



PRESSEMITTEILUNG

Jägermeister

DIE NACHT BRAUCHT MEISTER: MEHR TRINGELD UND ANERKENNUNG FÜR DIE MEISTER HINTER DEN MEISTERN

Barkeeper, Türsteher, Taxifahrer: Mit integrierter Kampagne „Meister der Nacht: Trinkgeld gehört dazu“ rufen Jägermeister und die Fantastischen Vier ab September dazu auf, diejenigen zu würdigen, die die Nacht hinter den Kulissen am Laufen halten

Wolfenbüttel, 20.08.2021: Jägermeister - seit jeher ein fester Bestandteil der Nachtkultur - widmet sich der Mission, seinen Fans die besten Nächte des Lebens zu geben. Dieses Versprechen setzt die Marke z.B. durch ihr Engagement im Musikbereich sowie mit dem regelmäßigen Angebot emotionaler Live-Experiences konsequent um: Jägermeister arbeitet seit Jahrzehnten mit Künstler:innen, kreativen Freigeistern und Gastronomen auf der ganzen Welt zusammen, die mit ihren Talenten und großer Leidenschaft das Nightlife bunter machen, anderen Menschen unvergessliche Erinnerungen schenken und den Kultur- und Gastronomiebetrieb als wirtschaftliche Sektoren stärken.

Seit der Pandemie ist aber genau dieser Zweig dramatisch eingebrochen und viele Meister der Nacht kämpfen um ihre Existenz. Nachdem die Marke bereits mit der globalen Initiative **#SAVETHENIGHT** allein in Deutschland mehr als eine Million Euro bereitgestellt hat, um schwer getroffene Künstler:innen, Bars und Clubs zu supporten, will Jägermeister jetzt diejenigen in den Fokus rücken, die das Ökosystem Nacht aus der zweiten Reihe am Laufen halten - die **Meister hinter den Meistern**: Türsteher, die für Sicherheit im Club sorgen, Thekenkräfte, die perfekte Drinks servieren oder Taxifahrer, die die Gäste nach einer durchfeierten Nacht sicher nach Hause bringen.

Jägermeister hat jetzt die Schwäbischen Großmeister des HipHop, die **Fantastischen Vier**, gewonnen, diesen Meistern der Nacht, die das Nachtleben besser machen ohne je selbst im Rampenlicht zu stehen, mit der Kommunikationsoffensive **„Die Nacht braucht Meister“** ab sofort eine Bühne zu geben. Gemeinsam senden sie einen Appell an alle Nachtschwärmer:innen, diesen Meistern der Nacht ein Trinkgeld zu geben.

*„Trinkgeld ist eine Form des Dankesagens und zwischen zehn und fünfzehn Prozent sollte man geben, um diejenigen zu würdigen, die einen schönen Abend erst möglich machen“, findet **Smudo**. Kollege **Thomas D** sagt, „Ich schätze guten Service wirklich sehr und gebe gerne etwas mehr Trinkgeld.“*



PRESSEMITTEILUNG

Jägermeister

„Trinkgeld gehört dazu“. Das ist der Aufruf der neuen aufmerksamkeitsstarken integrierten Jägermeister Kampagne mit einer geplanten Reichweite von 66 Mio Kontakten, die ab September in relevanten Kanälen für die Zielgruppe der jungen Erwachsenen mit digitalen Motiven, OOH-Offensive, mit On- und Off-Trade-Aktivierungen sowie über ein „Supporter-Item“ zur Trinkgeld-Unterstützung gelauncht wird.

*„Jetzt, wo das Nachtleben wieder losgeht und unzählige Menschen, die über ein Jahr ohne Jobs und ohne Trinkgeld um ihre Existenz gekämpft haben, dafür sorgen, dass in Clubs, Bars oder auf Events das Licht und die Musik angeht, ist es uns als Marke wichtig, diese Menschen in den Fokus zu rücken. Wir wollen ihnen aber nicht nur Wertschätzung in Form von Aufmerksamkeit entgegenbringen, sondern dazu beizutragen, dass ihre Dienstleistung stärker anerkannt wird. Daher ist es uns eine Herzenssache, in der Gesellschaft das Bewusstsein für die Bedeutung von Trinkgeld in der Gastronomie und im Nachtleben zu schärfen und Nachtschwärmer:innen zum Mitmachen aufzurufen“, so **Kathleen Schied**, Head of Marketing bei Jägermeister Deutschland.*

Kernmodul ist ein **neues Bewegtbild mit den Fantastischen Vier** als Testimonials. Das Video, das neben flankierenden Still-Formaten auf zielgruppenrelevanten Digital-Plattformen wie Youtube und Twitch sowie auf Social Media Kanälen wie Facebook und Instagram zu sehen sein wird, rückt die Meister hinter den Meistern in den Fokus und macht eindrucksvoll deutlich, dass es neben bekannten DJs, Künstler:innen oder Celebrities insbesondere diese oft unbekannt Menschen aus vielen unterschiedlichen Berufsgruppen sind, die das Ökosystem Nacht am Laufen halten. Influencer werden die Aufforderung mit ihren authentischen Storys und Posts supporten und für noch mehr Awareness in der jungen Zielgruppe sorgen.

Darüber hinaus sorgt eine Out-Of Home Offensive in den vier Metropolen Hamburg, Berlin, München und Köln auch offline für Kampagnen-Awareness.

Auch in Gastronomie und Handel kommt so leicht niemand am Thema vorbei: In flächendeckender Kooperation mit Partnern aus der Gastronomie wird die Aktion auch dort, wo Nachtschwärmer:innen feiern gehen, plakativ kommuniziert und der Gast auf spielerische Art und Weise zum Trinkgeldgeben aufgefordert. Im Handel kann man das Thema „Die Nacht braucht Meister“ sogar nach Hause holen: Interessierte können mit dem Erwerb einer besonders etikettierten Jägermeister Flasche denjenigen DANKE sagen, die im Privaten für gelungene Party-Abende sorgen.



PRESSEMITTEILUNG

Jägermeister

Und auch für den Fall, dass die Corona-Pandemie das Ausgehen erneut erschweren sollte, sowie für alle, die noch mehr tun möchten, hat Jägermeister Lösungen parat: Man spendet unter www.trinkgeld-gehört-dazu.de an den gemeinnützigen Verein Alarmstufe Rot e. V., der mit Soforthilfen hilfsbedürftige Personen aus der Gastronomie- und Veranstaltungswirtschaft unterstützt. Oder man signalisiert die persönliche Unterstützung des Anliegens „Trinkgeld gehört dazu“ durch den Kauf der limitierten Sonderedition einer Jägermeister-Flasche und eines Sweaters, die ab Mitte September im Jägermeister Onlineshop erhältlich sind. Die Erlöse spendet Jägermeister zu 100 Prozent an Alarmstufe Rot e. V., und trägt damit erneut zum Schutz des Nachtlebens und seiner Meister bei.

Die Idee zu dieser komplexen 360 Grad Kampagne hatte **Kreativagentur la red**, Berlin, die auch den gesamten digitalen Auftritt inkl. Bewegtbild-Produktion verantworten. Unterstützung bekamen sie für den Bereich OOH/DOOH von **dirk und philip**, ebenfalls Berlin; **Philipp und Keuntje**, Hamburg kümmerte sich um alle on-Trade Maßnahmen; die **G.V.K.** in Lüneburg übernahm die Umsetzung im Handel.

„Wir kreieren mit Jägermeister Haltungs-Kampagnen, in denen es nicht nur um das Engagement der Marke selbst, sondern ebenso darum geht, dass jede einzelne Person dazu beitragen kann, das Nachtleben zu unterstützen – sei es mit eigenen Ideen, Konzepten oder finanzieller Unterstützung. „Trinkgeld gehört dazu“ ist ein wichtiger Bestandteil, um diesen kollektiven Gedanken zwischen Mensch und Marke weiter zu festigen“, so Jan Hellberg, Geschäftsführer la red.

Weitere Informationen zur Kampagne und den Meistern der Nacht gibt es ab 1. September 2021 unter www.dienachtbrauchtmeister.de.

Kontakt

Britta Staege
Manager B2B & B2E Communications
Mast-Jägermeister Deutschland GmbH
Tel.: +49 5331 900-40-25
E-mail: britta.staege@jaegermeister.de
www.jaegermeister.de

Über Jägermeister

Der weltbekannte Kräuterlikör Jägermeister ist in über 150 Ländern der Welt zu Hause – doch beheimatet ist er im niedersächsischen Wolfenbüttel. Nur hier wird Jägermeister von der Mast-Jägermeister SE hergestellt und vertrieben. Der weltweit erfolgreichste Kräuterlikör basiert seit über 80 Jahren auf einer geheimnisvollen Rezeptur aus 56 verschiedenen Kräutern, Blüten und Wurzeln.