



## Licor 43 startet reichweitenstarke TV-Kampagne

### Emotionaler Spot rückt Vielseitigkeit in den Fokus

Wiesbaden, August 2025 – Der spanische Premiumlikör Licor 43 setzt mit seiner neuen internationalen TV-Kampagne „Mix Something New“ frische Impulse in der Markenkommunikation. Der TV-Spot betont die Vielseitigkeit des Likörs und schafft zugleich eine emotionale Verbindung zur Zielgruppe. Die 360-Grad-Kampagne startet Mitte August in Deutschland und soll mit rund 315 Millionen Bruttokontakten in der Zielgruppe Erwachsene 18+ für maximale Sichtbarkeit sorgen.

### Kreativer Spot stärkt Markenkern und Zielgruppenbindung

Herzstück der neuen Kampagne ist ein aufmerksamkeitsstarker TV-Spot, der gemeinsam mit der Agentur LOLA MullenLowe entwickelt wurde. Der Spot spielt mit dynamischen Bildwelten, in denen verschiedenste Kunstrichtungen und Stile miteinander verschmelzen. Eine Tänzerin im modernen Flamenco-Stil, grafische Kunstwerke und elegante Bar-Szenen wechseln sich mit atmosphärischen Produkt-Shots ab. Dabei steht der goldene Likör mit seinen vielfältigen Genussmöglichkeiten im Mittelpunkt. Die Ästhetik des Spots lebt von schnellen Schnitten, starken Kontrasten und einem klaren Bekenntnis zur Vielseitigkeit. Ob Musik, Mode, Drinks oder verschiedene Freundesgruppen – was zählt, ist die Verbindung unterschiedlicher Elemente, die gemeinsam zu etwas Neuem werden.



„Mit der neuen Kampagne zeigen wir, dass Licor 43 mehr ist als ein Getränk – er ist ein Symbol für kreative Freiheit und gemeinsame Genussmomente“, erklärt Vanessa Lehmann, Head of Communications bei Henkell Freixenet. „Durch die Verbindung aus emotionalem Storytelling, ästhetischer Bildsprache und klarer Markenidentität gelingt es uns, den Premiumlikör als modernen, vielseitigen Begleiter spanischer Herkunft zu positionieren.“



## **Vielseitigkeit als Kernbotschaft**

Ob pur auf Eis, gemixt mit Milch oder Kaffee oder mit fruchtiger Rhabarberschorle serviert – der neue TV-Spot zeigt die zahlreichen Möglichkeiten, Licor 43 zu genießen. Die Produktbotschaft „Mix Something New“ zielt dabei nicht nur auf die 43 natürlichen Zutaten, aus denen der Likör hergestellt wird, sondern steht symbolisch für die Mischung aus Menschen, Kulturen und Anlässen, die mit Licor 43 gefeiert werden können.

## **Aufmerksamkeitsstarke 360-Grad-Kampagne**

Die TV-Kampagne ist Teil einer breit angelegten 360-Grad-Kommunikation, die crossmedial angesteuert wird. Der Spot wird sowohl im Fernsehen als auch über digitale Kanäle ausgespielt. Zusätzlich werden neue Kampagnenmotive für Displays sowie weitere Werbemittel im Handel und in der Gastronomie eingesetzt. Begleitend wird die Kampagne durch Anzeigen in relevanten Fachmedien verlängert.

Den internationalen TV-Spot finden Sie [hier](#).

*Hinweis:* Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

## Über Licor 43

Licor 43 Original ist weltweit der meistverkaufte Likör Spaniens und basiert auf einem geheimen, von Generation zu Generation überlieferten Rezept – bestehend aus vorwiegend exotischen Früchten, aromatischen Kräutern und einem Hauch Vanille. Die vielseitige Spirituose entfaltet ihr volles Potenzial in abwechslungsreichen Longdrinks und raffinierten Cocktails – ob mit Milch, Kaffee, Saft oder einer Vielzahl anderer Zutaten gemixt. Hersteller von Licor 43 ist die Zamora Company mit Sitz in Cartagena, Spanien. In Deutschland wird die Marke seit 2024 von der Henkell & Co. Sektkellerei KG vertrieben.

Weitere Informationen unter [www.licor43.com](http://www.licor43.com)



## Über Henkell Freixenet

Henkell Freixenet ist als internationale Unternehmensgruppe globaler Marktführer im Bereich Schaumwein. Das einzigartige Markenportfolio an Sekt, Cava, Prosecco, Champagner und Crémant sowie Stillweinen und Spirituosen begleitet die Momente im Leben der Konsumenten und verleiht ihnen eine besondere Bedeutung. Globale Marken wie Freixenet, Mionetto und Henkell zählen ebenso zur Gruppe wie i heart, Gratien & Meyer und eine Vielzahl ausgezeichneter Weingüter. Höchste Ansprüche an Qualität und Handwerkskunst spornen das Team von Henkell Freixenet an – immer mit der Vision, mit Innovationen und hochwertigen, nachhaltig hergestellten Produkten, neue Maßstäbe in der Branche und den jeweiligen Produktkategorien zu setzen und Konsumenten zu begeistern. Celebrate Life!

Weitere Informationen unter [www.henkell-freixenet.com](http://www.henkell-freixenet.com)

## Pressekontakt:

### **Henkell Freixenet**

Inga Zwanzig  
Communications  
Biebricher Allee 142  
65187 Wiesbaden  
T. +49 (0)611 63 - 212  
E. [inga.zwanzig@henkell-freixenet.com](mailto:inga.zwanzig@henkell-freixenet.com)

### **zeron GmbH / Agentur für PR & Content**

Raffaella Joachim  
Erkrather Straße 234 a  
40233 Düsseldorf  
T. +49 (0)211 889215067  
E. [presse-licor43@zeron.de](mailto:presse-licor43@zeron.de)