

ERBEN® Inspiration für Online-Preis nominiert

Crowdsourcing-Projekt von F.W. Langguth Erben auf der Shortlist beim Deutschen Preis für Onlinekommunikation 2016

Traben-Trarbach, 23. Mai 2016. Die Kampagne rund um die Markteinführung der neuen Serie ERBEN® Inspiration ist Anwärter auf den Deutschen Preis für Onlinekommunikation 2016. Nominiert wurde das Crowdsourcing-Projekt von Langguth in der Kategorie „Product Launch“. Nach Ansicht der Jury, gehört die Aktion in dieser Sparte zu den fünf besten Kampagnen des Jahres. Der Gewinner wird am 8. Juni im Rahmen der Preisverleihung im Berliner Admiralspalast verkündet.

Die Weinkellerei F.W. Langguth Erben ist im Rennen, wenn am 8. Juni 2016 in Berlin die besten Projekte und Kampagnen digitaler Kommunikation prämiert werden. Das Unternehmen ist beim Deutschen Preis für Onlinekommunikation in der Kategorie „Product Launch“ auf der Shortlist gelandet. Die interdisziplinäre Jury ist der Meinung, dass die Einführungskampagne für die beiden Weine der neuen Serie ERBEN® Inspiration zu den fünf zukunftsweisendsten Strategien digitaler Kommunikation der letzten 12 Monate gehört. Dabei befindet sich das Unternehmen aus Traben-Trarbach in bester Gesellschaft: neben Langguth sind in der gleichen Kategorie Projekte von Audi, Daimler, Netflix und Bastei Lübbe nominiert. *„Wir freuen uns über die Anerkennung unserer Arbeit und fühlen uns bestätigt, dass wir mit unserem Modernisierungskonzept für unsere Marke ERBEN® auf dem richtigen Weg sind, freut sich Verena Armbruster, Brandmanagerin bei Langguth.*

Der ERBEN® Mondschein Riesling und der ERBEN® Abendsonne Spätburgunder wurden im Zuge eines Crowdsourcing-Projekts entwickelt. Vom Konsumanlass über die Rebsorte bis hin zu Ausstattung und Preis – bei allen wichtigen Entscheidungen rund um die Weinentwicklung hatten die Mitglieder der hauseigenen Brand Community „Erben Gemeinschaft“ (<http://gemeinschaft.erben-wein.de>) das letzte Wort. *„Die Nominierung beim Deutschen Preis für Onlinekommunikation ist uns nicht nur Ansporn, sondern markiert auch unseren Anspruch für zukünftige Launchkampagnen, erklärt André Weltz, Geschäftsführer bei Langguth. Das Crowdsourcing-Projekt ist zentraler Bestandteil der Strategie zur Verjüngung der Traditionsmarke ERBEN®. Seit Ende März sind die Produkte der neuen Serie ERBEN® Inspiration in allen relevanten Key Accounts gelistet.*



Über Langguth Erben:

Die Geschichte der Privatkellerei F.W. Langguth Erben GmbH & Co. KG geht zurück auf das Jahr 1789. Gegründet von Franz Wilhelm Langguth ist das Unternehmen heute in der siebten Generation im Familienbesitz. Die mittelständische Unternehmensgruppe mit Sitz in Traben-Trarbach an der Mosel und Berlin ist einer der bekanntesten deutschen Weinanbieter. Das Unternehmen ist stark engagiert in den wichtigsten europäischen Weinbaugebieten sowie in der Weinbauregion Mornag/Tunesien. Zum etablierten Weinsortiment zählen u. a. die Marken Erben®, Medinet®, Toscanello®, Sontino BioVegan®, Edler vom Mornag®, Mario Ferrini®, Langguth Himmlisches Tröpfchen®, Copa del Sol® sowie die südafrikanische Marke Kaya Fairtrade®. Durch die Übernahme von branchenzugehörigen Unternehmen wurde das Tätigkeitsfeld stetig erweitert. Die Spirituosenentwicklung liegt in den Händen der Tochterunternehmen 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 Villa W Weinmanufaktur (Lagen von Weltruf im Weinbaugebiet Mosel und Ruwer).

Weitere Informationen unter www.langguth.de.

Medienkontakt:

F.W. Langguth Erben GmbH & Co.KG · Hans Kohl · Dr. Ernst Spies Allee 2 · 56841 Traben-Trarbach ·
Tel. 06541-8183648 · Fax 06541-8158879 · E-Mail: hans.kohl@langguth.de