



Quelle: Statista-Befragung im Auftrag von Pernod Ricard, 1.001 Befragte ab 18 Jahren im Zeitraum vom 3.5. bis 9.5.2016

Die Studie von Statista im Auftrag von Pernod Ricard Deutschland zeigt, dass Deutsche zu besonderen Anlässen gerne gemeinsam anstoßen.

20.12.2016 11:00 CET

Was zählt an Weihnachten und Silvester? – Die Festtage leben vom persönlichen Miteinander und besonderen Genussmomenten

Köln, 20.12.2016. Für die einen ist es die Familie, für die anderen der Freundeskreis – gerade an Weihnachten und Silvester verbringen die Deutschen gerne Zeit mit ihren Liebsten. Das persönliche Miteinander und die gemeinsame Zeit sind für viele eng mit dem Genuss von guten Lebensmitteln und Getränken verknüpft. Das ist das Ergebnis der Trendstudie: „Convivialité – Gemeinsame Zeit ist schöne Zeit“, die das

Meinungsforschungsinstitut Statista im Auftrag des Premium-Spirituosen- und Wein-Anbieters Pernod Ricard Deutschland in diesem Jahr durchgeführt hat. Diese Genusskultur fördert Pernod Ricard Deutschland mit einem breiten Portfolio an hochwertigen Getränken. Das Unternehmen bietet damit stets das passende Getränk für besondere Genussmomente und kreiert auf diese Weise ein Gefühl der Zusammengehörigkeit und Lebensfreude. Der Gedanke der „Convivialité“ ist fest in der französischen Unternehmensphilosophie verankert und wird innerhalb der Pernod Ricard-Gruppe gelebt.

Gemeinsame Zeit zelebrieren: 91 Prozent der Deutschen schätzen den Austausch mit ihren Freunden

Pernod Ricard Deutschland wollte deshalb herausfinden, wie die Deutschen Geselligkeit leben und was für sie eine schöne Zeit ausmacht. Dazu wurden im Rahmen der Studie mehr als 1.000 Personen ab 18 Jahren befragt.

Das Ergebnis: Für 91 Prozent der Deutschen braucht echte Freundschaft auch den persönlichen Austausch. Zeit mit Freunden und Bekannten zu verbringen wird dabei unabhängig von Alter und Wohnort als sehr wichtig bewertet. Bei den Befragten im Alter von 35 bis 65 Jahren und älter sehen 40 Prozent einen echten Gewinn in gemeinsam verbrachter Zeit, bei den Jüngeren liegt der Wert sogar noch höher: Für 54 Prozent der 18- bis 34-Jährigen hat das Treffen mit Freunden höchste Priorität. Hier bieten die Feiertage am Ende des Jahres viele Möglichkeiten, dem Bedürfnis nach gemeinsamer Zeit und Austausch nachzukommen, beispielweise in der alten Heimat Schulfreunde zu treffen oder auch Weihnachten sowie Silvester mit guten Freunden zu verbringen.

Die Studie zeigt auch, dass selbst heute in der digital vernetzten Gesellschaft die persönliche Begegnung wichtig ist, um Freundschaften zu pflegen. So gaben 71 Prozent der Befragten an, dass Kontakte in sozialen Netzwerken das persönliche Treffen mit Freunden und Familie nicht ersetzen können.

Gute Getränke gehören bei besonderen Anlässen dazu

Um Zeit mit Freunden und Familie zu verbringen, sind die Deutschen gerne auch selbst Gastgeber. Mehr als die Hälfte lädt gerne zu sich ein, wobei Frauen mit 59 Prozent öfter die Gastgeberrolle übernehmen als Männer (48

Prozent). Zu besonderen Anlässen wie Weihnachten und Silvester nutzen 60 Prozent der Frauen und 63 Prozent der Männer die Gelegenheit, mit der Familie und Freunden anzustoßen. Die Studie belegt, dass in diesen Momenten der Genuss alkoholischer Getränke für den Großteil dazugehört. Zwei Drittel der Frauen stoßen zu dieser Gelegenheit gerne mit „prickelnden“ Getränken wie beispielsweise Champagner, Sekt und Prosecco an. Wein bevorzugen mit über 50 Prozent sowohl Männer als auch Frauen gleichermaßen. Longdrinks sind vor allem bei der jungen Generation beliebt: Mehr als ein Viertel der Befragten in der Altersgruppe bis 34 Jahre genießen zu besonderen Anlässen gerne einen Longdrink.

„Das Leben zu genießen, indem wir besondere Momente der Geselligkeit kreieren, ist eines der Ziele unserer täglichen Arbeit. Genau diese Kultur von ‚Convivialité‘ leben wir bei Pernod Ricard seit jeher. Die Studienergebnisse bestätigen damit nicht nur unsere Unternehmensphilosophie, sondern auch die Ausrichtung unseres Portfolios auf hochwertige Produkte. So unterstützt Pernod Ricard Deutschland schöne Anlässe und einzigartige Genussmomente und bietet durch ein breit aufgestelltes Spirituosen-, Wein- und Champagnersortiment seinen Kunden die Möglichkeit, die gemeinsame Zeit genussvoll zu gestalten“, sagt Nicole Lichius, Head of Communication/CSR, Pernod Ricard Deutschland GmbH.

Die Studie von Pernod Ricard zeigt, dass für den Großteil der Deutschen die gemeinsame Zeit mit Freunden und Familie sehr wichtig ist. Für sechs von zehn Befragten gehören auch hochwertige Getränke und gutes Essen zu den besonderen Momenten am Jahresende dazu.

Unter www.pernod-ricard.de gibt es weitere Ergebnisse der Studie sowie eine grafische Darstellung der wichtigsten Erkenntnisse. Weiterhin finden Sie hier auch eine Auswahl an Rezepten für die geselligen Abende rund um den Jahreswechsel.

Die Fusion der französischen Familienunternehmen Pernod und Ricard legte 1975 den Grundstein für eine erfolgreiche Zukunft. Heute vertreibt und vermarktet Pernod Ricard mit insgesamt 18.500 Mitarbeitern in 85 Ländern Spirituosen und Weine. Damit ist die Gruppe mit Sitz in Paris der zweitgrößte Spirituosen und Weinkonzern. Auf dem deutschen Markt wird die Gruppe durch Pernod Ricard Deutschland GmbH mit Sitz in Köln repräsentiert und vermarktet ein Portfolio von bekannten Premium- und Prestige-Spirituosen

und Weinen. Das Sortiment umfasst unter anderem die Marken Ramazzotti, Havana Club, Absolut, Ballantine's, Chivas Regal, Jameson, The Glenlivet, Malibu und Lillet. Mit 223 Mitarbeitern konnte Pernod Ricard Deutschland im Geschäftsjahr 2015/16 einen Bruttoumsatz von 720 Millionen Euro verzeichnen und damit seine Marktführerposition weiter stärken. Pernod Ricard Deutschland ist sich seiner unternehmerischen und gesellschaftlichen Verantwortung bewusst und setzt sich aktiv für einen verantwortungsvollen Genuss von Alkohol ein. Für seine Präventions-Kampagnen wurde Pernod Ricard Deutschland bereits mehrfach ausgezeichnet. Außerdem widmet sich Pernod Ricard mit viel Engagement dem Thema Umweltschutz. So stammt das gesamte Wellpappe-Verpackungsmaterial aus verantwortungsvoller Waldbewirtschaftung und ist FSC-zertifiziert.

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