



Viele Cocktail Klassiker lassen sich auch ganz ohne Plastikstrohhalm genießen

04.06.2018 10:30 CEST

## Deutschlands Marktführer im Bereich Spirituosen verzichtet auf Plastikstrohhalm und sensibilisiert für Nachhaltigkeit

Bunte Strohhalme zur Dekoration von Cocktails werden einmal benutzt und dann weggeworfen. Nur 20 Minuten in Benutzung braucht es mehr als 200 Jahre, bis sich ein Trinkhalm zersetzt hat. Für das Spirituosen Unternehmen ein guter Grund, in der Branche ein wichtiges Zeichen zu setzen: Ab sofort setzt Pernod Ricard weltweit keine Plastikstrohhalm und Rührstäbchen mehr ein und sensibilisiert Kunden und Konsumenten für das Thema Nachhaltigkeit.

Als Hersteller von Premiumspirituosen und Weinen ist für Pernod Ricard Deutschland ein verantwortungsvoller Umgang mit Ressourcen und Umwelt besonders wichtig. Die Rohstoffe für die Produkte werden landwirtschaftlich angebaut, die Ressource Wasser ist sowohl im Destillationsprozess als auch als Zutat wichtig. Für das Unternehmen ist nachhaltiges Handeln eine Haltung, die aktiv gelebt und weitergegeben wird. Die Verschmutzung der Meere durch Plastikabfälle und die Umweltbelastung durch Verpackungen sind ein weitreichendes Problem, dessen Ausmaß immer deutlicher wird. „Die Entscheidung, keine Plastikstrohhalm und Rührstäbchen mehr einzusetzen, gehört zu den Maßnahmen, die wir in unserem auf 10 Jahre angelegten Nachhaltigkeitsplan festgehalten haben. Des Weiteren haben wir uns zum Ziel gesetzt bis 2020 weltweit den Wasserverbrauch um 20% zu senken und den CO<sub>2</sub>-Ausstoß um 27% zu reduzieren“, so Nicole Lichius, Head of Communication/CSR.

### **Starke Zeichen für Nachhaltigkeit im Spirituosenbereich**

Nicht nur in der Herstellung ist ein nachhaltiger Ansatz entscheidend – es gilt, sich als Unternehmen ganz grundsätzlich mit Nachhaltigkeitsaspekten dauerhaft auseinanderzusetzen und konkrete Maßnahmen einzuleiten. Aus diesem Grund produziert Pernod Ricard alle POS-Displays aus 100% recyclebarem und umweltschonendem Material und senkt in der Distribution und Logistik kontinuierlich die Treibhausemissionen. Im Bereich Verpackungen reduziert der Konzern den Energieverbrauch und überflüssige Verpackungsmaterialien. Mit diesen und weiteren Maßnahmen übernimmt Pernod Ricard Deutschland Verantwortung für eine nachhaltige Produktion und Vertrieb von Spirituosen.

### **Pernod Ricard unterstützt die Social Development Goals der Vereinten Nationen**

Ein elementarer Bestandteil des Nachhaltigkeitsengagements von Pernod Ricard ist der jährliche Responsib'All Day, an dem weltweit alle 18.500 Mitarbeiter den Schreibtisch verlassen und sich in lokalen Projekten engagieren. Mit der Unterzeichnung der Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen sensibilisiert Pernod Ricard die Mitarbeiter für die Ziele dieser weltweiten To-do-Liste und unterstützt diese durch die Aktionen am Responsib'All Day 2018 konkret. Die Mitarbeiter von Pernod Ricard Deutschland werden am 7. Juni im Rahmen von „Kölle putzmunter“ Müll sammeln. Um zu zeigen, wie viele Abfälle hinterlassen werden, erbauen die

Mitarbeiter aus dem gesammelten Müll eine ca. 3 Meter hohe Skulptur. Mit dem Engagement setzt Pernod Ricard Deutschland am Standort Köln ein Zeichen für mehr nachhaltiges Miteinander und gesellschaftliche Verantwortung.

---

### **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](http://www.pernod-ricard-deutschland.de)