

Eiskalt. Klar. Aktivierend: Gorbatschow setzt neue Akzente am POS

Große Instore-Verlosung mit gebrandetem Airhockey-Tisch als Hauptgewinn

Wiesbaden, März 2026 – Mit einer groß angelegten Instore-Verlosung sorgt Deutschlands Wodka Nr. 1¹ und Marktführer im Segment der Wodka-Mixes² ab Mai 2026 für starke Impulse im Handel – und für ein Erlebnis, das Shopperinnen und Shopper am Point-of-Sale stehen bleiben lässt. Im Mittelpunkt der Aktion steht ein hochwertiger, gebrandeter Airhockey-Tisch, der als Hauptgewinn echte Begehrlichkeit schafft und das Markenversprechen „eiskalt, glasklar, absolut rein“ spielerisch in eine aufmerksamkeitsstarke POS-Inszenierung übersetzt.



„Wir setzen auf prägnante Platzierungen am POS, um Verbraucherinnen und Verbraucher genau dort zu erreichen, wo Kaufentscheidungen fallen – am Regal und bei Zweitplatzierungen. Der Airhockey-Tisch ist ein Gewinn, der Spaß

¹ Circana Handelspanel, LEH>=200qm+HD+GAM+C&C, Wodka Artikelranking nach Absatz in Tsd. 1/1, 2025

² Circana Handelspanel, LEH>=200qm+HD+C&C+GAM, Mix Wodka, Absatz in Tsd. 1/1, Absatz CAGR in %, Jahre 2021-2025

macht, auffällt und gleichzeitig perfekt zur Gorbatschow Markenwelt passt“, erklärt Vanessa Lehmann, Head of Communications bei Henkell Freixenet. Die Aktion richtet sich an den Lebensmitteleinzelhandel und verbindet eine einfache Teilnahme mit einer starken, sichtbaren Platzierung, die das RTD- und Flaschensortiment gleichermaßen in Szene setzt.

Der Gewinn: Airhockey-Tisch im Gorbatschow Look & Feel

Im Mittelpunkt steht ein Gorbatschow Airhockey-Tisch im Marken-Design – ein Gewinn, der nicht nur Wertigkeit ausstrahlt, sondern den Spielhallen-Klassiker nach Hause bringt.

POS-Aktion mit Erlebnisfaktor und einfacher Teilnahme

Gorbatschow setzt bei der Verlosung bewusst auf eine niedrighschwellige Mechanik: Die Teilnahme erfolgt über Teilnahmekarten in teilnehmenden Märkten, die in die Losboxen eingeworfen werden. Das macht den Einstieg schnell und unkompliziert – und sorgt zugleich für sichtbare Aktivierung direkt an der Zweitplatzierung.

Starke Sichtbarkeit am Regal: Platzierung & Materialien

Für die Inszenierung am POS kommt ein Überbau-Aufsteller zum Einsatz, der schon aus der Entfernung auf das Gorbatschow-Gewinnspiel und den Hauptgewinn aufmerksam macht. An beiden Säulen des Aufstellers sind Losboxen mit Teilnahmekarten angebracht, sodass die Teilnahme von jeder Seite möglich ist. Abgerundet wird der Aufbau durch den Airhockey-Tisch, der als klarer Blickfang dient.

Impuls für Kategorie und Abverkauf

Die Verlosung ist darauf ausgelegt, sowohl die Marke als auch das Ready-to-Drink-Segment wirkungsvoll zu aktivieren. Daher wird eine Zweitplatzierung mit Gorbatschow Mixed RTD Dosen sowie Gorbatschow 0,7-l-Flaschen empfohlen.

Über Gorbatschow

Des Wodkas reine Seele: Seit seiner Gründung im Jahr 1921 in Berlin hat sich Gorbatschow als eine der führenden und renommiertesten Spirituosenmarken Deutschlands etabliert. Eiskalt, glasklar und absolut rein, dafür steht Gorbatschow seit über 100 Jahren mit jeder Flasche. Sein ikonisches Flaschendesign und die vierfache eiskalte Filtration bei -12 Grad Celsius – jedes Detail steht für höchste Ansprüche an Qualität und Geschmack. Gorbatschow wird auch heute noch nach einem sorgsam gehüteten Spezialrezept hergestellt, das ihn zum meistgetrunkenen Wodka Deutschlands macht. Das Sortiment umfasst neben dem klassischen Wodka mit 37,5% vol. auch eine Variante mit 50% vol., sowie Gorbatschow Citron und Gorbatschow Raspberry. Zusätzlich rundet eine Auswahl an Ready-To-Drink-Varianten, darunter Gorbatschow Mixed Lemon, Maracuja, Sex on the Beach und Energy das Angebot ab.

Weitere Informationen unter www.gorbatschow.de

Über Henkell Freixenet

Henkell Freixenet ist als internationale Unternehmensgruppe globaler Marktführer im Bereich Schaumwein. Das einzigartige Markenportfolio an Sekt, Cava, Prosecco, Champagner und Crémant sowie Stillweinen und Spirituosen begleitet die Momente im Leben der Konsumenten und verleiht ihnen eine besondere Bedeutung. Globale Marken wie Freixenet, Mionetto und Henkell zählen ebenso zur Gruppe wie i heart, Gratien & Meyer und eine Vielzahl ausgezeichneter Weingüter. Höchste Ansprüche an Qualität und Handwerkskunst spornen das Team von Henkell Freixenet an – immer mit der Vision, mit Innovationen und hochwertigen, nachhaltig hergestellten Produkten, neue Maßstäbe in der Branche und den jeweiligen Produktkategorien zu setzen und Konsumenten zu begeistern. Celebrate Life!

Weitere Informationen unter www.henkell-freixenet.com

Hinweis: Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

Pressekontakt:

Henkell Freixenet

Inga Zwanzig
Communications
Biebricher Allee 142
65187 Wiesbaden
T. +49 (0)611 63 - 212
E. Inga.Zwanzig@henkell-freixenet.com

zeron GmbH / Agentur für PR & Content

Raffaella Manke
Erkrather Straße 234 a
40233 Düsseldorf
T. +49 (0)211 889 21 50-67
E. presse-gorbatschow@zeron.de