Per i suoi 90 anni Jägermeister lancia una Retro Limited Edition

20251111100324jager

Per celebrare i suoi 90 anni di storia Jägermeister lancia la Retro Limited Edition della sua iconica bottiglia, accompagnata da una campagna globale che rende omaggio alle sue origini. Entrambe celebrano l'evoluzione del brand: da liquore alle erbe nato per i cacciatori "Jägermeister" – maestro cacciatore, appunto – a simbolo internazionale che negli anni ha segnato gusto, cultura ed esperienza di ogni generazione.

La Limited Retro Edition dell'amaro distribuito in Italia dal Gruppo Montenegro riprende gli elementi chiave della prima bottiglia Jägermeister. Ispirata alla versione originale creata da Curt Mast, che non solo sviluppò la ricetta segreta ma ideò anche il packaging e ne testò la resistenza agli urti, presenta l'iconica forma dalle spalle squadrate in vetro trasparente, l'etichetta vintage, un tappo in stile retrò coordinato e un dettaglio speciale: l'incisione in rilievo del leggendario cervo con la croce luminosa tra le corna, simbolo del marchio, ispirato alla storia di Sant'Uberto, patrono dei cacciatori e omaggio alla tradizione venatoria tedesca. All'interno, il gusto è quello di sempre: 56 ingredienti naturali – erbe, fiori, radici e frutti provenienti da tutto il mondo – lavorati in quattro macerati distinti e lasciati maturare lentamente nelle botti di rovere, fino a dare il caratteristico equilibrio tra dolce, amaro e speziato.

La Retro Edition non è una reinterpretazione, ma una ricostruzione fedele basata su materiali d'archivio che rende omaggio alle radici del marchio. Disponibile in oltre 30 Paesi, in Italia sarà in vendita in selezionati punti vendita a partire da novembre 2025. "*Il design originale della bottiglia riflette una combinazione di utilità e praticità* - afferma Fabian Fischer, Senior Global Innovation Manager -- *È stata progettata per essere funzionale ed è diventata una delle bottiglie più riconoscibili sugli scaffali dei bar in oltre 150 Paesi, un'icona senza tempo*".

In parallelo al lancio della Retro Edition, Jägermeister presenta una campagna anniversario che accompagna i consumatori in un viaggio attraverso nove decenni di storia. Nei primi anni della sua storia, con la campagna pubblicitaria "Ich trinke Jägermeister, weil…" ("Bevo Jägermeister perché…"),

il brand scelse infatti di dare voce a persone comuni – operai, musicisti, casalinghe – in un’epoca dominata da volti perfetti e slogan patinati. Fu una rivoluzione comunicativa che trasformò Jägermeister in un simbolo di autenticità: un marchio vicino alla vita reale, capace di parlare il linguaggio della gente, con ironia e sincerità. Pochi anni dopo, nel 1973, Jägermeister fece la storia del calcio diventando il primo sponsor a comparire sulle maglie di una squadra della Bundesliga, l’Eintracht Braunschweig. La stessa tendenza si ritrova nel mondo dei motori. Dalle livree arancioni delle auto Gran Turismo agli storici trionfi di Spa-Francorchamps e del Nürburgring, Jägermeister ha vissuto la pista come metafora. Dagli anni ’80 in poi, il brand è diventato parte integrante della scena musicale, portando il suo inconfondibile bagliore nei backstage e sotto i palchi e riflettendo, oggi come allora, valori come autenticità, grinta, ambizione e spirito libero.