



Attraktive On-Packs und Geschenkverpackungen für das Wintergeschäft

24.07.2019 15:49 CEST

## Unterstützung für den Handel im Wintergeschäft

### Pernod Ricard Deutschland startet Winter-Promotion Aktionen

**Köln, 24. Juli 2019.** Weniger Stress in der Vorweihnachtszeit, das wünschen sich viele. Mit Pernod Ricard Deutschland kein Problem, denn der Premium-Spirituosen-Anbieter weiß, was Freude unterm Baum bereitet und startet bereits ab September mit attraktiven Promotion-Aktionen im deutschen Lebensmitteleinzelhandel. Das erleichtert die Geschenkeauswahl und steigert die Kauflust der Konsumenten im Jahresendgeschäft. Für Sammler gibt es tolle neue Designs und beliebte Beigaben zur Flasche, die den Absatz am Point of Sale (POS) fördern. „Mit unseren Promotion-Angeboten bieten wir

unseren Handelspartnern einen besonderen Mehrwert. Die auffälligen Displays setzen die attraktiven Extras der Bundles gekonnt in Szene und animieren die Zielgruppe zu Impuls- und Mehrfachkäufen“, sagt Nicole Lichius, Head of Communication/CSR bei Pernod Ricard Deutschland.

Dafür hat Pernod Ricard Deutschland in diesem Jahr einen besonderen Schwerpunkt, was die Zugabe zur Flasche betrifft: Gläser! Die Erfahrung der letzten Jahre zeigt, dass diese besonders gut als Beigabe zur Flasche funktionieren. Der Grund: immer mehr Konsumenten haben den Wunsch, ihr Lieblingsgetränk nicht nur in der Bar, sondern auch zu Hause in besonderer Atmosphäre als Perfect Serve zu genießen. Das wirkt am authentischsten mit dem passenden Glas, das die Konsumenten auch aus der Lieblingsbar gewohnt sind. Denn gerade in der kalten Jahreszeit ist der gemeinsame Genuss zu Hause im Kreis der Familie und Freunden immer gefragter.

### **Dolce Vita für begeisterte Sammler**

Wenn jemand das Leben zu genießen weiß, dann die Italiener. Kein Wunder also, dass sie es auch meisterhaft verstehen, ihre beliebteste Importspirituose Ramazzotti Amaro stilvoll zu servieren, zum Beispiel ansprechend auf Eis mit Zitrone.

Freunde des traditionellen Digestifs können sich ab Mitte September auf eine begehrte Beigabe zum Sammeln freuen: Zu jeder 0,7l Flasche gibt es ein hochwertiges Glas mit original Ramazzotti-Prägung als Geschenk zum Kauf dazu. Ob für die eigene Sammlung oder als Geschenk – Ramazzotti sorgt mit der Zugabe dafür, dass auch an kalten Tagen sommerliche Stimmung aufkommt.

### **Kubanisches Flair in drei Qualitäten mit exklusiven Extras**

Havana Club ist Kuba und Kuba ist Havana Club. Wie keine andere Marke versteht der deutsche Marktführer im Segment „Internationaler Rum“ den einzigartigen Geschmack und kubanischen Lifestyle zu vereinen. In diesem Jahr bestechen in der Vorweihnachtszeit gleich drei Havana Club-Qualitäten mit exklusiven Extras. Havana Club 3 Años und Havana Club Especial wecken mit einer neuen Glas-Edition im Aktionszeitraum Begehrlichkeiten. Eins von

drei Print-Sammelgläsern erhält jeder Käufer als Zugabe zur Flasche dazu. Auch die style-affine Zielgruppe von Havana Club 7 Años kommt nicht zu kurz. Im aktuellen Aktionsbundle findet sie ein angesagtes On-Pack: Zum Super Premium Rum erhalten die Kunden einen hochwertigen Tumbler, der sowohl anspruchsvolle Rumkenner als auch neue und jüngere Verwender gleichermaßen anspricht. So lässt sich der Cocktail 7 G-ALE auch zu Hause perfekt genießen.

### **Zutaten :**

- 5 cl Havana Club 7
- 20 cl Ginger Ale
- Eiswürfel
- Garnitur: Limettenachtel

Havana Club 7 und Ginger Ale in ein mit Eiswürfeln gefülltes Longdrinkglas geben und mit einem Limettenachtel dekorieren.

### **Malibu mit Flamingo-Sammelglas**

Malibu, die unangefochtene Nummer eins unter den Kokoslikören, lässt Sammlerherzen mit einer bunten Auswahl an Zugaben höher schlagen. Im Aktionszeitraum gibt es zu jeder verkauften Malibu-Flasche ein Glas, u.a. im angesagten Flamingo-Design und weiteren farbenfrohen Designs, gratis dazu. So kommt auch im Winter das warme Gefühl von Sommer, Strand und Karibik ins Glas. Das perfekte Geschenk für einen Cocktail-Abend mit Freunden.

### **The Glenlivet und Chivas Regal schaffen besondere Genussmomente mit edlen Tumblern**

The Glenlivet 12 Jahre zeigte sich in diesem Jahr modern wie nie und sorgte mit einem frischen Flaschendesign für Aufmerksamkeit im Whisky-Regal. In der Vorweihnachtszeit wartet ein weiteres Highlight auf alle Whisky-Liebhaber: Mit gleich zwei edlen Tumblern und einer geschmackvollen Geschenkverpackung dürfte der beliebte Whisky von Pernod Ricard Deutschland wohl nicht nur Kenner zu einem Kauf animieren, sondern auch für neue Kunden einen Anreiz schaffen, sich von seinen Qualitäten zu

überzeugen.

Bei Chivas trifft Whisky-Handwerk auf Design-Kunst. Chivas Regal 12 Jahre, der Marktführer im Segment Super Premium Whisky, ist ab Mitte September in einer hochwertig gestalteten Geschenkverpackung erhältlich, die neben dem mehrfach ausgezeichneten Blended Scotch Whisky einen exklusiv designten Tumbler mit eingraviertem Chivas-Logo enthält. Ob als Geschenk oder für einen gemütlichen Abend mit Freunden – die Trinkgläser sind echte Hingucker.

### **Doppelter Genuss: Ballantine's Finest & Coca Cola**

Wenn Whisky auf Cola trifft, ist ein erfrischendes Geschmackserlebnis garantiert. Deshalb geht das Erfolgsteam auch im Jahresendgeschäft gemeinsame Wege: Zu jeder Aktionsflasche Ballantine's Finest gibt es eine Flasche Coca Cola gratis dazu. Der perfekte Mix für den Genuss des unangefochtenen Blended Scotch Whisky-Lieblings der Deutschen im Super Premium Segment!

---

### **Über Pernod Ricard Deutschland:**

Die Gruppe Pernod Ricard mit Hauptsitz in Paris ist weltweit der zweitgrößte Spirituosen- und Weinkonzern. Die Fusion der französischen Unternehmen Pernod und Ricard legte 1975 den Grundstein für eine erfolgreiche Zukunft. Weltweit vertreibt und vermarktet Pernod Ricard mit insgesamt 18.914 Mitarbeitern in 86 Filialen Spirituosen, Weine und Champagner. Auf dem deutschen Markt 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, Ballantine's, Chivas Regal, Jameson, The Glenlivet, Malibu, Lillet und Monkey 47. Der Erfolg des Marktführers in Deutschland basiert natürlich nicht nur auf den starken Marken, sondern genauso auf dem täglichen Einsatz aller 225 Mitarbeiter. Ein vertrauensvoller und transparenter Umgang miteinander steht für die Gruppe Pernod Ricard an erster Stelle. Die alle zwei Jahre stattfindende Mitarbeiterbefragung ergab, dass 94% der Mitarbeiter stolz darauf sind bei Pernod Ricard Deutschland zu arbeiten. Darüber hinaus

empfehlen 88% der Mitarbeiter Pernod Ricard als guten Arbeitgeber (Willis Tows Watson Survey, 2017).

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