

Starke POS-Aktion zum Jahresbeginn Freixenet Mederaño sorgt mit beliebter Kochlöffel-Zugabe erneut für Aufmerksamkeit

Wiesbaden, Januar 2021. Bereits im vergangenen Jahr begeisterte Freixenet Mederaño im Handel mit einer außergewöhnlichen Instore-Kaufzugabe – diese erfolgreiche Idee kehrt ab Februar 2021 zurück. Der Marktführer im spanischen Weinregal¹ vergibt beim Kauf einer 0,75-Liter-Flasche Freixenet Mederaño wieder jeweils einen gebrandeten, hochwertigen Kochlöffel aus Holz als attraktives Extra an alle Käufer – solange der Vorrat reicht. Der passende POS-Aufbau rückt die Aktion ins richtige Licht und verführt Shopper zu Impulskäufen.

Darüber hinaus inszeniert die Marke Freixenet das gesamte Wein-Sortiment hochwertig und aufmerksamkeitsstark. Ab sofort können Handelspartner bis Ende des Jahres das neue Freixenet Holzregal platzieren. Die exklusive Zweitplatzierung hält Platz für rund 90 Flaschen bereit und spendiert der neuen Freixenet Wine Collection sowie Freixenet Mederaño und Freixenet Mia damit einen echten Ehrenplatz in jeder Weinabteilung.

Lust auf Kulinarik und spanisches Lebensgefühl

„Gute Konzepte verdienen es, nochmals für beste Abverkäufe zu sorgen“, so Jan Rock, Pressesprecher bei Henkell Freixenet. „Darum bringen wir die originelle Kochlöffel-Promotion für Freixenet Mederaño gleich zum Jahresbeginn zurück in den Handel. Typisch spanisch erschaffen wir damit ein kulinarisches Weinerlebnis, das Weinliebhaber gleichermaßen zum spontanen Entdecken, Kaufen und Probieren verführt.“

Zugreifen ausdrücklich erwünscht: Das starke Gesamtpaket überzeugt auf ganzer Linie. Denn der eigens designte POS-Aufbau besteht aus der Ellipse mit Dispenser, in dem die Freixenet Mederaño Rezeptkarten vielfältig und rundum lecker zum Nachkochen inspirieren. Direkt darüber befindet sich das Highlight – der gebrandete Kochlöffel aus Holz, der beim Kauf einer 0,75-Liter-Flasche Freixenet Mederaño einfach mitgenommen werden kann. Komplettiert wird die Instore-Promotion durch auffällige Displays für das gesamte Mederaño Portfolio. Tinto, Blanco und Rosado versprühen so perfekt präsentiert einzigartige, spanische Lebensfreude und versprechen temperamentvolle Umsätze.

Dass sich durchdachte Handelsaktionen auch langfristig lohnen, beweist der große Erfolg der Marke. Freixenet Mederaño wächst tatsächlich doppelt so stark wie der spanische Weinmarkt und verzeichnete 2020 ein Absatzplus von 18,7 % im Vergleich zum Vorjahr.²

¹IRI Handelspanel, LEH>=200qm+GAM+C&C, spanischer Wein exkl. HM/Aldi, Absatzranking in Tsd. 1/1, Jahre 2015-2020

²IRI Handelspanel, LEH>=200qm+GAM+C&C, spanischer Wein, Freixenet Mederaño, Absatzveränderung in %, 2020 vs. VJ

Neues Jahr – neues Regal

Freixenet unterstützt Handelspartner im neuen Jahr zusätzlich mit einem neuen, hochwertigen Holzregal, das ab sofort als aufmerksamkeitsstarker Hingucker für das Freixenet Weinsortiment daherkommt. Rund 90 Flaschen der neuen Freixenet Wine Collection sowie Freixenet Mederaño und Freixenet Mia finden darin aufmerksamkeitsstark im Markt Platz.

Der stilvolle Aufbau umfasst das Regal aus dunklem Holz, ein Freixenet Top-Schild zur Markenkommunikation, einen Kartendispenser für Infokarten und zwei flexible Halterungen für Show-Flaschen und steht ab sofort zur Platzierung bereit – solange der Vorrat reicht.

Freixenet Mederaño ist in der 0,75-Liter-Flasche für die UVP von 3,99 Euro erhältlich.

Über Mederaño

Mederaño ist die beliebteste spanische Weinmarke in Deutschland – und eine Umsatzgarantie im rückläufigen Gesamtmarkt. Die ausdrucksstarken Weine aus sonnenverwöhnten Trauben richten sich an alle, die sich dem spanischen Lebensgefühl besonders verbunden fühlen. Sie stehen für unkomplizierten Trinkgenuss und mediterrane Leichtigkeit. Egal, ob frischer Blanco, blumiger Rosado oder vollmundiger Tinto: Die bodenständigen Weine von Mederaño sind für jeden Genussmoment die richtige Wahl und schmecken durch und durch nach Spanien!

Weitere Informationen unter www.freixenet.de.

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, Mederaño, i heart WINES, Mangaroca Batida de Côco und Wodka Gorbatschow.

Weitere Informationen unter www.henkell-freixenet.com.

Pressekontakt:

Henkell Freixenet

Catherine Gärtner
Unternehmens-Kommunikation / PR
Biebricher Allee 142
65187 Wiesbaden
T. +49 (0)611 63215
E. catherine.gaertner@henkell-freixenet.com

segmenta communications

Mascha Dunkelmann
Neumühlen 1
22763 Hamburg
T. +49 (0)40 441 13017
E. hfx@segmenta.de

Freixenet
MEDERAÑO

HENKELL & CO. SEKTKELLEREI KG

Biebricher Allee 142 · 65187 Wiesbaden · Telefon +49 611 63-0 · Telefax +49 611 63-335 · www.henkell-freixenet.com