

Pressemitteilung 08/2017

Die Neuinterpretation eines erfolgreichen Weinklassikers: „Für Menschen, die fröhlich sind“

Mit einer umfassenden Neugestaltung der Marke „HIMMLISCHES MOSELTRÖPFCHEN“ feiert das Unternehmen Franz Wilhelm Langguth Erben die Urmarke des Hauses und eines der bedeutendsten Markenweinkonzepte der Nachkriegszeit.

Traben-Trarbach August 2017: Die Weinkellerei Franz Wilhelm Langguth mit Sitz in Traben-Trarbach an der Mosel ist heute einer der bekanntesten deutschen Weinanbieter und bereits in der siebten Generation im Familienbesitz. Weinexperten wissen: das Haus hat die Weinwirtschaft der Nachkriegszeit deutlich mitgeprägt. Es war Wolfgang Langguth, der in den 50er Jahren die Bedeutung des Lebensmitteleinzelhandels (LEH) früh erkannte und den Verbrauchern Orientierung in der unübersichtlichen Vielfalt der damaligen Winzerweine gab. Er kreierte mit dem „HIMMLISCHEN MOSELTRÖPFCHEN“ den ersten deutschen Markenwein. Das Produkt wurde als einer der ersten Markenweine überhaupt national im LEH gelistet und der Erfolg des Konzeptes ließ nicht lange auf sich warten. Der Absatzhöhepunkt des HIMMLISCHEN MOSELTRÖPFCHEN's war 1969 erreicht, mit über 16,5 Mio. verkauften Litern Wein (13 Mio. Liter Weißwein und über 3,5 Mio. Liter Rotwein).

Geschäftsführer Patrick F. W. Langguth: „Das **HIMMLISCHE MOSELTRÖPFCHEN** wurde bereits 1953 im Lebensmittelhandel eingeführt und hat daher, als eine der ältesten Weinmarken, noch immer eine sehr gute Markenbekanntheit. Zusätzlich ist der Markenkern - damals wie heute - hoch aktuell und emotional für Jung und Alt. Wie früher, so soll das HIMMLISCHE MOSELTRÖPFCHEN eine Vorreiterrolle im Weinregal einnehmen und für neue Akzente sorgen. Daher haben wir es in Optik und im 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. Die saphirblaue aufmerksamkeitsstarke Schlegelflasche sorgt zudem für hohe Wiedererkennung und Differenzierung am Weinregal. Ein zusätzlicher Effekt ist die hohe Verschenke-Eignung des attraktiven blauen Flaschendesigns unterstützt durch das moderne No-Label-Etikett.

Zur Markteinführung haben wir für unsere Handelspartner ein attraktives Maßnahmenpaket zur Abverkaufsunterstützung am POS geschnürt. Neben aufmerksamkeitsstarken Zweitplatzierungen bieten wir für Verbraucher ein attraktives Gewinnspiel in Form einer Flusskreuzfahrt auf der Mosel. Zusätzlich wird das Produkt durch eine PR Kampagne in reichweitenstarken und zielgruppenaffinen Medien kommunikativ unterstützt werden. Wir sind sehr stolz, dass die erste Reaktionen auf das Produkt durchweg positiv sind.“

Das **HIMMLISCHE MOSELTRÖPFCHEN** „Edition Mild Vegan“ (EU zertifiziert) wird im LEH für 4,99€ (UVP) in einer 0,75L Flasche angeboten. Zusätzlich ist das Produkt für Zweitplatzierungen in einem attraktiven aufmerksamkeitsstarken 82er ¼ Chep Display verfügbar.

HIMMLISCHES MOSELTRÖPFCHEN „Edition Mild“:

- Qualitätswein Mosel 2016
- Säurearme Weißwein Cuvée aus Riesling und Rivaner
- 10,0%vol.
- Restzucker 27g/l
- Vegan (EU zertifiziert)



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® Wein, Medinet®, Toscanello®, Sontino BioVegan®, Copa del Sol 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 Exportkellerei H. Sichel Söhne (u.a. Blue Nun®) und die Villa W® Weinmanufaktur (Lagen von Weltruf im Weinbaugbiet 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

Quelle/Bildquelle: Franz Wilhelm Langguth Erben GmbH & Co. KG,

Medienkontakt 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