



PRESSEMITTEILUNG

**Jägermeister**

## **Perfekte Shots, perfekte Party: Jägermeister widmet dem eiskalten Zuhause-Genuss eine 360 Grad Kampagne**

**Ab Juli zeigen Jägermeister und Jürgen Vogel im TV, Online und am Point of Sale, wie man vor Gästen als perfekter Gastgeber glänzt**

Wolfenbüttel, 06.07.2021: Jägermeister Shots genießt man am besten eiskalt. Das wissen Shot-Fans aus Bars und Clubs. Dort haben sich Shot Machines, die den Jägermeister auf die perfekte Trinktemperatur herunterkühlen, längst etabliert - mit einem Handgriff fließt der eiskalte Shot ins Glas. Damit dieser „Perfect Serve“ für die Menschen auch Zuhause erlebbar wird, bringt Jägermeister die Shot Machine als Home Edition auf den deutschen Markt. Ab dem 07. Juli widmet die Marke dem frisch gezapften, eiskalten Shot-Genuss eine integrierte 360 Grad Kampagne.

### **Kampagne mit Entertainment-Faktor**

Herzstück ist ein neues Bewegtbild, in dem Testimonial Jürgen Vogel vormacht, wie man eine perfekte Hausparty feiert. In dem 30-Sekünder, der auch im 17-Sekunden-Format für sechs Wochen zur Primetime in reichweitenstarken Free-TV- sowie digitalen Umfeldern ausgesteuert wird, sind die Zuschauer zu Gast bei Vogel. Es versteht sich von selbst, dass seine kleine Feier durch einen Mix aus exzentrischen Gästen beeindruckt, die er in jedem Winkel seines Hauses scheinbar wie von Zauberhand mit eiskalten Jägermeister Shots versorgt. Das Geheimnis seiner perfekten Gastgeber-Qualitäten? Die Jägermeister Shot Machine. Dass Vogel ein Fan der Shot Machine ist, wird gleich zu Beginn klar, denn Zapfanlagen tauchen überall im Haus auf, mal umfunktioniert als Lampe oder als Regal, mal integriert ins Sofa. Ob er bei der Anschaffung an ein größeres Haus, an mehr Gäste oder an all seine Freunde und Bekannten gedacht hat, bleibt offen; Vogel hat jedenfalls vorgesorgt und kann sich am Ende des Spots lässig großzügig zeigen: *"...ich geb' euch einfach eine ab, ich finde jeder sollte so ein Teil haben."*

Jägermeister macht das möglich. Mit Kampagnenstart am 07. Juli haben Konsument:innen die Möglichkeit, eine limitierte Anzahl von Shot Machines zum Aktionspreis von 99 Euro (Mehrwertsteuer und Versandkosten inklusive) zu ergattern. Um sich die Chance auf den 200 Euro Preisvorteil zu sichern, und am 14. August an der Verlosung teilzunehmen, ist eine einmalige Registrierung auf der Landingpage zur Aktion erforderlich - auf [www.shotmachine.de](http://www.shotmachine.de).

Digitale Kommunikation ist ein wichtiger Bestandteil der Kampagne. In relevanten Touchpoints sowie den markeneigenen, reichweitenstarken Social Media Kanälen macht Jägermeister mit Feature Spots auf die Shot Machine aufmerksam. Influencer flankieren die Onlinekommunikation auf ihren Profilen bei Instagram und YouTube.

Um die Aufmerksamkeit hoch zu halten, und Kaufimpulse für die Shot Machine zu setzen, startet Jägermeister im Juli Aktivierungsmaßnahmen am Point of Sale in rund 5.000 LEH-Geschäften in ganz Deutschland. Mit seinem charakteristischen Lächeln auf



PRESSEMITTEILUNG

# Jägermeister

Aktionsdisplays und POS-Werbemitteln schafft Testimonial Jürgen Vogel damit flächendeckend Visibilität für die Kampagne.

Warum Jägermeister mit der neuen Kampagne den Vorstoß in die vier Wände der Zielgruppe ab 30 Jahren wagt, dazu sagt **Kathleen Schied**, Head of Marketing bei Jägermeister Deutschland: *"Jägermeister wird schon immer auch Zuhause getrunken. In Deutschland ist die Marke fester Bestandteil der privaten Feierkultur. Daran knüpfen wir an und launchen mit der Shot Machine ein Cooling Device für Zuhause, das die Zubereitung perfekter Shots garantiert, mit denen man zusammen mit anderen beim Grillen, Fußballgucken oder bei der Gartenparty auf besondere Momente anstoßen kann."*

Ob im Bewegtbild oder am Point of Sale - Jürgen Vogel gibt auf sämtlichen Kanälen den perfekten Gastgeber. Seine unverfälschte Art verleiht der gesamten Kampagne einen hohen Entertainment-Faktor. Dass Jägermeister und Jürgen Vogel zusammenarbeiten, ist kein Zufall. Der Schauspieler saß bereits 2006 für den Wolfenbütteler Kräuterlikör-Hersteller in der Jury für den Band-Contest Rock:Liga. Die stimmige Verbindung zwischen beiden Marken lebt nach gut 15 Jahren durch die neue Shot Machine-Kampagne wieder auf. Über das Ergebnis sagt **Jürgen Vogel**: *"Das Kampagnen-Video liefert den Beweis für meine perfekten Gastgeber-Qualitäten. Beim Zapfen eiskalter Shots macht mir so schnell keiner was nach."*

**Eine 360 Grad Kampagne auf diesem Niveau erfordert ein breites Spektrum an kreativem Know-how.** *"Gerade weil Kampagnen medial und narrativ immer komplexer werden, ist es notwendig, dass alle Beteiligten vertrauensvoll und gut zusammenarbeiten. Von unserem übergreifenden Agenturen-Team können sich Schweizer Uhrmacher was abgucken, nicht nur den Spaßfaktor",* sagt Dirk Henkelmann, Geschäftsführer Kreation bei D&P, der Lead Agentur von Jägermeister in Deutschland, von der die Idee zur Shot Machine-Kampagne stammt.

**Joffrey Jans** von Wolf&Lamm führte Regie beim Bewegtbild-Dreh und setzte Jürgen Vogel als perfekten Gastgeber in Szene. Das Team von **EASY DOES IT** aus Berlin verantwortete die Filmproduktion. Der Online-Part der Kampagnenkommunikation wird von der Digitalagentur **la red** umgesetzt. Die werblichen Aktivitäten am Point of Sale verantworten die Agentur-Partner **Philipp und Keuntje**, Hamburg, und **G.V.K.**, Lüneburg.

## Kontakt

Katrin Mirtschink  
Manager B2C Communications & CSR  
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



**PRESSEMITTEILUNG**

**Jägermeister**

Der weltbekannte Kräuterlikör Jägermeister ist in über 150 Ländern der Welt zu Hause – doch beheimatet ist er im niedersächsischen Wolfenbüttel. Nur hier wird Jägermeister von der Mast-Jägermeister SE hergestellt und vertrieben. Der weltweit erfolgreichste Kräuterlikör basiert seit über 80 Jahren auf einer geheimnisvollen Rezeptur aus 56 verschiedenen Kräutern, Blüten und Wurzeln.