

Jägermeister



[Faint, illegible text from a document, likely a historical manuscript or dictionary, serving as a background for the title.]

JÄGERMEISTER MARKETING KODEX

JÄGERMEISTER AB 18! FÜR VERANTWORTUNGSVOLLEN GENUSS.

PRÄAMBEL



Sie sind Kultur- und Genussgüter jahrtausendealter Tradition: Spirituosen. Sie werden von Millionen von Erwachsenen jeden Tag weltweit verantwortungsvoll konsumiert und sind ein Ausdruck von Lebensfreude in der Gesellschaft vieler Kulturen.

Seit mehr als 70 Jahren streben wir täglich nach der höchsten Qualität und dem unverwechselbaren Geschmack unserer Spirituosen. Heute ist Jägermeister der erfolgreichste Kräuterlikör der Welt. Er wird in über 80 Ländern vertrieben und von Millionen Menschen zu den unterschiedlichsten Anlässen genossen.

Seit Curt Mast 1934 aus 56 verschiedenen natürlichen Zutaten wie ausgesuchten exotischen Kräutern, seltenen Hölzern, Gewürzen, Wurzeln und Früchten aus aller Welt den Kräuterlikör Jägermeister entwickelt hat, gelingt es uns immer wieder, die große Tradition des Familienunternehmens mit einer innovativen Vermarktung zu verknüpfen. Jägermeister ist so zu einer der erfolgreichsten Premiummarken weltweit geworden. Die

Marke Jägermeister hat einen starken Charakter mit Ecken und Kanten und steht für einen unverfälschten sowie einzigartigen Geschmack.

Als Familienunternehmen wissen wir um unsere Verantwortung gegenüber der Gesellschaft und den Menschen, die unsere Produkte genießen. Uns ist dabei der Schutz Minderjähriger besonders wichtig. Wir achten deshalb besonders sorgfältig darauf, dass alle Maßnahmen von Vertrieb, Marketing, Kommunikation und Promotion ausschließlich den maßvollen Genuss ab 18 Jahren fördern.

Um dies in der täglichen Arbeit sicherzustellen, geht der Jägermeister Marketing Kodex in vielen Bereichen deutlich über den gesetzlichen Rahmen und die freiwilligen Selbstverpflichtungen unserer Branche hinaus. Das ist sicher nicht immer der bequemste Weg. Aber wir sind überzeugt, dass die Umsetzung unseres Kodexes für den langfristigen Erfolg unseres Unternehmens entscheidend ist.

UNSER KODEX



Den Jägermeister Marketing Kodex haben wir gemeinsam mit Mitarbeitern aus den Unternehmensbereichen Vertrieb, Marketing, Kommunikation und Promotion entwickelt. Er gilt ab dem 1. September 2009 für alle Mitarbeiter, Dienstleister und Partner unseres Unternehmens in Deutschland. Der Jägermeister Marketing Kodex ist Grundlage unserer täglichen Arbeit und wird durch detaillierte Richtlinien vervollständigt. Die Richtlinien helfen bei der praktischen Anwendung des Kodexes und machen seine Einhaltung nachprüfbar. Sie werden regelmäßig aktualisiert und ergänzt. Bildlich gesprochen: Der Kodex stellt die Leitplanken dar, die Richtlinien symbolisieren die Schilder, Ampeln und Zebrastrifen auf dem Weg zu einer verantwortungsvollen Vermarktung.



**WIR BEI JÄGERMEISTER
SIND FÜR ALKOHOLKONSUM
AUSSCHLIESSLICH AB 18.**

UNSERE GRUNDSÄTZE

GRUNDSATZ 1

**WEIL JUGENDLICHE
BESONDEREN SCHUTZ
BRAUCHEN.**

Wir bei Jägermeister sind für Alkoholkonsum ausschließlich ab 18. Weil Jugendliche besonderen Schutz brauchen.*

Auf allen unseren Produkten und bei allen Maßnahmen der Vermarktung kommunizieren wir unsere Haltung „Jägermeister ab 18! Für verantwortungsvollen Genuss.“

In unserer Vermarktung sind alle abgebildeten Personen älter als 25 Jahre und wirken auch so.

Unsere kommerzielle Kommunikation erfolgt in Medien, deren Leser, Zuschauer oder Zuhörer überwiegend über 18 sind.

Wir verwenden Sprache, Bilder, Symbole, Produkte oder Musik, die Erwachsene ansprechen. Wir setzen weder Merchandisingprodukte ein, die typischerweise von Minderjährigen benutzt werden, noch vergeben wir hierfür Lizenzen für Markennamen, Logos oder Warenzeichen.

Zu unseren wichtigsten Vermarktungsaktivitäten gehören Events und Promotions. Zu unseren eigenen Events gewähren wir ausschließlich Erwachsenen den

Zutritt und sorgen für eine strenge Ausweiskontrolle am Eingang.

Von jedem Veranstaltungspartner verlangen wir die vertragliche Zusage, das Jugendschutzgesetz einzuhalten. Zusätzlich haben wir für Promotions besonders strenge Regeln unter dem Stichwort „Zero Policy“ entwickelt. Die Null-Toleranz-Strategie bedeutet: kein Jägermeister und keine Werbematerialien für Menschen unter 18.

Weil Jugendliche immer mehr Zeit im Internet verbringen, gehen wir bei der Vermarktung unserer Produkte auf Websites, in Blogs, über Social Media Networks und über mobile Angebote besonders sorgfältig vor. Um auf unsere Websites zu gelangen, muss jeder Benutzer durch seine Alterseingabe verifizieren, dass er über 18 ist. Alle digitalen Maßnahmen setzen einen Alterscheck voraus. Kommentare, Fotos und andere Inhalte, die Nutzer auf unsere Websites stellen, werden durch Jägermeister regelmäßig geprüft.

* Wir respektieren dabei die international unterschiedlichen gesetzlichen Mindestalter für den Erwerb und Konsum von Spirituosen. In Deutschland tritt Jägermeister für Alkohol ab 18 ein.



**WIR BEI JÄGERMEISTER
SETZEN UNS FÜR
VERANTWORTUNGSVOLLEN
ALKOHOLKONSUM EIN.**



UNSERE GRUNDSÄTZE

GRUNDSATZ 2

Wir bei Jägermeister setzen uns für verantwortungsvollen Alkoholkonsum ein. Weil Missbrauch Risiken birgt.

In unserer Vermarktung stellen wir ausschließlich den verantwortungsvollen und moderaten Genuss von alkoholhaltigen Getränken dar. Deshalb achten wir genau darauf, dass weder im Marketing noch in der Kommunikation oder bei Promotions der Eindruck entsteht, exzessiver Alkoholkonsum sei akzeptabel oder gar etwas Positives.

Unsere Promotenteams achten genau darauf, keine alkoholhaltigen Getränke an offensichtlich angetrunkene Personen auszugeben. Und darauf, mit der Art und Tonalität ihres Auftretens übermäßigen Alkoholkonsum weder zu verharmlosen noch dazu zu ermuntern.

Wir beteiligen uns weder an Flatrate-Partys noch an Maßnahmen oder Veranstaltungen, bei denen schneller und übermäßiger Alkoholkonsum belohnt wird.

**WEIL MISSBRAUCH
RISIKEN BIRGT.**



**WIR BEI JÄGERMEISTER
SIND GEGEN DIE
VERHÄRMLOSUNG DER
WIRKUNG VON ALKOHOL.**

**WEIL ALKOHOL WEDER
GESUNDHEITSFÖRDERND
IST NOCH ZU SOZIALER
AKZEPTANZ BEITRAGEN
SOLLTE.**

UNSERE GRUNDSÄTZE

GRUNDSATZ 3

**Wir bei Jägermeister sind gegen die Verharmlosung der Wirkung von Alkohol.
Weil Alkohol weder gesundheitsfördernd ist noch zu sozialer Akzeptanz beitragen sollte.**

Alkohol und aktiver Sport gehören nicht zusammen. Daher spielt Sponsoring von aktivem Sport in unserer Vermarktung keine Rolle.

Wir sprechen mit unserer Werbung keine Schwangeren an und bilden keine Schwangeren ab. Denn das gesundheitliche Risiko von Alkoholkonsum während der Schwangerschaft ist medizinischer Fakt.

Wir zeigen in keiner Form, dass alkoholhaltige Getränke zu mehr Akzeptanz und Erfolg in der Gesellschaft, im Beruf oder im Privatleben führen. Schon gar nicht auf sexuellem Gebiet.

Wir sind überzeugt, dass jeder Erwachsene selbst entscheiden sollte, ob und wann er alkoholhaltige Getränke genießt. Deshalb machen wir Abstinenz oder Mäßigung niemals lächerlich.

Auch Alkohol und Arbeit gehören für uns nicht zusammen. Das gilt besonders, wenn Fahrzeuge oder Maschinen im Spiel sind. Deshalb stellen wir Alkoholkonsum am Arbeitsplatz in unserer Kommunikation auch nicht dar.

Selbstverständlich gilt bei Jägermeister ein striktes Verbot von Alkoholkonsum am Arbeitsplatz – außer im Rahmen der Aufgaben- und Funktionserfüllung und anlässlich betrieblich organisierter Veranstaltungen.

Jeder Unfall unter Alkoholeinfluss ist einer zu viel. Deshalb sind wir für die Durchsetzung der gesetzlichen Regelungen zu Alkohol im Straßenverkehr.



**WIR BEI JÄGERMEISTER
SIND FÜR DIE
WERTSCHÄTZUNG DER
GESELLSCHAFTLICHEN
NORMEN UND
KONVENTIONEN.**



UNSERE GRUNDSÄTZE

GRUNDSATZ 4

Wir bei Jägermeister sind für die Wertschätzung der gesellschaftlichen Normen und Konventionen. Weil Millionen unterschiedlicher Menschen unsere Produkte genießen.

Wir sind Teil einer multikulturellen Gesellschaft und schätzen die Vielfalt von Menschen, Ideen und Überzeugungen. In unserer Vermarktung werten wir daher weder Geschlecht noch sexuelle Orientierung oder Minderheiten ab. Auch keine weltanschaulichen Gemeinschaften oder religiösen Themen und Symbole.

Wir stellen keine Verbindung zwischen alkoholhaltigen Getränken und gewalttätigem, aggressivem, illegalem oder gefährlichem Verhalten her. Dazu gehört auch die Vermeidung von unanständiger oder verletzender Sprache.

**WEIL MILLIONEN
UNTERSCHIEDLICHER
MENSCHEN UNSERE
PRODUKTE GENIESSEN.**

EINHALTUNG DES KODEXES



Grundlage für die Einhaltung des Jägermeister Marketing Kodexes ist die sorgfältige, regelmäßige Schulung aller Mitarbeiter, Dienstleister und Partner. Jeder Schulungsteilnehmer verpflichtet sich mit seiner Unterschrift zur konsequenten Umsetzung des Kodexes. Das Kodex-Team sorgt für die Integration von Kodex und Richtlinien in die entsprechenden Arbeits- und Freigabeprozesse. Für die Einhaltung des Kodexes ist der Vorstand der Mast-Jägermeister SE persönlich verantwortlich.



Kontakt

Wir sind sehr am Dialog über den Kodex und den verantwortungsbewussten Genuss von alkoholhaltigen Getränken interessiert. Zögern Sie also bitte nicht, mit Fragen, Anmerkungen und Kritik auf uns zuzukommen!

Unternehmenskommunikation

Telefon: +49 (0) 5331/81-0

Fax: +49 (0) 5331/81-456

kodex@jaegermeister.de

newsroom.jaegermeister.de