



Eleganz pur: Neue limitierte Henkell Trocken Gold-Edition

Markenbotschafter & Swing-Musiker Tom Gaebel präsentiert Instore-Gewinnspiel

Wiesbaden, Juli 2021. Goldene Zeiten für beschwingte Umsätze! Pünktlich zur Saison bringt die meistexportierte deutsche Sektmarke Henkell ein besonderes Highlight auf den Markt. Die neue Henkell Trocken Limited Gold-Edition ist ab September 2021 erhältlich – solange der Vorrat reicht. Diese außergewöhnliche Edition besticht durch ihr filigranes Flaschendesign in edlem Gold und mit funkelnden Akzenten, die im Handel alle Blicke auf sich zieht und für Impulskäufe sorgt. Übrigens: auch die neue Gold-Edition ist, wie alle Produkte von Henkell, vegan zertifiziert.



Gute Kampagnen sind Gold wert – Tom Gaebel wird Markenbotschafter

Als prominentes Aushängeschild wird der bekannte Swing-Musiker Tom Gaebel die Kampagne für die limitierte Gold-Edition elegant präsentieren. Der charmante Sänger steht für Big-Band-Sounds und mitreißende Leichtigkeit à la Frank Sinatra und begeistert das deutsche und internationale Publikum seit Jahren.

„Ein wichtiger Erfolgsfaktor für unsere Markenpräsenz und starke Umsätze sind außergewöhnliche Kampagnen-Ideen“, so Jan Rock, Head of Corporate Communications Henkell Freixenet. „Tom Gaebel steht wie kein anderer Musiker in Deutschland für authentische Eleganz im modernen Look. Genau deshalb passt er so perfekt zu Henkell. Wir freuen uns sehr über diesen charmanten Markenbotschafter.“

Als aufmerksamkeitsstarkes Testimonial wird Tom Gaebel die Marke erstmalig langfristig begleiten: Besonders gespannt darf man dabei auf den exklusiv für Henkell komponierten Markensong „Here’s to Elegance“ sein, der auf dem nächsten Album des Musikers veröffentlicht wird. Darüber hinaus wird Gaebel in verschiedene Live-Events eingebunden und verleiht der neuen Limited Edition auch im Handel noch mehr Glanz.

Mehr Umsatz am PoS: elegante Instore-Verlosung mit Sekt- und Musikgenuss

Die Kampagne der Henkell Gold-Edition startet mit einem beschwingten Gewinnspiel am PoS und verlost in den teilnehmenden Märkten trendige JBL Musikboxen. Die attraktive Sonderplatzierung bestehend aus einer Ellipse mit einem Eycatcher-Visual von Tom Gaebel, der den Shoppern zuprostet, und dem neuen 48er-Mischdisplay der Henkell Trocken Gold-Edition ist ein wahrer Blickfang auf der Fläche und sorgt für erhöhte Stopping-Power. Dank der



Teilnahmemöglichkeit direkt im Markt dürfen sich Handelspartner auf reges Kundeninteresse und Awareness freuen: einfach Teilnahmekarte aus dem Kartenhalter der Aktions-Ellipse entnehmen und ausfüllen. Gleich vor Ort einwerfen und mit etwas Glück eine von drei JBL Musikboxen im eleganten Design gewinnen. Begleitet wird die Handelsmaßnahme durch eine reichweitenstarke Medien-Kooperation in Print und Online sowie durch PR- und Social Media Maßnahmen.

Die PoS-Aktion läuft ab September – solange der Vorrat reicht. Die Henkell Trocken Gold-Edition ist im Handel in der 0,75 Liter-Flasche zu einem Preis von 5,99 Euro (UVP) erhältlich.

Das neue 48er Mischdisplay im attraktiven Design hält Platz für 24 Flaschen Henkell Trocken (0,75 l) und 24 Flaschen Henkell Trocken Gold-Edition (0,75 l) bereit.

Über Henkell

Henkell steht für eine Welt voller Eleganz und kultivierten Sektgenuss. Als meistexportierte deutsche Sektmarke begleitet Henkell in über 100 Ländern weltweit Momente voller Lebensfreude. Das elegante Design, der prickelnd trockene Geschmack sowie die stetigen Produktauszeichnungen unterstreichen den hohen Qualitätsanspruch der Marke. Als Erfinder des Piccolo wird Henkells umfangreiches Sortiment durch eine besondere Piccolo-Expertise ergänzt. Die Kreationen von Henkell nehmen seit über 160 Jahren einen festen Platz in der deutschen und internationalen Sektlandschaft ein. So prickelnd kann Trocken sein!

Weitere Informationen unter www.henkell.de sowie auf Facebook (@henkellDE) und Instagram (@henkell).

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

Den Henkell Freixenet-Image-Spot finden Sie unter www.youtube.com/watch?v=HVC8IH9id4Y&has_verified=1
Facebook @HenkellFreixenet / Twitter Henkell Freixenet / Youtube Henkell Freixenet

Pressekontakt:

Henkell Freixenet

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

segmenta communications GmbH

Mascha Dunkelmann
Neumühlen 1
22763 Hamburg
T. +49 40 4411 3017
E. hfx@segmenta.de