

PRESSEINFORMATION

Pernod Ricard Deutschland bündelt seine Prestige-Kompetenz Launch von neuer Prestige Selection unterstreicht Exklusivcharakter

Köln, 24.09.2014. Mit dem Launch der neuen Prestige Selection bündelt Pernod Ricard Deutschland sein Portfolio an anspruchsvollen Produkten unter einem Dach. Die komplette Prestige Selection umfasst sieben verschiedene Kategorien mit insgesamt 44 Produkten. Davon sind 13 Spirituosen Getränke ganz neu im Portfolio. Die gesamte Prestige Selection präsentierte Pernod Ricard Deutschland im exklusiven Ambiente des Althoff Grandhotels Schloss Bensberg.

Die Gäste hatten während der Veranstaltung die Gelegenheit, sich von der exzellenten Qualität der Prestige Selection zu überzeugen. David Haworth, Vorsitzender der Geschäftsführung von Pernod Ricard Deutschland, gab fundierte Einblicke in die Prestige-Welt und verwies auf die Vielfältigkeit der Range: „Spirituosen werden zunehmend als Luxusgüter angesehen und auch nachgefragt. Mit der Prestige Selection richten wir uns an Menschen, die das Exquisite schätzen und bei allem was Sie tun, nach Perfektion streben. Das wichtigste Kriterium ist die Qualität. Prestige-Produkte sind zeitlos elegant und verbinden einzigartigen Geschmack mit erlesenem Genuss. Sie verkörpern Lifestyle und Exklusivität, ohne dabei bestimmte Käuferschichten auszuschließen. Wir haben das breit aufgestellteste Portfolio von Cognac, Gin und Whiskey bis hin zu Champagner und haben für jeden Geschmack das passende Getränk im Portfolio.“

Neben herausragender Qualität achtet Pernod Ricard Deutschland bei den Prestige Produkten besonders darauf, dass sorgfältige Handwerkskunst, Tradition und Leidenschaft bei der Herstellung Hand in Hand gehen. Wichtig seien vor allem die Menschen hinter den Produkten, die diese Werte leben und die Prestige Selection einzigartig machen, so Haworth. Als besondere Gäste beim Launch-Event begrüßte Pernod Ricard Deutschland Master Blender Colin Scott von Chivas Brother und Master Distiller Desmond Payne von Beefeater. Die beiden Experten gaben den Besuchern einen exklusiven Einblick in ihr Handwerk und in die Welt der hochwertigen Spirituosenkreation.

Premiumisierung als Wachstumstreiber

Mit der neuen Prestige Selection unterstützt Pernod Ricard Deutschland die bisherige Strategie der Premiumisierung. „Unsere Prestige Selection ist seit dem 01. Juli 2014 auf dem Markt. Die gute Resonanz auf unser Launch-Event bestätigt den ausgezeichneten Start und bestärkt uns, den eingeschlagenen Weg weiterzugehen. Als Marktführer haben wir klare Ziele und vertreten den Anspruch, das Prestige-Spirituosensegment langfristig zu gestalten und zu prägen. Darum haben wir ein eigenes Prestige-Team aufgestellt, das sich um die Umsetzung dieser Ziele kümmert“, betont Thomas Drossé, Geschäftsführer Vertrieb Pernod Ricard Deutschland.

Bildunterschrift:

Die neue Prestige Selection von Pernod Ricard setzt auf die große Kompetenz in den klassischen Luxuskategorien wie etwa Whisky, Cognac und Champagner, aber auch auf die weitreichende Erfahrung in den aufstrebenden Luxuskategorien Rum, Gin, Vodka und Tequila.



Über Pernod Ricard Deutschland:

Die Gruppe Pernod Ricard mit Hauptsitz in Paris ist weltweit der zweitgrößte Spirituosen- und Weinkonzern mit führender Marktposition in allen Kontinenten. Die Fusion der französischen Unternehmen Pernod und Ricard legte 1975 den Grundstein für eine erfolgreiche Zukunft. Weltweit vertreibt und vermarktet Pernod Ricard mit insgesamt 19.000 Mitarbeitern in 80 Ländern Spirituosen und Weine. Auf dem deutschen Markt wird die Gruppe durch Pernod Ricard Deutschland GmbH mit Sitz in Köln repräsentiert und vermarktet ein Portfolio von bekannten Premiumspirituosen. Das Sortiment umfasst unter anderem die Marken Ramazzotti, Havana Club, Absolut, Ballantine's, Chivas Regal, Jameson, The Glenlivet, Malibu und Lillet. Mit 185 Mitarbeitern konnte Pernod Ricard Deutschland im Geschäftsjahr 2013/14 einen Bruttoumsatz von 636 Millionen Euro verzeichnen und damit seine Marktführerposition weiter stärken. Bereits 2012 wurde das Unternehmen vom Internationalen Spirituosen Wettbewerb ISW zum „Spirituosen-Importeur des Jahres“ gewählt. Dabei ist sich Pernod Ricard Deutschland seiner unternehmerischen Verantwortung bei der Vermarktung von alkoholischen Getränken bewusst. Für die Aufklärungsinitiative „Mein Kind will keinen Alkohol“ wurde das Unternehmen im Bereich der Gesundheitskommunikation mit dem „Health Media Award 2014“ ausgezeichnet. Durch strikte Einhaltung von weitreichenden Selbstbeschränkungsregeln tritt Pernod Ricard Deutschland für einen verantwortungsvollen Genuss von Alkohol ein.

Mehr Informationen unter www.pernod-ricard-deutschland.de

Ansprechpartner für Journalisten:

Pernod Ricard Deutschland GmbH
Habsburger Ring 2
50674 Köln

Nicole Lichius - Unternehmenskommunikation
0221 - 43 09 09 - 120
Nicole.Lichius@pernod-ricard.com

Anke Erdt - Unternehmenskommunikation
0221 - 43 09 09 - 122
Anke.Erdt@pernod-ricard.com