

PRESSEMITTEILUNG ZUR PROWEIN 2018

Franz Wilhelm Langguth Erben präsentiert sich mit **BLUE NUN®** Gold Edition und **ERBEN®** auf der ProWein 2018

Traben-Trarbach, Februar 2018

Mit Konzentration auf die internationale Exportmarke **BLUE NUN®** und die führende deutsche Weinmarke **ERBEN®** wird sich die Markenweinkellerei Franz Wilhelm Langguth Erben völlig neu auf der **ProWein 2018 Stand B09 in Halle 13** präsentieren. Charakteristik des Messeauftritts ist die Illustration der beiden Markenwelten. *„Unser Unternehmen befindet sich in einem spannenden Umbruch und das möchten wir auch gerne auf der ProWein dieses Jahr zeigen“*, berichtet der geschäftsführende Gesellschafter Patrick F. W. Langguth. *„Das Jahr 2018 wird geprägt sein durch Fokussierung auf die Kernmarken mit effizientem Maßnahmenbündel und stetiger Wertorientierung“*.

ERBEN® stärkt weiter die Community

Für die seit über 50 Jahren führende deutsche Weinmarke im LEH, **ERBEN®**, werden die Marketing Aktivitäten trendgemäß verstärkt auf Wein & Community ausgerichtet sein. Mit der über 13.000 Mitglieder zählenden Fan Community **ERBEN® Gemeinschaft** ist das Unternehmen in den letzten Jahren neue Wege in der Kommunikation mit den Verbrauchern gegangen und hat gezeigt, dass diese Ausrichtung der Marketing-Aktivitäten (ERBEN Rooftop Bar, Berlin; Poetry Slam Meisterschaften, Stuttgart u.a.) erfolgreich die Konsumenten erreicht haben. Durch weitere Aktionen rund um die Erben Gemeinschaft im Jahre 2018, wie z.B. Forschungsstammtisch und Winzerfest in Traben-Trarbach, dem Stammsitz des Unternehmens, wird eine intensive Nähe und Verbindung zur Marke **ERBEN®** geschaffen. Daher steht ein weiterer Ausbau der Online Aktivitäten und noch stärkere Verzahnung von POS und Online Kanälen für **ERBEN®** ganz oben auf der Agenda.

„Das Wachstum innerhalb unserer Fan-Community, der Erben Gemeinschaft, hat uns gezeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Dies wollen wir auch über das Jahr 2018 hinaus weiter ausbauen,“ so Patrick F. W. Langguth.

Erben Weingut 1789® mit Premium-Moselrieslingen

Mit der Einführung der **ERBEN Weingutsweine** im Jahre 2017 ist man den Trends Regionalität und nachvollziehbarer Herkunft sowie der Bereitschaft für hochwertige authentische Produkte mehr Geld auszugeben, nachgekommen. Moseltypische Ausstattung und Qualitäten – echte Moselriesling Hochgewächse & Lagenweine aus berühmten Steillagen wie Wehlener Sonnenuhr oder Trabener Würzgarten bereichern dementsprechend das Produkt-Portfolio. Die Ergebnisse nach Verkäufen pro Markt sind bereits sehr erfreulich und bestärken die eingeschlagene Richtung auch mit dem Einsatz von hochwertigen Holz-Zweitplatzierungen am POS.

Medinet® auf Sommer-Tour

Patrick F. W. Langguth: *„Nach 50 Jahren Markenerfolg haben wir das Sortiment im vergangenen Jahr wertorientiert neu aufgestellt und noch konsequenter auf die Zielgruppe und Verwenderschaft ausgerichtet“*. Die Markenpolitik berücksichtigt noch stärker als zuvor den Trend zu kleineren Haushaltsgrößen und den allgemeinen Rückgang des Litergebundes.

Von Mai bis August 2018 wird **Medinet®** mit einer Tour-Kampagne begleitet, die neben einem Gewinnspiel auch bundesweite Promotion-Einsätze vor SBW/VM und breite PR-Unterstützung vorsieht. Zum Jahresende wird abschließend eine Treuekampagne mit hochwertiger Präsentkomponente initiiert.

Sontino BioVegan® nun in kleinem Gebinde

Nach wie vor sind Bio, Nachhaltigkeit und Regionalität die Trendthemen im LEH. Hier kann die Marke **Sontino BioVegan®** überzeugen. *„Wir sind mit dieser Entwicklung sehr zufrieden. **Sontino BioVegan®** hat im Jahr 2017 erneut zweistellig zugelegt. Sie wird von vielen Verbrauchern wegen der klaren Positionierung und der zuverlässigen Qualität geschätzt“*, so Patrick F. W. Langguth, geschäftsführender Gesellschafter.

So passt es auch, dass der Launch der 0,25 l Convenience-Flasche auf die steigende Zahl von Konsumenten in kleinen und urbanen Haushalten abzielt. City-Initiativen mit Teilnahmen an VeggieWorld-Messen und In-Store-Radio-Kampagnen sollen zu weiterem Wachstum der Marke beitragen.

Himmliches Moseltröpfchen® mild und vegan

Der Markenwein-Klassiker schlechthin, das **HIMMLISCHE MOSELTRÖPFCHEN®**, ist seit letztem Jahr neu aufgelegt. Wie früher soll das **HIMMLISCHE MOSELTRÖPFCHEN®** eine Vorreiterrolle im Weinregal einnehmen und für neue Akzente sorgen. *„Daher haben wir es in Optik und Inhalt neu interpretiert und sind bei der Entwicklung neue Wege gegangen. Nicht nur die Herkunft Mosel wird jetzt wieder in den Mittelpunkt gerückt - mit dem milden Qualitätskonzept folgen wir dem Trend nach säurearmem Weingenuss in der wachsenden Zielgruppe der über 40jährigen Konsumenten“*, erklärt Thomas Langguth, Gesellschafter und Beirat von Franz Wilhelm Langguth Erben.

Blue Nun auf 24K Magic Tour

International ist das Unternehmen mit der wohl bekanntesten deutschen Weinmarke **BLUE NUN®** bestens aufgestellt und hat im Geschäftsjahr 2016/2017 speziell im Schaumwein-Segment im Absatz zweistellig zugelegt. *„Die Sponsoring-Aktivitäten von internationalen Festivals wie Coachella und Events wie z.B. die Begleitung der 24K Magic Official After Shows mit E-Panda Eric Hernandez oder Grammy Awards und Golden Globe Awards im Januar dieses Jahres, haben Bekanntheit und Image der Marke **BLUE NUN®** entscheidend erhöht.*

Internationale Social Media Kampagnen werden im Fokus weiterer Marketing Aktivitäten stehen und wir freuen uns, dies alles unseren Besuchern an unserem Stand B09 Halle 13 auf der ProWein 2018 präsentieren zu können,“ so Patrick F. W. Langguth.

Über Franz Wilhelm Langguth Erben

Die Geschichte der Privatkellerei Franz Wilhelm 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. Zum etablierten Weinsortiment zählen u.a. die Marken Erben®, Blue Nun®, Medinet®, Sontino BioVegan®, Himmlisches MoselTröpfchen® sowie die südafrikanische Marke Kaya Fairtrade®. Durch die Übernahme von branchenzugehörigen Unternehmen wurde das Tätigkeitsfeld stetig erweitert. Zur Langguth-Gruppe zählen außerdem die Villa W.® Weinmanufaktur und das Erben Weingut 1789® (Lagen von Weltruf im Weinbaugebiet Mosel und Ruwer).

Die Spirituosenentwicklung liegt in den Händen des Tochterunternehmens Berliner BärenSiegel GmbH, bekannt für die Marke WurzelPeter®.

Weitere Informationen unter www.langguth.de

Medienkontakt, Bild- und Interviewanfragen

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