

PRESSEINFORMATION

»Für Kenner ohne Rebstock im Arsch«: Young Poets und Jung von Matt Hamburg kreieren erste gemeinsame OOH-Kampagne

Hamburg/Owen, August 2024

Wein ist nicht kompliziert, sondern einfach – und macht Spaß. Genau das will die erste Out-of-Home-Kampagne von Young Poets, die in Zusammenarbeit mit Jung von Matt Hamburg entstanden ist und mit Unterstützung von WallDecaux ab sofort in Berlin, Düsseldorf, Hamburg, Köln und Stuttgart zu sehen ist, vermitteln. Die Motive zeigen die Young Poets Weine, von Riesling über Rosé bis zum neuen Primitivo, zusammen mit kurzen Headlines: Ob »Chin Chin ohne Chi-Chi«, »Feine Noten trinken, statt große Töne spucken« oder »Kennste einen trinkste alle«, Young Poets überträgt Tonalität und Look auf Außenwerbung. Das Ziel der Kampagne ist es, Lust auf Young Poets zu machen, die Wiedererkennung der jungen Weinmarke zu fördern und das starke Markenwachstum der letzten Jahre weiter voranzutreiben. Dafür arbeitet Young Poets seit Anfang des Jahres und in Zukunft langfristig mit Jung von Matt Hamburg zusammen.

Elijah Werner, Gründer von Young Poets: »Young Poets habe ich gestartet, weil ich vom Weinangebot verwirrt und gelangweilt war. Wir stehen für unkomplizierten, einfach geilen Wein von preisgekrönten, jungen Winzer:innen. Mit der Kampagne wollen wir, wie auf Social Media und im Supermarktregal auch, im Umfeld des Point of Sale mit unserem distinktiven Look herausstechen. Neben Mack & Schühle für eine starke Handelsdistribution ist nun Jung von Matt Hamburg dafür der perfekte Partner, denn wir lieben es beide, durch Kommunikation aufzufallen und auch mal etwas zu provozieren.«

Alexander Norvilas, Executive Creative Director bei Jung von Matt Hamburg: »Unsere Out-of-Home-Kampagne ist wie die Weine der Jungwinzer:innen von Young Poets: einfach, zugänglich und ohne Blabla. Und garantiert ohne Rebstock im Arsch.«

MACK & SCHÜHLE

THE WINE AND SPIRITS FAMILY

Die erste Out-of-Home-Kampagne von Young Poets besteht aus sieben Motiven, die das Portfolio der Weinmarke zeigen: den Never say no to Primitivo, Everything happens for a Riesling, Fifty shades of Grauburgunder, Always sunny Sauvignon Blanc, Allday Rosé und Weiß Weiß Baby Weissburgunder. Jede Weinsorte ist der Hero des Motivs und wird von einer Headline flankiert: »Chin Chin ohne Chi-Chi«, »Feine Noten trinken statt große Töne spucken«, »Kennste einen trinkste alle«, »Willst du mit mir gehen? Ja. Wein. Vielleicht.«, »Für Kenner ohne Rebstock im Arsch«, »Genie in a Bottle« und »Komm schon Baby beweg dein Glas«. Die Sprüche sollen Spaß machen und die oft komplizierte und etwas verstaubte Welt des Weins aufbrechen. Der Look der Flaschenlabels von Young Poets wird in der Kampagne fortgeführt.

Die Out-of-Home-Kampagne ist ab sofort bis 11. August 2024 in den Topstädten Berlin, Düsseldorf, Hamburg, Köln und Stuttgart im Umfeld passender Supermärkte exklusiv bei WallDecaux zu sehen. In Berlin und Hamburg sind 3D-Billboards mit animierten Weinflaschen ein besonderes Highlight.

Über Young Poets

Inspiziert von der Leidenschaft für guten Wein und plakatives Design, gründet Marketing-Profi Eliah Philipp Werner 2019 nebenberuflich Young Poets in Frankfurt. Das Portfolio umfasst aktuell sechs Weine, die in Zusammenarbeit mit jungen, preisgekrönten Winzer:innen entstanden sind: einen Riesling und einen Sauvignon Blanc mit Winzerin Victoria Lergenmüller aus der Pfalz, einen Grauburgunder und einen Rosé mit Winzer Christoph Kern aus Württemberg, einen Weißburgunder von den Brüdern Jakob und Johannes Walz aus Baden und einen Primitivo mit Winzerin Alessandra Quarta aus Apulien. Die Vision von Young Poets ist, weltweit mit talentierten Winzer:innen, jungen Poet:innen, zusammenzuarbeiten und spannende Weinabenteuer zu kreieren. Die hochwertigen Weine mit markanten Eyecatcher-Labels und viel Liebe zum Design-Detail werden den Ansprüchen der Millennials und Gen Z gerecht. Seit 2021 ist die Mack & Schühle AG exklusiver Vertriebspartner von Young Poets. Die beiden Unternehmen sind stolze Unterstützer der Initiative »Wine in Moderation« sowie der Kampagne »Don't drink and drive« und setzen sich für verantwortungsvollen Wein-Genuss ein. Die Young Poets Weine sind für 6,99 Euro pro

MACK & SCHÜHLE

THE WINE AND SPIRITS FAMILY

Flasche (UVP) bei Lebensmitteleinzelhändlern in Deutschland sowie online unter www.young-poets-wine.com erhältlich.

Die Assets der Kampagne unter: <https://www.dropbox.com/scl/fo/4rsbyc58k1toz4yogeruo/ALHmg9Jf0LEwcXXIOElvJc?rlkey=9etdqowidanevfh10iqd663sg&e=1&dl=0>

Bildunterschrift:



Eines der Motive der Out-of-Home-Kampagne von Young Poets (Bild: Jung von Matt)

Über Mack & Schühle

Mack & Schühle „The Wine & Spirits Family“ ist eine international agierende, dynamische Unternehmensgruppe mit der langfristigen Ausrichtung eines visionären Familienunternehmens. Sie ist als globaler Importeur, Produzent, Distributor und Markeninhaber im Bereich Wein und Spirituosen tätig. An den Standorten in USA (Mack & Schühle Inc.), Italien (Mack & Schühle Italia SpA) und Deutschland (Mack & Schühle AG) sowie in weiteren Tochtergesellschaften arbeiten weltweit über 300 Mitarbeiter:innen, die jeden Tag aufs Neue ihren Blick für die Herausforderungen und Chancen des Marktes schärfen. Im Geschäftsjahr 2023 erzielte die Gruppe insgesamt einen Umsatz von 450 Mio. Euro.

Die Mack & Schühle AG in Owen/Teck in Deutschland zählt zu den führenden Distributoren und Dienstleistern für Wein und Spirituosen im mitteleuropäischen Raum. Das Unternehmen ist seit seiner Gründung 1939 familiengeführt und beschäftigt heute über 200 Mitarbeiter:innen. Weltweite Beteiligungen an Produktions- und Vertriebsstandorten runden das Profil der Mack & Schühle AG ab. Durch die internationale Struktur besteht ein signifikanter globaler Blick auf Trends, Marktveränderungen und zukünftige Optionen mit einem Fokus auf nachhaltiges unter-

MACK & SCHÜHLE

THE WINE AND SPIRITS FAMILY

nehmerisches Handeln. Dies wird durch zahlreiche Kooperationen mit Umweltschutzorganisationen, nachhaltig arbeitenden Partner:innen sowie dem Bionisys-Portfolio mit Bio- und Demeter-Produkten realisiert.

Als ganzheitlicher und qualitätsorientierter Dienstleister für seine Partner:innen auf Handels- und Produzentenseite versteht sich das Unternehmen. Das Leistungsspektrum umfasst internationale Erzeugermarken und vielseitige Eigenmarken sowie kundenspezifische Produkte in sechs Portfolios: MackWines, MackEditions, MackSpirits, Alexander Baron von Essen, TerraVini und Bionisys.

Pressekontakt zu dieser Meldung und zur Young Poets-Kampagne:

PEPPERSTARK GmbH

Telefon: +49 89 4114 7758

team@pepperstark.de

Pressekontakt Mack & Schühle:

meister-plan // agentur für werbung & pr

Bettina Meister

Traubenstraße 20, D-70176 Stuttgart

Telefon: +49 711 2635443, Mobil: +49 172 9393527

pr@meister-plan.de, www.meister-plan.de

Unternehmenskontakt:

Mack & Schühle AG

Chris Swanepoel (Director Marketing)

Neue Straße 45, D-73277 Owen/Teck

Telefon: +49 7021-5701-0

swanepoel@mus.de, www.mus.de

Besuchen Sie Mack & Schühle auf:   