Finsbury Relaunch und Line-Extension Finsbury Wild Strawberry: Finsbury London Dry Gin schärft Image als eine der ältesten Gin-Marken der Welt und stellt erstmals einen Flavoured-Gin mit dem Geschmack Wild Strawberry vor

Hamburg, Juni 2020. Finsbury, eine der ältesten heute noch produzierten Gin-Marken der Welt, präsentiert mit der Vorstellung eines neuen Flaschendesigns für **Finsbury London Dry Gin** und **Finsbury 47** sowie der Produktneuheit **Finsbury Wild Strawberry** gleich zwei News. Sowohl die überarbeitete Flaschenausstattung von Finsbury London Dry Gin als auch die Produktneuheit werden ab dem 01. Juli 2020 vom hanseatischen Familienunternehmen BORCO-MARKEN-IMPORT, Markeneigner von Finsbury London Dry Gin, im ausgewählten Lebensmitteleinzelhandel und Fachhandel sowie bei Online-Händlern in Deutschland eingeführt. Die Auslieferung der neuen Ausstattung von Finsbury 47 folgt im September 2020. Beide neuen Designs werden zusätzlich in den kommenden Monaten in den Exportmärkten von BORCO ausgerollt. Dabei soll Finsbury Wild Strawberry langfristig das nationale und internationale Gin-Portfolio der Hamburger bereichern.

Dr. Tina Ingwersen-Matthiesen, geschäftsführende Gesellschafterin und Teil der BORCO-Inhaberfamilie Matthiesen, freut sich über die Impulse, die von der Neuausrichtung und der Gin-Neuheit ausgehen: *„Die Marke Finsbury steht für höchste Qualität und exzellenten britischen Gin-Genuss schlechthin. Gerade die Gin-Kategorie hat in den letzten Jahren eine bemerkenswerte positive Entwicklung hingelegt, geprägt von außerordentlicher Dynamik und Ideenreichtum bei Rezepturen. Der Finsbury Relaunch und die Neuheit Finsbury Wild Strawberry sind unsere Antwort auf den zunehmenden Wunsch der Konsumenten nach einem zeitgemäßen Markenauftritt, neuen Geschmacksrichtungen und den anhaltenden Flavoured-Gin Trend. Wir freuen uns sehr, die Erfolgsgeschichte von Finsbury mit dem Relaunch und der Line-Extension weiterzuführen – zwei Projekte, in denen viel Herzblut, Leidenschaft und Expertise stecken“.*

Einem moderneren, frischeren und urbaneren Markenauftritt folgend, wird im Rahmen des Relaunches mit **„London, since 1740“** auch ein neuer Marken-Claim für die Dachmarke vorgestellt, der die Traditionen und reiche Geschichte der Marke, deren Anfänge im 18. Jahrhundert liegen, herausstellt. Für Finsbury London Dry Gin wird für alle Kommunikationsmaßnahmen wie Social-Media-Aktivierungen zukünftig der Marken-Claim **„Yellow, since 1740“** verwendet, der neben der Markengeschichte auf den unverkennbaren gelben Farbton des Etiketts abzielt, der seit jeher mit dem erlesenen Geschmack und der hohen Qualität von Finsbury verbunden wird. Sowohl online als auch

offline wird für die Kommunikation von Finsbury 47 **„Platinum, since 1740“** sowie für Finsbury Wild Strawberry **„Pink, since 2020“** zukünftig genutzt.

Die neuen Flaschenausstattungen im Detail

Passend zum neu formulierten Marken-Claim bestimmt das „Finsbury-Gelb“ als eines der Kernelemente des Markenauftritts weiterhin das Design der Flasche von **Finsbury London Dry Gin**. Inspiriert ist das neue Design von dem urbanen, bunten Treiben in den Szene-Vierteln Londons. Für eine modernere Erscheinung und ein verbessertes Flaschen-Handling wurde die Flaschenform deutlich verschlankt und wirkt nun kantiger, behält aber dennoch seine Form mit Wiederkennungswert bei. Unterstützt wird das zeitgemäße Erscheinungsbild durch ein in seiner Fläche reduziertes Bauchetikett, auf dem der Finsbury Schriftzug in einer leicht angepassten Optik in Blau zu finden ist. Damit die Wurzeln von Finsbury in der britischen Hauptstadt noch stärker zu Geltung kommen, wird das Etikett von einer Illustration der Londoner Skyline mit dem „Palace of Westminster“ und der „St. Paul’s Cathedral“ als Blickfang geschmückt. Eine auffallende Platzierung des Gründungsdatums in einem edlen Silberton unter dem Markennamen sowie des Namens von Joseph Bishop als Gründervater der Destillerie runden den Fokus auf das traditionsreiche Erbe von Finsbury ästhetisch ab.

Neben Finsbury London Dry Gin zeigt sich auch **Finsbury 47** in einem neuen Design, das von einer überarbeiteten, kantigeren Flaschenform getragen wird, die diesen besonderen Gin-Klassiker in einen Premium-Look hüllt und in der Backbar hervorstechen lässt. Mit dem schlichteren Auftreten sollen vorrangig Bartender in Szene- und Mixologenbars angesprochen werden. Wie auch beim Finsbury London Dry Gin wird fortan auf eine verspielte Schrift verzichtet und vielmehr auf eine cleanere, moderne Schrift gesetzt. Linienförmige Verzierungen, welche zudem auch auf dem Etikett widergespiegelt werden, schmücken als Relief eindrucksvoll die obere und untere Flaschenvorderseite, und kreieren damit eine zeitlose Optik. Das Gründungsdatum ziert ebenfalls als Relief die Flasche und unterstreicht so die Geschichte von Finsbury London Dry Gin.

Pink, since 2020: Finsbury Wild Strawberry ergänzt das Finsbury-Portfolio

Neben den Relaunches dürfen sich Konsumenten und Gin-Liebhaber über eine Neuheit in der Finsbury-Familie freuen. In edlen Rosénuancen schimmernd, vereint Finsbury Wild Strawberry die Süße von frischen Erdbeernoten, umrahmt von roten Beeren und einem harmonischen Finish von subtilen Wacholder- und Zitrusnoten, die seit über 250 Jahren charakteristisch für Finsbury London Dry Gin stehen. Finsbury Wild Strawberry präsentiert sich als geschmacklicher Streifzug durch den blütenreichen Finsbury Park im gleichnamigen lebhaften Viertel im Norden der britischen Hauptstadt – einer der vielen Straßen und Plätze in London, die auch heute noch stolz den Namen von Joseph Bishops errichteter Destillerie tragen.

Basis für Finsbury Wild Strawberry ist das seit 1740 unveränderte und wohlgehütete Rezept der Finsbury Destillerie, das auf das Zusammenspiel von zehn Botanicals, darunter getrocknete

Orangenzeste und Zimtrinde, setzt. Für die Herstellung werden ausschließlich natürliche Fruchtaromen der höchsten Qualität verwendet, die in das Geschmacksprofil von Finsbury London Dry Gin nach seiner Herstellung in über 100 Jahre alten Kupferbrennblasen harmonisch eingebunden werden. Es entsteht eine perfekte Balance und ein betörender Twist mit der Süße von roten Beeren, die bei einem Alkoholgehalt von 37,5% Vol. bestens zur Geltung kommen.

Die roséfarbenen Nuancen des Gins werden mithilfe eines ähnlich farbigen Etiketts optisch aufgegriffen. Der in verspielter Typographie angelegte Zusatz „Wild Strawberry" steht dabei in Kontrast zum modernen Finsbury-Schriftzug und sorgt damit für einen Hingucker im Regal. Gleichzeitig unterstreicht die Typographie den floralen Charakter von Finsbury Wild Strawberry, der durch feine Illustrationen von Erdbeeren auf der Flaschenkappe abgerundet wird.

Perfect Serve: In Kombination mit Tonic Water und garniert mit frischen Beeren sorgt Finsbury Wild Strawberry Gin für ein erfrischendes und meisterhaftes Gin-Erlebnis, das langanhaltend und balanciert nachklingt.

Finsbury Wild Strawberry ist **ab dem 01. Juli 2020** für eine **UVP** von **9,99€ (0,7l)** im ausgewählten Lebensmitteleinzelhandel und Fachhandel sowie bei Online-Händlern in Deutschland erhältlich.

Über Finsbury Gin:

Finsbury London Dry Gin wird seit über 250 Jahren auf Basis eines der ältesten Gin-Rezepte der Welt produziert. Die Finsbury Distillery Company in London wurde 1740 von Joseph Bishop gegründet. Sie ist über die Jahrhunderte im Besitz der Familie geblieben. Im Jahr 1993 hat BORCO-MARKEN-IMPORT die Marke Finsbury übernommen und seitdem als eine der bekanntesten Gin-Marken Deutschlands etabliert. Doch die Qualität von Finsbury Gin wird auch über die Grenzen des deutschsprachigen Raums geschätzt. So ist er Marktführer in Skandinavien, wird in über 30 Ländern distribuiert und ist im Duty Free auf der ganzen Welt zuhause.

BORCO-MARKEN-IMPORT, Hamburg

Markeneigner und deutscher Distributeur von Finsbury Gin ist BORCO-MARKEN-IMPORT. In Österreich erfolgt die Distribution über das von BORCO und KATTUS gegründete Vertriebs Joint Venture, die KATTUS-BORCO Vertriebs GmbH. BORCO, mit Sitz in Hamburg, ist einer der größten deutschen und europäischen Produzenten und Vermarkter internationaler Top Spirituosen Marken. Das Portfolio des unabhängigen Familienunternehmens, darunter u. a. SIERRA Tequila, YENI Raki, RUSSIAN STANDARD Vodka, DISARONNO, Champagne LANSON und die Whiskys aus dem Hause WHYTE & MACKAY deckt fast alle wichtigen internationalen Segmente ab und ist in seiner Stärke und Geschlossenheit sicher einmalig.

Für weitere Informationen wenden Sie sich gern an:

BORCO-MARKEN-IMPORT Matthiesen GmbH & Co.KG
Winsbergring 12 – 22, 22525 Hamburg
Telefon: (040) 85 31 6-0
Telefax: (040) 85 85 00
E-Mail: infoline(at)borco.com
www.borco.com