



„Los 12 Aseres de Berlin“

13.06.2022 10:00 CEST

Havana Club veröffentlicht limitierte Kollaboration mit Modelabel 12K

Felix Lobrecht ist einer der bekanntesten deutschen Podcaster („Gemischtes Hack“), er verkauft als Stand-up-Comedian Hallen aus, ist erfolgreicher Buchautor und betreibt sein eigenes Modelabel **12K** – all das weiß man über den 33-Jährigen. Was weniger bekannt ist: Er ist seit frühester Jugend in der Berliner Kubaner-Community zu Hause. Eine neue Kollaboration mit **Havana Club** würdigt seine tiefe Verbundenheit zu Kuba und bringt sie mit seinem Modelabel 12K zusammen. Das Resultat: ein Fashion Drop mit ikonischen Fashion Pieces, eine limitierte „Havana Club 7“-Flasche – und eine Liebeserklärung an seine Crew, Berlin und den kubanischen Lebensstil, der ihn sein Leben lang begleitet hat.

Die Capsule Collection „**Los 12 Aseres de Berlin**“ ist seit Freitag, 10. Juni, als Limited Edition im Handel auf der [12K Website](#) erhältlich. Sie umfasst ein Seidenshirt, ein T-Shirt, Shorts, Socken und ein Handtuch, außerdem die limitierte „Havana Club 7“-Flasche (700ml). Das Etikett zieren florale Muster und der kubanische Nationalvogel, der Toco-ro-ro. Beides findet sich in unterschiedlichen Intensitäten auch auf den Teilen der Kollektion wieder, von dezenten Logoprints auf Socken und Shorts, bis hin zu den unübersehbar bunten All-Over-Prints auf Seidenhemd, T-Shirt und Handtuch. [Hier](#) gibt es einen Überblick über die gesamte Capsule Collection von „Los 12 Aseres de Berlin“.

Begleitet wird der Launch von einem unterhaltsamen Clip, in dem Felix Lobrecht und sein Team den großen Aufschlag mit der Kampagne planen – und im Laufe des Brainstormings immer mehr von ihren hochtrabenden Plänen abrücken müssen. Und ja: Felix Lobrecht tanzt darin auch Salsa. Oder zumindest das, was er dafür hält... [Hier der Link zum Video](#). Auch über den [Instagram-Kanal](#) von 12K kann man über die Kollaboration auf dem Laufenden bleiben.

Über Pernod Ricard Deutschland:

Pernod Ricard mit Hauptsitz in Paris ist weltweit der zweitgrößte Spirituosen- und Weinkonzern mit einem Umsatz von 8,8 Milliarden € im FY 2021. Das Unternehmen verfügt über eines der prestigeträchtigsten und umfangreichsten Portfolios der Branche mit über 240 Premiummarken, die in mehr als 160 Märkten vertrieben werden. In Deutschland 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, Malibu, MALFY, Perrier-Jouët, Chivas Regal, Jameson, The Glenlivet, und Monkey 47. Der Erfolg in Deutschland basiert natürlich nicht nur auf den starken Marken, sondern genauso auf dem täglichen Einsatz aller 225 Mitarbeiter:innen. Die Unternehmenskultur wird von den drei Kernwerten Unternehmergeist, gegenseitiges Vertrauen und ein Gefühl für Ethik, sowie der Vision „Créateurs de Convivialité“ geprägt. Nachhaltigkeit und Verantwortung sind eine der Geschäftsprioritäten von Pernod Ricard und werden über die gesamte Geschäfts- und Wertschöpfungskette in alle Aktivitäten eingebunden. Mit der gelaunchten Roadmap „Good Times from a Good Place“ fördert die Gruppe den Schutz von Anbaugebieten, eine zirkuläre Herstellung, das Wertschätzen von Menschen und eine verantwortungsbewusste Vermarktung. Die jedes Jahr stattfindende

Employee Survey ergab, dass sich 81 % der Mitarbeiter:innen in hohem Maße mit dieser Vision identifizieren. Zudem stimmen 86 % zu, dass ihre Arbeit zum Erfolg von Pernod Ricard beiträgt und 80 % sind der Meinung, dass jede:r Créateur de Convivialité die gleichen Chancen im Unternehmen hat (iSay 2.0 Survey, 2021).

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