfalt, und treffen zielgenau die aktuellen Verbraucherwünsche“, so Claußen.

Das erfolgreiche Sortiment der nunmehr sieben Rotkäppchen Qualitätsweine wurde 2012 neu positioniert und ist seit 2014 auch mit einem attraktiven Key Visual präsent. „Rotkäppchen Qualitätswein steht für Harmonie von Wein und Augenblick“, beschreibt Tanja Rosenthal, Marketing Managerin bei den Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien die Welt von Rotkäppchen Qualitätswein. „Wir sind davon überzeugt, dass nicht nur Rotkäppchen-Fans von unseren beiden Neuheiten begeistert sein werden.“ Bei zahlreichen nationalen Verkostungen

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

im LEH, temporär begleitet von Werbekampagnen, wird das Rotkäppchen QualitätsweinSortiment seine Geschmacksvielfalt und stimmungsvolle Genusswelt präsentieren.

Sortimentsüberblick:

Rotkäppchen Qualitätswein jetzt in sieben Varianten

Rotkäppchen Qualitätswein Regent Lieblich – neu - Rotkäppchen Qualitätswein Silvaner Lieblich – neu -

Rotkäppchen Qualitätswein Dornfelder Halbtrocken

Rotkäppchen Qualitätswein Dornfelder Rosé Halbtrocken Rotkäppchen Qualitätswein Müller-Thurgau Halbtrocken

Rotkäppchen Qualitätswein Spätburgunder Trocken

Rotkäppchen Qualitätswein Riesling Trocken

Weitere Informationen zu Rotkäppchen Qualitätswein, Rotkäppchen Sekt, Rotkäppchen Flaschengärung, Rotkäppchen Alkoholfrei, Rotkäppchen Fruchtsecco und dem Reiseziel Rotkäppchen Sektkellerei, in Freyburg an der Unstrut, auch im Internet:

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



ROTKÄPPCHEN-MUMM

Pressemitteilung

Eltville, 10.12.2014

Mumm - die Kunst zu genießen Premium-Sektmarke lanciert erste Künstler-Edition

Mumm sorgt im Frühjahr 2015 für besonderen Kunstgenuss und Aufmerksamkeit am POS: Die Premium-Sektmarke aus dem Hause Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien lanciert die erste Künstler-Edition. Das fantasievolle Pattern, welches alle drei Sekt-Sorten zieren wird, zeichnete die bekannte New Yorker Illustratorin Anja Kroencke. Ab Mitte Februar 2015 ist die limitierte Sonder-Edition deutschlandweit im Handel erhältlich. Mit der Edition unterstreicht Mumm die Markenwerte Eleganz, Weltoffenheit und Genießertum.

Den Auftakt zur bislang ersten Mumm Künstler-Edition bildete eine Live-Performance auf der ART.FAIR (im Oktober 2014, Köln), einer der wichtigsten deutschen Messen für moderne und aktuelle Kunst. Gemeinsam mit Anja Kroencke ließ Mumm dort ein überdimensionales Kunstwerk aus 100 handbemalten Flaschen live entstehen. Das Design der im Frühjahr 2015 folgenden Sonder-Edition knüpft unmittelbar an die Motive der ART.FAIR an. Kroenckes Illustrationen orientieren sich dabei stark an der aktuellen Kampagne und erwecken so die Markenwelt von Mumm zum Leben.

Der einmalige Stil der Illustratorin bewegt sich harmonisch zwischen Mut und Zurückhaltung, kraftvollen Elementen und feinen Details. Ihre Zeichnungen sind von ihrem Leben in New York inspiriert und spiegeln ihre Leidenschaft für Kunst, Mode und Design wieder. Zu den Kunden der Künstlerin zählten bereits namhafte Unternehmen wie Estee Lauder, Ritzenhoff und Vogue.

„Mumm steht für zeitgemäßen Genuss – und dazu gehören für uns ohne Frage auch die Felder Kunst und Design“, so Cathrin Duppel, Mumm Marketing Managerin. „Wir freuen uns gemeinsam mit Anja Kroencke die erste Künstler-Edition von Mumm 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 Flaschen-Design sorgen attraktive Displayplatzierungen zur Inszenierung im Markt für garantierte Aufmerksamkeit der Konsumenten. Unterstützt wird die Edition durch eine reichweitenstarke Kommunikationskampagne mit klassischer TV – und Printwerbung, umfassender PR-Begleitung und vernetzten Maßnahmen auf den Onlinekanälen der Marke.

Aktions-Zeitraum: ab Februar 2015, nur solange der Vorrat reicht

Gebinde: 6 Flaschen je Karton / 114 Flaschen je Display

Inhalt: 0.75 Liter

UVP: 5.99 EUR (Preisgestaltung ist alleinige Entscheidung des Handels)

ÜBER MUMM

Mumm ist der Premium-Sekt aus dem Hause Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH. Das Haus Godefroy H. von Mumm & Co. steht seit 1922 für erlesenen Sektgenuss. Erstklassige Weine, mit Sorgfalt ausgesucht und komponiert zu einer eleganten Cuvée, prägen die Eleganz und Klasse von Mumm. Die Marke steht für stilvollen Genuss und präsentiert sich im elegant-puristischen Design. Mumm lässt sich in den drei Varianten Mumm Dry, Mumm Extra Dry und Mumm Rosé Dry genießen.

ÜBER ANJA KROENCKE

Anja Kroencke wurde 1968 in Wien geboren. Nach ihrer Ausbildung in Textildesign und Modezeichnen arbeitete sie zunächst in verschiedenen Designstudios und Werbeagenturen. 1994 zog sie nach New York, wo sie für 2 Jahre als Design-Direktorin in einer Werbeagentur arbeitete bevor sie den Entschluss fasste, sich als Illustratorin selbstständig zu machen. Seitdem ist Anja Kroencke erfolgreich für globale Kunden wie Estée Lauder, Harper`s Bazaar, The New York Times, Tiffany & Co, Vogue u.v.m. tätig. Für ihre Illustrationen erhielt sie bereits zahlreiche Preise und Auszeichnungen, ihre Modeillustrationen wurden in verschiedenen Gruppenausstellungen in London, New York und Tokyo ausgestellt. Die Illustratorin hat vor allem durch ihre ausdrucksvollen Frauenfiguren mit langem, wallenden Haar und gestrecktem Hals Bekanntheit erlangt.

LINKS

www.mumm-sekt.de

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



ROTKÄPPCHEN-MUMM

<http://www.anjakroencke.com/>



ROTKÄPPCHEN-MUMM

Pressemitteilung

Leipzig, 21.04.2015

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.

NEU seit Mitte Februar 2015: Eine limitierte Künstler-Edition, mit einem Design der bekannten New Yorker Illustratorin Anja Kroencke und deutschlandweit im Handel erhältlich.

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.

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

Jules Mumm Plus. Abwechslungsreich und bunt. Drei spannende, fruchtig-frische Prickelnde Weinhaltige Mischgetränke im stylischen Flaschendesign vereinen fruchtigspritzige Jules Mumm-Weine bester Herkunft mit natürlichen Fruchtnoten. NEU ab ProWein 2015: Die Nr. 1 der Prickelnden Premium-Weinmischgetränke jetzt auch als hochwertig und trendig gestaltete 0,2l-Kleinflasche erhältlich.

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 der Neuheit Rotkäppchen Fruchtsecco. Ein Prickelndes Weinhaltiges Mischgetränk in den Varianten Granatapfel, Erdbeere und Holunderblüte.

NEU ab ProWein 2015: Rotkäppchen Fruchtsecco Mango und 0,2l-KleinflaschenRange.

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.

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.



ROTKÄPPCHEN - MUMM

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

Mariacron. Seit 1894 werden beste Weine zu dem charaktvoll 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.

Eckes Edelkirsch. Der sinnliche Genuss mit dem fruchtigen Geschmack und der charaktvoll-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.

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

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.

NEU ab ProWein 2015: Rotkäppchen Qualitätswein Silvaner Lieblich und Regent Lieblich.

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 neu mit zeitgemäßem Auftritt überzeugt dieser französische Perlwein besonders als Apéritif.



ROTKÄPPCHEN-MUMM

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

Eltville, 20.03.2015

Jules Mumm Plus – Die Nr. 1 der Premium-Weinmischgetränke* Jetzt auch als Kleinflasche

Jules Mumm Plus, das fruchtig-spritzige Weinmischgetränk aus dem Hause Rotkäppchen-Mumm Sektellereien, hat sich nach seinem erfolgreichen Start im vergangenen Jahr zur Nr. 1 im Premium-Weinmischgetränkemarkt* entwickelt und wurde von den Verbrauchern und der Presse mit dem JOY Trend Award 2014 ausgezeichnet. Ab sofort sind die drei Jules Mumm Plus-Sorten Açai, Holunderblüte Minze und Cranberry Holunderblüte auch in der Kleinflasche (0.2 l) erhältlich. Mit der kleinen, hochwertig und trendig gestalteten Flasche sollen zusätzliche Vertriebswege erobert und weitere Verwendungsanlässe beim Konsumenten angesprochen werden: Die Jules Mumm Plus Kleinflasche lässt sich jederzeit einfach öffnen und genießen, ob draußen, auf der Party, im Club oder beim Mädelsabend.

PRODUKTINFORMATIONEN

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

1/2

Pressekontakt Rotkäppchen-Mumm Sektellereien 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

Inhalt: 0.2 Liter

Gebinde: 12 Flaschen

UVP: 1,99 € (Preisgestaltung ist alleinige Entscheidung des Handels)

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 & Sweet. Die neue Range Jules Mumm Plus gibt es in drei aufregenden Sorten: Jules Mumm Plus Açai, Jules Mumm Plus Cranberry Holunderblüte und Jules Mumm Plus Holunderblüte Minze.

LINKS

www.julesmumm.de

www.julesmummplus.de

* Quelle: IRI Schaumweine DB, LEH + DM exkl. Aldi, KW 02/2014 – KW 01/2015, Absatz in 1000 Stück (1/1); Definition Premiumsegment: durchschnittl. Preis > 3,80 €