

## Langguth auf gutem Weg

Familienunternehmen präsentiert neue Kampagnen

**Traben-Trarbach, Dezember 2014.** Das Familienunternehmen mit Sitz an der Mittelmosel in Traben-Trarbach sieht sich im Jubiläumsjahr mit den eingeleiteten Maßnahmen weiter auf dem Vormarsch. Die neue Geschäftsführung blickt dabei gestärkt in die Zukunft. Im seit Mai tätigen Dreier-Gremium verantwortet Patrick Langguth den Vertrieb Ausland. Daneben sind André Weltz als Geschäftsführer für Marketing und Vertrieb im Inland zuständig während Sven Frieß als Sprecher der Geschäftsführung den kaufmännischen Teil und die Kellerei verantwortet.



Geschäftsführung v.r.n.l. André Weltz, Patrick Langguth, Sven Frieß

Im Jubiläumsjahr 2014 hat die Marke Erben maßgeblich zum

Absatzwachstum beigetragen. Immerhin legte sie per Sept.2014 um 15,4 % zu (IRI, Abs. LEH ges. ex. Aldi und C&C vs VJ). Dabei konnte der Handel vom umfangreichen Erben-Maßnahmenpaket, bestehend aus TV, Funk, PR und der Verlosung von 1789 Rebstock-Patenschaften profitieren. André Weltz will diese Entwicklung fortführen und das Markenportfolio wert- und profitorientiert weiterentwickeln. So wurde im September die neue Erben-Gemeinschaft gegründet, eine Plattform echter Erben-Freunde, die als Markenbotschafter die gestartete virale Marketingkampagne voranbringen wird. Darunter sind Food- und Genuss-Blogger, Produkttester, Weinexperten und Live-Shopper. Erben wird so multisensorisch erlebbar.

Auch die Erfolgsmarke Medinet hat neue Käufer gewonnen und Bekanntheit und ihre Reichweite ausgedehnt (GFK-Consumer Scan). Immerhin 1,3 Mio Haushalte kauften in den vergangenen 12 Monaten die Weinmarke. Medinet gehört damit zu den beliebtesten und meistgetrunkenen französischen Weinen in Deutschland. Mit einer breit angelegten Medinet 0,25 l Offensive wird ein weiterer Reichweitenausbau

stimuliert. Medinet im convenience Gebinde zielt damit genau auf den weiter wachsenden Markt der Singles und zahlt auf deren Konsumanlässe ein.

Mit Sontino BioVegan verfügt Langguth über eine neue vielversprechende Erfolgsmarke. Alle Weine der Range sind nach der EG-Öko-Verordnung sowie den Richtlinien der European Vegetarian Union produziert. Die Erzeugnisse passen damit ideal in das Ernährungsprofil von Veganern, Vegetariern und Flexitariern. Der aktuelle Focus liegt nun auf dem weiteren Distributionsausbau und der Stärkung der Markenpositionierung. Dazu wurde in Zusammenarbeit mit der Karlsruhochschule in Karlsruhe eine Studie zur Sondierung weiterer Kooperationsmöglichkeiten und der Gestaltung einer Kommunikationskampagne erarbeitet, die dann in 2015 startet. Zuletzt erhielt Sontino BioVegan vom LP-Verlag die Auszeichnung als „*Biomarke des Jahres 2015*“ in Silber.

Zur Stärkung des Inlandsgeschäfts sind neue Kooperationen mit regionalen Erzeugerbetrieben eingegangen worden. So hat Langguth es sich zur Aufgabe gemacht, mit ausgewählten Winzern Weine zu erzeugen, die für die jeweilige Region zu den Spitzenweinen zählen und die für die Typizität der Herkunft stehen. Gemeinsam mit den Kooperationspartnern werden die hohen Qualitätsanforderungen an das Traubengut und die Weinbereitung festgelegt, die dann vom Winzer umgesetzt werden. Die derzeitigen Kooperationspartner sind Anselmann, Pfalz und Kiefer, Kaiserstuhl.

Der Langguth Export hat sich in diesem Jahr auf die internationale Positionierung der Kernmarken Villa W. im Premium-Preissegment Erben im mittleren und Blue Nun im Einstiegspreissegment konzentriert. In diesem Zusammenhang wurden auch die Produktausstattungen von Deutschlands erfolgreichster Export-Weinmarke Blue Nun für Riesling und Blue Nun Gold Edition mit der Werbebotschaft „Magical Energy“ neu konzipiert. Das neue Produkt-Design wurde sogleich mit dem Travel Retail Award in Bronze ausgezeichnet.

Und auch die zahlreichen internationalen Prämierungen der Langguth Weine dürfen nicht unerwähnt bleiben. So wurde z.B. der Erben Riesling Réserve zum besten deutschen Wein in Japan gekürt. „Wir haben eine ganz klare Botschaft an unsere wie potenzielle Kunden: Langguth ist der international kompetente Partner für deutschen Qualitäts-Wein mit der 225-jährigen Familien-Tradition und dem Know-How von 50 Jahren Export in über 65 Länder!“ bestätigt Patrick Langguth den Erfolg.



### 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 achten 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®, Edler vom Mornag®, Mario Ferrini®, Langguth Himmlisches Tröpfchen®, Copa del Sol® sowie die südafrikanische Marke Kaya®. 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 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 06541-17290 ·  
E-Mail [alois.dietzen@langguth.de](mailto:alois.dietzen@langguth.de)