



Die neue Kampagne mit der Subline „WTF?“ will junge Erwachsene verstärkt für die Risiken des Binge-Drinkings sensibilisieren.

14.03.2024 10:30 CET

## Pernod Ricard feiert DRINK MORE WATER Edition 2

Pünktlich zum Frühlingsanfang und zum Start der Festivalsaison lanciert Pernod Ricard die zweite Version seiner erfolgreichen Kampagne für verantwortungsvollen Alkoholkonsum DRINK MORE WATER. Die neue Kampagne mit der Subline „WTF?“ (What the fuck?) will junge Erwachsene verstärkt für die Risiken des Binge-Drinkings sensibilisieren. Der Ansatz der Kampagne beruht dabei nicht auf Kritik, sondern ist aufklärend und sensibilisierend.

Die Kampagne DRINK MORE WATER ist das Herzstück der „Responsible Party“-Initiative von Pernod Ricard und verfolgt zwei Hauptziele: Die

Sensibilisierung junger Erwachsener für die Gefahren übermäßigen Alkoholkonsums und die Reduzierung alkoholbedingter Schäden bei Veranstaltungen weltweit durch die Förderung des Wassertrinkens. Wasser spielt in der Präventionsstrategie von „Responsible Party“ eine entscheidende Rolle, da es als wirksames Mittel zur Eindämmung des schädlichen Alkoholkonsums eingesetzt wird.

### **Edition 1 erreichte Millionen in Deutschland**

Im Juli 2021 in Deutschland gestartet, hat DRINK MORE WATER sowohl online als auch bei Events eine beeindruckende Präsenz aufgebaut. Die Zahlen zeigen es: Rund 1,4 Millionen Besucher:innen erreichte der erste DRINK MORE WATER-Truck auf dem Christopher Street Day im Juli 2023. Rund 20.000 Besucher:innen des Splash! Festivals wurden von den DMW Waterboys & Watergirls mit Wasser versorgt. Sichtbar war die Kampagne im vergangenen Jahr auf über 300 Events von Pernod Ricard Deutschland. Zusätzlich erzielten die Social Media Kampagnen rund um Karneval, Weihnachten und die Festivalsaison eine Reichweite von über 7 Millionen Impressions. Neu ist die Kooperation mit der Villa Viva in Hamburg, wo Besucher:innen den einzigartigen DRINK MORE WATER-Raum besuchen und buchen können.

### **Edition 2: WTF?**

Die neue digitale Kampagne wurde in Zusammenarbeit mit der renommierten Agentur Buzzman entwickelt. Sie setzt auf die Denkweise der GenZ und vermittelt eine einfache, wirkungsvolle und universelle Botschaft. Mit kreativen Visuals und aussagekräftigen Videos zeigt die Kampagne die möglichen Folgen von übermäßigem Alkoholkonsum mit dem humorvollen Slogan „WTF?“. Gezeigt werden junge Menschen, die auf einer Party in letzter Minute Wasser trinken. Die Botschaft ist klar: „Bevor es zu spät ist, trink mehr Wasser!“

Mit der Edition 2 von DRINK MORE WATER setzt Pernod Ricard einen weiteren Meilenstein in seiner Mission, junge Erwachsene weltweit für verantwortungsbewusstes Trinken zu sensibilisieren.

Mehr über die Kampagne finden Sie auf der Website [www.drinkmore-water.com](http://www.drinkmore-water.com) oder auf Instagram [@drinkmore.water.rp](https://www.instagram.com/drinkmore.water.rp).

Pernod Ricard mit Hauptsitz in Paris ist ein weltweit führendes Unternehmen in der Spirituosen- und Weinindustrie, 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 Wodka, Ramazzotti, Ballantine's, Chivas Regal, Lillet und The Glenlivet Scotch Whiskys, Jameson Irish Whiskey, Chivas Regal Whiskey, Havana Club Rum, Malfy Gin, Malibu sowie Mumm und Perrier-Jouët Champagner. 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.

**Mehr Informationen unter:** [www.pernod-ricard-deutschland.de](http://www.pernod-ricard-deutschland.de)

## Kontaktpersonen



### **Birte Wald**

Pressekontakt

Senior Communications Manager

Unternehmenskommunikation

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

+49 221 - 43 09 09 123