

Finsbury Gin präsentiert sich erstmalig im deutschen Fernsehen

Press Contact:

Julia Glathe

Tel.: 040 / 853 16 0

E-Mail: glathe@borco.com

Finsbury Gin präsentiert sich ab Februar erstmalig im deutschen TV. Als Sponsor von "First Dates Hotel" wird die Kampagne neben der Präsenz zur Primetime bei VOX auch im Bereich Video on Demand ausgespielt, um einen optimalen Werbedruck zu generieren.

Hamburg, Februar 2023.

Im vergangenen Jahr hat das Hamburger Spirituosenunternehmen BORCO-MARKEN-IMPORT den Ausbau und damit verbunden die Stärkung der Dachmarke Finsbury Gin fortgesetzt. Aufgrund der steigenden Nachfrage nach alkoholreduzierten Spirituosen und neuen Geschmacksrichtungen, hat das Unternehmen zudem mit dem Finsbury Blood Orange eine innovative Produktneuheit geschaffen. Zum Launch der neuen Geschmacksrichtung wurde zudem eine reichweitenstarke Out of Home Kampagne umgesetzt. Nun hat sich Borco dazu entschieden, die Dachmarke Finsbury Gin mit seinen verschiedenen Produkten weiter auszubauen und ist ab kommender Woche erstmalig im deutschen Fernsehen präsent.

"Mit dem übergeordneten Marketingziel, die Brand Awareness innerhalb der Zielgruppe der 20 bis 44 Jährigen zu steigern, war ein TV-Sponsoring der taktisch beste Schritt für uns", so Hendrik Schatz, Chief Marketing Officer bei Borco. "Neben der Präsenz im klassischen TV ist die digitale Verlängerung in den Bereich Video on Demand von großer Bedeutung. So schaffen wir die optimale Balance zwischen hoher Reichweite, optimaler Frequenz und der Emotionalisierung unserer Zielgruppe", sagt die Senior Marketing Communication Managerin Doreen Tandetzki.

Ab Februar setzt BORCO somit den nächsten entscheidenden Schritt im Markenausbau um und präsentiert Finsbury als Co-

Sponsor der Sendung "First Dates Hotel" mit einem 7-sekündigen Spot im Fernsehen. Der Spot wird sowohl vor, während und nach der Sendung zur Primetime bei VOX präsentiert. Zusätzlich wird der TV-Spot im Video on Demand bei verschiedenen Sendungen ausgestrahlt, wie beispielsweise "Die Höhle der Löwen" und "Sing meinen Song". Aber auch weitere Ausstrahlungen auf RTL+ sind Teil der Kampagne.

"Der Spot setzt einen klaren Fokus auf unsere Dachmarke Finsbury Gin. Zudem wird aber auch unser neues Produkt Finsbury Blood Orange in der Kampagne in den Mittelpunkt gerückt", so Hendrik Schatz weiter.

Die Kampagne erzielt eine Mediareichweite von über 19 Mio. Kontakten und wird im Februar und März den stärksten Werbedruck erzeugen. Die zusätzliche Ausstrahlung im Bereich Video on Demand bis Anfang Juni rundet die gesamte Kampagne ab.



Image by [rawpixel.com](https://www.rawpixel.com) on Freepik

Über FINSBURY:

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, die heute zu den Top 5 Gin-Marken im deutschen Lebensmitteleinzelhandel gehört und nicht zuletzt dank Neuheiten wie Finsbury Blood Orange und Finsbury Wild Strawberry Gin sowie der Gastronomie Edition Finsbury 47 zu den Wachstumstreibern der Gin-Kategorie zählt. Die Qualität von FINSBURY 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. Mehr Informationen finden Sie auf [@finsburygin](https://www.finsburygin.com).

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

Markeneigner von FINSBURY ist das Hamburger Familienunternehmen BORCO-MARKEN-IMPORT. 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 de México, HELBING, YENI RAKI und DISARONNO, deckt fast alle wichtigen internationalen Segmente ab und ist in seiner Stärke und Geschlossenheit sicher einmalig. BORCO unterstützt den verantwortungsvollen Alkoholkonsum über den Sie sich auf <https://www.massvoll-geniessen.de/> informieren können. Weitere Informationen zum Unternehmen und Portfolio finden Sie auf [borco.com](https://www.borco.com) und [@borco_official](https://www.instagram.com/borco_official).

Für weitere Informationen wenden Sie sich gerne an:

Julia Glathe
Corporate Communication Manager
Winsbergring 12 - 22, 22525 Hamburg
Telefon: (040) 85 31 6-0
E-Mail: glathe@borco.com