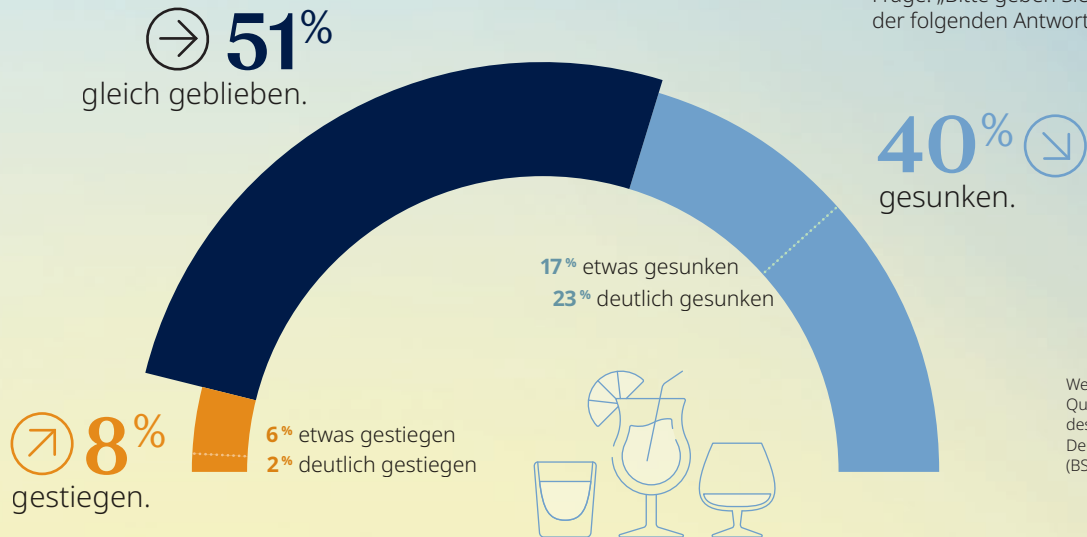


Mein aktueller Spirituosenkonsum
ist gegenüber 2024 ...



Genuss- momente gestalten

Bewusster Genuss

Alkoholkonsum im Wandel 2

Brennkunst

Kulturerbe der besonderen Art 3

Barbetrieb

Eine herausfordernde Aufgabe 4

Gastbeitrag

Zwischen Kultur, Verantwortung
und Genuss 5

Absolut Vodka

Umweltschutz als Zukunftsgarant 6

Ansprechpartner

Ihr Kontakt zu uns 7

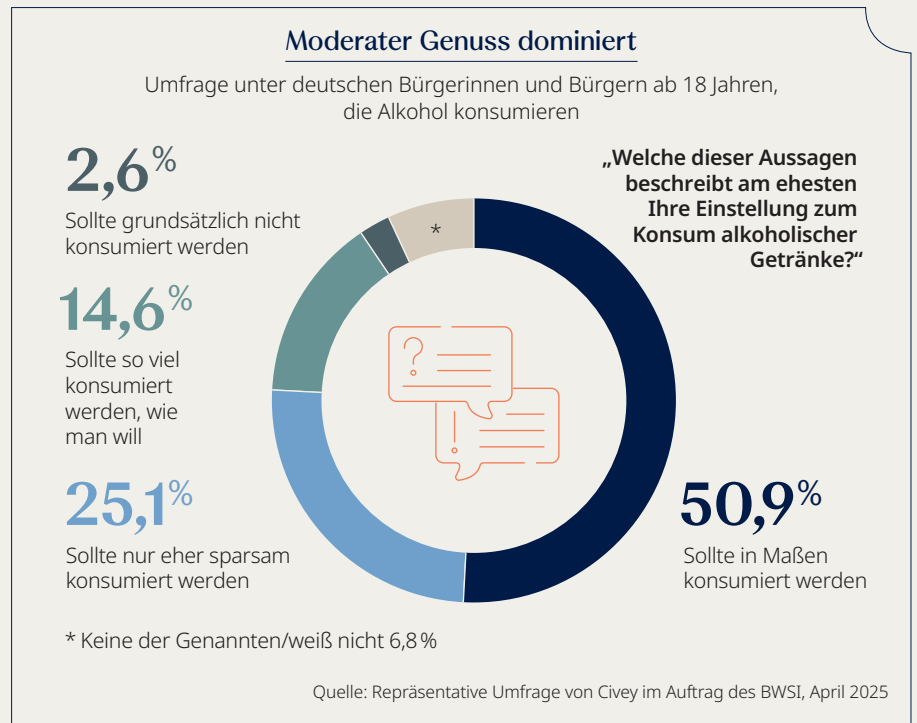


Alkoholkonsum im Wandel

Zwischen Abstinenz und riskantem Konsum formt sich ein neues Verständnis von Genuss: bewusst, selbstbestimmt und vielfältig. Dabei handelt es sich um eine Entscheidung, die Empowerment und Lebensfreude verbindet. Pernod Ricard unterstützt diesen Wandel und fördert echte Convivialité.

Der Konsum alkoholischer Getränke geht zurück. Und Pernod Ricard? Der Spirituosenhersteller weltweit bekannter Premiummarken wie Lillet, Havana Club und Ramazzotti begleitet diesen Wandel aktiv. Das Unternehmen setzt auf Vielfalt und Innovation – insbesondere durch alkoholfreie Alternativen, die neue Maßstäbe für Genuss ohne Kompromisse setzen.

Der Alkoholkonsum ist in Deutschland seit vielen Jahren stark rückläufig. Dieser Trend zieht sich durch alle Altersklassen und erfasst insbesondere junge Erwachsene. Dabei zeigt sich, dass hierzulande überdurchschnittlich viele Jugendliche zwischen 18 und 24 Jahre ganz auf Alkohol verzichten: In Deutschland liegt der Anteil der abstinenten Jugendlichen bei 49 Prozent – deutlich höher als in Frankreich (39 Prozent) oder Portugal (30 Prozent). Diese Entwicklung zeigt: Maß und Mitte gewinnen an Bedeutung.



0.0 – made bei Pernod Ricard

Spiegelbildlich wächst das Angebot alkoholfreier Spirituosen. Für 2030 wird erwartet, dass sich der weltweite Umsatz in Milliardenhöhe bewegen wird, das Wachstum ist weit überdurchschnittlich. Pernod Ricard investiert gezielt in dieses Segment:

- **Sommer 2024:** Einstieg in die alkoholfreie „Blue Agave“-Spirituose à la Tequila – mitentwickelt von Formel-1-Weltmeister Lewis Hamilton
- **Januar 2025:** Launch von London Dry Gin Beefeater 0.0% in Spanien
- **Februar 2025:** Einführung von Ramazzotti Arancia 0.0% – exklusiv für den deutschen Markt



Besondere Momente schaffen

Pernod Ricard steht für Convivialité – das bewusste Miteinander. Dabei geht es nicht um Alkohol per se, sondern um selbstbestimmte Entscheidungen und echte Vielfalt. Laut aktueller Umfrage konsumieren 60 Prozent der Erwachsenen in Deutschland alkoholische Getränke bei besonderen Anlässen wie Festen oder Feiern. Gleichzeitig steigt die Zahl derjenigen, die sich aus Überzeugung, Rücksicht oder Neugier für alkoholfreie Optionen entscheiden.

Aktuellen CSR-Bericht downloaden

Seit zwei Jahrzehnten stehen die Mitglieder des Bundesverbandes der Deutschen Spirituosenindustrie (BSI) – darunter auch Pernod Ricard – hinter der erfolgreichen Arbeit des Arbeitskreises Alkohol und Verantwortung des BSI und stellen sich gemeinsam ihrer Verantwortung. Der aktuelle **CSR-Bericht** informiert umfassend über Prävention, Verbraucherinformation, Selbstregulierung und Evaluierungsergebnisse.

Massvoll-genießen.de



Kulturerbe der besonderen Art

Kultur vereint, stiftet Identität und gibt Orientierung. Das gilt in besonderer Weise für immaterielles Kulturerbe, das mit dem UNESCO-Übereinkommen von 2003 besonders gewürdigt und gestärkt wird. Anfang April hat die Deutsche UNESCO-Kommission die handwerkliche Brennkunst auf die Liste gesetzt – ein Ritterschlag.

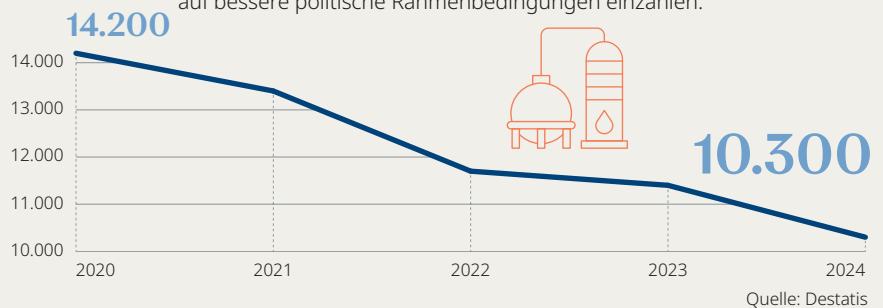
Deutschlandweit gibt es heute noch mehrere Tausend aktive Kleinbrennereien, viele davon mit landwirtschaftlicher Tradition. Besonders in Süddeutschland wird das Brennen von Obst – oft von Streuobstwiesen – bis heute mit großem Wissen, Leidenschaft und Präzision betrieben. Auch wenn das frühere System der sogenannten Abfindungsbrennereien 2018 ausgelaufen ist, lebt ihre Kultur in vielen handwerklich arbeitenden Destillieren weiter. Wer dem Prozess einmal beiwohnen durfte, konnte erleben, wie viel handwerkliches Wissen und Liebe zum Detail mit der Brennkunst verbunden ist. Für die UNESCO ist dabei nicht nur das handwerkliche Können von Bedeutung, sondern auch der Beitrag zum Erhalt der Kulturlandschaft: Streuobstwiesen mit über 5.000 verschiedenen Tier- und Pflanzenarten zählen zu den artenreichsten Lebensräumen Mitteleuropas – und liefern die wertvollen Rohstoffe für viele regionale Destillate.

„Die Brennerei hat sich im Laufe der Zeit an moderne Marktanforderungen angepasst, ohne ihre traditionellen Wurzeln und die ökologische Verantwortung aus den Augen zu verlieren, was sie zu einem wichtigen Element der regionalen Identität macht.“

Deutsche UNESCO-Kommission

Handwerkliche Brennereien unterstützen

Die Anzahl der Brennereien ist in Deutschland seit Jahren rückläufig. Die Anerkennung als immaterielles Kulturerbe durch die UNESCO sollte nun auf bessere politische Rahmenbedingungen einzahlen.



MONKEY 47 zelebriert Handwerkskunst

Pernod Ricard fühlt sich dieser Tradition verpflichtet und setzt sie fort. Bestes Beispiel dafür ist MONKEY 47. Dessen Gründer Alexander Stein hatte mit einem Brennmeister aus dem Schwarzwald über zwei Jahre eine Rezeptur erarbeitet, die inzwischen weltweit Maßstäbe setzt. Mit der gleichen Sorgfalt und Geduld wird auch heute noch jede einzelne Gin-Flasche abgefüllt – vollständig am Geburtsort des Monkeys mitten im Schwarzwald produziert.

Rund ein Viertel der 47 Botanicals, darunter Wacholder, Schlehen, Preiselbeeren und Fichtensprossen, stammen aus der unmittelbaren Umgebung. Auch das Wasser für die Herstellung kommt aus der eigenen Schwarzwaldquelle.

Seit 2016 gehört Monkey 47 zu Pernod Ricard – und hat sich seither zu einem Welterfolg mit Kunden in über 60 Ländern entwickelt. Die lokale Verankerung bleibt dabei unberührt: Produktion, Finanzen und Marketing sind nach wie vor komplett in Baden-Württemberg angesiedelt – der Heimat handwerklicher Brennkunst.



Eine herausfordernde Aufgabe

Bars bringen Menschen zusammen, schaffen besondere Momente und prägen die Ausgehkultur – vor allem in Städten. Allerdings: Bars stehen zunehmend unter wirtschaftlichem Druck, das Arbeitsumfeld ist vielfach herausfordernd.

Vor diesem Hintergrund unterstützt Pernod Ricard die Hospitality-Szene seit 2021 mit dem Programm SIP (Share. Inspire. Pioneer). Es bietet maßgeschneiderte Unterstützung und Ressourcen, um die Herausforderungen zu bewältigen und nachhaltiges Wachstum zu fördern. Wesentliche Maßnahmen im Überblick:

- **SIP Masterclasses zu wichtigen Themen wie Mental Health:** Arbeiten in einer Bar bedeutet meist Nachtarbeit, die psychischen Belastungen können erheblich sein. Die Masterclass bietet Tipps zu Themen wie Stressbewältigung und Resilienz. Expertinnen und Experten vermitteln den Teilnehmenden Techniken und Strategien, um mit den Belastungen des Berufsalltags besser umzugehen – online und bei Präsenzveranstaltungen.
- **World Wide Gastro Webinars:** Einmal pro Quartal lädt SIP zu kostenlosen hochkarätig besetzten Webinaren ein. Die deutsche Barszene erhält so Zugang zu Impulsvorträgen von abso-

luten Vorreitern der Szene, die ansonsten nur Besuchern der internationalen Barmessen wie London Cocktail Week oder dem Bar Convent Berlin vorbehalten sind.

- **SIP Sessions und SIP Open House Veranstaltungen:** Hamburg, Köln, Frankfurt, München, Stuttgart, Berlin... die Veranstaltungsformate touren quer durch Deutschland und bieten erstklassig besetzte Panel-Talks und Workshops zu aktuellen und brennenden Themen in der jeweiligen Region. Die Inhalte reichen von Impulsen für die Bewältigung von spezifischen Herausforderungen im Arbeitsalltag über Fragen der persönlichen Entwicklung bis hin zur Karriereplanung und Entlastung durch KI-Nutzung.
- **Partnerschaften:** SIP unterstützt langfristig wichtige Verbände und Organisationen der Branche wie die Deutsche Hotelakademie (DHA), die Deutsche Bartender-Union e.V. (DBU) oder die Fair Job Hotels. Wichtige

249.000

globale Instagram-Follower



Interessensvertretungen sowie Fort- und Weiterbildungsprogramme werden dadurch nicht nur finanziell gefördert, sondern auch inhaltlich gestärkt.

- **Online Content, Newsletter und Trend-Reports:** SIP bietet auf seiner Webseite sowie auf seinem Instagram-Account wichtige fachliche Inhalte rund um das Arbeiten in der Hospitality-Branche. Barbetreiber, Bartender und weitere Hospitality-Akteure erhalten hier praxisnah wertvolle Inspiration und Tipps, um ihren Betrieb zukunftsorientiert zu führen.

SIP trägt maßgeblich dazu bei, nachhaltiges Wachstum in der Hospitality zu fördern. Aufgrund des Erfolgs und der hervorragenden Rückmeldungen der deutschen Barbetreiber und Bartender wurde das Programm 2023 weltweit ausgerollt.



„Richtig gute Sache, die ihr da macht mit SIP. Selten kommen so viele Leute zu derartigen Events.“

Jörg Meyer

Erfinder des Gin Basil Smash, Besitzer des Hamburger Le Lion – als „Bar-Institution“ des Jahres 2025 vom Fachmagazin Mixology ausgezeichnet – und Referent zum Thema „Womit wir unbedingt aufhören und anfangen müssen“ beim SIP Open House im März 2025, Berlin

Zwischen Kultur, Verantwortung und Genuss

Als Bundesverband Wein und Spirituosen International (BWSI) setzen wir uns für einen verantwortungsvollen Genuss alkoholischer Getränke ein. Konsumgewohnheiten sollten nicht moralisiert, sondern differenziert betrachtet werden – mit Offenheit für vielfältige Lebensstile und einem gemeinsamen Verständnis für gesundheitliche Achtsamkeit.



Dr. Alexander Tacer
Geschäftsführer des
Bundesverbandes
Wein und Spirituosen
International (BWSI)

Aus diesem Selbstverständnis heraus haben wir das Credo der Genussskultur entwickelt –, mit dem eine Initiative zum reflektierten Umgang mit alkoholischen Getränken gestartet wird. Sie stellt die individuelle Genusskompetenz in den Mittelpunkt und setzt auf sachliche Aufklärung. Die Botschaft: Bewusster Konsum steht nicht im Widerspruch zu Lebensfreude, sondern ist Ausdruck eines selbstbestimmten und verantwortungsvollen Lebensstils. Mit dem Credo der Genussskultur laden wir ein zur Auseinandersetzung mit dem eigenen Konsumverhalten – sachlich und auf Augenhöhe. Damit ergänzen wir auch bereits existierende Initiativen durch unseren eigenen Beitrag.

Unser Beitrag zur gesellschaftlichen Diskussion

Alkoholische Getränke sind Genussmittel, die aufs Engste mit Lebensfreude, Geselligkeit und besonderen Momenten verbunden sind. Bei der Frage, in welchen Situationen sie am liebsten konsumiert werden, nennt die überwiegende Mehrheit gemeinsame Anlässe in der Gruppe wie beispielsweise Feste, Feiern oder Treffen im Freundeskreis. Dabei ist klar: Die Wirkung von Alkohol ist individuell – abhängig von körperlichen Voraussetzungen, Ernährungsgewohnheiten sowie Trinkmustern. Pauschale Empfehlungen greifen daher zu kurz.

Eigenverantwortung ist ausgeprägt

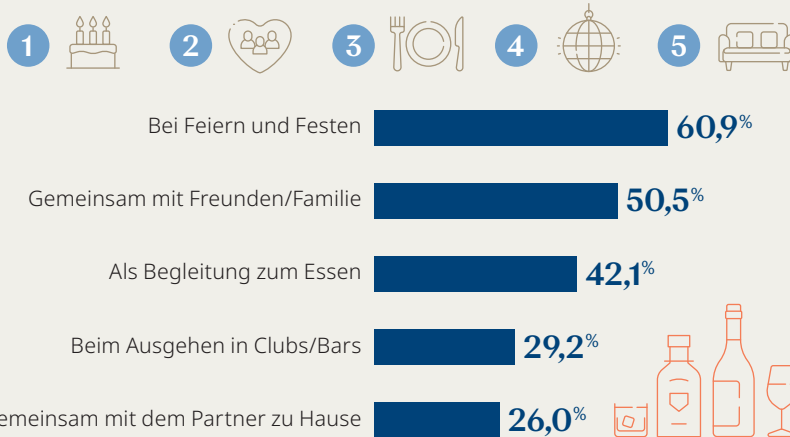
Verantwortungsbewusster Konsum ist in der Gesellschaft angekommen:

- Die überwiegende Mehrheit der Menschen konsumiert alkoholische Getränke in risikoarmen Mengen, eingebettet in ein ganzheitliches Gesundheitskonzept mit Ernährung, Bewegung und mentalem Wohlbefinden.
- Fast 60 Prozent der Erwachsenen achten bewusst auf die konsumierte Menge, insbesondere aus gesundheitlichen Gründen.
- Alkoholfreie Alternativen steigen weiter in der Beliebtheit.

All das ist gut so. Die Menschen möchten selbstbestimmt leben und auf das Leben anstoßen, wenn ihnen danach ist. Auf den Feierabend, die Familie, die Freundschaft, die Liebe oder das nächste Jahr. Unser Ziel: Die besonderen Momente der Lebensfreude auch in Zukunft auf unsere ganz persönliche Art und Weise genießen.

Alkoholkonsum: Die Top-5-Situationen

In welchen Situationen konsumieren Sie am liebsten alkoholische Getränke (z. B. Sekt, Wein, Spirituosen)?



Quelle: Repräsentative Umfrage von Civey im Auftrag des BWSI, April 2025

Umweltschutz als Zukunftsgarant

Anbaugebiete schützen, Ressourcen schonen, CO₂-Emissionen senken: Als weltweit zweitgrößter Spirituosenhersteller verfügt Pernod Ricard über besondere Möglichkeiten, beim Umweltschutz Maßstäbe zu setzen und nutzt sie konsequent. Siehe Absolut Vodka.

Die südschwedische Marke gehört seit 2008 zum Portfolio von Pernod Ricard. Wesentliche Prinzipien lauten „One Source“ und „One Community“. Das heißt: Absolut überwacht den gesamten Herstellungsprozess vom Samen bis zur Flasche verantwortungsvoll und kann das fertige Produkt bis zu den Landwirten zurückverfolgen.

Weizen: 100% aus Südschweden

Pro Jahr verarbeitet Absolut über 100.000 Tonnen Weizen im südschwedischen Åhus. Das Getreide stammt komplett aus der Region. Dabei ist der Wodkakersteller Partner der rund 300 Weizenproduzenten. Die gemeinsame Zielsetzung: hohe Erträge bei hoher Artenvielfalt, gesunde

Böden sowie möglichst niedrige CO₂-Emissionen und ein effizienter Stickstoffeinsatz. Dafür bietet Absolut umfassende Schulungen, kontrolliert die Einhaltung vereinbarter Mindeststandards und belohnt besonders nachhaltige Betriebe mit einer höheren Vergütung.

CO₂-Emissionen im Sinkflug

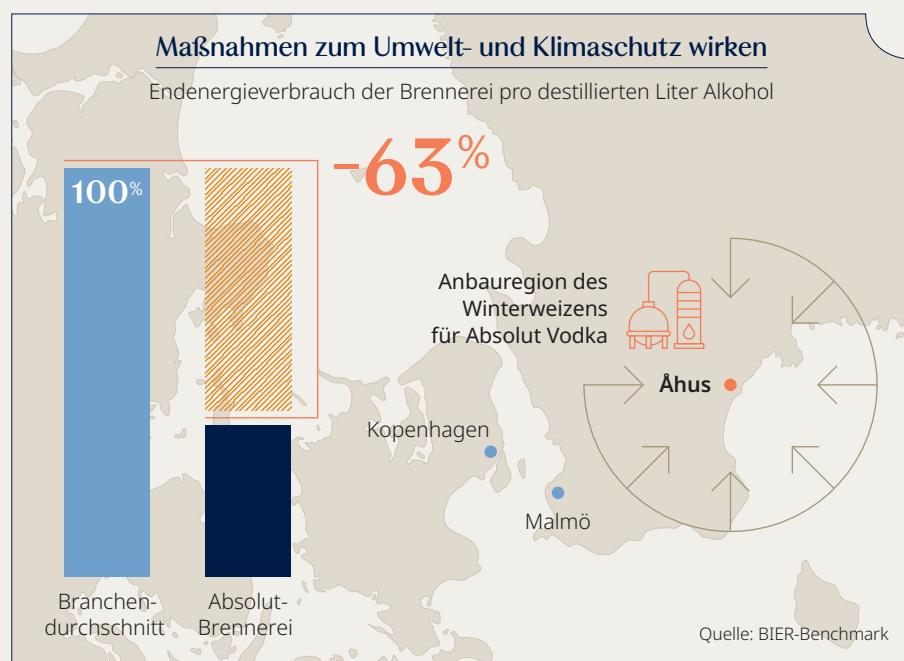
Brennereien sind energieintensiv. Umso bemerkenswerter: Bereits seit 2013 arbeitet die Destillerie von Absolut Vodka netto kohlenstoffneutral – als erste Anlage weltweit. Seit September 2024 kommt sie komplett ohne fossile Brennstoffe aus. Die Maßnahmen haben den CO₂-Ausstoß pro Liter gegenüber 2004 um über 90 Prozent gesenkt.

Flasche im Fokus

Neben der Brennerei zählt auch die Produktion der ikonischen Absolut Flaschen zu den energieintensiven Prozessen. Auch hier ist Absolut Vodka mit seiner Wasserstoffinitiative weltweit Vorreiter: Seit 2024 wird ein Teil der Glasproduktion mit grünem Wasserstoff betrieben – dadurch sinkt der CO₂-Fußabdruck der Flaschen um 20 Prozent.

Zukunftsfest durch Nachhaltigkeit

Absolut Vodka ist in Sachen Umweltschutz äußerst ehrgeizig und übertrifft regulatorische Vorgaben bei Weitem. Warum? Weil es gut für die Zukunft des Planeten ist. Weil es der Nachhaltigkeitsstrategie von Pernod Ricard entspricht. Und weil es die Marke zukunftsfest aufstellt.



Ihr Kontakt zu uns



Jörg-Michael Rösner

Leiter Politik- und
Regierungsbeziehungen

Telefon: +49 (0)1525 4613024

joerg.roesner@pernod-ricard.com



Nicole Lichius

Head of
Communication & CSR

Telefon: +49 (0)221 430909120

nicole.lichius@pernod-ricard.com

Kennzahlen

19.550

Mitarbeitende
weltweit



280

Mitarbeitende
in Deutschland



240

Premium-
spirituosenmarken
weltweit



33

Premium-
spirituosenmarken
in Deutschland



11,6

Mrd. € Umsatz
weltweit

Top-Marken von Pernod Ricard Deutschland

ABSOLUT®

BUMBU
RUM COMPANY



JAMESON®

LILLET®
MAISON FONDÉE EN 1872



MONKEY 47

RAMAZZOTTI®