



Pernod Ricard Deutschland



Pernod Ricard Deutschland

Créateurs de convivialité

25 JAHRE
ERFOLG IN
DEUTSCHLAND

08.05.2014 10:14 CEST

Pernod Ricard Deutschland feiert 25-jähriges Firmenjubiläum

Top-Marken seit einem Vierteljahrhundert erfolgreich

Grund zur Freude bei Pernod Ricard Deutschland: Die deutsche Tochtergesellschaft des internationalen Spirituosen- und Weinkonzerns Pernod Ricard feiert in diesem Jahr sein 25-jähriges Bestehen. Das Unternehmen mit Sitz in Köln vermarktet auf dem hiesigen Markt ein Port-folio von bekannten Premiumspirituosen und verzeichnet ein kontinuierliches Wachstum. Zu den erfolgreichen Marken gehören u.a. Ramazzotti, Havana Club, Absolut, Chivas Regal, Malibu und Lillet. David Haworth, Vorsitzender der Geschäftsführung Pernod Ricard Deutschland, zum Jubiläum: „Pernod Ricard Deutschland steht für starke Premiummarken und qualitativ hochwertige Produkte – und genau darin liegt unser Erfolgsrezept seit nunmehr 25 Jahren. Es freut mich, dass wir

mit unserer deutschen Tochtergesellschaft einen wichtigen Beitrag zum Erfolg der Gruppe leisten und dadurch unsere führende Marktposition weiter stärken und ausbauen.“ Ganz konkret soll der Ausbau der Marktführerposition in Zukunft durch Premiumisierung und Innovation erreicht werden. Zudem setzt das Unternehmen auf den Unternehmergeist seiner Mitarbeiter, die dezentrale Organisation, sein starkes Premium-Produktportfolio sowie seine Vorreiterrolle in den Bereichen CSR und Shopper Marketing.

Pernod Ricard Deutschland: ein wichtiges Standbein in Europa

Bereits 1975 wurde mit der Fusion der französischen Unternehmen Pernod und Ricard der Grundstein für eine erfolgreiche Zukunft gelegt. Die Gruppe Pernod Ricard mit Hauptsitz in Paris ist mittlerweile der zweitgrößte Spirituosen- und Weinkonzern weltweit mit führender Marktposition auf allen Kontinenten. Auf dem deutschen Markt wird die Gruppe bereits seit 1989 durch die Pernod Ricard Deutschland GmbH mit Sitz in Köln repräsentiert. Pernod Ricard Deutschland konnte im Geschäftsjahr 2012/13 einen Bruttoumsatz von 594 Millionen Euro und einen Absatz von 27,7 Millionen Liter verzeichnen und damit seine Marktführerschaft weiter ausbauen.

Conviviality und Qualität als Schlüssel zum Erfolg

Ein weiterer Grund für den Erfolg sind neben höchstem Qualitätsniveau natürlich auch die Mitarbeiter. Im Herzen von Köln werden bei Pernod Ricard Deutschland zurzeit 185 Mitarbeiter beschäftigt. Viele von ihnen sind schon lange dabei und haben die Anfänge im Rheinland miterlebt und mitgestaltet. Für Pernod Ricard Deutschland zu arbeiten bedeutet mehr als nur eine einzigartige Unternehmenskultur zu teilen – es heißt, die Werte auch zu leben. Dazu zählen unternehmerisches Denken, gegenseitiges Vertrauen und ein Gefühl für Ethik. Dieses wird besonders gut durch das Unternehmensleitbild Créateur de Convivialité repräsentiert. Die Bedeutung liegt darin, dass Pernod Ricard Menschen zusammenführt und ein freundschaftliches Miteinander sowie das Gefühl der Zusammengehörigkeit schafft, welches gleichzeitig das Verantwortungsbewusstsein stärkt. In diesem Sinne ist Teamwork ein besonderes Anliegen im Unternehmen. Jeder Pernod Ricard Mitarbeiter wird zu stetiger Innovation ermutigt, um den Kunden einzigartige Erlebnisse mit erstklassigen Premiumprodukten anbieten zu können.

Verantwortung übernehmen mit nachhaltigem Engagement

Als Vermarkter von alkoholischen Getränken ist sich Pernod Ricard Deutschland seiner unternehmerischen und gesellschaftlichen Verantwortung bewusst. Deswegen sind soziale Verantwortung und soziales

Engagement bereits seit der Gründung ein wichtiger Bestandteil der Unternehmens-DNA. So haben beispielsweise die Maßnahmen im Bereich Corporate Social Responsibility (CSR) beim Thema Alkohol keinen kommerziellen Charakter, sondern orientieren sich ausschließlich an dem Ziel, Missbrauch zu bekämpfen. Dazu gehören die Hinweise zum verantwortungsvollen Genuss auf allen Werbemitteln sowie ein strikter interner Kommunikationskodex. Die Botschaft „Kein Alkohol am Steuer“ wird sowohl auf Markenebene thematisiert als auch auf Events durch einen eigenen Shuttle-Service umgesetzt. Darüber hinaus befindet sich auf allen Flaschen von Pernod Ricard Deutschland der Warnhinweis für schwangere Frauen. In Zusammenarbeit mit der „Stiftung für das behinderte Kind“ der Charité Berlin wurde 2010 die Aufklärungskampagne ins Leben gerufen, die auf die Problematik von Alkohol in der Schwangerschaft hinweist. Aktuell wird die Kampagne von der Uniklinik Köln wissenschaftlich unterstützt. Unter dem Motto „Mein Kind will keinen Alkohol“ macht sich das Unternehmen mit prominenter Unterstützung, unter anderem von Bettina Zimmermann, Franziska Knappe und Liz Baffoe, für den Verzicht auf Alkohol während der Schwangerschaft stark und wurde für die Kampagne 2013 mit dem „Health Media Award“ ausgezeichnet.

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

PDF-DOWNLOAD:

[Diese Pressemitteilung als PDF downloaden](#)

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.