



Pressemitteilung

MALIBU ÖFFNET DAS NEUE FENSTER ZUR KARIBIK

Der karibische Kokoslikör Malibu startet mit einem Flaschenrelaunch in den Sommer 2013.

Köln, 20. März 2013 – **Ab April präsentiert sich die sommerliche Kultmarke aus dem Hause Pernod Ricard Deutschland mit einem neuen, frischen Flaschendesign. Mit diesem optischen Relaunch knüpft der karibische Kokoslikör an die erfolgreiche Markenkommunikation in 2012 und ein Absatzplus von 34 Prozent an. Das neue, junge Logo weckt die sommerliche Unbeschwertheit in jedem von uns und macht die schönen Momente des Tages erlebbar. Auch geschmacklich bleibt Malibu dank seines frischen und leichten Aromas mit feiner Kokosnote ein echter Hochgenuss. Mit dem Relaunch schafft der karibische Kokoslikör die optimalen Voraussetzungen für eine reichweitenstarke Markenkommunikation in 2013 und unterstützt so den Handel beim Abverkauf.**

Das Fenster zur Karibik

Durch das neue transparente Sichtfenster am Boden der Flasche fällt der erste Blick auf den Likör, der auf Basis karibischen Rums hergestellt wird. Klar, modern und vertraut – die elegante, weiße Flaschengestaltung und das neue Logo wecken die Assoziationen zu karibischen Sonnenstrahlen, feinen Sandstränden und ganz viel Partyspaß. Mit den leckeren Malibu-Rezepten auf der Flaschenrückseite überträgt der karibische Kokoslikör die Urlaubsstimmung direkt auf den Konsumenten. Damit startet die vom Fachmagazin „disco“ gewählte „Top-Marke der Liköre 2012“ karibisch ins Jahr 2013 und schafft in neuem Gewand die optimalen Bedingungen für



reichweitenstarke Marketingmaßnahmen. Geplant sind verschiedenen Point of Sale Kampagnen, Social Media- und Onlinegewinnspiele, sowie eine wiederholte Schaltung des erfolgreichen TV Sommer-Spots.

Sommerliche Leichtigkeit

Auch Stephan Schmidt, Marketing Manager bei Pernod Ricard Deutschland, ist überzeugt von der neuen Produktgestaltung des Kokoslikörs Malibu: „Mit dem eleganten Flaschendesign knüpfen wir an das Erfolgjahr 2012 an und setzen damit konsequent die sommerliche Unbeschwertheit der Marke Malibu um. Mit dem frischen Design und dem eleganten, neuen Auftritt wird das karibische Sommer-Feeling mehr denn je zu den Konsumenten transportiert.“



Mehr Infos unter: www.malibu-rum.de oder auf facebook.com/malibudeutschland.

1.885 Zeichen (ohne Leerzeichen)

Abdruck honorarfrei – Belegexemplar erbeten.

Pressekontakt

Jung von Matt/relations
Catharina Kratzsch
Schanzenstraße 29
51063 Köln

E-Mail: catharina.kratzsch@jvm.de
Tel: 0221. 650 61 450
Fax: 0221. 650 61 111

Pernod Ricard Deutschland GmbH

Die Pernod Ricard Deutschland GmbH vertreibt auf dem deutschen Markt ein Portfolio von bekannten Premium-Spirituosenmarken, unter anderem Havana Club, Absolut, Ballantine´s, Chivas Regal, Pernod, Malibu, Ramazzotti sowie zahlreiche andere, international erfolgreiche Marken. Die deutsche Tochtergesellschaft des internationalen Spirituosen- und Weinkonzerns Groupe Pernod Ricard wurde 1989 in Koblenz als „Importgesellschaft Großer Markengetränke mbH“ gegründet. Mit dem Standortwechsel nach Köln im April 2002, firmierte das Unternehmen um in die „Pernod Ricard Deutschland GmbH“. Pernod Ricard Deutschland legt größten Wert auf die strikte Einhaltung von weit reichenden Selbstbeschränkungsregeln und ist Gründungsmitglied der European Forum for Responsible Drinking. Außerdem hat der Konzern gemeinsam mit Diageo Deutschland im Mai 2008 die „Initiative Genusskultur“ ins Leben gerufen, die sich für einen maßvollen und verantwortungsbewussten Umgang mit Alkohol engagiert. Weiterführende Informationen unter: www.genuss-mit-verantwortung.de.

Mehr Informationen unter www.pernod-ricard-deutschland.de und www.malibu-rum.de.



Das neue Flaschendesign des Kokoslikörs Malibu.
(Quelle: Malibu)



Mit Malibu den Sommer genießen und Spass haben.
(Quelle: Malibu)



Das neue Malibu Logo.
(Quelle: Malibu)



Stephan Schmidt, Marketing Manager bei Pernod Ricard Deutschland.
(Quelle: Malibu)