

Freixenet Mía im neuen Look Design-Relaunch der starken Nummer Zwei im spanischen Weinregal

Wiesbaden, 3. April 2024 – Freixenet Mía, die starke Nummer Zwei im spanischen Weinregal¹, präsentiert sich ab Mai im neuen Look. Das neue, eigenständige Flaschendesign betont die Mosaik-Elemente, die an das typische Barcelona-Flair erinnern. Damit spricht die Marke vor allem jüngere Weinkäufer an. Der bewährte, modern-fruchtige Weinstil der Range bleibt unverändert. Begleitet wird der Relaunch durch eine reichweitenstarke Social-Media-Unterstützung sowie ein Gewinnspiel.



Die Weine von Freixenet Mía sind ab Mai 2024 im neuen Design erhältlich. „Mit dem Design Relaunch möchten wir die starke Marktposition unserer jungen Wein-Range als Nummer Zwei im spanischen Weinregal weiter ausbauen“, so Vanessa Lehmann, Head of Communication, Henkell Freixenet. „Der neue, moderne Look soll vor allem weibliche, jüngere Weinkäufer*innen zielgruppengerecht ansprechen und für eine stärkere Rotation sorgen.“

Ausdruck urbanen, spanischen Lebensgefühls

Der neue Look von Freixenet Mía verkörpert urbanes, spanisches Lebensgefühl. Das aufmerksamkeitsstarke Design sticht im Regal durch sein geschwungenes, dynamisch wirkendes Mosaikelement auf dem Etikett heraus. Die Gestaltung des Verschlusses sowie die hochwertige Veredelung des Etiketts, unterstreichen die Qualität der fruchtigen Weine im modernen und jungen Stil. Am

unteren Rand des Etiketts befindet sich ein sichelförmiges Mosaik, das die Optik des Schriftzuges aufgreift und an die Werke des Künstler Gaudí erinnert. Dabei wird das neue Design als noch attraktiver wahrgenommen², wie eine Befragung der Zielgruppe ergibt.

¹ Circana Handelspanel, LEH>=200qm+ HD+C&C+GAM, spanischer Markenwein (exkl. Aldi, Lidl, HM), Absatzranking, MAT Sep (35-39) 2023

² KANTAR, Pack Test Mía, Stillwein-Verwender (n=200), 2023



Der Relaunch der Freixenet Mía Reihe wird durch reichweitenstarke Social-Media-Aktionen sowie ein großangelegtes POS-Gewinnspiel unterstützt. Die Weine von Freixenet Mía in den drei Sorten Blanco, Rosado und Tinto im neuen Look sind ab Mai zu einer UVP von je 4,49 Euro im LEH erhältlich.

Über Freixenet Mía

Freixenet Mía ist eine der großen Erfolgsgeschichten von Freixenet. Die Weinmarke ist inspiriert vom pulsierenden Lifestyle Spaniens und dem kosmopolitischen Zeitgeist Barcelonas. Die Freixenet Mía Produktrange umfasst drei wundervolle, sommerliche Weine aus typisch spanischen Rebsorten mit fruchtbetontem Aroma.

Weitere Informationen unter www.freixenet.de.

Über Henkell Freixenet

Henkell Freixenet ist die deutsch-spanische Allianz der Familienunternehmen Henkell mit Sitz in Wiesbaden und Freixenet mit Sitz in Sant Sadurni D'Anoia, Spanien. Das Unternehmen ist der weltweit führende Schaumweinanbieter und verfügt über ein einzigartiges Markenportfolio für Schaumwein, Stillwein und Spirituosen. Globale Marken wie Freixenet, Mionetto und Henkell zählen ebenso zur Gruppe wie I heart Wines, Mangaroca Batida sowie ein Portfolio an vielfach ausgezeichneten Weingütern und Marken. Höchste Ansprüche an Qualität und Handwerkskunst spornt das Team von Henkell Freixenet ebenso an wie die Vision, mittelfristig für jedes zehnte Glas Schaumwein weltweit zu stehen.

Weitere Informationen unter www.henkell-freixenet.com

Pressekontakt:

Henkell Freixenet

Angelina Demeuth
Communication
Biebricher Allee 142
65187 Wiesbaden
T. +49 (0)611 63208
E. angelina.demeuth@henkell-freixenet.com

zeron GmbH / Agentur für PR & Content

Maren Henke
Erkrather Straße 234 a
40233 Düsseldorf
T. +49 (0)211 889215037
E. presse-freixenet@zeron.de