



Die erste Havana Club Limited Edition sorgt für Aufmerksamkeit

01.03.2018 12:02 CET

## **Frischer Wind im Regal - Frühlingsangebote von Pernod Ricard Deutschland**

Pernod Ricard Deutschland lässt die Kälte hinter sich und läutet mit ansprechenden Promotion-Aktionen die Frühlingszeit ein. Mit hochwertigen Vorteilpacks, edlen Geschenkverpackungen und einem Gewinnspiel bringt der Premium-Spirituosenanbieter den Frühling auch in den deutschen Lebensmitteleinzelhandel. „Mit den ersten warmen Sonnenstrahlen verändern sich auch die Kaufinteressen und Bedürfnisse der Konsumenten. Unsere Angebote bieten einen Mehrwert für die Konsumenten und unterstützen gleichzeitig den Handel“, erklärt Nicole Lichius, Head of

### **Erste kubanische Limited Edition sorgt für höchste Aufmerksamkeit**

Havana Club Añejo 3 Años lässt zum Start in den Frühling die Herzen höher schlagen. Der Premium-Rum aus Cuba präsentiert im April ein ganz besonderes Highlight – die erste Havana Club Limited Edition. Die ist ein echter Hingucker und damit ein Muss für alle Rum-Liebhaber. Das Besondere: Havana Club setzt dabei ganz auf Nachhaltigkeit - das Display besteht zu 100 % aus recyclebarem und umweltschonend produziertem Material. Im Rahmen einer integrierten Upcycling Kampagne können die Konsumenten ihrer Kreativität freien Lauf lassen und innovative Ideen zur Wiederverwertung der Flasche entwickeln. Das gewisse Extra dabei: Mit jeder eingereichten Idee nehmen die Konsumenten automatisch an einem Gewinnspiel mit hochwertigen Preisen teil. „Die Limited Edition ist etwas ganz Besonderes und wurde gemeinsam mit kubanischen Künstlern gestaltet. Das Thema Upcycling liegt noch dazu voll im Trend und ist eng mit Havana Clubs Heimat Kuba verbunden“, sagt Nicole Lichius, Head of Communication/CSR von Pernod Ricard Deutschland.

### **Ramazzotti - Italienischer Flair für unterwegs mit angesagter Einkaufstasche**

Der Spitzenreiter unter den Importspirituosen verkörpert wie keine andere Marke das Lebensgefühl und die Herzlichkeit Italiens. Der Kräuterlikör steht mit seinem Motto „Leben. Lieben. Lachen.“ für gesellige Stunden zu Hause und unterwegs. Die angesagte Ramazzotti Einkaufstasche bringt das italienische Flair jetzt an den Arm. So begleitet die Tasche Konsumenten wie Sammler beispielsweise zum Einkauf für ein erstes Frühlingsmenü auf der Terrasse.

### **Die Mischung macht's – fruchtig-frischer Mix aus Ramazzotti Rosato und Indian Tonic Water**

Ein absolutes „Muss“ ist der Rosato Duo, der stilvolle Aperitif aus dem Hause Ramazzotti. Unverwechselbar im Geschmack ist die fruchtig-frische Mischung von Ramazzotti Rosato und Tonic Water. Einfach zu 5 cl Ramazzotti Aperitivo Rosato, 10 cl Tonic Water hinzugeben und mit Limettenvierteln garnieren, um auf die Leichtigkeit des Augenblicks anzustoßen. Wer sich davon überzeugen möchte, greift zur attraktiven Geschenkpackung, die neben einer Flasche Ramazzotti Aperitivo Rosato auch eine Flasche Schweppes Indian

Tonic Water bereithält.

### **Ballantine's – mit edlem Tumbler im Golf-Design**

Der Spitzenreiter im Premium Scotch Segment ist zu jeder Jahreszeit ein echter Klassiker, so auch im Frühling. Für die Blended Scotch Whiskey-Liebhaber hat sich Pernod Ricard Deutschland eine ganz besondere Promotion-Idee einfallen lassen. Im März gibt es zu jeder Ballantine's Flasche einen edlen, stilvollen Tumbler in zwei verschiedenen Golf-Designs gratis dazu. Die hochwertigen Tumbler fallen der lifestyleorientierten Käuferschaft direkt ins Auge und führen zu Impulskäufen. Kleiner Tipp am Rande: Das Set eignet sich auch perfekt als Oster- oder Vatertagsgeschenk.

### **Chivas Regal sorgt mit Premium-Look für ein ganz besonderes Extra**

Einfach einzigartig – so präsentiert die Nummer Eins im Super Premium Scotch Segment in diesem Frühling den Chivas Regal 12 Jahre. Auf die Konsumenten wartet eine elegante Geschenkpackung im Premium-Look mit einem gratis Apolis Design-Tumbler. Die elegante Geschenkbox weckt dabei ganz besonders die Aufmerksamkeit von Whiskey-Liebhabern und setzt unschlagbare Kaufimpulse am POS.

### **Karibisches Strand-Feeling garantiert**

Wer die warmen Sonnenstrahlen nicht mehr erwarten kann, zaubert sich schon jetzt mit Malibu in einen karibischen Kokoslikör-Traum. Ab April gibt es zu jeder Malibu-Flasche einen stylischen Coconut Cup gratis dazu. Das auffällige Display im farbenfrohen Strandbarlook steigert die Kauflaune und macht Lust auf den nahenden Sommer und kühle Getränke.

---

### **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)