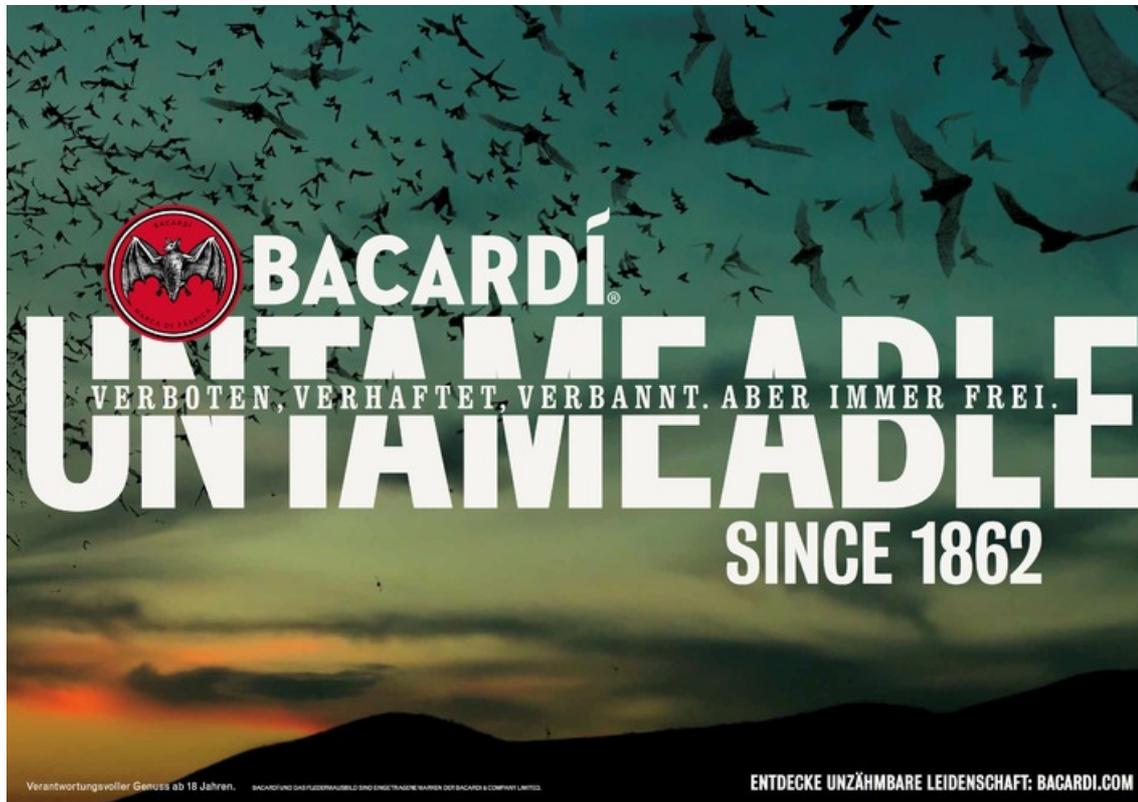




BACARDÍ

11.04.2014 – 10:18 Uhr

## BACARDÍ® zeigt sich "unzähmbar" / Meistausgezeichneter Rum der Welt launcht globale Kampagne mit neuem Logo und Lebensgefühl



Hamburg (ots) -

Erdbeben, Brände, die Prohibition und Vertreibung ins Exil - die Geschichte der Familie Bacardí lässt sich in einem Wort zusammenfassen: "unzähmbar". So kann BACARDÍ auf mehr als 150 Jahre kompromisslose Leidenschaft zurückblicken: unverwundlich, unerschütterlich und mit einem ungebrochenen Willen voranschreitend. Aus diesem Grund vereint BACARDÍ jetzt Marke und Produkte weltweit unter einem gemeinsamen Leitgedanken mit neuem Logo und der Kampagne "BACARDÍ Untameable Since 1862". Ab 21. April lässt der meistausgezeichnete Rum der Welt Konsumenten in die Historie des kubanischen Rums eintauchen und ruft dazu auf, es BACARDÍ gleichzutun: die eigene, unzählbare Seite zu entfesseln und mit Leidenschaft die eigenen Ziele zu verfolgen. Begleitet wird die globale Kampagne von aufmerksamkeitsstarken Print- und OOH-Anzeigen sowie fesselnden TV- und Kinospots.

Unzählbarer Pioniergeist - Markentradition seit über 150 Jahren

BACARDÍ steht nicht nur für legendäre Partys. Die Geschichte der Rummarke ist geprägt von Pioniergeist, unerschütterlichem Willen und der Leidenschaft der Familie Bacardí. Vor 152 Jahren revolutionierte Don Facundo Bacardí auf Kuba nicht nur den Rum durch innovative Herstellungsprozesse, sondern schuf auch ein Familienunternehmen, das jede Herausforderung und Katastrophe meisterte - vom Brand in der Destillerie 1880 über mehrere Erdbeben und Kriege, Zeiten der Prohibition bis hin zur Vertreibung ins Exil. Wahre Leidenschaft ist unzählbar - so ist BACARDÍ heute die größte Spirituosenmarke in Familienbesitz und mit mehr als 550 Auszeichnungen und Medaillen der meistausgezeichnete Rum der Welt.

Mit Leidenschaft voran - BACARDÍ macht Geschichte erlebbar

Aus diesem Grund ruft BACARDÍ ab dem 21. April auch in Deutschland mit der Kampagne "Untameable Since 1862" dazu auf, sich mit der gleichen Leidenschaft der eigenen unzählbaren Seite zu widmen - und sich für persönliche Überzeugungen einzusetzen. In eindrucksvollen Bildern erzählt die Rummarke über Print-, OOH-Anzeigen, TV und atmosphärische Kinospots mit dem Titel "Procession" (zu Deutsch: Voranschreiten) die Chronologie der Ereignisse und verleiht das Gefühl, mit jedem Drink selbst Teil der BACARDÍ Geschichte zu werden. Regie bei den Spots, die Hollywoodstar Jordi Mollà in der Hauptrolle zeigen, führte der preisgekrönte Regisseur Dante Ariola. Für die Authentizität der Bilder fanden die Filmaufnahmen in der UNESCO-Weltkulturerbestadt Ouro Preto in Brasilien statt. Auf [www.bacardi.com](http://www.bacardi.com) erhalten BACARDÍ Fans Zugang zu Dokumenten der 152-jährigen Historie - so wird die Geschichte von BACARDÍ Rum virtuell erlebbar.

Globale Kampagne - "Untameable Since 1862" vereint Marke und Produkte

Das neue gemeinsame Logo, eine länderübergreifende Kampagne, die gleichen Anzeigenmotive und einheitliche Werbespots - mit "Untameable Since 1862" verbindet BACARDÍ erstmals alle Produkte unter einem globalen Dach. "Der holistische Ansatz der Kampagne ermöglicht uns, sämtliche unserer Marketingressourcen auf eine einzige, absolut überzeugende Idee auszurichten - eine Idee, die voll und ganz zu BACARDÍ passt, weil sie ihren Ursprung in der Geschichte der Marke und der Lebenseinstellung der Familie Bacardí hat", erklärt Matthias Knoll, Marketing Director Bacardi DACH&Nordics. "Unser Ziel ist es, dem Konsumenten auf diese Weise noch näherzukommen, ihn zu inspirieren und Teil der BACARDÍ Geschichte werden zu lassen - indem er seine eigene unzählbare Seite entdeckt."

Einheitlicher Look - BACARDÍ lässt sich von der Vergangenheit inspirieren

Das im Rahmen der "Untameable Since 1862"-Kampagne überarbeitete Logo findet sich ab sofort auf jeder BACARDÍ Flasche weltweit. Damit erscheint die Marke zum ersten Mal seit langer Zeit in einem einheitlichen Look. Seinem Originalsymbol, der Fledermaus, bleibt BACARDÍ jedoch treu - denn diese steht im spanisch geprägten Raum für Glück, Gesundheit und familiären Zusammenhalt. Für die neue Logovariante kehrt BACARDÍ einmal mehr zu seinen kubanischen Wurzeln zurück und ließ sich von jahrzehntealten, handgezeichneten Entwürfen der BACARDÍ Fledermaus inspirieren. Das weltbekannte Emblem wurde von einer Fledermauskolonie inspiriert, die unter dem Dach der ersten BACARDÍ Destillerie lebte.

Über BACARDÍ Rum - der Rum mit den meisten Auszeichnungen weltweit Im Jahr 1862 revolutioniert der Gründer Don Facundo Bacardí Massó in der Stadt Santiago de Cuba die Spirituosenbranche, indem er einen leichten Rum mit einem außergewöhnlich weichen Geschmack kreierte - BACARDÍ. Der einzigartige Geschmack von BACARDÍ Rum inspirierte Cocktailpioniere bei der Kreation einiger der berühmtesten Rezepte der Welt, darunter der BACARDÍ Mojito, der BACARDÍ Daiquirí, der BACARDÍ Cuba Libre, die BACARDÍ Piña Colada oder der BACARDÍ Presidente. BACARDÍ Rum ist die meistausgezeichnete Spirituose der Welt, mit über 550 Auszeichnungen für Qualität, Geschmack und Innovation. Heute wird BACARDÍ Rum in Puerto Rico und Mexiko so hergestellt, dass sein Geschmack nach wie vor derselbe bleibt wie bei seiner ersten Zusammenstellung im Jahr 1862.  
[www.bacardi.com](http://www.bacardi.com)

Über BACARDÍ Gold und die CUBA LIBRE Story

BACARDÍ Gold ist ein milder goldener Rum mit leichtem Geschmack von Eichenholz. Reichhaltige Noten von Vanille, Karamell, Rosinen, gebrannten Mandeln und süßen, reifen Bananen harmonieren mit dem feinen Geschmack von Orangenschale und einer leicht rauchigen Note. BACARDÍ Gold eignet sich ideal zum Mixen des Original "Cuba Libre". Der Cuba Libre wurde zwei Jahre nach dem Ende des Spanisch-Amerikanischen Krieges erfunden - genauer gesagt im Jahr 1900 in der American Bar in Havanna. Dort mischte ein Soldat des US Signal Corps namens Russel den Drink der Kubaner mit dem der Amerikaner: BACARDÍ Gold mit frischen Limetten und Coca-Cola®. Als Trinkspruch zu seinem neu geschaffenen Drink wählte er den Schlachtruf der Mambí-Guerilla aus dem kubanischen Unabhängigkeitskrieg: "Por Cuba Libre!" Der Begriff "Cuba Libre" entwickelte sich von dort aus zum weltweiten Synonym für den Longdrink aus BACARDÍ Gold, frischen Limetten und Coca-Cola®. Zubereitung: Ein Highball-Glas mit Eiswürfeln füllen. Zwei Limettenachtel auspressen und ins Glas geben. Fünf cl BACARDÍ Gold darübergießen und mit 10 cl Cola auffüllen.

Weitere Informationen über "BACARDÍ Untameable Since 1862", BACARDÍ Rum und Cocktailrezepte erhalten Sie unter [www.bacardi.com](http://www.bacardi.com).

Redaktioneller Hinweis: Werbung, Bilder und Material von den Dreharbeiten zu "BACARDÍ Untameable Since 1862" stehen unter [www.bacardimediacentre.com](http://www.bacardimediacentre.com) für Sie bereit.

Enjoy responsibly.

Bacardi, its trade dress and the bat device are trademarks of Bacardí & Company Limited. Quelle: Bacardi

Kontakt:

Susann Vogel, Edelman GmbH, 040-37479869, [susann.vogel@edelman.com](mailto:susann.vogel@edelman.com)

Christian Klaus, Edelman GmbH, 040-37479842,

[christian.klaus@edelman.com](mailto:christian.klaus@edelman.com)

Medieninhalte



Ab sofort vereint BACARDÍ Marke und Produkte weltweit unter einem gemeinsamen Leitgedanken "BACARDÍ Untameable Since 1862". Begleitet wird die Kampagne, die am 21. April in Deutschland startet, von aufmerksamkeitsstarken Print- und OOH-Anzeigen sowie fesselnden TV- und Kinospots. Weiterer Text über OTS und [www.presseportal.de/pm/113033](http://www.presseportal.de/pm/113033) / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/BACARDÍ"



Im Rahmen des exklusiven Kick-Off Events in Berlin zeigte BACARDÍ sich am gestrigen Abend "unzähmbar" und feierte den Start der Kampagne "Untameable Since 1862" mit prominenten Gästen aus der ganzen Welt: David Cordoba (BACARDÍ Global Brand Ambassador), Enrique Comas (BACARDÍ Global Brand Manager & BACARDÍ-Familienmitglied in 6. Generation), Matthias Knoll (BACARDÍ Marketing Director DACH & NORDICS) und José Sanchez Gavito (Masterblender of BACARDÍ Rum). Weiterer Text über OTS und [www.presseportal.de/pm/113033](http://www.presseportal.de/pm/113033) / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/BACARDÍ"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100051552/100754495> abgerufen werden.