



## Pressemitteilung

# Neues Jahr, neuer Flight: TV-Kampagne zum Launch von Havana Club Especial wieder auf allen großen Privatsendern!

Köln, 07.01.2014 | **Der Marktführer im Segment Internationaler Rum startete bereits im November 2013 eine aufmerksamkeitsstarke TV-Kampagne, zur Neueinführung des neuen, dunklen Premium-Rums Havana Club Especial. Auf außergewöhnliche Art und Weise werden in dem 15-Sekünder die beiden wichtigsten Produkt-USPs transportiert: der besonders milde Geschmack durch die zweifache Lagerung in speziellen Eichenfässern und der Konsummoment mit den besten Freuden. Der neue Flight des TV-Spots im kubanischen Retro-Design erreicht rund 320 Millionen Bruttokontakte und wird durch Verkostungen im Handel sowie verschiedene Online-Maßnahmen unterstützt.**

Im Zentrum des Spots steht der neue Havana Club Especial, der die Konsumenten auf eine Reise nach Havanna einlädt und die Besonderheiten der neuen Qualität unterstreicht: Ein echter, dunkler, kubanischer Rum, gänzlich ohne Aromenzusätze, der durch eine zweite Reifephase in speziellen, jungen Weißbäuchfässern sein mildes Geschmacksprofil und die typische, leichte Vanille-Note entwickelt.

So speziell wie der neue Rum ist auch die TV-Kreation. Eine Mischung aus echten Szenen aus Kubas Hauptstadt Havanna und kubanisch inspirierten Animationen, die die neue Qualität auf sympathische Art und Weise inszenieren. Der Spot ist ein wichtiger Baustein der Einführungskampagne rund um den extra für den deutschen Markt entwickelten Havana Club Especial, mit der Havana Club Deutschland bereits seit September sehr erfolgreich Online und im Handel aktiv ist.



Die kreative Verantwortung für den Spot liegt bei MC Saatchi Paris und Berlin. Zum Goldenen Hirschen/Köln und Jung von Matt/relations setzen die Online- und PR-Maßnahmen um.

Benjamin Franke, Marketing Manager bei Pernod Ricard Deutschland, ist vom Erfolg des neuen TV-Spots überzeugt: „Havanna und seine Menschen sind genauso unvergleichlich wie die besonderen Momente mit den besten Freuden, für die Havana Club Especial gemacht ist. Dies stellen wir in unserem Spot sehr authentisch und plakativ heraus. Wir freuen uns über die bis dato sehr gelungene Einführungskampagne und das bisher durchweg positive Feedback der Konsumenten.“

Der TV-Spot ist auch auf der Facebookseite von Havana Club Deutschland zu sehen:

<https://www.facebook.com/photo.php?v=10200409249273664>

2.058 Zeichen (ohne Leerzeichen)  
Abdruck honorarfrei – Belegexemplar erbeten.

**Pressekontakt**

Jung von Matt/relations  
Tilman Strauss  
Schanzenstraße 29  
51063 Köln

E-Mail: [tilman.strauss@jvm.de](mailto:tilman.strauss@jvm.de)  
Tel: 0221. 650 61 401  
Fax: 0221. 650 61 111

**Über Pernod Ricard Deutschland:**

Die Gruppe Pernod Ricard mit Hauptsitz in Paris ist der zweitgrößte Spirituosen- und Weinkonzern weltweit 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. Als deutsche Tochtergesellschaft des internationalen Spirituosen- und Weinkonzerns vermarktet Pernod Ricard Deutschland auf dem hiesigen Markt 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 2012/13 einen Bruttoumsatz von 594 Millionen Euro und einen Absatz von 27,7 Millionen Litern verzeichnen und damit seine Marktführerposition weiter ausbauen. Dabei ist sich Pernod Ricard Deutschland seiner unternehmerischen Verantwortung bei der Vermarktung von alkoholischen Getränken bewusst. Durch strikte Einhaltung von weitreichenden Selbstbeschränkungsregeln tritt Pernod Ricard Deutschland für einen verantwortungsvollen Genuss von Alkohol ein. Der Internationale Spirituosen Wettbewerb ISW zeichnete Pernod Ricard Deutschland zum „Spirituosen-Importeur des Jahres 2012“ aus.

Mehr Informationen unter [www. Pernod-Ricard-Deutschland.de](http://www. Pernod-Ricard-Deutschland.de) und [www.havana-club.de](http://www.havana-club.de).



Im Fokus der neuen TV-Kampagne stehen die „Momentos Especiales“ mit den besten Freunden.  
(Quelle: Havana Club)



Im TV-Spot wurden die Original Eichenfässer verwendet, in denen der dunkle Rum reift.  
(Quelle: Havana Club)



Im Zentrum des neuen TV-Spots: Havana Club Especial.  
(Quelle: Havana Club)



Um das kubanische Lebensgefühl zu transportieren, wurde der TV-Spot auf Kuba produziert.  
(Quelle: Havana Club)



Das Havana Club Logo.  
(Quelle: Havana Club)



Benjamin Franke, Marketing Manager bei Pernod Ricard Deutschland.  
(Quelle: Havana Club)