



PRESSEMITTEILUNG

Jägermeister

Bonnie Strange & Co. machen Lust auf „Scharf“: Jägermeister und la red launchen Influencerkampagne für Neuprodukt Scharf.

WOLFENBÜTTEL, Mai 2019 – „Lieb es oder hass es“ – so kündigt Jägermeister sein Neuprodukt „Scharf“ in der digitalen Launchkampagne an. Schnell wird die konkrete Botschaft klar: Es geht um eine klare Haltung. In drei Filmen erzählen die Instagram-Stars Bonnie Strange (834.000 Follower), Sandra Bulldock (74.000 Follower) und Jonathan Steinig (272.000 Follower) davon, wie es sich anfühlt, wenn man Charakter zeigt, statt sich zu verstecken. Untermalt werden die Geschichten der Influencer vom Berliner Nachtleben.

„Die Kampagne ist eins zu eins aus dem Produkt heraus entstanden“, erklärt Jan Hellberg, Executive Creative Director Berlin. „Die neue Linie hebt den scharfen Charakter des Originals noch weiter hervor. Das Besondere zu feiern, statt es zu verstecken – das galt es kreativ zu übersetzen.“

Die Entscheidung für Influencer, die ihrerseits eine gewisse Charakterschäfte mitbringen, fiel ganz bewusst: „Unsere Zielgruppe beschäftigt sich viel mit der Frage: Will ich reinpassen oder will ich mein Ding machen und damit eventuell anecken?“, so Timo Weber, Head of Brand Management Jägermeister Deutschland. „Und mit genau dieser Entscheidung setzen sich unsere Protagonisten überzeugend auseinander.“

Mit Jägermeister Scharf entwickelte das Unternehmen aus Wolfenbüttel basierend auf dem geheimen Rezept des weltweit erfolgreichen Kräuterlikörs eine veränderte Rezeptur. Die Vielfalt der 56 natürlichen Kräuter wurde neu ausbalanciert – mit einem Fokus auf natürlicher Ingwer- und Galgantwurzel. Die Scharf-Linie ist ab Mitte Mai 2019 im On- und Off-Trade in Deutschland und weiteren ausgewählten Märkten in Europa erhältlich.



PRESSEMITTEILUNG

Jägermeister

Wie bei der Innovationskampagne „Drop-In Concert“ mit Snoop Dogg führte erneut der erfolgreiche Videographer Pascal Kerouche Regie. Die Produktion übernahm Modest Department Berlin. Die Kampagne zum Produktlaunch läuft bis Ende Juni auf Instagram, Facebook und YouTube.

Philipp & Keuntje zeichnet verantwortlich für die Gastro-Maßnahmen. GVK verantwortet die Kommunikation am Point of Sale. „So kalt geht heiß“ Auf Kundenseite waren Timo Weber (Head of Brand Management Deutschland), Claudia Krake (Brand Management) und Kai Seidel (Digital Marketing) beteiligt. Für la red zeichnen Sven Springer (Client Service Director), Jan Hellberg (Executive Creative Director), Lilli Owsianowski (Text/Konzept), Julian Dany (Art Direction), Peter Grünwald (Art Direction) und Isabella Ducrest (Art Direction) verantwortlich.

Kontakt

Mast-Jägermeister Deutschland GmbH
Katrin Mirtschink
Manager Public Relations
Tel.: +49 5331 900-40 24
E-mail: katrin.mirtschink@jaegermeister.de
Website: 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 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-Spirituosen. Damit ist Jägermeister die verkaufsstärkste Premium-Shotbrand weltweit.