

## PRESSEINFORMATION

### **Pernod Ricard Deutschland präsentiert neuen Internetauftritt der Aufklärungskampagne „Mein Kind will keinen Alkohol“**

**Köln, 09. September 2015.** Pernod Ricard Deutschland hat den Online-Auftritt seiner erfolgreichen Aufklärungskampagne „Mein Kind will keinen Alkohol“ grundlegend überarbeitet. Pünktlich am 9. September, dem „Tag des alkoholgeschädigten Kindes“, gibt es unter [www.mein-kind-will-keinen-alkohol.de](http://www.mein-kind-will-keinen-alkohol.de) noch mehr Informationen rund um das sensible Thema „Fetales Alkoholsyndrom“ (FAS). Neben aktualisierten und neuen Inhalten wurden vor allem Optik und Technik verbessert: So ist die Website nun auch für mobile Endgeräte optimiert und zeigt sich im neuen „Look and Feel“.

#### **Neue Website ist wichtiger Baustein der Präventionsarbeit**

Laut Angaben des Robert-Koch-Instituts konsumiert jede fünfte Frau während der Schwangerschaft Alkohol. Die Konsequenzen von Alkoholkonsum während der Schwangerschaft sind in Deutschland noch nicht ausreichend bekannt. Dieser Wissensmangel führt dazu, dass das Risiko von Alkoholkonsum während der Schwangerschaft oftmals heruntergespielt wird. Hier setzt die Aufklärungskampagne „Mein Kind will keinen Alkohol“ an. Pernod Ricard Deutschland möchte mit weitreichenden Kommunikationsmaßnahmen über die Gefahren von Alkoholkonsum während der Schwangerschaft aktiv informieren und eine nachhaltige Verhaltensänderung erreichen. Neben dem Kampagnenlogo, das sich auf allen Pernod Ricard-Produkten befindet, ist die neue Website ein zentraler Baustein der Kampagne. Sie vermittelt kompaktes Wissen und Zahlen zum Fetalen Alkoholsyndrom und klärt über gängige Irrtümer auf. Zudem bietet die Website eine Übersicht der FAS-Experten, Plattformen und Beratungsstellen für betroffene Familien.

„Wir haben die Kampagne 2010 ins Leben gerufen und klären seitdem über das Thema ‚Alkohol in der Schwangerschaft‘ auf. Der Relaunch der Kampagnen-Website ist dabei ein wichtiger Schritt, denn nur konstante Präventionsarbeit kann ein gesellschaftliches Umdenken erzielen. Als Marktführer im Bereich Premiumspirituosen sind wir uns unserer Verantwortung bewusst. Das Thema liegt uns sehr am Herzen und auch künftig werden wir uns hier besonders engagieren“, so Nicole Lichius, Head of Communication/CSR, Pernod Ricard Deutschland GmbH.

#### 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 18.500 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 Premium- und Prestige-Spirituosen. Das Sortiment umfasst unter anderem die Marken Ramazzotti, Havana Club, Absolut, Ballantine's, Chivas Regal, Jameson, The Glenlivet, Malibu und Lillet. Mit 200 Mitarbeitern konnte Pernod Ricard Deutschland im Geschäftsjahr 2013/14 einen Bruttoumsatz von 636 Millionen Euro verzeichnen und damit seine Marktführerposition weiter stärken. Dabei ist sich Pernod Ricard Deutschland seiner unternehmerischen Verantwortung bei der Vermarktung von alkoholischen Getränken bewusst. Für die Aufklärungsinitiativen „Responsible Party“ und „Responsible Day“ wurde das Unternehmen im Bereich Prävention mit dem Health Media Award 2014 ausgezeichnet.

Mehr Informationen unter [www.pernod-ricard-deutschland.de](http://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](mailto:Nicole.Lichius@pernod-ricard.com)

Anke Erdt - Unternehmenskommunikation  
0221 - 43 09 09 - 122  
[Anke.Erdt@pernod-ricard.com](mailto:Anke.Erdt@pernod-ricard.com)