

Heiße Instore-Aktion zum Jahresende Freixenet Mederaño verlost hochwertige Raclettegeräte am POS

Wiesbaden, August 2020. Heiße Köstlichkeiten aus dem Pfännchen und dazu richtig guter Wein – diese unschlagbare Kombination für die kalte Jahreszeit lässt Freixenet Mederaño in Kürze am POS hochleben. Im Zeitraum September bis Dezember 2020 platziert die Nummer eins im spanischen Weinregal¹ eine aufmerksamkeitsstarke Gewinn-Aktion für alle Raclette-Fans im Handel. Wer vor Ort eine der Teilnahmekarten ausfüllt und in die Freixenet Mederaño Promotion-Ellipse einwirft, gewinnt mit etwas Glück ein hochwertiges Raclettegerät mit Natursteinplatte und schickem Freixenet Mederaño Branding. Außerdem ist Freixenet Mederaño ab September offizieller Co-Sponsor der erfolgreichen TV-Kochshow „The Taste“ und feuert damit die Saison maßnahmenstark an.



Erlebnis Wein und Food – geniales Teamplay für Impulskäufe

Dank der starken Unterstützung für alle Handelspartner sorgt der Marktführer im spanischen Weinregal² einmal mehr für erhöhte Aufmerksamkeit. „Gutes Essen und leckerer Wein – das passt einfach

immer zusammen. Wir setzen bei allen Freixenet Mederaño Promotions auf exklusive Gewinne, die zur Marke passen und unsere Konsumenten begeistern“, verrät Jan Rock, Global Head Corporate Communications bei Henkell Freixenet. „Raclette-Genuss ist gerade im Herbst ein großes Thema. Unser neues Gewinnspiel rückt das Freixenet Mederaño Portfolio – von Tinto über Blanco bis hin zu Rosado – deshalb optimal ins Blickfeld der Verbraucher.“

Und damit der Umsatz kräftig angeheizt wird, setzt Freixenet Mederaño die Promotion mit einem umfangreichen Platzierungs-Paket in Szene. Die aufmerksamkeitsstarke Freixenet Mederaño Promotion-Ellipse mit zwei Einsteckschildern in Raclettegerät-Form sowie einem Postkartenhalter fallen sofort ins Auge. Die passenden Rezeptkarten zum Mitnehmen liefern darüber hinaus genussvolle Kochanregungen. Kombiniert mit den 114er und 80er Misch-Displays von Freixenet Mederaño, bestückt mit Blanco, Tinto und Rosado, entsteht ein echter Hingucker im Markt, der zum spontanen



¹IRI Handelspanel, LEH>=200 qm+GAM+C&C, spanische Markenweine exkl. HM+Aldi, Absatzranking Tsd. 1/1, Marktanteil %, Jahre 2015–2019

²IRI Handelspanel, LEH>=200 qm+GAM+C&C, spanische Markenweine exkl. HM+Aldi, Absatzranking Tsd. 1/1, Marktanteil %, Jahre 2015–2019

Entdecken und Mitmachen animiert. Die Mechanik ist dabei denkbar einfach: Teilnahmekarte ausfüllen, in den Einwurfschlitz der Ellipse werfen und vielleicht schon bald mit einem brandneuen Raclettegerät Freixenet Mederaño Weine beim nächsten Raclette-Abend genießen. Die aufmerksamkeitsstarke Instore-Verlosung startet ab September 2020 – solange der Vorrat reicht.

Co-Sponsor bei „The Taste“ – Reichweitenstarke TV-Präsenz zur Prime Time

Genuss, Qualität und spanische Leidenschaft – ein weiteres Highlight für geballte Sichtbarkeit in der Zielgruppe stellt die Partnerschaft mit der TV-Kochshow „The Taste“ dar. Ab September 2020 ist Freixenet Mederaño offizieller Co-Sponsor des reichweitenstarken Erfolgsformats beim TV-Sender SAT.1.

Das Freixenet Mederaño TV-Sponsoring findet über Opener, Reminder und Closer sowie in den Programm-Trailern zur Ankündigung von „The Taste“ statt. Abgerundet wird diese authentische Kooperation durch Product Placements in der Sendung und die Verlosung einer Gewinnerreise nach Barcelona und zu Freixenet. Die neue Staffel von „The Taste“ läuft vom 2. September bis 28. Oktober 2020, mit 9 Folgen, jeden Mittwoch um 20:15 Uhr in SAT.1.

Der Start von „The Taste“ wird zudem mit einem Touchpoint Sampling von Freixenet Mederaño Tinto und Blanco bei Edeka Minden begleitet.

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

Über Freixenet 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, Freixenet Mía, Freixenet 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](mailto:catherine.gaertner@henkell-freixenet.com)

segmenta communications

Mascha Dunkelmann
Neumühlen 1
22763 Hamburg
T. 040 44 11 30 17
E. hfx@segmenta.de