

24H MAZERIERT BEEFEATER GIN



THE SPIRIT
OF LONDON
— SINCE 1820 —

Jean-François



BEEFEATERGIN.DE
GENUSS-MIT-VERANTWORTUNG.DE

BEEFEATER GIN - THE SPIRIT OF LONDON

31.07.2019 10:00 CEST

Alles auf Rot: Pernod Ricard Deutschland erstmalig mit Premium-Gin Beefeater 24 im TV präsent

Aus dem Herzen Londons direkt ins TV

Das gab's noch nie! Zum ersten Mal wird Pernod Ricard Deutschland mit einem Gin im TV zu sehen sein. Der Siebenseküler setzt ab August Beefeater 24 mit der markanten roten Flaschenfarbe in Szene und zeigt, was diesen Super-Premium-Gin ausmacht: ein aromatisches Geschmacksprofil durch die Auswahl exotischer Botanicals und ein exklusives Herstellungsverfahren durch Mazeration für insgesamt 24 Stunden.

Der erfrischende Spot fällt durch sein besonders kurzes Format auf und wird in zwei Flights von Mitte August bis Mitte September sowie Ende Dezember bis Januar 2020 im TV laufen. Er zeigt mit grünem Tee, Zitrone und Grapefruit die Zutaten, die unter anderem für den einzigartigen Geschmack verantwortlich sind. Die starke Präsenz soll die Marken-Awareness von Beefeater steigern und zeitgleich den Zuschauer dazu inspirieren, leckere Gin-Drinks auch selbst zu Hause zu mixen.

Gin nach wie vor im Trend

Um die Spirituose Gin hat sich in den vergangenen Jahren ein Hype entwickelt und gerade in der Gastronomie einen regelrechten Boom ausgelöst. Dieser Trend ist weiterhin ungebrochen: 2019 konnte der Absatz im Segment Gin weiter gesteigert werden.

„Wir haben mit Beefeater 24 einen Super-Premium-Gin in unserem Markenportfolio, der sich hervorragend zum Mixen beliebter Drinks eignet. Dieses Potenzial wollen wir nun verstärkt nutzen, bei unseren Konsumenten deutlich präsenter sein und zusätzliche Umsatzimpulse schaffen“, erklärt Ute Zimmerfeld, Head of Brand Management bei Pernod Ricard Deutschland. „Wir glauben, dass Gin, gerade wenn er sich im Premium Segment bewegt, uns auch in den kommenden Jahren beschäftigen wird. Bittergetränke werden in deutschen Haushalten immer beliebter und so kommt der Hype beim Endkunden gerade erst richtig an“, ergänzt Zimmerfeld.

The Spirit of London – seit 1820

Beefeater ist eine Hommage an London! Bereits seit 1820 produziert die Beefeater Destillerie im Herzen von London den meistausgezeichneten Gin der Welt und das mit einer seit dem 18. Jahrhundert praktisch unveränderten Rezeptur. Desmond Payne, einer der weltweit erfahrensten Gin Master Destillateure hat ergänzend, auf Grundlage der Rezeptur des London Dry Gins, Beefeater 24 kreiert. Seit 2009 ist der hochprämierte Super-Premium-Gin der wertvollste Beitrag unseres Master-Destillers zum Erbe von Beefeater, der Mixologen auf der ganzen Welt inspiriert. Anknüpfend an die Erlebnisse während einer Fernost-Reise entstand nach einer 18-monatigen Experimentierphase mit verschiedenen Tees und pflanzlichen Mischungen ein Blend aus Grapefruitschale, japanischem Sencha und chinesischem Grüntee, der Beefeater 24 zu einem absoluten Ausnahme-Gin macht. Seinen Namen verdankt Beefeater 24 seinem für Gin einzigartigen 24-stündigen

Mazerationsprozess, bei dem die hochwertigen Zutaten ihre Aromen voll entfalten können. Die sorgfältige Reifung ausgewählter Zutaten mit einer 24-stündigen Ruhephase macht ihn so besonders. 12 handverlesene, rein pflanzliche Zutaten (Botanicals) und eine seltene Mischung verschiedener Tees verleihen ihm seine frische Note und gleichzeitig herausragende Sanftheit.

Beefeater 24 – eine perfekte Spirituose zum Mixen

Dank des fruchtigen Aromas lässt sich Beefeater 24 sehr gut mit anderen Geschmacksrichtungen vereinen und wird so zu einer besonders vielfältigen Spirituose. Seine starke Persönlichkeit macht ihn zum besten Begleiter für leckere Drinks, gesellige Abende mit guten Freunden oder auf jeder Party – egal ob als klassischer Gin Tonic oder fruchtigfrisch als Beefeater 24 Spritz mit einem Schuss Lillet Blanc und Champagner.

So gelingt der perfekte BEEFEATER 24 GIN & TONIC

Die Grapefruit-Garnitur unterstreicht die einzigartigen Grapefruit-Noten von Beefeater 24 und bietet eine frische, unverwechselbare Note des klassischen Gin & Tonic.

ZUTATEN

- 50 ml Beefeater 24
- 150 ml Tonic Wasser
- Eis – in Würfeln oder von Hand gechipt
- Grapefruitscheibe als Garnitur

MIXANLEITUNG

Gin in das Glas geben und dann halb mit Tonic füllen. Vorsichtig mit so viel Eis auffüllen, wie in das Glas passt. Dies ist wichtig, um das Getränk so kalt wie möglich zu halten und eine Verwässerung durch das Einschmelzen des Eises in den Drink zu vermeiden. Nimm eine feine Scheibe Grapefruit, um die

Zitrusnoten im Gin zu vervollständigen und dem Getränk einen frischen Touch zu verleihen. Bei Bedarf etwas mehr Tonic einrühren.

Beefeater 24 – der TV Spot

Der TV Spot wurde gemeinsam mit der Münchner Werbeagentur laut von leise entwickelt. Für die Umsetzung des Spots war das Hamburger Unternehmen THE MARMALADE unter Federführung von Torsten Eichten verantwortlich. Der Dreh fand in Hamburg statt. Der TV-Spot wird ab dem 12. August für insgesamt 10 Wochen (Flight 1+2) auf allen reichweitenstarken deutschen Sendern ausgestrahlt, darunter auch ProSieben und RTL.

Eine breit aufgestellte Social Media-Kampagne rollt dem aufmerksamkeitsstarken Spot auf den einschlägigen Plattformen der Sozialen Netzwerke den roten Teppich aus.

Über Pernod Ricard Deutschland:

Beefeater ist eine der erfolgreichen Kernmarken aus dem umfangreichen Sortiment der Pernod Ricard Deutschland GmbH mit Sitz in Köln. Die Gruppe Pernod Ricard mit Hauptsitz in Paris ist weltweit der zweitgrößte Spirituosen- und Weinkonzern. Die Fusion der französischen Unternehmen Pernod und Ricard legte 1975 den Grundstein für eine erfolgreiche Zukunft. Weltweit vertreibt und vermarktet Pernod Ricard mit insgesamt 18.914 Mitarbeitern in 86 Filialen Spirituosen, Weine und Champagner. Auf dem deutschen Markt wird die Gruppe durch Pernod Ricard Deutschland GmbH mit Sitz in Köln repräsentiert und vermarktet ein Portfolio von bekannten Premium Marken wie z.B. Ramazzotti, Havana Club, Absolut, Ballantine's, Chivas Regal, Jameson, The Glenlivet, Malibu, Lillet und Monkey 47. Der Erfolg des Marktführers in Deutschland basiert natürlich nicht nur auf den starken Marken, sondern genauso auf dem täglichen Einsatz aller 225 Mitarbeiter. Ein vertrauensvoller und transparenter Umgang miteinander steht für die Gruppe Pernod Ricard an erster Stelle. Die alle zwei Jahre stattfindende Mitarbeiterbefragung ergab, dass 94% der Mitarbeiter stolz darauf sind bei Pernod Ricard Deutschland zu arbeiten. Darüber hinaus empfehlen 88% der Mitarbeiter Pernod Ricard als guten Arbeitgeber (Willis Towers Watson Survey, 2017).

Mehr Informationen unter: www.pernod-ricard-deutschland.de