

ABSOLUT.

„Absolut Voices“ —

Absolut Vodka feiert mit neuer Limited Edition die Power aller Stimmen

Jede Stimme ist einzigartig. Egal, wie laut oder leise sie ist, wenn unterschiedliche Stimmen zusammen kommen, können sie die Welt verändern. Die neue Limited Edition Absolut Voices ist eine Hommage an die Wellenmacher der Welt und ist eine Erinnerung daran, dass gemeinsam Großes geschaffen werden kann. Absolut Voices ist ab sofort im Einzelhandel erhältlich.

Die neue Limited Edition verkörpert die Kernüberzeugung der Marke, dass die Welt ein besserer Ort wird, wenn wir uns jenseits von Unterschieden zusammenfinden. Absolut Voices ermutigt Menschen, sich zu öffnen und (wieder) miteinander in Kontakt zu treten - für inspirierende und unvergessliche Momente. „Mit Absolut Voices wollen wir inspirieren, eigene Ideen zu äußern, füreinander einzustehen und gemeinsam eine Welt für all die zu schaffen, die sich nach Veränderung sehnen. Zusammen können wir mit unseren Stimmen alte Konventionen brechen und die Zukunft nachhaltig verändern“, so Vanessa Hofstätter, Brand Managerin von Absolut Vodka in Österreich.



Mit dem Flaschendesign schlägt Absolut Vodka buchstäblich Wellen: Illustrationen von sich ausbreitenden Schallwellen zieren die Flasche, die zu 80% aus recyceltem Glas besteht.

Absolut Voices ist ab sofort im gut sortierten Lebensmitteleinzelhandel zum unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 15,99 Euro erhältlich.

Drinkempfehlung:

Espresso Martini

Zutaten

4cl Absolut Vodka
2cl Kahlúa
2cl Espresso
3 ganze Kaffeebohnen
Eiswürfel

Zubereitung

Einen Boston-Shaker mit Eiswürfeln füllen. Alle Zutaten zugeben. Shaken und in ein Cocktailglas abseihen. Danach mit Kaffeebohnen garnieren.

ABSOLUT.

Über Pernod Ricard Austria:

Ein starkes Marken-Portfolio, ein nachhaltiger Umgang mit Ressourcen und Premiumisierung sind jene Eckpfeiler, die den Erfolg von Pernod Ricard ausmachen. 1975 aus dem Zusammenschluss der französischen Familienunternehmen Pernod und Ricard entstanden, besitzt das Unternehmen heute eines der repräsentativsten Marken-Portfolios der Spirituosenwelt. Convivialité (Geselligkeit), Unternehmertegeist und ein verantwortungsvoller Umgang mit Alkohol beschreiben die Kernwerte des weltweit zweitgrößten Unternehmens im Wein- und Spirituosenmarkt. Zum genussvollen Sortiment zählen unter anderem der französische Wein-Aperitif Lillet, MALFY Gin, Monkey 47 Schwarzwald Dry Gin, Perrier-Jouët Champagner, Havana Club Rum, Jameson Irish Whiskey, Absolut Vodka oder Chivas Regal Whisky. Alle Marken sind eng mit der Kultur der jeweiligen Herkunftsländer verbunden. Über die gesamte Geschäfts- und Wertschöpfungskette hinweg - von der Ernte bis ins Glas - fördert die Gruppe den Schutz von Anbaugebieten, eine zirkuläre Herstellung, das Wertschätzen von Menschen und eine verantwortungsbewusste Vermarktung.

Mehr als 19.000 Mitarbeiter in 86 Tochtergesellschaften sind weltweit für das Unternehmen tätig und sorgen Tag für Tag für qualitativ hochwertige Produkte und einzigartige conviviale Momente. Im März 1993 wurde Pernod Ricard Austria, die hundertprozentige Österreich-Tochter der französischen Gruppe, mit Sitz in Wien gegründet. Knapp 30 Mitarbeiter übernehmen Vertrieb, Marketing und das Schaffen von genussvollen Momenten für die Premium-Spirituosen und Champagner am österreichischen Markt. Seit 2020 ist die Österreich-Tochter auch als Green Office geführt und erfüllt Kriterien hinsichtlich erneuerbarem Energieverbrauch oder der Schonung von Ressourcen im Office-Alltag. In Österreich setzt Pernod Ricard Austria zudem Aktivitäten im Rahmen des jährlich stattfindenden Responsibl'ALL Day oder mit der Initiative "Mein Kind will keinen Alkohol".

Mehr Informationen unter www.pernod-ricard.at

Rückfragehinweis:

Pernod Ricard Austria GmbH.

Vanessa Hofstätter

Schottenfeldgasse 20, 1070 Wien

E-Mail: Vanessa.Hofstaetter@pernod-ricard.com

Tel.: +43 664 6116115

massgeschneidert Kommunikationsbüro GmbH

Mag. Petra Schneider

Lehargasse 7 / 1 / 7, 1060 Wien

Email: schneider@massgeschneidert.at

Tel.: + 43 676 9253485