

Starkes Teamwork mit Deutschlands bekannter TV-Kochshow Freixenet Wine Collection ist offizieller Partner von „The Taste“

Wiesbaden, September 2021. Spotlight an: Ab September ist die Freixenet Wine Collection offizieller Partner von „The Taste“. Passend zum Erfolgsformat der beliebten TV-Kochshow sorgen die hochwertigen spanischen Weine für eine Extraportion Genussfaktor zur Prime Time. Das Erfolgsformat des Senders SAT.1 zählt zu den größten und bekanntesten TV-Kochshows in Deutschland und passt damit ideal zur erfolgreichen Freixenet Wine Collection. Neben dem Sponsoring, der Promotion-Lizenz und Product Placements umfasst die umfangreiche Kampagne aufmerksamkeitsstarke Maßnahmen am POS sowie eine reichweitenstarke Social Media Begleitung.

Freixenet Wine Collection – Genuss pur

Ein rebsortenreiner Freixenet Sauvignon Blanc, ein Freixenet Rosado und ein rebsortenreiner Freixenet Cabernet Sauvignon – das ist die Freixenet Wine Collection. Das Trio vereint spanische Weinkompetenz und höchste Qualität – mit Erfolg, denn die einzigartige Kollektion konnte ihren Absatz seit Einführung im Oktober 2020 bis Juni 2021 um 38 %¹ steigern. Als offizieller Partner der TV-Kochshow „The Taste“ ist die Freixenet Wine Collection ab dem 1. September 2021 immer mittwochs um 20:15 Uhr in SAT. 1 zu sehen. Mit dieser Kooperation treffen zahlreiche Genussfaktoren aufeinander, denn die drei Weine eignen sich als vielseitige Speisebegleiter – perfekt also um die Kochshow und die eigenen Kochkünste zu genießen. Und das Auge isst ja bekanntlich auch mit: die Weine sind in mattierten Flaschen im Premiumlook erhältlich – optisch also auch ein richtiger Hingucker!

Eyecatcher beim Kochevent

Bei dem rasanten Kochwettbewerb wird nun auch die Freixenet Wine Collection alle Blicke auf sich ziehen: Als Co-Sponsor des beliebten TV-Formats werden die veganen Weine aufmerksamkeitsstark um die Show integriert. Das Sponsoring findet über Opener, Reminder und Closer sowie an den Programm-Trailern zur Ankündigung von „The Taste“ im TV und Digital statt. Für die geballte Sichtbarkeit in der Zielgruppe wird die Kooperation durch Product Placements in der Sendung abgerundet. Zum Gesamtkonzept gehört zudem die Verlosung einer Reise nach Barcelona für den Gewinner oder die Gewinnerin von „The Taste“ 2021.

Crossmediale Aktivierung – das schmeckt nach Abverkauf

Handelspartner dürfen sich außerdem auf eine passende Verlängerung am PoS freuen. Hier werden die hochwertigen 60er Liegedisplays der Freixenet Wine Collection mit auffälligen „The Taste“-Störern ausgestattet. Natürlich darf auch eine reichweitenstarke

¹ IRi Handelspanel, LEH>=200qm+GAM+C&C, Freixenet Wine Collection, Absatz in Tsd. 1/1, Ø-Absatzveränderung in %, OKT 20 (40-43) bis JUN 21 (22-26)



Social Media Begleitung auf Instagram @freixenet_de und bei Facebook nicht fehlen. Diese wird insbesondere während der Ausstrahlungszeit im Fernsehen für noch mehr Interaktionen und zusätzliche Kaufimpulse bei den Zuschauer:innen sorgen.

Das TV-Sponsoring läuft vom 1. September bis 27. Oktober 2021 über insgesamt 9 Folgen „The Taste“. Die Show wird immer mittwochs um 20:15 Uhr in SAT.1 ausgestrahlt.

Die Freixenet Wine Collection auf einen Blick

Die Freixenet Wine Collection beinhaltet den rebsortenreinen Freixenet Sauvignon Blanc (13,0 % vol.), Freixenet Rosado (12,0 % vol.) und den rebsortenreinen Freixenet Cabernet Sauvignon (13,5 % vol.).

Alle drei Weine sind vegan und in der 0,75-Liter-Flasche zu einem Preis von je 5,99 Euro (UVP) im Handel erhältlich.

Über Freixenet

Freixenet ist die erfolgreichste Schaumweinmarke der Welt und steht seit mehr als 150 Jahren für erstklassige Qualität, die vielfach ausgezeichnet wurde. Neben den umsatzstarken Cava Ranges haben sich unter der Dachmarke Freixenet auch die Markenweine Mia und Mederaño sowie die Freixenet Wine Collection im deutschen Markt etabliert. Freixenet verkörpert das prickelnde Gefühl spanischer Lebensfreude – immer mit einem gewissen Augenzwinkern.

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, Mía, Mederano, i heart WINES, Mangaroca Batida de Côco und Wodka Gorbatschow.

Weitere Informationen unter www.henkell-freixenet.com

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

Mascha Dunkelmann
Neumühlen 1
22763 Hamburg
T. +49 (0)40 4411 3017
E. hfx@segmenta.de