



Traditioneller Geschmack in modernem Design: Hardenberg Weizenkorn in Sonderedition

Nörten-Hardenberg, April 2014. Ab Mitte Mai und nur für kurze Zeit gibt es den traditionsreichen Hardenberg Weizenkorn in einer aufmerksamkeitsstarken Sonderedition. Die Sonderedition umfasst insgesamt drei verschiedene Designvarianten. Keiler, Burg und Weizenähren, als die drei wichtigsten Markenmotive des Hardenberg Weizenkorn, werden auffällig und modern inszeniert und erzeugen damit einen attraktiven Sammelcharakter. Das Rückenetikett zeigt Auszüge aus der Markenhistorie und schildert authentisch wie der Keilerkopf ins Wappen der Hardenbergs kam.



Mit diesem abstrakten Design, das die wichtigsten Markenelemente darstellt, verbindet diese Sonderedition auf interessante Weise die Tradition einerseits, denn Hardenberg Weizenkorn ist ein Korn mit über 300-jähriger Tradition, und Modernität andererseits und erzeugt damit Aufmerksamkeit im Regal, die sich sehen lässt.

Die Hardenberg Weizenkorn Sonderedition ist in der 0,7-Liter Flasche für 5,99 Euro (UVP) erhältlich und ist für den Handel als Kartonware und auf Display verfügbar. Der Alkoholgehalt beträgt 32 % vol..

So kam es dazu, dass der Keilerkopf das Wappentier der Hardenbergs und damit der Marke Hardenberg wurde: Die Geschichte des Keilerkopfes im Wappen der Grafen von Hardenberg beginnt Anfang des 14. Jahrhunderts. Um 1330 wurde der Stammsitz von Feinden belagert. Des Nachts wollten diese die Burg erstürmen und hätten wohl die Hardenberger tödlich im Schlaf überrascht, wenn nicht das nächtliche Tun einen Keiler aufgeschreckt hätte. Das Grunzen des Wildschweins weckte die Burgherren und half ihnen so, den Angriff abzuwehren. Aus Dankbarkeit für diese wundersame Errettung aus höchster Not nahm die Familie den Keilerkopf in ihr Wappen auf. Bis heute wird der Kopf im Logo verwendet und hat sich zu einem der bekanntesten Markenzeichen in Deutschland etabliert.

Die **Hardenberg-Wilthen AG** ist ein niedersächsisches Familienunternehmen mit Stammsitz in Nörten-Hardenberg und Zweigniederlassung in Wilthen. Gegründet um 1700, kann sich die Hardenberg-Wilthen AG heute als drittgrößter Markenspirituosenhersteller auf dem deutschen Markt positionieren und hat mit der Marke **Wilthener**, maßgeblich getragen durch die Wilthener Goldkrone und den Wilthener Gebirgskräuter, die meistverkauften Spirituosenmarke Deutschlands im Portfolio. Unter dem Markendach **Hardenberg** führt die Marke Korn- und Obstbränden sowie den Kräuterliqueur Schwartzhog und die Funspirituose Kleiner Keiler. Daneben auch die Marken **Original Danziger Goldwasser** sowie **Original Lehment Rostocker** Doppel-Kümmel und Aquavit. Seit April 2012 übernimmt die Hardenberg-Wilthen AG mit der Verantwortung für Marketing und Vertrieb für die Marken **Coppa Cocktails**, **Trojka** und seit 2014 für die Marke **Antica Sambuca** und **Santiago de Cuba Rum** auch die Funktionen eines Importeurs. Alle Informationen über das Unternehmen und Produkte unter www.hardenberg-wilthen.de.

Für weitere Informationen und Bildmaterial wenden Sie sich bitte an:
segmenta communications, Feldbrunnenstraße 52, 20148 Hamburg, Fax: 040-45 97 22
Elena Schaumburg, Tel: 040 - 44 11 30-23, E-Mail: [schaumburg\(at\)segmenta.de](mailto:schaumburg(at)segmenta.de)
Svenja Beneke, Tel: 040 - 44 11 30-15, E-Mail: [beneke\(at\)segmenta.de](mailto:beneke(at)segmenta.de)