



Pressemitteilung

Jägermeister

JÄGERMEISTER FEIERT 90. GEBURTSTAG MIT LIMITED RETRO EDITION UND JUBILÄUMSKAMPAGNE

Wolfenbüttel, August 2025 – Anlässlich des 90-jährigen Jubiläums bringt Jägermeister eine limitierte Retro Edition seiner ikonischen Flasche auf den Markt und launcht eine globale Jubiläumskampagne. Sowohl die limitierte Edition als auch die Kampagne würdigen die Entwicklung von Jägermeister: Von einem Kräuterlikör, der einst für Jäger kreiert wurde, zu einem weltweit anerkannten Symbol für zeitlosen Geschmack, Qualität und kulturelle Relevanz.

Im deutschen Markt startet der Verkauf der Retro-Flasche am **28. August 2025** im Jägermeister **Online-Shop** als Geschenk-Bundle mit zwei Retro-Gläsern. Ab **Mitte September** kann die Flasche **im teilnehmenden Handel** zum Jägermeister-Normalpreis erworben werden.

Limited Retro Edition erweckt die einzigartige Geschichte der Marke zum Leben

Die Limited Retro Edition lässt wichtige Elemente der frühen Produktverpackung wieder aufleben. Inspiriert von der ersten Jägermeister Flasche, die von Curt Mast entworfen wurde, zeichnet sich die Limited Retro Edition durch weißes Glas, das historische Etikettendesign und eine passende Verschlusskappe im Retro-Stil aus. Auf der Rückseite der Flasche findet sich als weiteres besonderes Detail eine authentische Jägermeister Prägung. Die Retro Edition ist eine Hommage an die reiche Tradition der Marke und ein echter Hingucker. Sie wird ab September 2025 in mehr als 30 Ländern weltweit im Handel und online erhältlich sein.

Curt Mast, der Erfinder des Jägermeisters, entwickelte nicht nur die geheime Rezeptur mit 56 Kräutern, sondern kreierte auch die charakteristische Flasche mit den kantigen Schultern. Die berühmte Legende besagt: Er testete ihre Widerstandsfähigkeit, indem er sie auf seinen Küchenboden mit Eichendielen fallen ließ – so fand die spätere Design-Ikone ihren praktischen Ursprung.

„Das Flaschendesign spiegelt eine Kombination aus Zweckmäßigkeit und Funktionalität wider“, sagt Fabian Fischer, Senior Global Innovation Manager. „Sie wurde entwickelt, um zu funktionieren – und wurde zu einer der bekanntesten Flaschen in den Regalen von Bars und Clubs in über 150 Ländern weltweit, zu einer zeitlosen Ikone.“



Pressemitteilung

Tasty Time Travel: Eine Kampagne durch neun Jahrzehnte

Jägermeister

Die parallel gestartete Jubiläumskampagne lädt Konsumentinnen und Konsumenten auf eine Reise durch die bedeutendsten Meilensteine der Marke ein. Jägermeister hat den kulturellen Zeitgeist der letzten 90 Jahre geprägt: von frühen Jagdtraditionen über ikonische Werbung und dem Engagement im Sportsponsoring bis hin zur langjährigen Verbundenheit mit Musik, Nachtleben und der Festivalszene. Die Kampagne beleuchtet diese Meilensteine mit Bildern, Geschichten und digitalen Formaten.

Ein Blick zurück – und ein Schritt nach vorn

„Seit 90 Jahren ist Jägermeister Teil unzähliger gemeinsamer Erlebnisse und „cheers“-Momente“, sagt Florian Carl Eisenblätter, Senior Manager Corporate History. „Interessant ist nicht nur, was sich verändert hat, sondern auch, was gleich geblieben ist – ein Gemeinschaftsgefühl, eine unverwechselbare Haltung und ein tiefes Verständnis für die Zielgruppe – unabhängig vom Jahrzehnt. Dieser Instinkt wird die Marke auch weiterhin leiten.“

Während die Flasche und die Kampagne an frühere Jahrzehnte anknüpfen, konzentriert sich die Marke weiterhin auf die Zukunft. Die unveränderte Kräuterrezeptur und das Bewusstsein für kulturelle Entwicklungen sind zentral für die Langlebigkeit der Marke und haben Jägermeister zu einem echten Original gemacht.

Kontakt

Mast-Jägermeister Deutschland GmbH
Britta Staeger
Senior Manager PR
E-mail: Britta.staeger@jaegermeister.de

Über Jägermeister

Der weltweit erfolgreiche Premium-Kräuterlikör wurde vor 90 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 seit 2020 auch Teremana, die vom Hollywood-Schauspieler und Unternehmer Dwayne Johnson gegründete Tequila-Marke, und GIN SUL, der in Hamburg-Altona produziert wird.