



PRESSEMITTEILUNG

**Jägermeister**

**EMBARGO 1. März 2023, 10 Uhr**

## **Gereift für die besten Nächte: Jägermeister launcht erste Qualitätskampagne seiner Geschichte**

**Ab März gibt Jägermeister Einblicke in seinen Fasskeller und macht klar, dass Perfektion Meisterwissen und viel Zeit braucht**

**Wolfenbüttel, 01. März 2023:** Meister wird man nicht über Nacht. So wie Musiker:innen lange an ihren Stücken arbeiten und feilen, so braucht auch Jägermeister Zeit, bis er perfekt ist. Seit vielen Jahren fester Bestandteil verschiedener Party-Szenen und Subkulturen, sorgt Jägermeister weltweit für die besten Nächte des Lebens. Dass der Shot aber, egal wo verzehrt, immer nach streng gehütetem Rezept in Wolfenbüttel hergestellt wird und dass der Faktor Zeit dabei eine große Rolle spielt, ist bisher nur den wenigsten bekannt: Damit sich die besten Nächte mit ihm erleben lassen, reift sein Elixier mehrere Monate in Eichenfässern. Erst dann entfaltet es seinen legendären, einzigartigen Geschmack.

Diesem Thema widmet Jägermeister jetzt eine reichweitenstarke 360 Grad-Kampagne mit dem Titel „Gereift für die besten Nächte“. Wichtigste Protagonisten der gesamten Aktivierung: die mächtigen Eichenholzfässer im Jägermeister-Fasskeller, in denen der Grundstoff zur Reifung kommt. Die Kampagne wird ab März in drei Phasen an relevanten Touchpoints der etwas älteren Zielgruppe, für die Qualität eine wichtige Rolle spielt, zu sehen sein.

Start ist eine flächendeckende Handelsoffensive, zunächst mit passenden Rückenetiketten auf der Regalware, die die Aufmerksamkeit der Shopper mit einem Gewinnspiel auf das Thema lenken wird.

Zweitplatzierungen sowie Instore-Verlosungen, die die Fässer am POS ins Licht der Öffentlichkeit rücken, leiten die Hauptphase der Kampagne ein.

### **TV Spot zeigt verschiedene Meister bei der Arbeit**

Das Herzstück der Kampagne ist jedoch ein Bewegtbild mit 30 bzw. 15 Sekunden Länge, das ab 1. März 2023 in TV sowie relevanten digitalen Medien ausgespielt wird.

Darin zu sehen sind - zum Teil im Split Screen Modus - verschiedene „Meister“ bei der Vorbereitung ihrer Arbeit: eine Band, die ihre Instrumente stimmt und alles für den kommenden Auftritt noch einmal durchgeht auf der einen Seite, die Jägermeister-Destillateure im Fasskeller, die in verschiedenen Schritten für die perfekte Harmonisierung des Elixiers sorgen auf der anderen Seite.

In dieser Kampagnenphase mit 6 Wochen Laufzeit wird allein über den Kanal TV eine Reichweite von 64 Mio Bruttokontakten in der Zielgruppe der 30 – 49 Jährigen aufgebaut.



**PRESSEMITTEILUNG**

**Jägermeister**

Digitale Kommunikation ist ebenfalls ein wichtiger Bestandteil der Kampagne. In relevanten Touchpoints sowie den markeneigenen, reichweitenstarken Social Media Kanälen macht Jägermeister sowohl mit dem Spot, als auch mit weiteren Social-Assets darauf aufmerksam, wie viel Meisterwissen zur Anwendung kommt, bevor mit Jägermeister die besten Nächte erlebt werden können.

### **Fassreife erlebbar machen: Verlosung edler Fass-Objekte**

Um für Marken-Fans das Thema Fassreife im wahrsten Sinne des Wortes anfassbar zu machen, integriert die Kampagne eine attraktive Verlosung: Zu gewinnen ist ein „Fassanteil“, denn Jägermeister hat eins seiner Fässer in Rente geschickt und ihm ein neues Leben in Form von verschiedenen Designerstücken, zum Beispiel einer Lampe oder eines Bartresens gegeben. Die edlen Objekte mit Teilen einer Original Jägermeister-Fass-Daube wurden eigens für die Kampagne designt und in Handarbeit gefertigt. Hinter den Entwürfen sowie der Produktion steht die Agentur Philipp und Keuntje (Hamburg) in Ko-Kreation mit Donnerblitz Design (Münster) und vonschmidt (Hamburg).

Um an eines der nur 200 produzierten Stücke zu kommen, müssen Teilnehmer:innen den QR-Code auf der Flasche scannen und sich zunächst im Jägermeister Club anmelden. Die Kampagnen-Landingpage <http://jgr.ms/fassreife> zeigt ab 1. März 2023 die zehn verschiedenen Objekte, unter denen man eines auswählt und anschließend dafür in den entsprechenden Lostopf gelangt. Die Verlosung endet am 15. Mai, die Bekanntgabe der Gewinner erfolgt anschließend am 16. Mai durch individuelle Benachrichtigung.

Zusätzlich gibt es auch die Möglichkeit, eine von 560 besonderen Jägermeister-Flaschen zu gewinnen: Mit individueller Namensgravur statt dem bekannten Jägermeister-Flaschenetikett ist diese Sonderedition ein perfektes Geschenk.

Welche Gründe dafürsprechen, genau jetzt eine Kampagne zur Fassreifung des Elixiers zu launchen und warum bisher nie über das Thema gesprochen wurde, dazu Kathleen Schied, Vice President Marketing der Mast-Jägermeister Deutschland GmbH: "Jägermeister vereint wie keine andere Marke die Kraft der Natur mit urbaner Nachtkultur. Dass man mit Jägermeister beste Nächte feiern kann, das wissen die Konsumenten. Dass die Jägermeister Herstellung echte Handwerkskunst ist und einen Reifeprozess von mehreren Monaten inkludiert, das wissen die Wenigsten. Was heute zeitgeistig "Craftmanship" genannt wird, machen wir schon unverändert seit über 90 Jahren. Somit für uns die perfekte Zeit, die Premiumisierung der Marke voranzutreiben und unseren Fans zu sagen: Jägermeister - Gereift für Deine besten Nächte."

### **On-Trade Aktivierung und Limited Edition im Online-Shop**

Um gemäß Kampagnenaussage die Verbindung zu den besten Nächten des Lebens zu schaffen, startet Jägermeister ab Mitte März in deutschen Gastronomien eine On-Trade Offensive mit personalgestützter Promotion.



**PRESSEMITTEILUNG**

**Jägermeister**

Für alle, die damit noch nicht genug haben, bietet die Marke in der letzten Phase zusätzlich noch über ihren e-Shop 1.560 0,7l-Flaschen im limitierten Design an. Ein spezielles Kampagnenetikett macht die Flasche zum besonderen Hingucker in der Hausbar.

Deutschland ist der erste Jägermeister-Markt, der mit dem Thema Fassreife an die Öffentlichkeit geht. Weitere Märkte werden folgen. So wurde zunächst eine Adaption des Bewegtbildes für den italienischen und belgischen Markt gefertigt, die ebenfalls eine Qualitäts-Offensive für 2023 in Planung haben.

Die Idee zur Kampagne kommt aus der Feder von **Philipp und Keuntje**, Hamburg. **Jojo Zumke** führte Regie beim Bewegtbild-Dreh und setzte Eichenfässer und Bandmitglieder in Szene. Mediaaussteuerung und Booking übernahm die **OMD**, Düsseldorf. Das Team von **Cobblestone** aus Hamburg verantwortete die Filmproduktion. Der Online-Part der Kampagnenkommunikation wird von der Digitalagentur **la red** umgesetzt und die werblichen Aktivitäten am Point of Sale verantworten die Agentur-Partner **dirk und philip**, Berlin, und **G.V.K.**, Lüneburg. **IML**, Hamburg hat die PR der Kampagne betreut.

## **Kontakt**

Britta Staege  
Manager B2B, B2E Communications & CSR  
Mast-Jägermeister Deutschland GmbH  
Tel.: +49 5331 900-4025  
E-mail: [britta.staege@jaegermeister.de](mailto:britta.staege@jaegermeister.de)  
[www.jaegermeister.de](http://www.jaegermeister.de)

## **Über 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.