



PRESSEMITTEILUNG

Jägermeister

Damn, that's cold!

Eiskalte Markenkampagne von Jägermeister und Mother London

Der deutsche Kräuterlikörhersteller Jägermeister und die Londoner Kreativagentur Mother launchen ihr erstes gemeinsames Großprojekt. Dabei steht der Trinkgenuss des Shots bei -18 Grad im Fokus.

Die Kampagnenidee, die in Zusammenarbeit mit dem Team von Mother London mit einem digital-first Ansatz entwickelt wurde, wird global genutzt und lokal in unterschiedlichen Märkten adaptiert. Dazu zählen neben klassischen Visuals Bewegtbildformate, Animationen und Audio-Spots. Authentische Behind-the-Scene-Reels geben auf den Social-Media-Kanälen Einblicke in die Kampagnenproduktion und transportieren die Kernbotschaft spielerisch.

Im weltweit wichtigsten Spirituosenmarkt USA ist daraus außerdem eine kanalübergreifende Kampagne mit dem Titel „Damn, that's cold“ entwickelt worden. Damit parodiert die Marke mit dem ungeschriebenen Gesetz, Jägermeister eiskalt bei – 18 Grad, was 0 Fahrenheit entspricht, zu genießen. Mit schlagkräftigen Headlines wie „Who gives a Fahrenheit“, „0°F'GIVEN“ und „If you haven't tried it ice cold, you haven't really tried it.“ setzt Jägermeister neue Akzente im Markt.

Höhepunkt der US-Kampagne ist die Kampagnenverlängerung in Form eines TV-Spots, der unter Regie von Mike Warzin (Arts and Sciences) entstanden ist. Weitere globale Märkte in Europa, Asien und Lateinamerika werden sukzessive auf die Kampagnenplattform aufsetzen.

„Mit der aktuellen Kampagne stellen wir das optimale Trinkerlebnis bei -18 Grad für unsere Konsumenten weltweit in den Fokus. Wir verbinden den best-serve-Anspruch mit einer toleranten und authentischen Markenbotschaft. Das Bedürfnis der jungen Generation nach einer vorurteilsfreien Gesellschaft ist für uns ein



PRESSEMITTEILUNG

Jägermeister

Schlüsselfaktor, um unserer Zielgruppe die besten Nächte ihres Lebens zu ermöglichen", kommentiert Jardena Kedra, Global Brand Manager bei der Mast-Jägermeister SE. „Dabei zeigt sich die Kampagne mit Jägermeister-typischem Selbstbewusstsein und Humor. Jägermeister gibt es inzwischen in mehr als 150 Märkten. Wir haben den Anspruch, uns überall als führende und kreative Shotmarke zu etablieren und den Zeitgeist zu treffen. All das wird weiter zur Verjüngung unserer Marke beitragen“.

Die 360° Kampagne in den USA wird durch die Verlängerung in den Handel, die Gastronomie und auf Festivals abgerundet.

Den US-TV-Spot kann man online unter folgendem Link sehen: <https://www.youtube.com/watch?v=KJi60Rma8wQ&feature=youtu.be>



