

## What's hot? Frühjahrs-News von Henkell Freixenet

Neue Geschmacksrichtungen, trendige Designs und Verpackungsgrößen, moderne Outfits und noch viel mehr – die Neuigkeiten von Henkell Freixenet auf einen Blick.

### **Freixenet Italian Rosé als Kleinflasche**

Klein und trendy – das macht Getränke in neuen Formaten und attraktivem Look zum coolen Accessoire. Mit dem *Freixenet Italian Rosé* als 0,2-l Kleinflasche in luxuriösem Outfit dank einzigartigem Schliff zeigen sich junge, trendaffine weibliche Konsumenten ab sofort gern (UVP 3,99 Euro, erhältlich im Henkell Freixenet-Onlineshop).



### **Freixenet Carta-Familie präsentiert sich im optimierten Look**

Glänzender Relaunch: Im Frühjahr werden weitere Produkte der beliebten *Freixenet Carta Nevada*-Range im neuen Design auf den Markt kommen. Der *Freixenet Carta Rotiña*, das *Carta Nevada-0,2-l-Sortiment* und der *Freixenet Legero Alkoholfrei* erstrahlen ab Frühjahr in neuem Glanz. Die bisherige Sortenbezeichnung auf dem Flaschenhals



weicht einem geschwungenen Freixenet-X und einer eleganten Typografie. Auch das Etikett erhält ein modernes Upgrade mit hochwertiger Veredelung und zeitgemäßem Format, das eine breite Zielgruppe ansprechen und den Premium-Charakter der Marke stärker betonen soll.

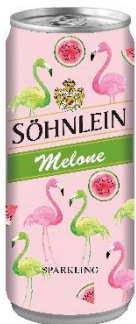
### **Henkell Rosé und Henkell Blanc de Blancs – jetzt auch als cooler Piccolo**

Mit prickelnder Lebensfreude in die farbenfrohe Jahreszeit: Eine große Frühjahrsaktion rückt *Henkell Rosé* und *Henkell Blanc de Blancs* in den Mittelpunkt. Die beiden beliebten frühlingfrischen Varianten gibt es ab sofort als handlichen Piccolo im LEH (UVP 1,99 Euro) – perfekt für prickelnde Momente.



### **Fürstlich genießen – mit der *Prestige Edition* von Fürst von Metternich**

In Deutschland ist Henkell Freixenet mit Marken wie *Fürst von Metternich*, *Menger-Krug*, *Mionetto Prosecco*, *Freixenet Cordon Negro* etc. seit Jahren deutlicher Marktführer im Premium-Bereich. Eines der Meisterstücke ist *Fürst von Metternich Cuvée Prestige 2018*. Die Jahrgangscuvée wird in Traditioneller Flaschengärung hergestellt und ist als Spätburgunder oder Chardonnay verfügbar. Die Sonderedition von Deutschlands führender Premium-Sektmarke ist exklusiv für die Gastronomie und den gehobenen Fachhandel erhältlich.



### **Söhnlein Sparkling Melone Limited Edition – rundum sommerlich**

Erfolg beflügelt: *Söhnlein Sparkling Melone* ist zurück – ab Mitte April gibt es den weinhaltigen Fruchtcocktail im trendigen Flamingo-Design auch in handlicher 200-ml-Dose (UVP 0,99 Euro). Farbenfrohe Flamingos treffen auf Melonengeschmack und versprühen Sommerfrische.

### **Wodka Gorbatschow: mild, klar und absolut rein – jetzt in neuem Look**

Ab 2020 präsentiert sich *Wodka Gorbatschow* mit einem hochwertigen Facelift. Die Eisberge – markantes Markenzeichen von Deutschlands Wodka Marke Nr. 1 – werden beim neuen Deckeldesign integriert. Eine Qualitätsbänderole und eine Farbgebung in dunklerem Blau vollenden den neuen, noch edleren Look. *Wodka Gorbatschow* war im Jahr 2019 die meistverkaufte Spirituose in Deutschland und verbuchte zudem einen Absatzrekord.





**Bewusster Konsum: neuer On-Pack von Mangaroca Batida de Côco**

Auch das Bewusstsein für einen nachhaltigeren Lifestyle nimmt zu. Für mehr und mehr Verbraucher ist der Umweltaspekt ein kaufentscheidendes Kriterium. Wo ein köstlicher Cocktail mit Trinkhalm aus Kunststoff längst nicht mehr cool ist, sorgt die Alternative aus Edelstahl für Zustimmung – und liefert damit z. B. als aufmerksamkeitsstarke Zugabe einer On-Pack-Aktion von *Mangaroca Batida de Côco*, dem Kokoslikör mit einzigartigem Geschmack nach brasilianischem Originalrezept, einen echten Kaufanreiz.

**Kuemmerling Pfefferminz – Frischekick für Kult-Halbbitter**

Im Frühjahr weht bei Kuemmerling ein neuer, (minz-) frischer Wind: Ab April 2020 ergänzt *Kuemmerling Pfefferminz* als Line Extender das Sortiment rund um den kultigen Kräuterlikör und sorgt für eine Extraportion Frische im Spirituosensregal. Das Geheimrezept: Englische Minze – die Mutter aller Minzen – kombiniert mit weiteren Nuancen wie zum Beispiel Zitrone, Enzian und Kardamom. Die neue Kuemmerling Sorte mit 21 Prozent Alkohol ist sowohl im 25er-Würfel, als auch im 48er-Display und im 48er-Mischdisplay mit 30 Würfeln *Kuemmerling Kräuterlikör* und 18 Würfeln *Kuemmerling Pfefferminz* erhältlich. Die UVP eines 25er-Würfels (25 x 0,02l) liegt bei 12,49 EUR.



**Über Henkell Freixenet**

Henkell Freixenet ist der weltweit führende Schaumweinhersteller und bietet Sekt, Cava, Prosecco, Champagner und Crémant aus einer Hand – ergänzt um ein vielfältiges Wein- und Spirituosensortiment. Die Gruppe verfügt über Tochterunternehmen in 30 Ländern und exportiert ihre Marken in mehr als 150 Staaten weltweit. Höchste Ansprüche an Qualität und Handwerk gepaart mit Markt- und Markenkompetenz machen sie in zahlreichen Ländern zum Marktführer für Cava, Sekt, Prosecco, Wein oder diverse Spirituosengattungen. Zur Gruppe zählen Marken wie *Freixenet*, *Henkell*, *Mionetto Prosecco*, *Fürst von Metternich*, *Mía*, *Mederano*, *i heart WINES*, *Mangaroca Batida de Côco* und *Wodka Gorbatschow*. Weitere Informationen unter [www.henkell-freixenet.com](http://www.henkell-freixenet.com).

Pressemitteilung



Pressekontakt:

**Henkell Freixenet**

Anja Koeslag

Corporate Communications

Biebricher Allee 142

65187 Wiesbaden

T. +49 (0)611 63 214

E. [anja.koeslag@henkell-freixenet.com](mailto:anja.koeslag@henkell-freixenet.com)