Pernod Ricard Deutschland

Havana Club Verde im neuen Design

07.06.2022 10:00 CEST

Refresh: Havana Club Verde startet mit neuem Design durch

Pünktlich zum Sommeranfang präsentiert sich Havana Club Verde aus dem Haus Pernod Ricard Deutschland im neuen Design und kommt demnächst noch farbenfroher daher. Geschmacklich bleibt die fruchtige Rum-Variante auch in diesem Jahr das Must-have für alle, die den Sommer in vollen Zügen genießen wollen. Erfrischend mild vereint Havana Club Verde den kubanischen Klassiker mit sonnengereiften Zitrusfrüchten und ausgewählten Botanicals – perfekt für laue Sommernächte. Andreas Höhner, Head of Brand Management: „Der Trend von aromatisierten Rums ist ungebrochen. Das zeigt der steigende Umsatz in der Kategorie der Flavoured Rums.* Gerade die geschmackliche Vielfalt ist bei den Konsument:innen sehr beliebt.“

Modernes & farbenfrohes Design

Der außergewöhnliche Geschmack von Havana Club Verde entsteht durch seine erlesenen Zutaten. Mit dem neuen Etikettendesign stellt Havana Club Verde seine Hero-Zutaten nun auch optisch in den Vordergrund. Die neue Farbauswahl bildet eine optisch schöne Balance zwischen Zitrusfrüchten und Botanicals und führt für die Konsument:innen zu einer besseren und klareren Taste-Description. Ein echter Eyecatcher, der zeigt, was diesen Rum so besonders macht: die unvergleichliche Balance von frischer Grapefruit, süßer Orange und ausgewählten Botanicals.

Rund um das neue, farbenfrohe Design startet eine groß angelegte Digital- und Out-of-Home Kampagne. Von Anfang Juni bis Ende August verbreitet Havana Club Verde seine kubanische Sommerbotschaft: „TASTES LIKE CUBAN SUMMER“. „Havana Club Verde bedeutet Lebensfreude pur und ist die ideale Spirituose für frische und leicht zu mixende Sommer-Longdrinks, ganz gleich ob auf dem eigenen Balkon oder in der Bar“, erklärt Andreas Höhner.

Erfrischend anders – „Verde Lemonade“ und „Verde & Tonic“

Der neue Signature Drink „Verde Lemonade“ im Mix mit Zitronenlimonade bringt Frische ins Glas und spiegelt mit seiner geschmacklichen Harmonie einen modernen und urbanen Lebensstil wider. Auch der Klassiker „Verde & Tonic“ sollte in diesem Sommer auf keiner Party fehlen.

Verde Lemonade
Zutaten:

- 4 cl Havana Club Verde
- 16 cl Zitronenlimonade
- Minze & Zitrone
- Eiswürfel

Zubereitung: Für den neuen Signature Drink ein Longdrinkglas mit Eiswürfeln füllen, Havana Club Verde und Zitronenlimonade hinzugeben und den Drink mit Minze und einer Zitronenscheibe garnieren.

Havana Club Verde & Tonic
Zutaten:

- 4 cl Havana Club Verde
- 16 cl Schweppes Tonic Water
- Eiswürfel

Zubereitung: Eiswürfel in ein Glas geben, Havana Club Verde hinzufügen und mit Tonic Water auffüllen. Kurz vorsichtig umrühren und mit Minze und Grapefruit-Scheibe garnieren. Cheers!

Weitere Rezepte und Drink-Ideen auf unserer Website und auf Instagram.

*2022 Nielsen Consumer LLC

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