



Limitierte Designs und On-Pack-Angebote sorgen am POS für Aufmerksamkeit.

03.03.2026 10:00 CET

Frühjahrspromotions im Handel

Mit dem Start in den März läutet Pernod Ricard Deutschland die diesjährigen Frühjahrspromotions ein. Mehrere starke Marken des vielfältigen Portfolios setzen auf limitierte Designs und On-Pack-Angebote, die für zusätzliche Kaufimpulse sorgen und den Saisonstart am POS unterstützen.

Jameson: WM-Feeling für alle mit kostenlosem WM-Quiz

Passend zur bevorstehenden Fußball-WM sorgt Jameson für spielerische Aktivierung am POS. Unter dem Motto „WM ist, wenn alle zu Experten werden“ enthält die Aktionsflasche ein gratis WM-Quiz, das zum Mitraten und gemeinsamen Genießen einlädt und für zusätzliche Interaktion im Handel sorgt. Entwickelt wurde das Kartenspiel in Kooperation mit dem Partner

11FREUNDE, mit dem Jameson bereits erfolgreiche Projekte, wie etwa ein deutschlandweites Kneipenquiz, umgesetzt hat.

Ramazzotti: Drei Looks. Ein unverwechselbarer Geschmack.

Ramazzotti bringt ab März gleich drei frische Designs an den POS. Unter dem Motto „Drei Looks – ein unverwechselbarer Geschmack“ präsentiert sich Ramazzotti Amaro mit einer neuen Limited Design Edition, die italienisches Lebensgefühl mit moderner Ästhetik verbindet. Die Edition kombiniert italienisches Design und Dolce Vita und setzt damit starke optische Impulse im Regal.

Havana Club: Nachhaltiger Genuss

Havana Club setzt ein Zeichen für verantwortungsbewussten Genuss und Nachhaltigkeit: Im Rahmen der Frühjahrspromotion erhalten Kund:innen beim Kauf ausgewählter Flaschen zwei wiederverwendbare Glasstrohhalm gratis. Das On-Pack-Angebot unterstreicht die Markenpositionierung und spricht insbesondere umweltbewusste Konsument:innen an.

Malibu: 1 von 3 Gläsern gratis

Mit einer aufmerksamkeitsstarken Promotion setzt Malibu auf sommerliche Leichtigkeit: Beim Kauf einer Aktionsflasche erhalten Konsument:innen eins von drei verschiedenfarbigen Malibu-Gläsern gratis. Das vielfältige Gläserdesign steigert die Sammelleidenschaft und unterstützt die Markenpräsenz in der warmen Jahreszeit.

Ballantine's Gorillaz Edition

Ballantine's sorgt mit einer Zusammenarbeit auf höchstem Kreativniveau für ein besonderes Highlight: Die Ballantine's Gorillaz Edition verbindet Musik, Popkultur und Whiskygenuss. Die Sonderedition zeigt eine exklusive Illustration von Jamie Hewlett, Gorillaz-Co-Founder und Künstler, die die Bandmitglieder Murdoc Niccals, 2D, Russel Hobbs und Noodle in einem neuen Look zeigt. Ein starkes Sammlerstück, das visuell den Ton im Regal angibt und Impulse für Musik- wie Whiskyfans gleichermaßen liefert.

Über die Frühjahrspromotions

Die diesjährigen Frühjahrspromotions setzen auf nachhaltige Mehrwerte, limitierte Designs und interaktive On-Pack-Angebote. Sie schaffen starke Kaufanreize und stärken pünktlich zum Start in die warme Jahreszeit die Sichtbarkeit der Marken am POS.

Über Pernod Ricard Deutschland:

Pernod Ricard mit Hauptsitz in Paris ist ein weltweit führendes Unternehmen in der Spirituosen- und Champagner-Branche, das Tradition, modernste Markenentwicklung und globale Vertriebstechnologien miteinander verbindet. In Deutschland wird die Gruppe durch Pernod Ricard Deutschland GmbH mit Sitz in Köln repräsentiert und vermarktet ein prestigeträchtiges Portfolio von Premium- bis Luxusmarken. Dazu gehören Absolut Vodka, Ramazzotti, Ballantine's, Chivas Regal, Lillet und The Glenlivet, Jameson Irish Whiskey, Havana Club, Malfy Gin, Malibu sowie die Champagnermarken Mumm und Perrier-Jouët. Unsere Mission ist es, das nachhaltige Wachstum unserer Marken - mit Respekt für Mensch und Umwelt – zu fördern.

Mehr Informationen unter: www.pernod-ricard.de

Kontaktpersonen



Birte Wald

Pressekontakt

Senior Communications Manager

Unternehmenskommunikation

presse@pernod-ricard-deutschland.com

+49 221 - 43 09 09 123