

Jägermeister färbt Deutschland orange:

Neuprodukt-Kampagne für Jägermeister ORANGE

„Für sonnengereifte Nächte“

Wolfenbüttel, April 2025. Jägermeister ORANGE kommt im April nach Deutschland – als einzigartige fruchtig-frische Antwort auf die sich verändernden Bedürfnisse der Konsumenten. Mit einer reichweitenstarken und alle Kanäle umfassenden Kampagne, färbt Jägermeister ab April ganz Deutschland orange.

Die besten Nächte zu kreieren ist die klare Mission von Jägermeister. Mit Jägermeister ORANGE hat das Unternehmen die perfekte Antwort auf das sich verändernde Konsumentenverhalten gefunden: denn vielfach verlagert sich der Genuss von alkoholhaltigen Getränken in den Vorabend, zunehmend sind fruchtige und erfrischende Produkte gefragt. Ab April 2025 bringt die Marke daher nicht nur High Energy Momente auf die Dancefloors der Bundesrepublik, sondern auch die Sonne in die Nacht - und auf den Weg dorthin.

Early Hour - Orange Hour

Das neue Produkt aus dem Hause Jägermeister, der Kräuterlikör Jägermeister ORANGE, ist mit seinem frisch-fruchtigen Flavor genauso überraschend wie ein spontanes, ungeplantes Treffen: fertig machen für den Abend, ein kurzer Stopp im Späti auf dem Weg in den Club, Freunde treffen, neues Ziel.

„Mit unserer Mission der „Besten Nächte des Lebens“ besetzen wir seit Jahren erfolgreich den High-Energy-Moment des Feierns - jetzt geht es darum, einem dynamischen Konsumentenverhalten gerecht zu werden und uns für neue Verwendungssituationen und Zielgruppen zu öffnen“, sagt Sebastian Koenen, Vice President Consumer Marketing, Mast-Jägermeister Deutschland GmbH. *„Die Einführung von Jägermeister ORANGE in Deutschland ist ein Meilenstein der Portfolio-Erweiterung. Mit seinem fruchtig-frischen Geschmack und einer guten Mixbarkeit bietet ORANGE ein neues, überraschendes Geschmackserlebnis und eignet sich perfekt für die Zeit der sogenannten „Early Hour“.*

Für den deutschlandweiten Launch seines Neuprodukts setzt Jägermeister auf ein flächendeckendes Zusammenspiel aller Kanäle und bespielt sämtliche Touchpoints der Zielgruppe, vom Kauf bis zum Konsum.

Visibilität in Handel und Gastronomie macht Lust auf die Sonne im Glas

Um schnell Reichweite und Probierkontakte zu generieren, nutzt Jägermeister das Original und gibt zwei Probiershots ORANGE gratis dazu. Ab Ende April steht alles im Zeichen der Visibilität auf der Fläche und am Regal: Pop Up-Displays, Lama-Säulen mit enthaltenen Sprüche-Karten zum Mitnehmen, Regalpodeste, Einsteckschilder und Motiondisplays – mit Jägermeister ORANGE kommt unübersehbar farblich und thematisch die Sonne in die Verbrauchermärkte.

Um Probierkontakte und Visibilität geht es ab April auch in der Gastronomie: über 5.000 Outlets in ganz Deutschland werden mit passgenauem Material ausgestattet, um in der „Orange Hour“ den Orange Vibe zu feiern.

Jägermeister bringt sonnengereifte Nächte in die Stadt

Out-Of-Home setzt ab Juni den Kampagnen-Fokus und färbt die Nation nach Ostern mit gebündelter Mediapower orange: Mit reichweitenstarker Präsenz über teils animierte City-Light-Poster, Murals, Plakate, Säulen sowie auf Gehwegen aufgebrachte Wegweiser zum Club begleitet Jägermeister ORANGE die Konsumenten auf ihrem Weg vom Kauf des Produkts bis zu ihrem Ziel des Abends in der Gastronomie durch die Stadt.

Über 40.000 Flächen in Großstädten mit 600 Millionen Kontakten tauchen im Zeitraum von vier Wochen ab Ende April die Nation in ein frisch-fruchtiges Orange und bringen die Sonne in die Nacht. Dabei fungieren Großflächen sowie City-Light-Poster und Megalights als Reichweitentreiber, mit Public Videos wird die urbane, technologieaffine Zielgruppe erreicht, Riesenposter & Murals setzen als Leuchttürme Akzente und Digital POS Screens bilden den letzten Impuls in der Gastronomie sowie im Handel.

Orange Vibes erleben: Social Media und Festivalaktivierungen

In einer zweiten Phase im Anschluss an den Awareness-Aufbau lädt Jägermeister seinen neuen Kräuterlikör emotional bei der Zielgruppe der 18 bis 29 Jährigen über Social Media und im realen Leben auf Festivals auf: Im angesagten POV-Style lässt die Marke ihre Fans selbst verschiedene Verwendungssituationen für Jägermeister ORANGE zeigen – Orange Vibes fürs Partyvolk gibt es darüber hinaus auch dort, wo junge Leute im Sommer am liebsten feiern: am Jägermeister-Stand auf den großen und kleineren Festivals der Nation.



Jägermeister

PRESSEMITTEILUNG

„Wir wollen mit unserer Kampagne den gesamten Weg der Konsumenten vom Kauf des Produkts bis hin zum Konsum begleiten und die Leichtigkeit der sonnengereiften Orangen mit in die Nacht nehmen. Damit setzen wir darauf, nicht nur Neugierde zu wecken, sondern auch eine starke und nachhaltige Verbindung zum Produkt herzustellen. Mit gezielten Aktionen, die sowohl online als auch offline stattfinden, schaffen wir ein emotionalisierendes Markenerlebnis rund um unser Neuprodukt und unser einheitliches Mantra „Für sonnengereifte Nächte“ an allen Touchpoints“, erklärt Paul Ramser, Director Brand & Digital Consumer Marketing von Jägermeister Deutschland.

Für alle, die sich die Orange Vibes online nach Hause bestellen wollen, gibt es im offiziellen Jägermeister Online-Shop ab April vorab und exklusiv verschiedene Produkt- und Merchandise-Optionen: Anfang April kommt als Pre-Launch ein Bundle mit 0,7-Liter-Flasche Orange plus sechs orange Shotgläser in den Shop, ab dem 28. April startet der reguläre Verkauf des Produkts sowie mehrerer Fashion-Artikel wie Socken, Caps, T-Shirts und Tools für orangen Spaß zu Hause.

Original in der Basis – neu im Geschmack

Für Jägermeister ORANGE werden ausschließlich natürliche Zutaten verwendet. Wie alle bisherigen Jägermeister-Produkte basiert auch Jägermeister ORANGE auf dem Originalkräuterlikör aus 56 Kräutern, Blüten, Wurzeln und Früchten. Der neue Shot kombiniert den klassischen Jägermeister mit hochwertigem Citrusöl-Extrakt und bietet ein fruchtiges und frisches Geschmackserlebnis. Die dafür verwendeten sonnengereiften Orangen und Mandarinen stammen aus biologischem Anbau und werden in ausgewählten Regionen Siziliens geerntet, größtenteils von Hand. Anschließend erfolgt die schonende Kaltmazeration der Schalen - die Grundlage des ursprünglichen, fruchtigen Geschmacks von Jägermeister ORANGE. Mit 33 % vol. hat Jägermeister ORANGE einen etwas geringeren Alkoholgehalt als das Original und überzeugt mit süßen, fruchtigen Aromen.

In der ikonischen Jägermeister-Flasche, aber mit klarem Glas, kommt der leuchtend orange **Jägermeister ORANGE** besonders zur Geltung. Genossen wird das Neuprodukt als Shot, eiskalt bei minus 18 Grad oder als Longdrink – Orange Tonic – pünktlich zur Orange Hour auf dem Weg in die Nacht, ganz egal wann und wo sie startet.



Jägermeister ORANGE ist ab Ende April 2025 zum Jägermeister-Normalpreis für 14,49€ (UVP) deutschlandweit im Handel erhältlich.

Mehr Informationen gibt es unter:

<https://de.jaegermeister.com/kampagnen/orange/>

Kontakt

Britta Staege
Senior Managerin Brand Communications
Mast-Jägermeister Deutschland GmbH
Tel.: +49 5331 900 40 - 25
E-Mail: britta.staega@jaegermeister.de
www.jaegermeister.de

Über Jägermeister

Der weltweit erfolgreiche Premium-Kräuterlikör wurde vor mehr als 80 Jahren von Curt Mast auf den Markt gebracht. Das Rezept aus 56 Kräutern, Blüten und Wurzeln ist bis heute unverändert. Traditionell wird Jägermeister ausschließlich in der norddeutschen Kleinstadt Wolfenbüttel hergestellt. Die Abfüllung erfolgt in den Werken in Wolfenbüttel-Linden sowie im sächsischen Kamenz. Von hier wird der Kräuterlikör in der markanten Flasche in mehr als 150 Länder exportiert. Das Familienunternehmen beschäftigt weltweit rund 1.000 Mitarbeitende. Zum Markenportfolio gehören auch Teremana, die vom Hollywood-Schauspieler und Unternehmer Dwayne Johnson gegründete Tequila-Marke, und GIN SUL, der in Hamburg-Altona produziert wird.