

Presseinformation

## **Neupositionierung trägt Früchte**

### **Markenweingeschäft weiter ausgebaut**

**Bingen, 15. Oktober 2008. Die Markenweine von Reh Kendermann haben ihre Position im abgelaufenen Geschäftsjahr weiter ausgebaut. Kendermanns, die Marke für deutschen Wein, und Val Duna, der Wein aus Rumänien, konnten zunehmend Konsumenten für sich gewinnen. Neu eingeführt haben die Binger im Frühjahr 2008 die Marke 3W, die Weine aus der Neuen Welt vereint.**

Den Verbrauchern fallen Orientierung und Auswahl angesichts des umfangreichen Sortiments im Lebensmittelhandel häufig schwer. Deshalb will Reh Kendermann Markenkonzepte anbieten, die die Konsumenten verstehen und nachvollziehen können. „Unser Ziel ist es, Reh Kendermann als Markenwein-Kellerei mit deutschen und rumänischen Weinen eindeutig zu positionieren“, erläutert Marketingleiter Alexander Rittlinger. „Dies setzt voraus, die Bedürfnisse der Verbraucher zu erkennen und ihnen entsprechende Weine zu bieten, die ihnen schmecken und in einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis stehen.“

### **Neue Sorten Kendermanns**

Kendermanns ist die wichtigste Marke von Reh Kendermann im Deutschwein-Segment im Inland. Weltweit zählt sie zu den erfolgreichsten Weinmarken. „Die Marke Kendermanns zeigt das gesamte Spektrum unserer Innovations- und Leistungsfähigkeit als Markenwein-Kellerei“, betont Alexander Rittlinger. Die Kellerei erweitert das Kendermanns-Sortiment ab November um einen Sauvignon Blanc aus der Pfalz und ein Blanc de Noir aus Rheinhessen. „Wir sind sehr stolz darauf, dass es unseren Winemakern gelungen ist, mit diesen Trendsorten das Leistungs- und Qualitätsvermögen unserer Kellerei unter Beweis zu stellen“, berichtet Alexander Rittlinger.

Zusätzlich richten sich drei Premium-Weine an ambitionierte Genießer: Kendermanns „Silvaner Alte Reben“ (Gold MundusVini 2008) sowie die Einzellagen Kendermanns „Roter Berg Riesling“ sowie „Rosenheck Riesling Auslese“. „Mit diesen Weinen haben wir uns neben der bestehenden Rebsorten-Linie weiter in den Bereich der Winzerweine vorgewagt. Dieses Engagement wollen wir weiter ausbauen“, hebt Rittlinger hervor.

### **Val Duna inzwischen bedeutendste rumänische Marke**

Auch Val Duna entwickelte sich im abgelaufenen Geschäftsjahr gut. Die Marke erreichte die 1 Millionen-Flaschen Grenze. „Hier zeigt sich, dass sich unsere Anstrengungen der letzten Jahre auszahlen“, erläutert Alexander Rittlinger. Die Kellerei hatte die Marke 2007 relauncht: „Wir haben Val Duna eindeutig positioniert – und zwar nicht als Wein aus Osteuropa, sondern als südländisch-unbeschwertem Wein für jede Genussituation. Dieses Konzept ist für Verbraucher aufgrund der eleganten Ausstattung und der Auswahl internationaler Rebsorten gut nachvollziehbar“, beschreibt Alexander Rittlinger.

Die Weinkellerei besitzt eigene Weinbergfläche im rumänischen Oprisor im Südwesten des Landes. „Unser Anbaugebiet liegt auf dem gleichen Breitengrad wie Piemont und Bordeaux. Wir profitieren von fruchtbaren Böden und besten klimatischen Bedingungen.“ In den letzten Jahren wurden nach und nach 232 der insgesamt 350 Hektar Weinbergfläche bepflanzt. In den nächsten Jahren sollen weitere 60 Hektar hinzukommen. „Durch den Ausbau der Pflanzung ist es gelungen, unseren Selbstversorgungsgrad zu steigern und unsere eigene Qualitätsphilosophie noch stärker durchzusetzen“, betont Alexander Rittlinger.

### **Erfolgsmarke Black Tower**

Flaggschiff bei Black Tower ist nach wie vor der Rivaner in der Schwarzglasflasche. Dicht auf den Fersen folgt ihm jedoch der im Jahr 2007 eingeführte Rosé. Erheblich zulegen konnte Black Tower in UK, Brasilien und China. In Großbritannien, Schweden, Brasilien, Korea und Kanada ist Black Tower die Deutschwein-Marke Nummer Eins. Insgesamt wird die Marke in 54 Ländern vertrieben, in Deutschland ist sie in den Grenzgebieten zu Dänemark erhältlich. Seit dem Frühjahr 2008 ist Black Tower FIZZ, ein Rivaner in der 0,2 Liter-Dose, auf dem Markt.

### **3W verbindet Weine aus der Neuen Welt**

Zufrieden zeigt sich Reh Kendermann auch mit der Entwicklung der im Frühjahr dieses Jahres eingeführten Marke 3W world wide wine mit Weinen aus Übersee. Zielgruppe von 3W sind Menschen zwischen 23 und 35 Jahren, die Wein als ein modernes und unkompliziertes Getränk erleben wollen. Zu 3W gehören ein Sauvignon Blanc 2007 aus Western Cape/Südafrika, ein Zinfandel Rosé 2007 aus Kalifornien/USA und ein Malbec 2007 aus Mendoza/Argentinien. „Wir haben festgestellt, dass vor allem Tankstellen, Systemgastronomie und Großkioske dieses Weinkonzept stark nachfragen“, berichtet Alexander Rittlinger. „Ziel ist es aber, auch die Vertriebschiene Lebensmittelhandel auszubauen.“

## **Ausbau des Vertriebsnetzes**

Im laufenden Geschäftsjahr steht für Reh Kendermann zunächst der weitere Ausbau des Vertriebsnetzes im Vordergrund. Darüber hinaus will die Kellerei aber auch mit Innovationen und Line-Extensions neue Verbrauchergruppen gewinnen.

### Pressekontakt:

Reh Kendermann GmbH Weinkellerei  
Alexander Rittlinger  
Am Ockenheimer Graben 35  
55411 Bingen/Rhein  
Tel.: 06721/901-114  
Fax: 06721/901-240  
E-Mail: [alexander.rittlinger@reh-kendermann.de](mailto:alexander.rittlinger@reh-kendermann.de)  
Internet: [www.reh-kendermann.de](http://www.reh-kendermann.de)

Publik. Agentur für Kommunikation GmbH  
Kirstin Baumann, Victoria Pfaff  
Rheinuferstraße 9  
67061 Ludwigshafen/Rhein  
Tel.: 0621/963600-28  
Fax: 0621/963600-50  
E-Mail: [k.baumann@publik-kom.de](mailto:k.baumann@publik-kom.de), [v.pfaff@publik-kom.de](mailto:v.pfaff@publik-kom.de)