

Jägermeister



MARKETING CODE

PRÄAMBEL



SPIRITUOSEN SIND KULTURGÜTER MIT JAHRHUNDERTEALTER TRADITION.

Sie werden von Millionen von Erwachsenen jeden Tag weltweit verantwortungsvoll konsumiert. Ihr Genuss ist in vielen Kulturen der Ausdruck eines Lebensgefühls.

Seit mehr als 80 Jahren streben wir täglich nach der höchsten Qualität und dem unverwechselbaren Geschmack unserer Spirituosen. Heute ist Jägermeister der erfolgreichste Kräuterlikör der Welt. Er wird in über 145 Ländern vertrieben und von Millionen Menschen zu den unterschiedlichsten Anlässen genossen.

Im Jahr 1934 entwickelte Curt Mast aus 56 verschiedenen natürlichen Zutaten – wie ausgewählten Kräutern, Blüten, Wurzeln und Früchten aus aller Welt – den Kräuterlikör, der heute weltweit als Jägermeister bekannt ist. Seitdem gelingt es uns immer wieder, die große Tradition eines Familienunternehmens mit innovativer Vermarktung zu verbinden und dabei immer am Puls der Zeit zu sein. Jägermeister ist so zu einer der erfolgreichsten Premiummarken weltweit geworden. Die Marke Jägermeister hat einen starken Charakter, der Kräuterlikör mit der streng ge-

hüteten Geheimrezeptur ist berühmt für seinen unverfälschten, einzigartigen Geschmack.

Als Familienunternehmen wissen wir um unsere Verantwortung gegenüber der Gesellschaft und den Menschen, die unsere Produkte genießen. Daher verpflichten wir uns aus tiefer Überzeugung zur verantwortungsvollen Vermarktung. Ganz gleich, ob im Vertrieb, im Marketing, in der Promotion oder der Kommunikation – wir achten besonders sorgfältig darauf, dass all unsere Maßnahmen ausschließlich den bewussten und maßvollen Genuss durch Erwachsene über dem jeweiligen gesetzlichen Mindestalter unterstützen.

Auch mit diesem Verantwortungsbewusstsein bewegt sich Jägermeister am Puls der Zeit, denn es reicht längst nicht mehr aus, ein außergewöhnliches Produkt zu bieten und es mit begeisternden Kampagnen zu vermarkten. Die Menschen überall auf der Welt erwarten von Marken und den Unternehmen, die sie führen, gesellschaftliche Verantwortung und gelebte Werte – und das passt zu uns.



Jägermeister

**AUSSCHLIESSLICH
FÜR ERWACHSENE**



UNSERE GRUNDSÄTZE

GRUNDSATZ 1

JÄGERMEISTER STEHT AUSSCHLIESSLICH FÜR DEN BEWUSSTEN KONSUM DURCH ERWACHSENE ÜBER DEM GESETZLICHEN MINDESTALTER.

Der Genuss von Alkohol sollte stets auf einer eigenverantwortlichen und in der jeweiligen Situation angemessenen Entscheidung Erwachsener beruhen.

Minderjährige benötigen besonderen Schutz. Auch aus diesem Grund vertreten wir in unserem Marketing und unserer Kommunikation unsere Haltung, dass Alkoholkonsum ausschließlich für Erwachsene über dem gesetzlichen Mindestalter bestimmt ist.



Jägermeister

**VERANTWORTUNGS-
VOLLEM KONSUM
VERPFLICHTET**



UNSERE GRUNDSÄTZE

GRUNDSATZ 2

DAS BEKENNTNIS ZU VERANTWORTUNGSVOLLEM KONSUM IST EIN WICHTIGER UND INTEGRALER BESTANDTEIL UNSERER VERMARKTUNG.

Alkohol sollte stets verantwortungsvoll konsumiert werden. Wir unterstützen diese Haltung ausdrücklich. In unserer Markenkommunikation setzen wir daher überall dort, wo es möglich und machbar ist, so genannte Responsible Drinking Messages ein. Außerdem stellen wir in unserem Marketing und in unserer Kommunikation ausschließlich den verantwortungsvollen und moderaten Konsum von alkoholhaltigen Getränken dar.



Jägermeister

**MISSBRÄUCLICHEM
KONSUM
ENTGEGENWIRKEN**



UNSERE GRUNDSÄTZE

GRUNDSATZ 3

**JÄGERMEISTER UNTERSTÜTZT UND FÖRDERT
VERANTWORTUNGSBEWUSSTE ENTSCHEIDUNGEN
HINSICHTLICH DES KONSUMS VON ALKOHOL UND
TRITT MISSBRÄUCLICHEM KONSUM ENTSCIEDEN
ENTGEGEN.**

Wir lehnen jegliche Form des fahrlässigen, missbräuchlichen oder exzessiven Alkoholkonsums ab. Die Botschaft, dass der Konsum von alkoholischen Getränken die geistige oder körperliche Leistungsfähigkeit verbessern kann, lehnen wir entschieden ab. In unseren Marketing- und Kommunikationsaktivitäten achten wir darauf, dass diese Aussage weder direkt noch zwischen den Zeilen suggeriert wird.



Jägermeister

**GESELLSCHAFTLICHE
NORMEN UND
KONVENTIONEN
WERTSCHÄTZEN**



UNSERE GRUNDSÄTZE

GRUNDSATZ 4

UNSERE VERMARKTUNGSAKTIVITÄTEN BEWEGEN SICH INNERHALB DER ALLGEMEIN ANERKANNTEN NORMEN DES GUTEN GESCHMACKS UND BERÜCKSICHTIGEN DABEI, DASS DIESE NORMEN INTERNATIONAL VARIIEREN KÖNNEN.

Jägermeister ist auf der ganzen Welt zuhause. Millionen Menschen – vielfältig und unterschiedlich – genießen unsere Produkte. Wir schätzen und respektieren die unterschiedlichen gesellschaftlich anerkannten Normen und Konventionen voller Überzeugung. Wir leisten unseren Beitrag zu einer multikulturellen Gesellschaft und schätzen die Diversität von Menschen, ihren Ideen und Einstellungen. Dementsprechend wird unser Marketing stets voller Wertschätzung mit dieser Vielfalt der Menschen umgehen – unabhängig von ihrem Geschlecht, ihrer ethnischen Herkunft oder ihrer religiösen oder politischen Ansichten.



Jägermeister

**JÄGERMEISTER
BEFOLGT REGELN
UND SELBSTVER-
PFLICHTUNGEN**

UNSERE GRUNDSÄTZE

GRUNDSATZ 5

UNSERE VERMARKTUNGSAKTIVITÄTEN STEHEN IN EINKLANG MIT ALLEN GESETZEN UND NATIONALEN SELBSTVERPFLICHTUNGEN.

Der Jägermeister Marketing Code legt die grundlegenden Prinzipien für alle Märkte fest, in denen wir aktiv sind. In Ländern, in denen zusätzliche lokale Gesetze und Werberegulierungen existieren, müssen diese ebenfalls eingehalten werden.



**EINHALTUNG DIESES
CODES**





Wir prüfen die Vermarktungsaktivitäten in allen Ländern, in denen wir tätig sind, regelmäßig hinsichtlich der Einhaltung des Jägermeister Marketing Codes. Dazu gehören Aktivitäten in folgenden Bereichen:

- Traditionelle Werbung (TV-Spots, Print-Anzeigen, Plakatwerbung, etc.)
- Digitales Marketing (eigene Websites, Social-Media-Kanäle, etc.)
- Point-of-Sale
- Promotion-Materialien
- Event-Sponsoring
- Public Relations

Jägermeister®



KONTAKT

Kommen Sie bei Fragen oder Anmerkungen zum Jägermeister Marketing Code gerne auf uns zu.

**MAST-JÄGERMEISTER SE
UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION
JÄGERMEISTERSTRASSE 7-15
38296 WOLFENBÜTTEL
GERMANY**

team@jaegermeister.de