



Ab 20. Februar im Handel: die Frühjahrspromotions von Pernod Ricard Deutschland

23.01.2023 10:45 CET

Der Frühling wird fresh! Die Frühjahrspromotions von Pernod Ricard Deutschland

- Promotions von Ramazzotti, Ballantine's, Havana Club, Malibu und Chivas Regal ab dem 20. Februar im Handel erhältlich
- Geschäftsführer Vertrieb & Trade Marketing Thomas Drossé im Kurz-Interview

Ramazzotti: Tradition meets Innovation

Kaum eine andere Marke verkörpert mehr die pure, italienische Lebensfreude – gerade bei einem Abend in geselliger Runde und bei gutem Essen: Für

Ramazzotti-Fans gibt es in diesem Jahr eine ganz besondere Überraschung: Die Sommer Innovation Aperitivo Fresco wird in Probierrgröße gratis an die Flasche mit einem cleveren On Pack gehangen. Im Mix mit Prosecco oder Tonic Water ist Fresco damit perfekt für den Start in den Frühling.

Ramazzotti Rosato glänzt mit Jigger

Ramazzotti Rosato sorgt im Frühjahr für die perfekte Mischung: Mit einem stylischen Jigger in kupferrosa können sich Genießer:innen den Signature Drink Ramazzotti Rosato Tonic ganz einfach selbst mixen: 4 cl Aperitivo Rosato und 12 cl Schweppes Indian Tonic Water in ein mit Eiswürfeln gefülltes Glas geben. Den Aperitif mit Limettenvierteln garnieren.

Havana Club mit Limited Edition

Havana Club Añejo 3 Años lässt zum Start in den Frühling die Herzen höherschlagen. Der Premium-Rum aus Cuba präsentiert ein ganz besonderes Highlight: eine Limited Edition HAVANA CLUB & COLA. Dieser Mix garantiert den spontanen Genuss, ohne dabei auf die bewährte kubanische Qualität zu verzichten. Der erfrischende Wegbegleiter für einen perfekten Moment mit Freunden lässt sich ganz easy „on the go“ genießen.

Malibu Pineapple to go

Wer bereits vom kommenden Sommerurlaub träumt, kann sich die Wartezeit versüßen. Die umsatzstärkste Kokoslikör-Marke Deutschlands zaubert karibisches Insel-Feeling jederzeit an jedem Ort – und direkt Ready To Drink: Mit dem fruchtig-prickelnden Mix Malibu Pineapple aus echtem karibischem Rum und dem erfrischenden Geschmack von Kokos und Ananas beginnt die beste Zeit des Jahres schon mit dem ersten Schluck.

Ballantine's mit gratis Designglas

Die Leidenschaft für Whisky ist mehr als der Genuss eines Glases. Es ist die Lust, den Moment zu erleben. Kaum ein Whisky verkörpert diese Freude besser als Ballantine's Finest. Der Scotch Whisky ist zu jeder Jahreszeit ein echter Klassiker, so auch im Frühling. Als Promotion gibt es für die Blended Scotch Whisky-Fans ein stilvolles Designglas gratis dazu.

Exklusiver Chivas Tumbler

Chivas Regal belohnt jede:n, die/der einen Blick in die Kategorie Blended Whisky wirft. Für den richtigen Look beim Genuss des Blended Scotch Whisky erwartet die Fans ein besonderes Glas im exklusiven Chivas Design.

Geschäftsführer Vertrieb & Trade Marketing Thomas Drossé im Interview

Warum sind Promotions so wichtig?

Wir wollen den Handel optimal unterstützen. Dabei starten wir gezielte Promotion-Aktionen, die zusätzliche Kaufanreize schaffen. Hochwertige Geschenkverpackungen, limitierte Sondereditionen oder gratis On Packs bieten einen echten Mehrwert für Käufer:innen. Promotions werden idealerweise durch eine gesonderte Platzierung – exklusiv für Geschenkpackungen oder Displays – prominent am POS präsentiert. Zusätzlich sorgen attraktive Zweitplatzierungen der Top-Marken dafür, dass auch das Potenzial für Impulskäufe voll ausgeschöpft wird.

Wie nachhaltig sind die Promotions?

Das große Ziel, bis 2025 keine Werbeartikel aus Einweg-Kunststoff mehr zu produzieren und bis 2030 Verpackungen zu 100 % wiederverwertbar, wiederverwendbar, kompostierbar oder biobasiert zu machen, haben wir in Deutschland schon erreicht. Und darauf sind wir wirklich stolz. Vor allem unser Pappblister – eine plastikfreie und umweltfreundliche Alternative – überzeugt. Alle unsere Promotions sind wiederverwendbar und recycelbar. Die Verpackungen, Displays und On Pack Lösungen enthalten kein Plastik und werden nur aus Material aus verantwortungsvoller Waldwirtschaft produziert. In der Herstellung werden mindestens 85 % recycelte Papierfasern genutzt. Zudem senkt Pernod Ricard Deutschland bei der Distribution und Logistik kontinuierlich Treibhausgasemissionen sowie den Energieverbrauch und Müll im Bereich der Verpackungen.

Ihr persönlicher Favorit?

Ich freue mich jedes Jahr auf die Frühjahrs-Promotions. Egal ob extra Bundles oder innovative On Packs – die Promotions sind immer ein echter Hingucker im Regal. Wenn ich mich festlegen müsste, würde der Ramazzotti auf jeden Fall in meinem Einkaufswagen landen. Neben dem beliebten Kräuterlikör-Klassiker Amaro ist Ramazzotti Aperitivo Fresco eine echte Neuheit für Aperitif-Liebhaber:innen: Ob im Mix mit Herbal Tonic Water, als Fresco Spritz mit Prosecco oder ganz einfach pur auf Eis.

Über Pernod Ricard Deutschland:

Pernod Ricard mit Hauptsitz in Paris ist weltweit der zweitgrößte Spirituosen- und Weinkonzern mit einem Umsatz von 10,7 Milliarden € im Geschäftsjahr 2021/22. Pernod Ricard besitzt 17 der Top-100-Spirituosenmarken und verfügt über eines der prestigeträchtigsten und umfassendsten Portfolios der Branche mit über 240 Premiummarken, die in mehr als 160 Märkten vertrieben werden. In Deutschland 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, Lillet, Malibu, MALFY, Perrier-Jouët, Chivas Regal, Jameson, The Glenlivet, und Monkey 47. Die Mission von Pernod Ricard „Unlock the magic of human connection by bringing Good Times from a Good Place“ wird über die gesamte Geschäfts- und Wertschöpfungskette in alle Aktivitäten eingebunden. Der Erfolg in Deutschland basiert natürlich nicht nur auf den starken Marken, sondern genauso auf dem täglichen Einsatz aller 225 Mitarbeiter:innen. Die jedes Jahr stattfindende Employee Survey ergab, dass sich 81 % der Mitarbeiter:innen in hohem Maße mit dieser Vision identifizieren. Zudem stimmen 86 % zu, dass ihre Arbeit zum Erfolg von Pernod Ricard beiträgt und 80 % sind der Meinung, dass jede:r Créateur de Convivialité die gleichen Chancen im Unternehmen hat (iSay 2.0 Survey, 2021).

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