



Die neue ABSOLUT Vodka Flasche

16.09.2021 10:00 CEST

Eine Hommage an die Heimat! ABSOLUT Vodka launcht größtes Design-Update seit 1979

ABSOLUT bekommt einen neuen Look: Mit dem größten Refresh seit den Anfängen in den USA 1979 setzt die schwedische Brand auf die Elemente, die den Vodka so einzigartig machen: Authentizität, Qualität und Nachhaltigkeit. Ute Zimmerfeld, Head of Brand Management Pernod Ricard Deutschland: „Schon immer ist ABSOLUT Vodka als mutige und kreative Marke bekannt, die Trends setzt. Die Flasche ist eine weltweite Marken-Ikone und ein beliebtes Sammlerstück. Das neue Design spiegelt nicht nur den einmaligen Charakter und die schwedische Heimat von ABSOLUT wider, sondern auch das

Handwerk und die Sorgfalt bei der Produktion des Premium-Vodkas. Was bleibt, ist der einzigartige Geschmack und die ikonische Flaschenform.“

ABSOLUTs kreative DNA

Kreativität und Innovation sind fest in den Werten von ABSOLUT verankert. Die Form der Flasche, damals inspiriert von einer Apothekerflasche aus dem 18. Jahrhundert, ist eine Ikone und betont die unverwechselbare DNA der Brand. Weltberühmte Künstler:innen wie Andy Warhol, Rosemarie Trockel oder Keith Haring ließen sich von der Flasche inspirieren und gestalteten ihre eigenen Limited Editions.

Das neue Design zelebriert ABSOLUTs einzigartige Geschichte sowie die Natur und das Handwerk, die den Vodka zur besonderen Zutat eines jeden Drinks machen.

One Source

Das zentrale Motiv des neuen Designs ist ABSOLUTs Heimat Schweden: Dort wo der Vodka, den die Konsument:innen kennen und lieben, hergestellt und destilliert wird. Die Design-Updates umfassen:

Die natürliche und klare Gestaltung: Der Schriftzug „One source. One Community. One small village in the South of Sweden“ neben der Illustration der ursprünglichen Destillerie betont die „One Source“-Philosophie. Denn nicht nur alle Produktionsschritte finden in Åhus, Südschweden statt; auch die Hauptzutaten, Winterweizen und Wasser, stammen aus dieser Gegend.

- Die Adresse der Destillerie auf dem Frontetikett hebt die schwedische Heimat hervor. Das erste Mal in der Geschichte verwendet ABSOLUT hier ein Papieretikett auf der Flasche.
- Als Hommage an den Gründer Lars Olsson Smith und sein fortschrittliches Denken in der Vodka-Destillation ist auf dem Medaillon, dem Qualitätssiegel der Flasche, sein Name eingraviert.
- Der Schriftzug „Country of Sweden“ verweist auf die langjährige Tradition und das Wissen rund um die Vodkaherstellung in der Region.

Das neue Design der ABSOLUT Vodka-Flaschen wird ab September 2021 in Deutschland erhältlich sein.

Mehr auf [Absolut.de](https://absolut.de) und auf Instagram [@absolut_de](https://www.instagram.com/absolut_de).

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 19.000 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, Lillet, MALFY, Perrier-Jouet, Chivas Regal, Jameson, The Glenlivet, Malibu und Monkey 47. Der Erfolg des Marktführers in Deutschland basiert natürlich nicht nur auf den starken Marken, sondern genauso auf dem täglichen Einsatz aller 240 Mitarbeiter. Ein vertrauensvoller und transparenter Umgang miteinander steht für die Gruppe Pernod Ricard an erster Stelle. Die alle zwei Jahre stattfindende Mitarbeiterbefragung ergab, dass 93% der Mitarbeiter stolz darauf sind bei Pernod Ricard Deutschland zu arbeiten. 97 % der Mitarbeiter stehen voll und ganz hinter den Unternehmenswerten und 85% der Mitarbeiter empfehlen Pernod Ricard als guten Arbeitgeber weiter (Willis Towers Watson Survey, 2019). Außerdem sind Nachhaltigkeit und Verantwortung eine der Geschäftsprioritäten von Pernod Ricard. Über die gesamte Geschäfts- und Wertschöpfungskette hinweg - von der Ernte bis ins Glas - fördert die Gruppe den Schutz von Anbaugebieten, eine zirkuläre Herstellung, das Wertschätzen von Menschen und eine verantwortungsbewusste Vermarktung.

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