

## **MEDINET setzt emotionale Kampagne zur Fußball EM mit Elan fort**

**Traben, 22.03.2016.** Die im Juni in Frankreich beginnende Fußball Europameisterschaft wirft bereits ihre Schatten voraus. Ab Ende März präsentiert sich MEDINET im neuen, passenden Outfit. Und zwar stellt MEDINET's Henri, der sympathische Franzose, direkt auf der Flasche von MEDINET Rouge, Blanc und Rosé, die bekannten Spielorte und Stadien in Paris, Marseille und Nizza vor.

Mit dieser neuen Ausgabe von Flaschenausstattungen knüpft MEDINET an die in 2015 erfolgreiche Premiere der Edition MEDINET - mit Pariser Motiven - an, die im vergangenen Jahr für zusätzliche Absatzimpulse am POS verantwortlich war (IRI). Das Druckbild auf der Flasche transportiert die Herkunft Frankreich emotional und bietet Verbrauchern einen stimulierenden Kauf- und Sammelanreiz. „MEDINET ist eine unserer wichtigen Fokusmarken. Sie erhält ganzjährig unsere volle Unterstützung. Auch daher erwarten wir eine positive Entwicklung in diesem Jahr“ so André Weltz, Geschäftsführer.

Die EM-Edition ist mittlerweile die zweite Etappe einer mehrstufigen MEDINET-Tour, die weiter ausgebaut werden soll.

keitsfeld stetig erweitert: Die Spirituosenentwicklung liegt in den Händen der Tochterunternehmens Berliner BärenSiegel GmbH und Moritz Thienelt bekannt für die Marken WURZELPETER, GOLDKRONE MILCOR und THIENELT ECHTE KROATZBEERE. Zur Langguth-Gruppe zählen außerdem die Exportkellerei H. Sichel Söhne (u.a. BLUE NUN) und die Gutsverwaltung Stiftungsweingut (Lagen von Weltruf an Mosel und Ruwer). Weitere Informationen unter [www.langguth.de](http://www.langguth.de).

Medienkontakt:

F.W. Langguth Erben GmbH & Co KG · - Alois Dietzen · - Dr.-Ernst-Spies-Allee 2 ·  
56841 Traben-Trarbach; Tel. 06541-17-251 · Fax 06541-17299 ·  
E-Mail [alois.dietzen@langguth.de](mailto:alois.dietzen@langguth.de)