



Der neue Aberlour 14YO

18.11.2020 10:32 CET

Das Beste aus der Natur: Pernod Ricard launcht Aberlour 14 Years Old

Mit Aberlour 14 Years Old bringt Pernod Ricard erstmals einen 14 Jahre lang gereiften Single Malt Scotch auf den deutschen Markt. Der "Neue" aus dem Aberlour-Sortiment wird rechtzeitig zum Weihnachtsfest ab Anfang Dezember in Fachgeschäften, online und selektiv im LEH erhältlich sein. Die unverbindliche Preisempfehlung liegt bei 53,99 Euro für die 70cl Flasche.

Die perfekte Balance

Mit der Abfüllung in ausgewählte und limitierte Fässer gelingt der

schottischen Brennerei eine feine Balance zwischen ungestörter, natürlicher Reifung und traditionellem Handwerk und verbindet so mit diesem neuen Single Malt bewährte Grundsätze der Whisky-Herstellung. Hier treffen hochwertige Zutaten aus lokalem Anbau auf Handwerkskunst – für einen Single Malt von höchster Qualität.

Ausgewählte Zutaten, die schonend angebaut wurden, verleihen dem Whisky durch sorgfältige Herstellerkunst und einen langjährigen, natürlichen Reifeprozess sein einzigartiges Aroma. Schwarze Johannisbeere, Brombeere und Honig zeichnen den sanften, abgerundeten Geschmack von Aberlour aus. Die 14-jährige Lagerung in handverlesenen Oloroso-Sherryfässern und Fässern aus amerikanischer Eiche aus erster Füllung trägt zu einer aromatischen Ingwer-Note bei und verleiht zusätzlich eine reichhaltige und cremige Note.

„Aberlour 14 YO fügt sich harmonisch in unser bestehendes Premium-Sortiment ein. Er vereint exzellentes Handwerk und Erfahrung mit dem Verständnis für einen natürlichen Reifeprozess zu einem einzigartigen Single Malt“, sagt Andreas Höhner, Head of Brand Management bei Pernod Ricard Deutschland.

Ausgezeichnete Qualität

Schon jetzt wird Aberlour 14 YO für seine Qualität international geschätzt: Dieser einzigartige Single Malt ist Gewinner einer der begehrten Doppel-Goldmedaillen beim Internationalen Wein- und Spirituosen-Wettbewerb 2020 und einer Goldmedaille der „International Spirits Challenge“ 2020.

Aberlour 14 YO Tasting Notes

Hauptnote: Schwarze Johannisbeere und Honig

Geruch: Eine ausgewogene Kombination aus süßer Vanille und Honig-Note treffen auf einen Hauch reifer Kirsche und Vollmilchschokolade.

Geschmack: Ein abgerundetes Aroma aus Schwarzer Johannisbeere und Honig wird durch sanfte Noten von Karamell, Brombeere und zartem Ingwer verfeinert.

Nachklang: Anhaltend süß und ausgewogen

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 18.914 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 Tows Watson Survey, 2017).

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

Kontaktpersonen



Birte Wald

Pressekontakt

Senior Communications Manager

Unternehmenskommunikation

presse@pernod-ricard-deutschland.com

+49 221 - 43 09 09 123