

## **„Auf das Zusammen“: Yeni Raki zelebriert mit neuer Kampagne die Kunst der Fusion**

**Pressekontakt:**

Nikolas Odinius

Tel.: 040 / 853 16 0

E-Mail: [odinius@borco.com](mailto:odinius@borco.com)

**Hamburg, März 2021.** Die weltweite Nummer eins der Raki-Spirituosen **Yeni Raki** aus dem Portfolio des hanseatischen Familienunternehmens BORCO-MARKEN-IMPORT beschreitet mit der frisch konzipierten Kampagne „Auf das Zusammen“ neue Wege in der Kommunikation.

Zum Start der Repositionierung des Marktführers auf dem deutschen Markt wird die Kampagne **ab sofort** digital und mit dem Fokus auf Bewegtbild ausgespielt. Dabei kommt ein perfekt abgestimmter Mix an reichweitenstarken Social Media Channels zum Einsatz. Der Fokus liegt dabei auf Pinterest, wo alle Elemente aus der Yeni-Markenwelt stark präsent sind. Als exklusiver Medienpartner konnte die VICE Media GmbH gewonnen werden, die die Yeni Raki-Kampagne als Branded Content in ihrem breit gefächerten Netzwerk reichweitenstark ausspielt. In den kommenden Monaten soll die Kampagne ebenfalls mit dem englischsprachigen Claim „Cheers to togetherness“ global vom türkischen Markeneigner Mey/Diageo angesteuert werden. Als Lead für die Kreation der Kampagne konnte BORCO die Hamburger Agentur **Wynken Blynken & Nod** gewinnen, denen es hervorragend gelungen ist, Yeni Raki mit popkulturellen Strömungen zu verknüpfen.

Die neue Ausrichtung der Markenkommunikation wurde bereits mit dem Launch des neuen Flaschen-Designs und einem aufmerksamkeitsstarken Mural in Zusammenarbeit mit einem Künstler in Berlin eingeleitet. Der offizielle Startschuss mit digitalen und analogen Assets in neuer Gestaltung fällt nun im März.

Seit Gründung von Yeni Rakı im Jahr 1937 steht die türkische Spezialität für höchsten Genuss, Gemeinschaft und Zusammenhalt. Es sind diese Werte, auf die sich der Claim „Auf das Zusammen“ stützt und die mithilfe der neuen Kommunikationsoffensive herausgestellt werden sollen. Dabei bilden die Elemente Meze, Musik, Kultur und Unterhaltung das Herz der Kampagne, die in der Welt von Yeni Rakı harmonisch ineinanderfließen und sich auf inspirierende sowie lebendige Weise stets beeinflussen.

Dabei hätte der Kampagnengedanke nicht aktueller formuliert werden können: die Schönheit und Kunst der Fusion. Diese Fusion findet ihren geschmacklichen Höhepunkt beim Rakı-Ritual, bei dem an der reich gedeckten Meze-Tafel, Wasser auf Rakı gegeben wird. Das Leben beweist es uns immer wieder: Die Vermischung von zwei unterschiedlichen Dingen kreiert etwas ganz Besonders und Einzigartiges, sei es im Bereich der Musik, Kultur oder Kulinarik – denke man nur an Surf & Turf, Drum & Bass, Türkei & Deutschland, oder eben Rakı & Wasser.

Die Kampagne passt nicht zuletzt aufgrund dieser wichtigen Botschaft wunderbar in unsere heutige Zeit, sondern auch dank des überarbeiteten Farbcodes und der Typographie, die zukünftig jünger, frecher und mutiger auftritt.

### **Über Yeni Rakı: Auf das Zusammen**

Weltweit werden mehr als 40 Millionen Liter Yeni Rakı produziert und in über 20 Ländern verkauft. In Deutschland gehört Yeni Rakı 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 Rakı verkörpert die boomende Metropole Istanbul ebenso wie die berühmten Küstenregionen des Landes. Nicht nur Türkei-Fans schätzen seinen unnachahmlichen Anis-Geschmack. Yeni Rakı 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 "Rakı of the Year" bei der Berlin International Spirits Competition (2020). Mehr Informationen finden Sie auf [www.yenirakiglobal.com](http://www.yenirakiglobal.com) und [@yenirakideutschland](https://www.instagram.com/yenirakideutschland).

## **Rakı - authentisch genießen**

Yeni Rakı 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 - die sogenannte Löwenmilch. Yeni Rakı kann stilecht genossen werden, indem zunächst Rakı, anschließend Wasser und dann – je nach Präferenz – einige Eiswürfel dazu gegeben werden. Yeni Rakı verkörpert das Erbe einer 500 Jahre alten kulinarischen Tradition und wird in der Türkei bevorzugt in Gesellschaft mit Meze (kleine warme und kalte Vorspeisen) konsumiert.

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

Yeni Rakı 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, FINSBURY London Dry Gin, RUSSIAN STANDARD Vodka, DISARONNO und Champagne LANSON deckt fast alle wichtigen internationalen Segmente ab und ist in seiner Stärke und Geschlossenheit sicher einmalig. BORCO 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](http://www.borco.com).

Winsbergring 12-22, 22525 Hamburg  
Tel.: 040-85 31 6-0  
Fax: 040-85 85 00  
E-Mail: [infoline@borco.com](mailto:infoline@borco.com)