



Das neue Team Experience und Advocacy bei Pernod Ricard Deutschland

21.03.2018 10:32 CET

Creating the memories of tomorrow

Pernod Ricard Deutschland stellt Team Experience und Advocacy neu auf

Ganz besondere Momente und Erlebnisse verbinden Menschen miteinander. Daran glaubte schon Firmengründer Paul Ricard und prägte das Motto „Make a new friend everyday“. Für Pernod Ricard sind diese besonderen Momente untrennbar mit dem Begriff *Convivialité* verbunden. Dieser beschreibt, wie in einzigartigen Momenten ein Gefühl der Zusammengehörigkeit und Lebensfreude sowie Genuss mit allen Sinnen entsteht. Die Kreation und das grundlegende Verständnis dieser Momente ist für die Arbeit von Pernod Ricard von zentraler Bedeutung. Mit der Neuaufstellung des Experten-Teams *Experience und Advocacy* soll dem Thema nun noch mehr Gewicht verliehen

werden.

Das Team bündelt die Bereiche: *Advocacy&Education*, *Brand Activation* und *Brand Experience*. Die neu geschaffene Position *Head of Experience and Advocacy* bekleidet Thomas Wieringa, die Aufgabenbereiche *Advocacy & Education* sowie *Brand Experience* betreuen jeweils Christian Balke und Martin zum Felde. Ziel ist es, das Know How der einzelnen Bereiche noch enger zu verzahnen, um Bartender und neue Konsumenten für die Marken von Pernod Ricard Deutschland zu gewinnen und gleichzeitig die Fans zu begeistern.

„Wir glauben an die besondere Kraft von Erlebnissen. Einmalige Momente wie ein Tag beim Lollapalooza-Berlin bleiben in Erinnerung und binden durch die Aktionen vor Ort langfristig an die Marke. Wir wollen hier ganz neue Wege gehen. Denn schon heute haben Erlebnisse mit Familie und Freunden einen höheren Stellenwert als materielle Güter. Durch die neue Aufstellung haben wir das notwendige Know How nun an einem Tisch und können rund um unsere Marken einmalige Erlebnisse kreieren und außergewöhnliche Schulungen anbieten. Dadurch werden unsere Marken erlebbar und anfassbar. Oft machen die scheinbar kleinen Dinge, wie der passende Song oder ein eigens für ein Festival kreierter Drink, in der Gesamtwahrnehmung den großen Unterschied“, sagt Thomas Wieringa, *Head of Experience and Advocacy* bei Pernod Ricard Deutschland.

Get to know us better!

Der kurze Film zur Neuaufstellung des Teams „Experience and Advocacy“ zeigt Ausschnitte der Marken-Events und Schulungen. Durch die Aufgaben und Zielsetzungen der neuen Abteilungen führen Thomas Wieringa, Martin zum Felde und Christian Balke.

Alle drei stehen bei Interesse gerne für Interviews zur Verfügung.

Nehmen Sie Kontakt mit uns auf!



[Video auf YouTube ansehen](#)

Über Pernod Ricard Deutschland:

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 18.328 Mitarbeitern in 86 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 Premium Spirituosen und Weinen. Das Sortiment umfasst unter anderem die Marken Ramazzotti, Havana Club, Absolut, Ballantine's, Chivas Regal, Jameson, The Glenlivet, Malibu, Lillet und Monkey 47. Mit 225 Mitarbeitern konnte Pernod Ricard Deutschland im Geschäftsjahr 2016/17 einen Bruttoumsatz von 726 Millionen Euro verzeichnen und damit seine Marktführerposition weiter stärken. Der Erfolg basiert natürlich nicht nur auf den starken Marken, sondern genauso auf dem täglichen Einsatz aller 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