



Die sechs Monkey 47 Jubiläumsflaschen

29.05.2020 10:00 CEST

Eine leere Flasche für ein volles Versprechen

Monkey 47 launcht zum 10-jährigen Jubiläum sechs einzigartige Jubiläumsflaschen. Es gibt nur einen Haken: Sie sind leer. Mit SAD but TRUE will der Ultra-Premium-Gin von Pernod Ricard auf die Auswirkungen der Abholzung und Wilderei auf die weltweite Population der Primaten aufmerksam machen! Der Gewinn geht an die Umweltschutzorganisation WWF.

+++++++ Sperrfrist für Veröffentlichungen 29.05.2020 +++++++

10 Jahre Monkey 47! Anlässlich des runden Geburtstags hat der Schwarzwälder Gin eine certainly wunderbar(e) Aktion ins Leben gerufen. Und die will vor allem eins: Aufmerksamkeit für einen guten Zweck schaffen! Mit SAD but TRUE soll das Bewusstsein für die Auswirkungen der Abholzung und Wilderei auf die weltweite Population der Primaten geweckt werden. Zugegebenermaßen klingt es mehr als gewagt, leere Flaschen zu verkaufen. Aber genau das ist es, was sich Monkey 47 zu ihrem Jubiläum vorgenommen hat. Dafür werden sechs einzigartige Jubiläumsflaschen gelauncht. Dabei ist das Design genauso besonders wie die Kampagne: Der Monkey 47 Affe räumt für kurze Zeit den ihm angestammten Platz zugunsten von sechs vom Aussterben bedrohten Artgenossen: Der Feuerschwänzige Springaffe, die Roloway-Meerkatze, der Westliche Gorilla, der Borneo-Orang-Utan, das Goldene Löwenäffchen und der Nasenaffe.

Auch dem so geschätzten Inhalt wird für die sechs unterschiedlichen Editionen eine Auszeit verordnet: Alle Flaschen, die es für 25 Euro ausschließlich auf MonkeyKiosk.com zu kaufen gibt, sind komplett ungefüllt. Traurig – aber kein leeres Versprechen! Denn der Gewinn wird der Umweltschutzorganisation WWF zugutekommen.

Louise Ryan, Geschäftsführerin des Gin Hub: "Von Barkeepern geliebt und unter Kennern ein absoluter Kult-Gin! In den letzten 10 Jahren hat Monkey 47 sich von einer kleinen Craft-Brand zu einem weltweiten globalen Erfolg entwickelt - Ihre Identität haben sie sich aber immer beibehalten. Die Schwarzwälder Destillerie hat nie davor zurückgeschreckt, auch mal mit Konventionen zu brechen. Hätte ich mir jemals vorstellen können, einen Gin ohne Inhalt auf den Markt zu bringen? Nein, auf keinen Fall! Aber der Hintergrund der Kampagne ist ein alarmierender wie trauriger zugleich: Die Abholzung der Wälder und die Jagd raubt den Primaten ihren Lebensraum und dezimiert ihre Bestände. Und genau darauf wollen wir mit SAD but TRUE aufmerksam machen."

Alexander Stein, Gründer von Monkey 47: "Es gibt nie einen schlechten Zeitpunkt, etwas Gutes zu tun, aber welcher Zeitpunkt wäre besser, als unser 10-jähriges Jubiläum? Ein Sprichwort in unserer Schwarzwald Destillerie besagt, dass jede Flasche irgendwann einmal leer ist. Also dachten wir, warum sie nicht für einen guten Zweck verkaufen? Eine eher unkonventionelle, aber gute Idee war geboren!"

Die Kampagne startet am Montag, den 25. Mai 2020 – dem Tag, an dem

Alexander Stein vor 10 Jahren seine erste Flasche Monkey 47 verkaufte – auf dem Instagram-Kanal der Gin-Marke.

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