

Jägermeister



KODEKS

**MARKETINGOWY FIRMY
JÄGERMEISTER**

WSTĘP





Alkohole wysokoprocentowe to dobra kultura, a korzystanie z nich ma wielowiekową tradycję: każdego dnia odpowiedzialnie konsumują je miliony osób dorosłych na całym świecie. W wielu grupach społecznych są zaś wyrazem smaku i radości życia.

Od ponad 70 lat nieustannie dążymy do tego, by produkować alkohol najwyższej jakości, o niepodrabialnym smaku. Dzisiaj Jägermeister jest najbardziej znanym likierem ziołowym na świecie. Sprzedawany w ponad 80 krajach, cieszy smakiem miliony osób pijących go z rozmaitych okazji.

W 1934 r. Curt Mast, łącząc ze sobą 56 różnych naturalnych składników, w tym wybrane zioła, kwiaty, korzenie i owoce z każdego zakątka globu, stworzył trunek znany dzisiaj na całym świecie jako Jägermeister. Od tamtej pory udało się nam połączyć wspaniałe tradycje

rodzinnej firmy z innowacyjnymi i elektryzującymi strategiami marketingowymi. Dzięki temu Jägermeister jest w czołówce wśród światowych marek premium. Marka Jägermeister odznacza się silnym charakterem i opowiada się za wyjątkowym, autentycznym smakiem.

Jako rodzinna firma zdajemy sobie sprawę ze spoczywającej na nas odpowiedzialności za osoby spożywające nasz trunek, zatem w pełni popieramy odpowiedzialne marketing i reklamę naszych produktów. Przykładamy szczególną wagę do tego, by nasze działania sprzedażowe, marketingowe, komunikacyjne i reklamowe promowały odpowiedzialne spożywanie naszych produktów przez osoby dorosłe, które zgodnie z prawem mogą kupować alkohol i decydują się na jego picie. Jesteśmy przekonani, że wdrożenie niniejszego kodeksu przyczyni się do długofalowego sukcesu naszej marki.



**JÄGERMEISTER –
TYLKO DLA DOROSŁYCH.**

NASZE ZASADY

ZASADA 1

Jägermeister jest przeznaczony dla osób dorosłych, które zgodnie z prawem mogą kupować alkohol i decydują się na jego picie.

Osoby niepełnoletnie należy objąć specjalną ochroną. Picie alkoholu powinno być dobrowolnym wyborem osób dorosłych. W działaniach marketingowych i komunikacyjnych będziemy mocno popierać przekaz, że spożywanie alkoholu jest przeznaczone tylko osób dla dorosłych, które zgodnie z prawem mogą go kupić.

A still life composition featuring a wooden mortar and pestle, star anise, and cardamom pods on a dark wooden surface. The mortar is in the upper right, partially filled with ground spices. The pestle is on the left. Three star anise pods are in the center, and two cardamom pods are at the bottom left. The text is overlaid on the lower left.

**JÄGERMEISTER –
WSPIERAMY
ODPOWIEDZIALNĄ
KONSUMPCJĘ.**

NASZE ZASADY

ZASADA 2

Zaangażowanie marki Jägermeister w odpowiedzialne spożywanie alkoholu jest ważnym i integralnym składnikiem wszystkich naszych działań reklamowych i marketingowych.

Jako Jägermeister dokładamy wszelkich starań, by promować przekaz, iż alkohol należy spożywać odpowiedzialnie. Gdy tylko będzie to wykonalne i możliwe, będziemy umieszczać hasła „Pij rozważnie” w naszych komunikatach. W naszych materiałach marketingowych i komunikatach spożywanie napojów alkoholowych będzie przedstawione wyłącznie jako odpowiedzialna i umiarkowana przyjemność.

A man with a beard, wearing a green jumpsuit with orange accents, is crouched next to a large wooden barrel. He is pouring red wine from a metal spout into a small glass. The scene is set against a rustic wooden background.

**JÄGERMEISTER –
ZNIECHĘCAMY DO
NADMIERNEGO PICIA.**

NASZE ZASADY

ZASADA 3

Jägermeister zachęca do odpowiedzialnego podejmowania decyzji odnośnie picia alkoholu i zniechęca do nadmiernego picia.

Jako Jägermeister odrzucamy wszelkie nieodpowiedzialne, niewłaściwe i nadmierne spożywanie alkoholu. W naszych działaniach marketingowych i komunikacyjnych nie będziemy twierdzić, że picie Jägermeistera zwiększa sprawność umysłową bądź fizyczną.



**JÄGERMEISTER –
RESPEKTUJEMY
STANDARDY PRZYJĘTE W
SPOŁECZNOŚCI.**

NASZE ZASADY

ZASADA 4

Marketing i reklama uprawiane przez Jägermeister powinny odzwierciedlać ogólnie akceptowane standardy dobrego smaku. Równocześnie należy pamiętać, że mogą się one różnić zależnie od nacji.

Nasza firma bardzo ceni społecznie akceptowane normy, gdyż nasze produkty spożywane są przez miliony różnych ludzi. Chcemy odgrywać swoją rolę w wielokulturowym społeczeństwie oraz szanujemy różnorodność ludzi, idei i przekonań.

Co za tym idzie, nasze działania marketingowe nigdy nikomu nie będą uwłaczać z powodu płci, pochodzenia, przekonań, jak i poglądów religijnych bądź politycznych.



**JÄGERMEISTER
PRZESTRZEGA PRAWA.**

NASZE ZASADY

ZASADA 5

Działania marketingowe i reklamowe firmy Jägermeister są dostosowane do wszelkich ustaw, rozporządzeń i samoregulacyjnych kodeksów obowiązujących w poszczególnych krajach.

Kodeks marketingowy firmy Jägermeister określa podstawowe zasady, mające zastosowanie w każdym kraju, w którym działamy. W krajach, w których miejscowe ustawy i rozporządzenia dotyczące reklam nakładają dodatkowe wymogi na prowadzenie działalności, konieczne jest ich przestrzeganie.

ZGODNOŚĆ Z KODEKSEM





Praktyki marketingowe i reklamowe dotyczące każdego kraju, w którym działamy, będą okresowo kontrolowane, by dopilnować ich zgodności z kodeksem marketingowym firmy Jägermeister. Kontrolowane będą wszystkie działania marketingowe i reklamowe, w tym następujące obszary:

- Reklama tradycyjna
- Nowe media (strony internetowe, sieci społecznościowe, itd.)
- Punkty sprzedaży / materiały konsumpcyjne
- Działania promocyjne
- Sponsorowanie wydarzeń
- PR



Kontakt

W razie jakichkolwiek pytań, uwag bądź chęci przekazania informacji zwrotnych odnośnie kodeksu marketingowego firmy Jägermeister prosimy o kontakt.

Corporate Communications

Telefon: +49 5331 81-448

Faks: +49 5331 81-411

marketing.code@jaegermeister.de