



GENUSS-MIT-VERANTWORTUNG.DE

Die neue Kampagne von Jameson.

10.03.2025 10:00 CET

Jameson startet neue Kampagne „Must be a Jameson“

Jameson, der weltweit führende und meistprämierte irische Whiskey*, launcht Anfang März – passend zum St. Patrick’s Day - seine neue globale Kampagne: „Must be a Jameson“. Diese wird nicht nur im TV, sondern auch online und auf Social Media zu sehen sein. Außerdem taucht Jameson im beliebten Podcast „Zeigler & Köster“ in die Welt des Fußballs ein.

Die Kampagne rückt Jameson in den Mittelpunkt zahlreicher freudiger Momente, in denen Menschen zusammenkommen – sei es beim gemeinsamen Fußballschauen oder beim Feiern auf Konzerten. Ganz nach dem Motto: Jameson ist nicht nur ein milder, irischer Whiskey, sondern auch

eine große, offene Familie. Sie alle nehmen sich selbst nicht zu ernst und teilen den Jameson Spirit für die schönen Dinge des Lebens. Mit dem Slogan „Must be a Jameson“ zeigt die Marke, dass jeder, der die Werte Gastfreundschaft, Harmonie und Unbeschwertheit teilt, zur Jameson-Familie gehört.

Niklas Milesi, Head of Brand Management bei Pernod Ricard Deutschland: „Unsere neue ‚Must be a Jameson‘-Kampagne stärkt unsere Position in der Premium-Whiskey-Kategorie und liefert einen dynamischen und coolen Spot passend zu unserer Love Brand. Wir freuen uns darauf, mit dieser modernen Kampagne den Geist der Verbundenheit und Gemeinschaft zu feiern.“

Der unglaublich milde Geschmack, die gleichbleibende Qualität und die starken Markenwerte von Jameson werden in dieser Kampagne zum Leben erweckt. Der Spot sprüht vor Lebensfreude und spiegelt den warmen Geist der Marke wider – sowohl im Geschmack als auch in den Werten. Denn die DNA von Jameson ist es, Menschen zusammenzubringen und die größte Familie der Welt zu bilden, die durch den gemeinsamen Spirit verbunden ist.

Jameson – The Irish Spirit We Share

Stets bodenständig und authentisch verkörpert Jameson seit seiner Gründung im Jahr 1780 seine irische Herkunft. Mit seinem Duft nach geröstetem Holz und Sherrynoten sowie seinem süßlich-frischen, fruchtigen Geschmack mit leicht holziger und kräftiger Note eignet er sich perfekt zum Mixen. Sláinte!

Der perfekte Drink für einen Abend mit den besten Freund:innen: Jameson, Ginger Ale & Lime:

- Eiswürfel in ein Highball Glas füllen.
- 1 Teil Jameson Irish Whiskey hinzufügen.
- Mit 3 Teilen Ginger Ale (z.B. Schweppes) auffüllen.
- Einen Spritzer Limettensaft hinzufügen, die restliche Spalte geht direkt ins Glas.

*Basierend auf den Verkostungsergebnissen der neun einflussreichsten Blindverkostungswettbewerbe im Jahr 2024, darunter: The Irish Whiskey Masters, International Wine & Spirit Competition, International Spirits Competition, Beverage Testing Institute, San Francisco World Spirits Competition, New York World Wine and Spirits Competitions, Singapore World Spirits Competition, The Luxury Masters und die World Whiskies Awards.

Pernod Ricard mit Hauptsitz in Paris ist ein weltweit führendes Unternehmen in der Spirituosen- und Weinindustrie, das Tradition, modernste Markenentwicklung und globale Vertriebstechnologien miteinander verbindet. In Deutschland wird die Gruppe durch Pernod Ricard Deutschland GmbH mit Sitz in Köln repräsentiert und vermarktet ein prestigeträchtiges Portfolio von Premium- bis Luxusmarken. Dazu gehören Absolut Wodka, Ramazzotti, Ballantine's, Chivas Regal, Lillet und The Glenlivet Scotch Whiskys, Jameson Irish Whiskey, Havana Club, Malfy Gin, Malibu sowie Mumm und Perrier-Jouët Champagner. Die Mission von Pernod Ricard „Unlock the magic of human connection by bringing Good Times from a Good Place“ wird über die gesamte Geschäfts- und Wertschöpfungskette in alle Aktivitäten eingebunden.

Mehr Informationen unter: www.pernod-ricard-deutschland.de

Kontaktpersonen



Birte Wald

Pressekontakt

Senior Communications Manager

Unternehmenskommunikation

presse@pernod-ricard-deutschland.com

+49 221 - 43 09 09 123