



## ROTKÄPPCHEN-MUMM

Leipzig, 22.04.2008

### **Inhalt**

- Text: Ihre Gesprächspartner
- Text: Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien 2007: Wachstum auf solidem Fundament
- Text: Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien 2007 in Zahlen
- Text: Die Entwicklung der Marken im Überblick
- Text: Der Marktführer gestaltet den Weinbrand-Markt neu
- Bild: Der neue Chantré
- Text: Endlich: Henriette pickt wieder
- Bild: Henriette pickt wieder
- Text: Neu: Der Sommerwein von Rotkäppchen
- Bild: Rotkäppchen Qualitätswein Rosé Trocken
- Text: Premiere von Rotkäppchen Alkoholfrei
- Bild: Rotkäppchen Alkoholfrei
- Text: Genuss stilvoll erleben: Aperitif und Digestif in Freyburg und Nordhausen
- Flyer: Aperitif und Digestif

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: Das Sortiment der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien im Überblick

Bilder: Aktuelle Bildmotive der Pressemappe



ROTKÄPPCHEN-MUMM

# Pressemitteilung

Leipzig, 22.04.2008

## Ihre Gesprächspartner

### **Gunter Heise**

Geschäftsführender Gesellschafter und  
Sprecher der Geschäftsführung  
Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH

### **Manfred Hilpert**

Geschäftsführer Marketing, Vertrieb und Logistik  
Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH

### **Michael John**

Geschäftsführer Finanzressort, Personal, IT  
Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH

### **Claudia Korenke**

Claudia Korenke PR GmbH

### **Ulrich Ehmann**

Claudia Korenke PR GmbH

1/1

Pressekontakt Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH: Ulrich Ehmann, Pressesprecher

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

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



ROTKÄPPCHEN-MUMM

# Pressemitteilung

Leipzig, 22.04.2008

## **Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien 2007: Stetiges Wachstum auf solidem Fundament**

**Die Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH, Freyburg/Unstrut, bringen den deutschen Sektmarkt voran – und sind nach dem erfolgreichen Einstieg in den Spirituosenmarkt auf Anhieb auch zum größten deutschen Spirituosenhersteller aufgestiegen. Die jetzt im Rahmen der alljährlichen Bilanzpresse-konferenz in Leipzig präsentierten Zahlen zeigen deutlich: „Deutschlands Haus aus Sekt, Spirituosen und Wein“ verzeichnet stetiges Wachstum auf solidem Fundament. Entsprechend optimistisch und zufrieden zeigt sich Gunter Heise, geschäftsführender Gesellschafter und Sprecher der Geschäftsführung der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien: „Das Ergebnis der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien für das Geschäftsjahr 2007 ist überaus zufrieden stellend. Es zeigt sich auch in diesem Jahr, dass wir mit unseren starken Marken den Verbraucher überzeugen können.“**

Vermeldet wird eine Absatzsteigerung auf **186 Millionen Flaschen Sekt, Spirituosen und Wein** (Vorjahr: 168,4 Millionen Flaschen – das entspricht einem deutlichen Plus von 10,5 Prozent).

Aufgeschlüsselt heißt das für die einzelnen Bereiche: 129,2 Millionen Flaschen Sekt (Vorjahr: 114,7 Millionen Flaschen Sekt, das ist ein Plus von 14,5 Millionen Flaschen oder 12,6 Prozent), 50,5 Millionen Flaschen Spirituose (Vorjahr: 50 Millionen Flaschen, ein Plus von 500.000 Flaschen oder 0,9 Prozent) und 6,3 Millionen Flaschen Wein (Vorjahr: 3,7 Millionen Flaschen, ein Plus von 2,7 Millionen Flaschen oder 72,4 Prozent) konnten abgesetzt werden.

Der Umsatz konnte auf **709,5 Millionen Euro** (Vorjahr: 651,5 Millionen – was ein klares Plus von 58 Millionen Euro oder 8,9 Prozent bedeutet) gesteigert werden, womit die Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien auf ein insgesamt erfolgreiches Jahr 2007 zurückblicken können.

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

Der nationale Marktanteil der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien im deutschen Sektmarkt konnte zudem um 2,6 Prozentpunkte auf **39,1 Prozent** (Vorjahr: 36,5 Prozent) gesteigert werden.

Das Investitionsvolumen des deutschen Sektmarktführers betrug 4,6 Millionen Euro (Vorjahr: 1,6 Millionen Euro). Besonders zu erwähnen sind hier die Ausweitung der Gärkapazitäten am Standort Freyburg/Unstrut und die erfolgreiche Einführung von SAP in der Unternehmensgruppe.

Die Zahl der festen **Mitarbeiter** stieg im letzten Jahr auf **499**, von denen 27 Auszubildende unterschiedlichster Bereiche sind.

Nach dem in allen Bereichen erfolgreichen Abschluss des Integrationsprozesses der übernommenen Eckes Spirituosen & Wein GmbH können die Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien auch weiterhin positiv in die Zukunft blicken und die strategischen Ziele aus einer gesicherten Position heraus weiter aktiv verfolgen. Im Fokus stehen dabei auch in diesem Jahr zahlreiche attraktive Innovationen und die an Verbraucherwünschen angelehnte Überarbeitung bekannter Marken und Erfolgsgaranten.



ROTKÄPPCHEN-MUMM

# Pressemitteilung

Leipzig, 22.04.2008

## **Die Entwicklung der Marken der Rotkäppchen-Mumm Sektellereien im Überblick**

### **DER SEKT**

**Die Sektmarken der Rotkäppchen-Mumm Sektellereien blicken auf ein überaus erfolgreiches Jahr 2007. Alle Marken verzeichnen ein Wachstum, insgesamt kann das Haus vermelden: 129,2 Millionen verkaufter Flaschen Sekt – das sind 14,5 Millionen Flaschen mehr als in 2006 – und somit ein deutliches Absatzplus von 12,6 Prozent.**

### **ROTKÄPPCHEN SEKT**

Mit einem Absatz von 82,2 Millionen Flaschen verzeichnet die Marke Rotkäppchen Sekt ein deutliches Plus von 15,1 Prozent (Vorjahr: 71,4 Millionen Flaschen). 10,8 Millionen Flaschen mit den berühmten roten Kappen wurden somit im Jahr 2007 mehr verkauft. Der Marktanteil wurde von 24 Prozent im Vorjahr auf 26,1 Prozent erfolgreich ausgebaut.

### **MUMM**

Ein starkes Ergebnis kann auch die Marke Mumm vermelden: 15,6 Millionen Flaschen (Vorjahr: 13,3 Millionen) wurden abgesetzt, das entspricht einem starken Plus von 2,3 Millionen Flaschen oder 17 Prozent. Der Marktanteil der Marke Mumm liegt in diesem Jahr bei 4,6 Prozent (Vorjahr: 3,9).

### **JULES MUMM**

Im positiven Trend bewegt sich auch die Marke Jules Mumm. Der fruchtig-frische Sekt für eine junge, urbane und vor allem weibliche Kernzielgruppe im Alter zwischen 20 und 49 Jahren verzeichnet für 2007 einen Absatz von 8,3 Millionen Flaschen (Vorjahr: 7 Millionen Flaschen)

1/3

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

und somit ein Plus von 1,3 Millionen Flaschen oder 18,9 Prozent. Der Marktanteil für diese Marke konnte von 2,2 Prozent im Vorjahr auf 2,5 Prozent verbessert werden.

### **SUPÉRIEURE-MARKE GELDERMANN**

Die ausschließlich im traditionellen Flaschengärverfahren hergestellten Sekte der Geldermann Privatsektkellerei in Breisach am Rhein verzeichnen für das Jahr 2007 einen Absatz von 1,9 Millionen Flaschen (Vorjahr: 1,8 Millionen Flaschen) und somit ein erfreuliches Plus von 8,6 Prozent.

### **MM EXTRA**

Der „Sekt mit dem gewissen Extra“, eine der stärksten deutschen Sektmarken, kann auch für das Jahr 2007 ein sehr positives Ergebnis vermelden: 20,2 Millionen Flaschen (Vorjahr: 20,1 Millionen Flaschen) – was einem leichten Plus von 100.000 Flaschen oder 0,3 Prozent entspricht – wurden von dem Sekt mit der großen Historie abgesetzt, und das trotz einer Preiserhöhung im Herbst 2007.

### **DIE SPIRITUOSE**

**Die für 2007 erstmals bilanzierten Spirituosenmarken der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien überzeugen durch bekannte Marken und ein breites Sortiment für unterschiedlichste Ansprüche. Folgend werden die Kategorien „Weinbrand“, „Echter Nordhäuser“ und „Nordbrand Nordhausen“ in ihrer Entwicklung aufgezeigt. Insgesamt konnte die tragende Unternehmenssäule „Spirituose“ 50,5 Millionen abgesetzter Flaschen verzeichnen, was ein Plus von 500.000 Flaschen oder 0,5 Prozent bedeutet.**

### **WEINBRAND**

Die bekanntesten Säulen der Kategorie „Weinbrand“ der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien sind sicherlich die traditionsreichen Marken Chantré und Mariacron. Hier verzeichnet das Unternehmen für das gesamte Segment einen Absatz von 20,3 Millionen Flaschen. Das bedeutet ein Plus von 600.000 Flaschen und somit erfreuliche 3,1 Prozent zum Vorjahr. Die Traditionsmarke Chantré erfährt in diesem Jahr eine Neupositionierung, die zudem von unterschiedlichen aufmerksamkeitsstarken Kommunikationsmaßnahmen und Aktivitäten im Promotionbereich begleitet wird.



## ROTKÄPPCHEN-MUMM

### **ECHTER NORDHÄUSER**

Eine der starken deutschen Spirituosenmarken, die die Verbraucher überzeugt. Mit 11,4 Millionen abgesetzter Flaschen wird zwar ein erwartetes leichtes Minus aufgrund einer umgesetzten Preiserhöhung von 5,5 Prozent (Vorjahr: 12,1 Millionen Flaschen) verzeichnet, doch innovative Kommunikationsmaßnahmen und eine wieder pickende „Henriette“ sind für dieses Jahr bereits fest geplant.

### **NORDBRAND NORDHAUSEN**

Traditionsreich und innovativ: das ist Nordbrand Nordhausen. 17,4 Millionen abgesetzter Flaschen (Vorjahr: 16,7 Millionen Flaschen) bedeuten ein Plus von 4,2 Prozent zum Vorjahr.

### **DER WEIN**

**Mit dem Einstieg ins Markenweingeschäft mit der Marke Rotkäppchen Qualitätswein und der Übernahme der bekannten Marken Collection de Chantré und Criss konnten die Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien einen überzeugenden Erfolg verzeichnen – der sich auch in diesem Jahr fortsetzt. Insgesamt 6,3 Millionen Flaschen wurden in 2007 abgesetzt. Das entspricht einem Plus von 2,7 Millionen Flaschen oder 72,4 Prozent. Der Rotkäppchen Qualitätswein ist mit 4,1 Millionen verkaufter Flaschen (Vorjahr: 0,5 Millionen Flaschen) die stärkste Weinmarke des Hauses. Das entspricht einem Zuwachs von 3,6 Millionen Flaschen oder 692,6 Prozent (sic!).**



ROTKÄPPCHEN-MUMM

# Pressemitteilung

Leipzig, 22.04.2008

## Echter Nordhäuser: Markenjuwel startet Kommunikationsoffensive **Endlich: Henriette pickt wieder**

**Sie ist sicherlich eines der bekanntesten „Werbegesichter“ Deutschlands, sympathisch und durchaus zielgerichtet: Henriette, das Huhn von Echter Nordhäuser. Das traditionsreiche Erkennungsmerkmal der renommierten Marke aus dem thüringischen Nordhausen hat ein bemerkenswertes Kapitel deutscher Werbegeschichte geschrieben. Der mit renommierten internationalen Preisen ausgezeichnete TV-Spot, in dem das Huhn sich von Korn zum Korn pickt, hat für viele Deutsche immer noch einen hohen Wiedererkennungswert. Jetzt endlich ist Henriette wieder pickender Gast in Deutschlands Haushalten – als modifizierter TV-Spot und mit weiteren innovativen Kommunikationsmaßnahmen sicherlich zur Freude zahlreicher Echter Nordhäuser-Genießer.**

„Roggenecht – so muss ein Korn schmecken.“ Unter diesem Motto wird Echter Nordhäuser nach einem Jahr der Konsolidierung jetzt wieder stark präsent sein und erfrischend auf sich aufmerksam machen. „Echter Nordhäuser ist ein Markenjuwel“, so Gunter Heise, geschäftsführender Gesellschafter und Sprecher der Geschäftsführung der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien. „Wir haben es uns zum Ziel gesetzt, diese Marke, die auf einer nunmehr 500-jährigen Tradition basiert, zu neuer Stärke auszubauen“, bekräftigt Heise die Erwartungen in den weiteren erfolgreichen Weg der facettenreichen Markenfamilie Echter Nordhäuser. Die frische Medienpräsenz von Henriette ist dabei sicherlich eines der wesentlichsten Merkmale und, so bekräftigt Heise: „Wir sind wieder on-air.“

Echter Nordhäuser zeichnet sich durch zwei entscheidende Punkte im Bewusstsein des Verbrauchers aus: die traditionsreiche, hohe Produktqualität sowie eine Flexibilität, die Herausforderungen der Zeit annimmt und erfolgreich meistert – und Echter Nordhäuser mit seinem vielfältigen Sortiment so zur ersten Wahl für Kornkenner macht.

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

Mit dem neuen TV-Spot, innovativen und aufmerksamkeitsstarken Anzeigenmotiven sowie hörenswerten Hörfunk-Kooperationen wird Henriette wieder gern gesehener Gast in Deutschlands Wohnzimmern – und die Echter Nordhäuser Kommunikationsoffensive gewohnt sympathisch begleiten. Pickend vom Roggenkorn zum Korn.



ROTKÄPPCHEN-MUMM

# Pressemitteilung

Leipzig, 22.04.2008

Chantré gibt die Richtung vor

## **Der Marktführer gestaltet den Weinbrand-Markt neu**

**Überraschend anders präsentiert sich Chantré ab April diesen Jahres. Er nimmt die Trends des 21. Jahrhunderts auf und gestaltet aktiv die Zukunft.**

Heller, lebendiger und moderner präsentiert sich der Klassiker. Er eröffnet neuen sowie etablierten Genießerguppen moderne Trinkideen, ist variantenreich und bleibt sich doch in einem Punkt treu: er pflegt die Gemeinsamkeit, die Menschen miteinander verbindet. Neben dem klassischen Trinkstil pur gehört zu den neuen Trinkansätzen: auf Eis, im Espresso oder mit Orange. Individualität zählt. „Mein Chantré. So mag ich ihn“ ist deshalb der Slogan, der als Leitmotiv über allem steht.

Die neue Welt von Chantré zeigt sich auch in einer neuen attraktiven Ausstattung. Die markante Flasche fällt ins Auge. Das Etikett in edler Papierqualität ist aufwendig mit Siegelfolie und Prägung gestaltet. Es ist hell und prägnant. Das moderne Erscheinungsbild unterstreicht den hochwertigen, zeitgemäßen Markenauftritt. „Als Marktführer sind wir uns der Vorreiterrolle bewusst und setzen neue Impulse, indem wir Investitionen in die Marke Chantré tätigen“, versichert Gunter Heise, geschäftsführender Gesellschafter und Sprecher der Geschäftsführung der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien anlässlich der Präsentation zur diesjährigen ProWein.

Chantré ist gut gerüstet für die Zukunft und spielt die ganze Klaviatur des Marketing-Mixes. Umfangreiche Kommunikationsmaßnahmen geben massive Unterstützung beim neuen Markenauftritt. Ab April gibt es eine neue Ausstattung und einen neuen Internet-Auftritt. Ab Mai finden im Handel aufmerksamkeitsstarke Verkostungsaktionen statt, um den Verbrauchern die neuen Chantré Trinkvarianten schmackhaft zu machen. Im vierten Quartal laufen impulsgebende Promotionaktionen in den Märkten. Gleichzeitig wird im September ein neuer TV-Spot bundesweit in reichweitenstarken Sendern geschaltet. Events dienen der

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

Emotionalisierung und machen die Chantré Welt erlebbar. Eine breitangelegte PR-Kampagne rundet das Maßnahmenpaket ab.

Chantré gestaltet den Weinbrand-Markt völlig neu und gibt die Richtung für eine erfolgreiche Zukunft vor. Er entspricht dem modernen Lebensgefühl vieler Menschen und gehört zu einer genussvollen Trinkkultur dazu. Der Klassiker unter den Weinbränden hat Erfolgsgeschichte geschrieben. Chantré ist die zweitgrößte Spirituosenmarke in Deutschland, die Nummer 1 in den alten Bundesländern. Er ist Marktführer in der Kategorie Weinbrand und weist eine Markenbekanntheit von über 86 Prozent aus.



ROTKÄPPCHEN-MUMM

# Pressemitteilung

Düsseldorf, 22.04.2008

## Rotkäppchen erweitert Wein-Erfolgssortiment **Neu: Der Sommerwein von Rotkäppchen**

**Die Rotkäppchen Sektkellerei, Freyburg an der Unstrut, stellt jetzt auf der ProWein in Düsseldorf erstmals ihren „Sommerwein des Jahres 2008“ vor: der neue Rotkäppchen Qualitätswein Dornfelder Rosé Halbtrocken. Ein Roséwein, der erfrischend leicht und mit feinfruchtigen Anklängen zu den Trendsettern dieses Sommers zählen wird.**

Nach der überaus gelungenen Neueinführung der Rotkäppchen Qualitätsweine im letzten Jahr schreibt das Freyburger Traditionshaus jetzt das nächste Kapitel dieser Erfolgsgeschichte. Mit der Vorstellung des neuen Rotkäppchen Qualitätswein Dornfelder Rosé Halbtrocken zeigt Deutschlands Haus aus Sekt, Spirituosen und Wein erneut, dass es Trends frühzeitig erkennt, gekonnt aufgreift – und diese auch erfolgreich umsetzen kann.

Bestes Beispiel hierfür war sicherlich der große Erfolg vom Rotkäppchen Sekt Rosé Trocken, mit dem die Freyburger zeigten, dass sie die Verbraucherwünsche erkennen und erfüllen – und so ihre Kompetenz aus 150 Jahren Veredelung von Wein zu Sekt innovativ und zukunftsorientiert nutzen.

Konsequent deshalb jetzt die Ergänzung der erfolgreichen Rotkäppchen Wein-Linie – bisher sind bereits zwei weiße und zwei rote Rotkäppchen Qualitätsweine im Handel erhältlich – um einen Dornfelder Rosé Halbtrocken. Ein erfrischend leichter Roséwein mit feinfruchtigen Anklängen von Himbeeren und Erdbeeren. Seine Trauben stammen aus den sonnenverwöhnten Lagen im Anbaugebiet Pfalz und er eignet sich besonders als geschmackvoller Begleiter – passend zur Sommersaison – von leichten Vorspeisen, Meeresfrüchten und Knabbergebäck.

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

Der empfohlene Regal-Verkaufspreis von Rotkäppchen Qualitätswein Dornfelder Rosé Halbtrocken liegt, wie bei den anderen Weinvarianten, bei 3,99 Euro.



ROTKÄPPCHEN-MUMM

# Pressemitteilung

Leipzig, 22.04.2008

Neue Innovation des deutschen Sektmarktführers

## **Premiere von Rotkäppchen Alkoholfrei**

**Die Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien, Freyburg an der Unstrut, präsentieren auf der ProWein 2008 in Düsseldorf erstmals eine prickelnde Innovation, die zugleich den bekannten und gewohnten Rotkäppchen-Genuss voller Leichtigkeit verspricht: Rotkäppchen Alkoholfrei. Mit diesem prickelndem, leichten Getränk bietet der deutsche Sektmarktführer eine ideale Alternative für Genießer, die Sekt lieben – aber auf Alkohol bewusst verzichten möchten.**

Die satinierte Flasche ist in der Rotkäppchen Sekt-Familie neu – und vermittelt bereits auf den ersten Blick ein Gefühl der Leichtigkeit und Frische. Etikett, Schriftzug und natürlich die vom Rotkäppchen Traditionssortiment gewohnte berühmte rote Kappe sind als typische Merkmale durchaus den meisten deutschen Sektliebhabern vertraut. „Mit dieser schon visuell anregenden Flasche setzen wir bereits auf den ersten Blick beim Verbraucher von Rotkäppchen Alkoholfrei ein neues Zeichen - ohne dabei jedoch auf die vertrauten, liebgewonnen Merkmale der Rotkäppchen Sekt-Familie zu verzichten“, so Gunter Heise, geschäftsführender Gesellschafter und Sprecher der Geschäftsführung der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien.

Der neue Rotkäppchen Alkoholfrei – die rechtlich erforderliche Deklaration ist „schäumendes Getränk aus alkoholfreiem, Wein“ – wendet sich gezielt an Sektliebhaber, die sich situativ und aus unterschiedlichsten Gründen bewusst für einen alkoholfreien Genuss entscheiden. „Wir wollen unter dem Markendach Rotkäppchen“, so Gunter Heise „eine größtmögliche Vielfalt anbieten. Rotkäppchen Alkoholfrei wird zukünftig auch den Genießern ein prickelndes Geschmackserlebnis ermöglichen, die Sekt lieben – aber bewusst auf Alkohol verzichten möchten.“

Bei der Herstellung von Rotkäppchen Alkoholfrei nutzt das Freyburger Traditions Haus seine über 150-jährige Tradition und das umfassende Wissen über den kompetenten Umgang mit

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

Wein und Sekt. Für Rotkäppchen Alkoholfrei werden ausschließlich ausgesuchte, hochwertige Weine schonend entalkoholisiert. Der Restalkoholanteil liegt – ähnlich wie beim Traubensaft – bei weniger als 0,5 Prozent Volumen. Die empfohlene Trinktemperatur von Rotkäppchen Alkoholfrei – halbtrocken im Geschmack – liegt bei zirka sechs Grad Celsius.

Mit diesen Eigenschaften wird Rotkäppchen Alkoholfrei zum idealen Begleiter erinnerungswürdiger Momente, in denen man bewusst auf Alkohol verzichtet – und dennoch Genuss voller Leichtigkeit schätzt. Der empfohlene Regalpreis für die Flasche Rotkäppchen Alkoholfrei liegt – wie auch beim Rotkäppchen Sekt Traditionssortiment – bei 3.99 Euro.

### **Infoservice zur Entalkoholisierung**

Die Entalkoholisierung oder Destillation eines alkoholischen Getränkes basiert auf dem Prinzip, dass Alkohol bei Erhitzung schneller verdampft als die restliche Flüssigkeit. Während Alkohol bei rund 78°C seinen Siedepunkt hat, d.h. verdampft, liegt dieser Punkt z.B. bei Wasser bei 100°C.

Problematisch bei der Erhitzung auf über 70°C ist die Schädigung bzw. Eliminierung vieler geschmacksgebender Komponenten, die im Wein, im Bier oder in anderen alkoholischen Getränken für das umfassende, volle Geschmackserlebnis sorgen.

Daher machen wir uns das physikalische Prinzip zunutze, dass der Siedepunkt von Flüssigkeiten im Vakuum sehr viel niedriger liegt, bei Alkohol je nach Höhe des Vakuums bei nur rund 30°C, bei Wasser bei rund 40 - 50 °C. So muss der Wein bei Entalkoholisierung unter Vakuum nur sehr wenig erhitzt werden und der Großteil der Aromen und anderer geschmacksgebender Komponenten verbleibt im dann alkoholfreien Wein.



ROTKÄPPCHEN-MUMM

# Pressemitteilung

Leipzig, 22.04.2008

## Die Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH in Zahlen 2007

### Erweiterte Geschäftsführung:

#### **Gunter Heise**

Geschäftsführender Gesellschafter  
Sprecher der Geschäftsführung

#### **Manfred Hilpert**

Geschäftsführer Marketing, Vertrieb und Logistik

#### **Michael John**

Geschäftsführer Finanzressort, Personal, IT

#### **Ulrich Wiegel**

Direktor Technik

#### **Dr. Lutz Lange**

Direktor Zentrales Qualitätsmanagement

#### **Hannelore Jankowa**

Direktor Zentraleinkauf

#### **Jürgen Kotschi**

Direktor Vertrieb & Logistik

#### **Marita Bender**

Marketingdirektorin Spirituosen

1/3

Pressekontakt Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH: Ulrich Ehmann, Pressesprecher

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

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



## ROTKÄPPCHEN-MUMM

### **Peter O. Claußen**

Marketingdirektor Sekt und Wein

### **Karl-Josef Lauzi**

Direktor Produktion

### **Achim Junker**

Direktor Produktion Spirituosen

### **Standorte:**

Freyburg an der Unstrut / Sachsen-Anhalt

Hochheim am Main / Hessen

Eltville am Rhein / Hessen

Breisach am Rhein / Baden-Württemberg

Nordhausen / Thüringen

### **Festangestellte Mitarbeiter:**

**499 davon 27 Auszubildende**

*(2006: 317 davon 14 Auszubildende)*

### **Gesamtabsatz 2007 Sekt, Spirituose, Wein:**

**186 Millionen Flaschen gesamt, davon:**

129,2 Millionen Flaschen Sekt

50,5 Millionen Flaschen Spirituose

6,3 Millionen Flaschen Wein



## ROTKÄPPCHEN-MUMM

*(2006: 168,4 Millionen Flaschen)*

### **Gesamtumsatz 2007 Sekt, Spirituose, Wein**

**709,5 Millionen Euro** inkl. Sektsteuer und Branntweinsteuer, ohne MwSt.

*(2006: 651,5 Millionen Euro)*

### **Marktanteil im deutschen Sektmarkt 2007**

**39,1 Prozent**

*(2006: 36,5 Prozent)<sup>1</sup>*

### **Marktanteil im Spirituosenmarkt des LEH in Deutschland 2007**

**9,3 Prozent**

*(2006: 9 Prozent)<sup>2</sup>*

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

<sup>2</sup>Quelle: Führendes Handelspanel



ROTKÄPPCHEN-MUMM

# Pressemitteilung

Leipzig, 22.04.2008

Marken mit Tradition, Herkunft und Vision für die Zukunft

## **Die Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH in Zahlen 2007**

**Ein reiches Sortiment von traditionsreichen Marken und innovativen Varianten bieten die Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien aus Freyburg an der Unstrut heute Kennern und Genießern. Die bekannten und lebendigen Marken der tragenden Säulen aus Sekt, Spirituosen und Wein des 1856 gegründeten Traditionsunternehmens im Überblick.**

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

**Mumm.** Klassische Eleganz für höchsten Genuss. Ein Premium-Sekt mit Champagnertradition – dafür steht die Traditionsmarke, deren Wurzeln bis ins Jahr 1827 reichen. Mumm steht für anspruchsvoll gepflegte Lebensart und zeitgemäß modernen Geschmack. Manchmal muss es eben Mumm sein.

**Jules Mumm.** Lebensfreude, Ungezwungenheit und elegante Fruchtigkeit zeichnen die Marke Jules Mumm aus. Ein Sekt für alle, die Fruchtigkeit schätzen, aber nicht auf trockenen Geschmack verzichten wollen. Jules Mumm ist provozierend anders, unkonventionell im Erscheinungsbild. Ein Trendsetter höchster Qualität.

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

1/3

Pressekontakt Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH: Ulrich Ehmann, Pressesprecher

Telefon: +49 6123 606-269

Mobil: +49 171 744 64 12

ulrich.ehmann@rotkaeppchen-mumm.de

Matheus-Müller-Platz 1

65343 Eltville am Rhein

www.rotkaeppchen-mumm.de



## ROTKÄPPCHEN - MUMM

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

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

**MM Extra.** Die Traditionsmarke mit dem prickelnden jugendlichen Charme ist ein unkomplizierter Begleiter für die augenzwinkernden Momente des Lebens.

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

**Echter Nordhäuser.** Ein Markenjuwel, das auf einer 500-jährigen Tradition beruht. Getreu dem Motto: Roggenecht – so muss ein Korn schmecken ist Echter Nordhäuser in Deutschland zum Synonym für unterschiedlichste Kornspezialitäten auf höchstem Qualitätsniveau geworden.

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

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

**Eckes Edelkirsch.** Eine der ältesten Marken Deutschlands, die mit einem einzigartigen Herstellungsverfahren, vollreifen Kirschen aus Rheinhessen und dem fruchtigen Geschmack der Heimat die Likörgenießer vielseitig überrascht.

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

**Rotkäppchen Qualitätsweine.** Die fünf Qualitätsweine aus dem Hause Rotkäppchen bieten Weingenießern ein breites Sortiment von Weinen der beliebtesten deutschen Rebsorten. Das



## ROTKÄPPCHEN-MUMM

starke Rotkäppchen Markendach und die umfassende Kompetenz aus 150 Jahren Veredelung von guten Weinen erleichtern die Orientierung am Weinregal.

**Collection de Chantré.** Samtig weicher Weingenuss aus Frankreich – das zeichnet die Weinlinie der Marke Chantré aus.



ROTKÄPPCHEN-MUMM

# Pressemitteilung

Leipzig, 22.04.2008

Ein prickelndes-brennendes Angebot für Genießer

## **Genuss stilvoll erleben: Aperitif und Digestif in Freyburg und Nordhausen**

**Zwei Traditionshäuser großartiger deutscher Handwerkskunst, die Geschichte(n) interessant und erlebnisreich erzählen, bieten sich als Genuss-Reiseziele an. Nach umfangreichen Umbauarbeiten erstrahlt die Echter Nordhäuser Traditionsbrennerei im neuen Glanz – und bietet den Besuchern liebenswert aufbereitete Informationen über 500 Jahre spannende Geschichte deutscher Korn-Brenntradition in Nordhausen. Ein attraktiver Besuchermagnet in Freyburg an der Unstrut in Sachsen-Anhalt ist seit vielen Jahren die Rotkäppchen Sektkellerei. Für alle Genießer und Freunde gelebter Handwerkskunst, die einen unvergesslichen Blick hinter die Kulissen deutscher Sekt- und Brenntradition werfen wollen, gibt es jetzt das prickelnd-brennende Angebot einer genussvollen Reise nach Freyburg und Nordhausen – und somit zum Aperitif und zum Digestif.**

Beide Häuser, die 1856 gegründete Rotkäppchen Sektkellerei in Freyburg an der Unstrut und die Echter Nordhäuser Traditionsbrennerei in Nordhausen, verbindet nicht nur ihre räumliche Nähe – Freyburg und Nordhausen sind nur eine knappe Autostunde voneinander entfernt. Vielmehr bieten beide Häuser detailliert und kenntnisreich Einblicke in traditionsreiche Handwerkskunst. Naheliegend ist doch die Idee, im Rahmen eines Tagesausflugs beide Häuser zu besuchen und somit eine Reise deutscher Genusstadition stilvoll zu erleben. Alles über einen Aperitif mit einem prickelnden Glas Rotkäppchen Sekt und einen Digestif mit einem Glas Echter Nordhäuser Korn – spannend und erlebnisreich. Möglich machen das ab sofort die Rotkäppchen Sektkellerei und die Echter Nordhäuser Traditionsbrennerei.

In Freyburg an der Unstrut sind es jährlich über 110.000 Besucher, die sich von der Geschichte,

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

Gegenwart und prickelnden Zukunft der berühmten Sektflaschen mit den roten Kappen begeistern lassen – und Einblicke in die große Kunst der Sektherstellung genießen.

Die im Jugendstil erbaute Korn-Brennerei ist ein in dieser Form einmaliges Museum über die berühmte Nordhäuser Brenntradition. Die Besucher erhalten in den historischen Produktionsräumen einen authentischen Einblick in die Kornbrandproduktion des beginnenden 20. Jahrhunderts und erleben mit allen Sinnen eine Zeitreise in die 500-jährige Geschichte des Nordhäuser Korn.

Weitere Informationen zu Öffnungszeiten, Eintrittspreisen und Anfahrtswegen sind ab sofort erhältlich im **neuen Prospekt** „Vom Aperitif zum Digestif – Von Freyburg an der Unstrut nach Nordhausen“ oder im Internet unter **[www.rotkaeppchen.de](http://www.rotkaeppchen.de)** und **[www.traditionsbrennerei.de](http://www.traditionsbrennerei.de)**