



10.11.2015 09:13 CET

## 5 Jahre „Responsible Party“ – Erfolgreiches Präventionskonzept geht in die nächste Runde

**Köln, 10. November 2015.** Soziale Verantwortung ist seit jeher ein wichtiger Bestandteil der Unternehmens-DNA von Pernod Ricard. Ein Beleg für das nachhaltige Engagement sind die internationalen CSR-Kampagnen, von denen eine nun Jubiläum feiert. Seit fünf Jahren engagiert sich Pernod Ricard mit dem europaweit erfolgreichen Partyformat „Responsible Party“ für einen maßvollen und verantwortungsbewussten Alkoholkonsum bei Studenten und jungen Menschen. In diesem Zeitraum hat das Unternehmen unter dem Motto „Maßvoll statt maßlos“ gemeinsam mit dem Erasmus Student Network (ESN) aktive Präventionsarbeit geleistet und damit insgesamt mehr als 200.000 Studenten erreicht. Grundlage des Erfolgs ist die zielgruppengerechte

Ansprache sowie die unkomplizierte Vermittlung von Werten und angemessenem Verhalten, etwa durch die Bereitstellung von Reaktionsspielen, Alkoholtestern und umfangreichen Informationsmaterialien. „Die ‚Responsible Partys‘ waren in den vergangenen fünf Jahren sehr erfolgreich und wurden von den Studenten hervorragend angenommen. Gerade bei dieser Zielgruppe ist aktive Präventionsarbeit ohne erhobenen Zeigefinger sehr wichtig. Als Initiator des Formats wird sich Pernod Ricard Deutschland deshalb auch in Zukunft für einen verantwortungsbewussten Alkoholkonsum einsetzen. Die ‚Responsible Party‘ sorgt als Absender dieser Botschaft mit tollen Aktionen und Ideen für Spaß und gute Laune bei den jungen Leuten“, so Nicole Lichius, Head of Communications bei Pernod Ricard Deutschland.

### **Etablierte Eventreihe in ganz Europa**

Das Partyformat „Responsible Party“ besteht seit 2010 als Kooperation zwischen Pernod Ricard und dem Erasmus Student Network. Das europaweite Programm umfasst 60 Städte und 28 europäische Länder. In Deutschland feiert das Erasmus Student Network in diesem Jahr sein 25-jähriges Bestehen. Grund genug gemeinsam mit Pernod Ricard Deutschland in die nächste Partyreihe zu starten – auch aus Sicht von Felix Eberg vom Erasmus Student Network Deutschland: „Das Format ‚Responsible Party‘ ist sehr erfolgreich und hat sich bei Studenten als feste Größe etabliert. Hier können wir zeigen, dass nicht jede Party aus *binge drinking* besteht und wir stattdessen gemeinsam mit Freunden tolle Abende erleben können, an die wir uns gerne zurückerinnern. Die Partyreihe ist die ideale Plattform für den internationalen Austausch und wir sind froh, dass Pernod Ricard uns auf diesem Weg mit Know-how und verschiedenen Gadgets unterstützt.“

### **Jubiläumsparty im November und Dezember**

Folgende Termine können sich die Studenten schon einmal im Terminkalender vormerken:

- 20. November: Responsible Party während der Nationalen Plattform, Dortmund
- 3. Dezember: AstA Hildesheim, Hildesheim

Impressionen zur „Responsible Party“ finden Sie im aktuellen Video [.](#)

[Eingebundenes Material ansehen](#)

---

Die Gruppe Pernod Ricard mit Hauptsitz in Paris ist weltweit der zweitgrößte Spirituosen- und Weinkonzern mit führender Marktposition in allen Kontinenten. Die Fusion der französischen Unternehmen Pernod und Ricard legte 1975 den Grundstein für eine erfolgreiche Zukunft. Weltweit vertreibt und vermarktet Pernod Ricard mit insgesamt 19.000 Mitarbeitern in 80 Ländern Spirituosen und Weine. Auf dem deutschen Markt wird die Gruppe durch Pernod Ricard Deutschland GmbH mit Sitz in Köln repräsentiert und vermarktet ein Portfolio von bekannten Premiumspirituosen. Das Sortiment umfasst unter anderem die Marken Ramazzotti, Havana Club, Absolut, Ballantine's, Chivas Regal, Jameson, The Glenlivet, Malibu und Lillet. Mit 185 Mitarbeitern konnte Pernod Ricard Deutschland im Geschäftsjahr 2013/14 einen Bruttoumsatz von 636 Millionen Euro verzeichnen und damit seine Marktführerposition weiter stärken. Bereits 2012 wurde das Unternehmen vom Internationalen Spirituosen Wettbewerb ISW zum „Spirituosen-Importeur des Jahres“ gewählt.

Dabei ist sich Pernod Ricard Deutschland seiner unternehmerischen Verantwortung bei der Vermarktung von alkoholischen Getränken bewusst. Für die Aufklärungsinitiative „Mein Kind will keinen Alkohol“ wurde das Unternehmen im Bereich der Gesundheitskommunikation mit dem „Health Media Award 2014“ ausgezeichnet. Durch strikte Einhaltung von weitreichenden Selbstbeschränkungsregeln tritt Pernod Ricard Deutschland für einen verantwortungsvollen Genuss von Alkohol ein.

## Kontaktpersonen



### **Birte Wald**

Pressekontakt

Senior Communications Manager

Unternehmenskommunikation

[presse@pernod-ricard-deutschland.com](mailto:presse@pernod-ricard-deutschland.com)

+49 221 - 43 09 09 123