



Langguth feiert Jubiläen

Mittelständiges Familienunternehmen blickt gestärkt in die Zukunft

Traben-Trarbach, Juli 2014. Das Familienunternehmen mit Sitz an der Mittelmosel in Traben-Trarbach begeht in 2014 gleich drei Jubiläen. Zum einen blickt es auf eine 225 jährige Firmengeschichte zurück und sodann feiert Wolfgang Langguth als Seniorchef seinen 90. Geburtstag. Er hat 1964, vor genau 50 Jahren, den Grundstein für die heute erfolgreichste deutsche Weinmarke ERBEN gelegt. Immerhin behauptet sie sich auch in 2014 unangefochten als die Nr. 1 im hiesigen Weinmarkenranking mit deutscher Herkunft. Wolfgang Langguth war Visionär und zugleich maßgeblicher Wegbereiter der Langguth'schen Erfolgsgeschichte. In seiner Ägide wurden neben anderen die heute bekannten Qualitätserzeugnisse HIMMLISCHES TRÖPFCHEN, ERBEN und MEDINET zu renommierten Weinmarken aufgebaut.

Heute wird das Traben-Trarbacher Familienunternehmen F.W. Langguth Erben von drei Geschäftsführern geleitet. Seit 1. Mai verantwortet Patrick Langguth aus der 8. Generation der Unternehmerfamilie den Geschäftsbereich Export, der mit einem Absatzanteil von 25% zukünftig aufgewertet und ausgebaut werden soll. Daneben übernahm André Weltz die Position des Geschäftsführers Vertrieb-Inland. Der 44-Jährige besitzt langjährige Erfahrungen in der Getränke-Branche und war zuletzt Geschäftsleiter Markenvertrieb der Valensina-Gruppe. Sprecher der Geschäftsführung ist der bisherige Geschäftsführer Sven Frieß. Er verantwortet die Bereiche Unternehmensentwicklung, kfm. Ressorts/Personal, Produktion/Einkauf und eCommerce. Insgesamt beschäftigt das Unternehmen 170 Mitarbeiter und kommt auf einen jährlichen Umsatz von 95 Mio € bei 45 Mio Flaschen Absatz.

Im Jubiläumsjahr 2014 stehen markante Markenaktivitäten an. Neben TV-Sponsoring, Funkkampagne, Print und POS Promotion spielt ERBEN ganzjährig die Klaviatur des klassischen Markenartiklers und grenzt sich damit stark von anderen Weinanbietern ab. Neu ist zudem die ERBEN Original Formflasche, die markante embossing-Schriftzüge in Schulter und Sockel trägt.

Mit weiteren Investitionen rüstet Langguth für die nächsten Jahre auf. Nach Modernisierung von Tank- und Füllkeller in den vergangenen Jahren steht nun die Inbetriebnahme, einer der in Europa modernsten Füllanlagen unmittelbar bevor. Mit

der nun größeren Flexibilität stellt sich das Unternehmen konsequent und noch besser auf die Anforderungen der in- und ausländischen Märkte ein. Bemerkenswert für ist auch das Engagement beim Thema Nachhaltigkeit. So wurde das Unternehmen bereits vom DINE e.V., hinsichtlich ökologischer Verträglichkeit, sozialer Gerechtigkeit und ökonomischer Tragfähigkeit, als nachhaltig ausgezeichnet. Die Kompromisslose Qualitätsarbeit lässt sich darüber hinaus anhand der zahlreichen Zertifizierungen wie ISO 9001, IFS oder BRC verfolgen. Außerdem liegt die Zertifizierung gemäß EFFCheck vor. Zusammen mit dem Effizienznetz Rheinland-Pfalz werden betriebliche Maßnahmen erarbeitet um in den Bereichen Energie, Wasser, Material, Emission und Abfall Einsparpotential aufzudecken und umzusetzen.

Sven Frieß, Geschäftsführer: „Langguth kann heute ein Weinmarkenportfolio anbieten, das kontrollierte Qualität und stetigen Genuss garantiert. Darunter befinden sich auch Weine, die das BIO-Siegel tragen, von der EUROPEAN VEGETARIAN UNION als Vegan zertifiziert sind oder unter der Schirmherrschaft von TRANSFAIR produziert und mit dem FAIRTRADE Emblem ausgestattet werden“.

Im laufenden Geschäftsjahr setzt das Unternehmen weitere Ausrufezeichen mit Innovationen. Die neuen COPA DEL SOL Cocktail machen Südamerika und insbesondere Brasilien zum Thema, das Land, das nach der Fußball WM in zwei Jahren auch die Olympiade austrägt. In einer aufmerksamkeitsstarken Full-Sleeve Ausstattung präsentiert sich die COPA DEL SOL Cocktails erfolgreich in den Geschmacksrichtungen Caipirinha, Coco-Maracuja und Guarana-Mango. Ein Sichtfenster auf der Flaschenrückseite sorgt für Verständlichkeit und Klarheit bezüglich der Genusserwartung. Der Geschmack ist authentisch und fruchtbetont. Ein prickelndes Erlebnis mit nur 5% Vol. Alkohol, das man gut gekühlt genießen sollte.

Langguth ist mit seinen Weinen bei vielen Weingenießern bekannt. Ob ERBEN, MEDINET, TOSCANELLO, SONTINO BioVegan, COPA DEL SOL, KAYA oder HIMMLISCHES TRÖPFCHEN, alle wichtigen Weinherkünfte können auf einem konstant qualitativ hohen Niveau bedient werden.

Der Blick des Unternehmens richtet sich auch stark auf das Exportgeschäft. Der Absatz wird getragen von der Weinmarke BLUE NUN, der erfolgreichsten deutschen Traditionsweinmarke international seit 1921. Mit neuen Ausstattungsdesigns und verstärkten POS Aktivitäten werden speziell in USA und Europa jüngere Zielgruppen angesprochen. Aber auch mit ERBEN gelingt es in wichtigen Märkten wie USA,

Kanada, UK und Asien Fuß zu fassen. Die Einführung der Premiummarke VILLA W mit ihren Riesling Weinen aus dem eigenen Stiftsweingut gestaltet sich speziell in Asien sehr erfolgreich.

Bei der Langguth Tochter Berliner BärenSiegel wurde WurzelPeter einem relaunch unterzogen. Begleitet von einer Funkkampagne und POS Promotion gewinnt WurzelPeter im Inlandsmarkt zusätzliche Aufmerksamkeit. In den asiatischen Märkten Süd-Korea, Taiwan und China ist der „Urwürzige Kräuterlikör“ aus Berlin das neue Insider- und Szene-Getränk im Retro-Chic in den Clubs von Seoul bis Shanghai – und immer weithin sichtbar durch das fluoreszierende Flaschen-Etikett.



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.

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