



Pressemeldung

Tradition trifft auf Sozialisation: Yeni Raki mit neuem Flaschendesign und Mural in Berlin

Berlin, 03.12.2020 – Yeni Raki ist seit mehr als 80 Jahren der gemeinsame Geschmack von Generationen. Die Raki-Kultur reicht dabei sogar noch viel weiter zurück: Yeni Raki verkörpert das Erbe einer 500 Jahre alten kulinarischen Tradition, die die aus Trauben und Anissamen destillierte Spirituose gemeinsam mit verschiedenen Meze-Gerichten reicht. Jetzt hat die Flasche ein neues Redesign erhalten, das zum Weihnachtsgeschäft 2020 angeboten wird und fortan Erbe und Sozialisation der beliebten Marke noch stärker herausstellt. Der Launch wird in Berlin mit einem handgemalten Mural des Künstlers „ONUR“ gefeiert.

Ausgestattet mit Pionier- und Innovationsgeist ist die türkische Premium-Marke Yeni Raki die weltweite Nummer Eins der Raki-Brands. Keine andere Brand hat die unverwechselbare Raki-Tischkultur so geprägt und den Food-Trend der Sharing Meze-Dishes nach Deutschland gebracht. Die vielfältigen und bunten Vorspeisen, die traditionell in der Mittelmeer-Region auf kleinen Tellern und Schüsseln gereicht werden, sind kulinarischer Auftakt und Begleiter eines jeden Raki-Abends mit Freunden und Familie. Durch den fehlenden I-Punkt im Türkischen wird Yeni Raki übrigens nicht als “Rah-Kie” ausgesprochen, sondern endet eher kurz auf einem „Ä”. Das neue Artwork der Yeni Raki-Flasche basiert dabei auf den Grundwerten der Marke: Zusammenhalt und Gemeinschaft, verbunden mit höchsten Qualitätsansprüchen. Die Neugestaltung des ikonischen Yeni Raki-

Artworks ist reduzierter, klarer und moderner. Eine wesentliche Überarbeitung hat dabei das Logo erfahren, das um den Zusatz „1937“, dem Gründungsjahr der Marke, in einem markantem Rot ergänzt wurde.



Berliner Mural als Kampagnenaufakt

„Auf das Zusammen“ steht in großen Lettern auf dem ca. 10x15m großen Mural vis à vis der East Side Gallery in Berlin, das aufgrund speziell verwendeter UV-Farben bei Dunkelheit leuchtet. Es zeigt einen hübsch gedeckten Raki-Tisch am Bosphorus mit Blick auf den berühmten Leanderturm, darauf ein aufgeklappter Laptop. Eine Frau stößt mit ihrem Gegenüber an: ein Astronaut, der wie aus dem Bildschirm herauszutreten scheint. Das in der Kunst und besonders in der Street Art verwendete Symbol des Astronauten steht für das Wechselspiel von Distanz und Nähe. Der Astronaut steht hier als Stellvertreter für alle Freunde und Familienangehörige, die aufgrund der aktuellen Situation nicht getroffen oder besucht werden können. Das Miteinander, das in der Raki-Kultur eine zentrale Rolle spielt, wird in dem fotorealistischen Mural des Künstlers „ONUR“ neu eingeordnet. Yeni Raki steht hier nicht nur als verbindende Marke zwischen Ländern, Kulturen oder Generationen, sondern ruft auch mit seinem Kampagnenmotiv zu einem solidarischen Miteinander auf.

FACTS

Was: Yeni Raki „1937“

Inhalt: 45% Vol. / 0,7 Liter

Preis: 16,99 Euro (UVP)

ÜBER YENI RAKI

The Spirit of Istanbul

Weltweit werden mehr als 40 Millionen Liter Yeni Raki produziert und in über 20 Ländern verkauft. In Deutschland gehört Yeni Raki mit ca. 2 Mio verkauften Flaschen pro Jahr zu den stärksten Spirituosenmarken überhaupt. Die Marke hat sowohl im deutschen und türkischen Handel als auch in der Gastronomie eine Ausnahmestellung und eine sehr hohe Distribution.

Yeni Raki verkörpert die boomende Metropole Istanbul ebenso wie die berühmten Küstenregionen des Landes. Nicht nur Türkei-Fans schätzen seinen unnachahmlichen Anis-Geschmack. Yeni Raki wurde für ihre herausragende Qualität in zahlreichen bedeutenden Spirituosen Wettbewerben ausgezeichnet, u.a. mit der Double-Gold-Medaille bei der World Spirits Competition in San Francisco (2020) und dem Titel "Raki of the Year" bei der Berlin International Spirits Competition (2020).

Raki – der magische Drink

Yeni Raki wird durch die zweifache, gemeinsame Destillation von hochwertigem Weintraubenalkohol und Anissamen gewonnen. Das klare Destillat verändert seine Farbe auf magische Weise und nimmt einen milchigen Ton an, sobald Wasser hinzugegeben wird. Yeni Raki kann stilecht genossen werden, indem zunächst Wasser und dann – je nach Präferenz – einige Eiswürfel dazu gegeben werden. Yeni Raki verkörpert das Erbe einer 500 Jahre alten kulinarischen Tradition und wird in der Türkei bevorzugt in Gesellschaft mit Meze konsumiert.

Über den Künstler

Der in Solothurn lebende Künstler mit türkischen Wurzeln ist Teil der fotorealistischen Szene. Er malt meistens mit Acrylwalzen und mit Hilfe von Pinseln. Die experimentelle Verwendung von UVlichtempfindlichen Farben oder Lösungsmitteln hat in seinen groß angelegten Arbeiten erstaunliche Effekte erzielt. Onur wuchs in Zuchwil im Schweizer Kanton Solothurn auf. Nach dem Schulabschluss absolvierte er eine Ausbildung zum Maler, gefolgt von einer Ausbildung zum Theatermaler in Solothurn. Anschließend absolvierte Onur eine Ausbildung zum Grafiker bei der Werbeagentur in Basel und arbeitete ein Jahr lang in Bern. 2007 und 2008 kehrte er ins Theater zurück, diesmal nach Luzern. Seit 2008 gestaltet er Murals und arbeitet als selbständiger Maler.

BORCO-MARKEN-IMPORT Matthiesen GmbH & Co. KG, Hamburg

Yeni Raki wird in Deutschland exklusiv von BORCO-MARKEN-IMPORT distribuiert. 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, 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. BORCO-MARKEN-IMPORT unterstützt den verantwortungsvollen Umgang mit Alkohol, über den Sie sich auf <https://www.massvoll-geniessen.de/> informieren können. Weitere Informationen zum Unternehmen und Portfolio finden Sie auf www.borco.com.

Die aktuelle Pressemitteilung sowie hochauflösendes Bildmaterial stehen hier zum Download bereit.

Bei Rückfragen oder weiteren Wünschen stehen wir gerne zur Verfügung.

Pressekontakt:

Judith Werdin

judith.werdin@styleheads.de

***** ENGLISH VERSION*****



Press Release

Tradition meets socialization: Yeni Raki with a new bottle design and mural in Berlin

Berlin, 03.12.2020 – Yeni Raki has been the common taste of generations for more than 80 years. The raki culture goes back even further: Yeni Raki embodies the legacy of a 500-year-old culinary tradition, which combines the spirit distilled from grapes and aniseed with various meze dishes. Now the bottle has received a new redesign, which will be offered for the 2020 Christmas business and henceforth emphasize the heritage and socialization of the popular brand even more. The launch will be celebrated in Berlin with a hand-painted mural by the artist „ONUR”.

Equipped with a pioneering and innovative spirit, the Turkish premium brand Yeni Raki is one of the world's number one aniseed spirits. No other brand has shaped the unmistakable raki table culture and brought the food trend of sharing meze dishes to Germany. The varied and colorful starters, which are traditionally served on small plates and bowls in the Mediterranean region, are the culinary prelude and accompaniment to every raki evening with friends and family. By the way, due to the missing I-point in Turkish, Yeni Raki is not pronounced as “Rah-Kie”, but rather ends with a short “Ä”. The new artwork of the Yeni Raki bottle is based on the basic values of the brand: solidarity and community, combined with the highest quality standards. The redesign of the iconic Yeni Raki artwork is more reduced, clearer and more modern. The logo has undergone a major revision, with the addition of "1937", the year the brand was founded, in a striking red.



Berlin Mural as the start of the campaign

“To togetherness” is written in large letters on the approx. 10x15m mural opposite the East Side Gallery in Berlin, which glows in the dark thanks to specially used UV colors. It shows a nicely laid rakı table on the Bosphorus with a view of the famous Maiden's Tower with an open laptop on it. A woman toasts with her counterpart: an astronaut who seems to be stepping out of the screen. The astronaut symbol used in art and especially in street art stands for the interplay of distance and proximity. The astronaut stands here as a substitute for all friends and family members who cannot be met or visited due to the current situation. The togetherness, which plays a central role in Rakı culture, is rearranged in the photo-realistic mural by the artist “ONUR”. Yeni Rakı stands here not only as a brand that connects countries, cultures or generations, but also calls for solidarity with one another with its campaign motif.

FACTS

What: Yeni Rakı „1937”

Content: 45% Vol. / 0,7 liters

Prize: 16,99 Euro (recommended retail prize)

About Yeni Rakı

(Please note: Boiler plate will be integrated.)

About the Artist

(Please note: Boiler plate will be integrated.)

BORCO-MARKEN-IMPORT Matthiesen GmbH & Co. KG, Hamburg

Yeni Rakı is exclusively distributed by BORCO-MARKEN-IMPORT in Germany. Based in Hamburg, BORCO is one of the largest German and European producers and distributors of top international spirit brands. The portfolio of the independent family business, including among others SIERRA Tequila, RUSSIAN STANDARD Vodka, DISARONNO, Champagne LANSON and the whiskys from WHYTE & MACKAY, covers almost all key international segments and is certainly unique in terms of its strength and unity. BORCO-MARKEN-IMPORT supports responsible drinking, for further information please visit <https://www.massvoll-geniessen.de/>. Discover more about BORCO and its portfolio at www.borco.com.

The current press release and high-resolution images are available for download here.

For further inquiries or further requests, we are happy to help.

Press contact:

Judith Werdin

judith.werdin@styleheads.de