

Hochwertige Kochlöffel-Zugabe bei jedem Kauf Freixenet Mederaño setzt am POS impulsstarke Akzente



Wiesbaden, Mai 2020. Kaum etwas rundet ein gutes Essen so harmonisch ab, wie der passende Wein. Ab Mai interpretiert Freixenet Mederaño dieses bewährte „Teamplay“ im Handel mit einem aufmerksamkeitsstarken Promotion-Konzept. Solange der Vorrat reicht, dürfen sich Konsumenten beim Kauf einer 0,75-Liter-Flasche Freixenet Mederaño über einen hochwertigen, gebrandeten Kochlöffel aus Kirschholz als attraktives Extra freuen. Praktisch: Die originelle Instore-Kaufzugabe für alle Hobby-Köche liegt im Einlagefach des Aktions-Displays und kann direkt mitgenommen werden. Der POS-Aufbau bestehend aus Ellipse und Display sorgt für extra Aufmerksamkeit und verfügt neben dem Dispenser für die Kochlöffel zudem über einen Rezeptkartenhalter mit Freixenet Mederaño Rezeptkarten. Sie komplettieren das Thema „kulinarisches Weinerlebnis“ ideal und regen

aufgeschlossene Kunden zu Impulskäufen an.

Freixenet Mederaño, der Marktführer im spanischen Weinregal, beweist mit dieser Offensive einmal mehr sein Gespür für die Wünsche von Handel und Käufern.

„Die auffälligen Displays repräsentieren das Mederaño Portfolio – von Tinto über Blanco bis hin zu Rosado – auf einen Blick“, so Jan Rock, Leiter Corporate Communications bei Henkell Freixenet. „Gleichzeitig zeigen wir Weinliebhabern mit der exklusiven Aktion direkte Verwendungsanlässe auf. Freixenet Mederaño mit Rezept-Ideen und Kochlöffel – das ergänzt sich bestens und weckt spontan Lust zum Entdecken, Kaufen und Probieren.“

Das typisch spanische Lebensgefühl, für das Freixenet Mederaño steht, beschert dem Handel sicher auch nach Ablauf der Kochlöffel-Promotion gute Umsätze. So ist nämlich jede 8. verkaufte Flasche spanischer Wein von der Marke Freixenet Mederaño – das steht für einen Marktanteil von 13 %.²

Freixenet Mederaño ist in der 0,75-Liter-Flasche für die UVP von 3,79 Euro erhältlich.



¹Iri Handelspanel, LEH>=200qm+GAM+C&C, Markenranking spanischer Wein exkl. HM, Aldi, Absatzranking Tsd. 1/1, Jahre 2015-2019

²Iri Handelspanel, LEH>=200qm+GAM+C&C, Mederano im spanischen Wein, Absatz Tsd. 1/1, Marktanteil % Absatz, Jahr 2019



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

segmenta communications

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