



Die limited Edition Malibu Strawberry läutet den Sommer ein

02.05.2023 09:00 CEST

Summer calls for berry vibes: Malibu Strawberry

Ab dem 1. Mai ergänzt der karibische Rum Malibu aus dem Haus Pernod Ricard Deutschland das Portfolio um eine weitere Geschmacksrichtung: Strawberry! Die Limited Edition ist exklusiv im Off Trade erhältlich – und nur für kurze Zeit verfügbar.

Der Sommer wird beerig

Wie keine andere Marke steht Malibu für Sommer, Sonne und eine gute gemeinsame Zeit mit Freund:innen. Passend dazu präsentiert Malibu die neue limited Edition Malibu Strawberry, die eine angenehme Rumnote mit frischen Erdbeeraromen vereint – ganz ohne Kokosgeschmack.

Die neue Geschmacksrichtung im Malibu Portfolio ist die perfekte Basis für leckere Sommer Cocktails. „Der Flavor Trend ist ungebrochen und gerade in der jungen Zielgruppe von enormer Bedeutung. Besonders im Sommer sind die Konsument:innen auf der Suche nach neuen, frischen Drinks und genau das bekommen sie mit der beerigen Innovation Malibu Strawberry“, so Ute Zimmerfeld, Head of Brand Management Pernod Ricard Deutschland. Der perfekte Serve ist der Signature Drink Strawberry Lemonade.

Erfrischend, fruchtig, spritzig: Malibu Strawberry Lemonade

5 cl Malibu Strawberry in ein mit Eiswürfeln gefülltes Longdrinkglas geben und mit 10 cl Zitronenlimonade auffüllen. Mit frischen Beeren garnieren.

Facts

Format: 0,7 l

ABV: 21 %

Verfügbar ab 1. Mai im Off Trade

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