



Chivas 12yo verabschiedet sich von seiner Umverpackung

20.06.2023 10:00 CEST

Out of the Box! Chivas Regal stellt Umverpackungen ein

- Umverpackungen von Chivas 12yo werden in Deutschland komplett abgeschafft
- CHIVAS RETHINK startet im Rahmen von Pernod Ricards Nachhaltigkeits- und Verantwortungsstrategie „Good Times from a Good Place“

Einer der beliebtesten Premium Scotch Whiskys in Deutschland, Chivas Regal, macht Ernst und kündigt an, dass es keine Umverpackungen für Chivas 12yo mehr geben wird. Die Chivas 12yo-Umverpackung wird von der Bildfläche verschwinden. Bereits seit Oktober 2022 steht die neue, leichtere Chivas

Regal Flasche im Handel, die jährlich über 1.000 Tonnen Glas einspart. Zudem startet die beliebte Whisky-Marke die brandneue Initiative CHIVAS RETHINK, die Konsument:innen über die Nachhaltigkeitsaktivitäten der Marke aufklärt.

Andreas Höhner, Head of Brand Management Pernod Ricard Deutschland: „Mit den neuen Initiativen und den Ambitionen in Richtung 2025 zeigt Chivas Regal, wie wichtig das Thema Nachhaltigkeit in unserer Branche ist. Wir sind bereit, den nächsten Schritt mit der Whisky Marke zu gehen und wollen dazu beitragen, dass wir natürliche Ressourcen schonen und die Umweltauswirkungen verringern.“

CHIVAS RETHINK

Auf dem Weg in Richtung Nachhaltigkeit nimmt Chivas Regal die Konsument:innen mit und startet CHIVAS RETHINK. Auf der Website werden Verbraucher:innen direkt über Nachhaltigkeitsaktivitäten informiert und aufgeklärt. Drei Projekte stehen dabei im Fokus:

- **Rethink the Box:** Chivas Regal 12yo wird bis 2025 weltweit ohne Umkarton auf dem Markt sein.
- **Reduce the Glass:** Weniger Glas, weniger Verpackung, weniger Abfall - mehr positive Effekte! Durch das neue Flaschendesign werden seit 2022 jährlich über 1.000 Tonnen Glas eingespart.
- **Recycle the Pack:** Abfallvermeidung: Die Umverpackungen für die Prestige Qualitäten sind vollständig recycelbar

Mehr Informationen: online auf [CHIVAS RETHINK](#) und auf [Instagram](#)

Über Pernod Ricard Deutschland:

Pernod Ricard mit Hauptsitz in Paris ist weltweit der zweitgrößte Spirituosen- und Weinkonzern mit einem Umsatz von 10,7 Milliarden € im Geschäftsjahr 2021/22. Pernod Ricard besitzt 17 der Top-100-Spirituosenmarken und verfügt über eines der prestigeträchtigsten und umfassendsten 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. Die Mission von Pernod Ricard „Unlock the magic of human connection by bringing Good Times from a Good Place“ wird über die gesamte Geschäfts- und Wertschöpfungskette in alle Aktivitäten eingebunden. Der Erfolg in Deutschland basiert natürlich nicht nur auf den starken Marken, sondern genauso auf dem täglichen Einsatz aller 225 Mitarbeiter:innen. 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