



## **Jägermeister <MEISTERSTÜCKE>: Hier kommt die erste K.I.-generierte Street Art-Ausstellung.**

**Eine Künstliche Intelligenz, Mastermind Jazzelle Zanaughtti (a.k.a. @uglyworldwide) und 12 Artists zeigen zusammen die Urban Art der Zukunft.**

Wolfenbüttel, 01. April 2020: In der neuen Kampagne **<MEISTERSTÜCKE>** dreht sich alles um das Thema Künstliche Intelligenz. Mit dem Projekt interpretieren Jägermeister und la red die Kampagnenplattform „**Be the Meister**“ für den deutschen Markt.

„Mit unserem Projekt **<MEISTERSTÜCKE>** haben wir einmal mehr mit Konventionen gebrochen. Viele würde wahrscheinlich zustimmen, dass Kunst ein Prozess ist, der so menschlich ist, dass ihn niemals eine Maschine machen könnte. Oder kann künstliche Intelligenz uns doch unterhalten und berühren, wie das von Menschen kreierte Kunstwerke können? Wir bei Jägermeister haben das Experiment gewagt und mit unseren Meistern neue Welten und Perspektiven geschaffen, die inspirieren und einladen, es selber zu versuchen“, so Kathleen Schied, Head of Marketing bei Jägermeister.

„Für **<MEISTERSTÜCKE>** haben wir erstmalig die Instagram-Accounts verschiedener Künstler als visuelle Datensätze genutzt und damit eine K.I. gefüttert“, erklärt Jan Hellberg, Geschäftsführer **la red**.

So entstanden zwölf **<MEISTERSTÜCKE>**, die zeigen, wie Kreativität im Zusammenspiel zwischen Mensch und Maschine aussehen kann:

Die K.I., die vom Berliner Design-Studio Waltz Binaire programmiert wurde, entdeckt in den Instagramdaten der Künstler Zusammenhänge, Kontext und Formen. Anschließend portraitiert sie die Künstler – darunter Graffiti-Artist Cantwo, 3D Künstler Antonio Tudisco und Malerin Julia Benz – mit Hilfe ihrer eigenen Kunst. Das kreative Sprachrohr der Kampagne ist Jazzelle Zanaughtti (**@uglyworldwide**), die mit ihrer Liebe zum Unkonventionellen bereits seit längerem für globale Aufmerksamkeit sorgt.

**<MEISTERSTÜCKE>** fungiert in Antwort auf die Ausgangsbeschränkung als virtuelle Ausstellung: Die K.I.-Street Art wird auf Instagram, Facebook und verschiedenen Blogs ausgestellt – Mural-Projektionen in Berlin werden in digitaler Form in die Wohnzimmer der Fans gebracht.



Der Code hinter **<MEISTERSTÜCKE>** wird als Open Source verfügbar werden. Ganz im Sinne von „Be The Meister“ kann jeder, der etwas vom Coden versteht, sich die Algorithmen hinter dem Projekt zu eigen machen und damit etwas Neues und Kreatives entstehen lassen.

„Mit **<MEISTERSTÜCKE>** haben wir ein visuell außergewöhnliches Markenerlebnis für unsere Zielgruppe geschaffen. Urban Art ist seit Jahren in unserer DNA. Jetzt haben wir sie neu interpretiert und mit einem spannenden, innovativen Thema gepaart: Künstliche Intelligenz“, so Christoph Lange, Teamleiter Digital Marketing bei Jägermeister.

*Das Verantwortliche Team bei la red Berlin:*

*Geschäftsführer: Jan Hellberg*

*Creative Director: Anne Katrin Trybek*

*Account Director: Gregor Meyer*

*Senior Art Director: Nicolas Moles*

*Senior Copywriter: Lilli Owsianowski*

*Junior Art Director: Isabella Ducrest*

*Motion Design: Julia Dejung*

*Das Team von Jägermeister:*

*Head of Marketing: Kathleen Schied*

*Teamleiter Digital Marketing: Christoph Lange*

*Digital Marketing Manager: Kai Seidel*

*Themenfelder: Jägermeister, la red, Innovations-Kampagne, Digitalagentur, Urban Art trifft KI, Street Art, Fotografie, 3D Kunst, Illustration, Digitalkunst, Kunstprojektion, Face Filter, Kunstausstellung, Waltz Binaire, Mural*

## **Kontakt**

Katrin Mirtschink  
Manager Public Relations  
Mast-Jägermeister Deutschland GmbH  
Tel.: +49 5331 900-4024  
E-mail: [katrin.mirtschink@jaegermeister.de](mailto:katrin.mirtschink@jaegermeister.de)  
[www.jaegermeister.de](http://www.jaegermeister.de)

## **Über Jägermeister**

Der weltbekannte Kräuterlikör Jägermeister ist in über 140 Ländern zu Hause – doch seine Heimat liegt im niedersächsischen Wolfenbüttel. Nur hier wird Jägermeister hergestellt und auf alle fünf Kontinente vertrieben. Seit über 80 Jahren basiert der Kräuterlikör auf einer geheimnisvollen Rezeptur aus 56 verschiedenen Kräutern, Blüten und Wurzeln. 2018 festigte die



PRESSEMITTEILUNG

# Jägermeister

Marke mit dem Hirsch mit einem Gesamtabsatz von 97 Millionen 0,7 Literflaschen ihren neunten Platz in der maßgeblichen Impact International Rangliste der Top 100 Premium-Spirituosens. Damit ist Jägermeister der verkaufstärkste Premium-Likör weltweit.