



03.07.2014 10:05 CEST

## **Pernod Ricard Deutschland erneut mit Health Media Award ausgezeichnet**

**Der „Responsib´ALL Day“ und die Reihe „Responsible Party“ überzeugten in der Kategorie „Best Responsibility Campaign 2014“**

Bereits zum zweiten Mal wurde Pernod Ricard Deutschland für das Engagement im Bereich Aufklärung und Alkoholprävention mit dem Health Media Award ausgezeichnet. In der Kategorie „Best Responsibility Campaign 2014“ konnten sich der „Responsib´ALL Day“ und die „Responsible Party“-Reihe des Premiumspirituosenherstellers durchsetzen und wurden mit dem „Health Angel“ geehrt. Zum siebten Mal wurden mit dem Preis erfolgreiche und innovative Kommunikations- und Marketingmaßnahmen rund um das Thema Gesundheitsförderung und Prävention ausgezeichnet. Nach der Prämierung der erfolgreichen Aufklärungsinitiative „Mein Kind will keinen Alkohol“ im Jahr 2013, gehört Pernod Ricard Deutschland in diesem Jahr

bereits zum zweiten Mal zu den Preisträgern.

Nicole Lichius, Leiterin Kommunikation und CSR Pernod Ricard Deutschland: „Erfolg und Verantwortung gehen in unserem Unternehmen Hand in Hand – das ist Teil unserer Unternehmensphilosophie. Deshalb ist es uns sehr wichtig all unsere Mitarbeiter in unser CSR-Engagement einzubinden und sie am „Responsib´ALL Day“ zu Botschaftern für einen gleichermaßen genussvollen und verantwortungsbewussten Alkoholkonsum zu machen. Dieses Prinzip verfolgen wir auch beim Konzept der „Responsible Party“: Wir klären junge Menschen ohne erhobenen Zeigefinger über die Folgen von übermäßigem Alkoholkonsum auf und setzen dabei auf Aufklärung auf Augenhöhe.“

An dem seit 2011 jährlich stattfindenden „Responsib´ALL Day“ tauschen alle 19.000 Mitarbeiter von Pernod Ricard weltweit ihre gewohnte Geschäftstätigkeit ein und werden zu aktiven Botschaftern einer gemeinsamen Nachricht. Jedes der 80 Länder, in denen Pernod Ricard vertreten ist, entwickelt individuelle Maßnahmen zu einem sozial kritischen Thema, die an die kulturellen Gegebenheiten angepasst sind. Ziel ist es, sich zeitgleich auf den Weg zu machen und Aufklärungsarbeit im direkten sozialen Umfeld zu leisten.

Beim diesjährigen „Responsib´ALL Day“ stand in Deutschland vor allem Jugendschutz und der gemäßigte Alkoholkonsum junger Erwachsener im Fokus. Alle Mitarbeiter informierten sich an dem Tag intensiv über die Richtlinien des Jugendschutzes, wurden über die Gefahren des „Binge-Drinking“ aufgeklärt und holten sich praktische Tipps für den Umgang mit betrunkenen Gästen.

Im Jahr 2013 stand der „Responsib´ALL Day“ bei Pernod Ricard Deutschland unter dem Motto „Don’t drink and drive“ und stellte nicht nur das Auto, sondern ganz gezielt das Verkehrsmittel Fahrrad in den Fokus.

Durch das gemeinsame Engagement, die vielfältigen Maßnahmen und die fokussierte Beschäftigung mit dem Thema verantwortungsvoller Umgang mit Alkohol werden nicht nur die Mitarbeiter sensibilisiert und zu einem verantwortungsvollen Alkoholkonsum angeleitet, sondern auch die Öffentlichkeit. Durch die Aufklärungs- und Präventionsarbeit können Multiplikatoren geschaffen und so die wichtigen gesundheitlichen Themen weiter in die Gesellschaft getragen werden.

Pernod Ricard Deutschland führt gemeinsam mit dem Erasmus Student Network regelmäßig Partys an Hochschulen durch und unterstützt dabei die Organisatoren nicht nur bei der Durchführung der Party, sondern stellt neben Informationsmaterial und Postern auch Alkoholtester und Gratis-Wasser zur Verfügung. Außerdem werden die Partygäste durch Rauschbrillen interaktiv an das Thema herangeführt. Geschulte Botschafter aus den Reihen der Studierenden sprechen die Gäste gezielt an und sensibilisieren für das Thema verantwortungsbewusster Alkoholkonsum.

Durch das gemeinsame Engagement mit dem Kooperationspartner Erasmus Student Network und den bewusst niederschweligen, zielgruppengerechten Ansatz (Peer to Peer) der „Responsible Party“ wird wichtige Präventions- und Aufklärungsarbeit geleistet. Die Studierenden werden durch den Besuch des Partyformats über die Auswirkungen von übermäßigem Alkoholkonsum informiert und gleichzeitig zu glaubwürdigen und wirkungsvollen Multiplikatoren für ihr gesamtes Umfeld. Das „Responsible Party“-Konzept ist ein europaweites Programm, das seit Januar 2010 in mehr als 60 Städten in 28 europäischen Ländern stattgefunden hat. Das Veranstaltungsformat wird von der europäischen Kommission evaluiert.

Simone Stein-Lücke, Geschäftsführerin Bonne Nouvelle: „Ich freue mich, dass das vorbildhafte Engagement von Pernod Ricard Deutschland nun schon zum zweiten Mal mit dem Health Media Award ausgezeichnet worden ist. Der Hersteller von Premiumspirituosen zeigt immer wieder eindrucksvoll wie Unternehmen gleichermaßen Verantwortung für ihre Produkte und für ihre Verbraucher übernehmen können.“

**Weitere Informationen zum „Responsib´ALL Day“ erhalten Sie unter:**

[http://pernodricard.de/prd/engagement/responsibl\\_all\\_day.php](http://pernodricard.de/prd/engagement/responsibl_all_day.php)

**Ansprechpartner für Journalisten:**

Pernod Ricard Deutschland GmbH  
Unternehmenskommunikation: Nicole Lichius  
Telefon: 0221 - 43 09 09 - 120  
Habsburgerring 2 50674 Köln

Pernod Ricard Deutschland GmbH  
Unternehmenskommunikation: Anke Erdt  
Telefon: 0221 - 43 09 09 - 122  
Habsburgerring 2

50674 Köln

**E-MAIL:**

[presse@pernod-ricard-deutschland.com](mailto:presse@pernod-ricard-deutschland.com)

**PDF-DOWNLOAD:**

[Diese Pressemitteilung als PDF downloaden](#)

---

Die Gruppe Pernod Ricard mit Hauptsitz in Paris ist der zweitgrößte Spirituosen- und Weinkonzern weltweit mit führender Marktposition in allen Kontinenten.

Die Fusion der französischen Unternehmen Pernod und Ricard legte 1975 den Grundstein für eine erfolgreiche Zukunft. Weltweit vertreibt und vermarktet Pernod Ricard mit 19.000 Mitarbeitern in 80 Ländern Spirituosen und Weine.

Auf dem deutschen Markt wird die Gruppe durch Pernod Ricard Deutschland GmbH mit Sitz in Köln repräsentiert. Als deutsche Tochtergesellschaft des internationalen Spirituosen- und Weinkonzerns vermarktet Pernod Ricard Deutschland auf dem hiesigen Markt ein Portfolio von bekannten Premiumspirituosen. Das Sortiment umfasst unter anderem die Marken Ramazzotti, Havana Club, Absolut, Ballantine's, Chivas Regal, Jameson, The Glenlivet, Malibu und Lillet. Mit 185 Mitarbeitern konnte Pernod Ricard Deutschland im Geschäftsjahr 2012/13 einen Bruttoumsatz von 594 Millionen Euro und einen Absatz von 27,7 Millionen Litern verzeichnen und damit seine Marktführerposition weiter ausbauen. Dabei ist sich Pernod Ricard Deutschland seiner unternehmerischen Verantwortung bei der Vermarktung von alkoholischen Getränken bewusst. Durch strikte Einhaltung von weitreichenden Selbstbeschränkungsregeln tritt Pernod Ricard Deutschland für einen verantwortungsbewussten Genuss von Alkohol ein.