

JET und weiter.

Deutschlands beliebteste Tankstellenmarke startet neuen Markenauftritt



- **Bedürfnisse mobiler Menschen erfüllen – mit JET besser unterwegs sein**
- **Neuer Claim: JET und weiter**
- **Kampagnenumsetzung mit Schwerpunkt TV/Online ab 24. Juni**
- **Neuer Kreativpartner: MOTOR Kommunikation aus Berlin**

Hamburg, 24. Juni 2022; JET, die beliebteste Tankstellenmarke in Deutschland (Quelle: www.yougov.de), startet mit einer neuen Kampagne in den Sommer – erstmals in der Unternehmensgeschichte mit Realbild-Spots für TV und Online. Die neue Kampagne bedeutet

Pressekontakt JET:
coast communication, Elbberg 6c, 22767 Hamburg
Tel.: 040/38 02 35-0, e-mail: home@coast-communication.de



auch das Ende einer Ära: Nach 16 Jahren Werbung im Comic-Stil von Rötger „Brösel“ Feldmann und einer ebenso langen, erfolgreichen Zusammenarbeit mit der Agentur ad.quarter aus Hamburg hat sich JET im Rahmen eines Pitches für einen neuen Kreativpartner entschieden – MOTOR Kommunikation aus Berlin.

„Zwölfmal in Folge beliebteste Tankstellenmarke, zahlreiche Auszeichnungen und ein starker Markenauftritt in den vergangenen Jahren sind der Beleg für die großartige Zusammenarbeit mit ad.quarter, für die wir sehr dankbar sind. Gleichzeitig haben sich der Markt und die Bedürfnisse der mobilen Menschen und damit auch die Anforderungen an unsere Tankstellen als Versorgungspunkte verändert. Das hat uns unter anderem eine umfangreiche, repräsentative Marktforschung deutlich gezeigt“, so Nikolai Lassen, Lead Marketing & Communication bei JET. „Auf Basis dieser Erkenntnisse haben wir unsere Marke neu ausgerichtet und ihr gemeinsam mit MOTOR eine zeitgemäße Richtung gegeben. Was uns dabei besonders gut gefallen hat: Es ist dem Team von MOTOR gelungen, den besonderen Charakter der Marke JET zu erhalten und zugleich den veränderten Anforderungen an die Kommunikation gerecht zu werden. Dabei entstanden ist ein umfassendes Konzept, das wir in allen Kanälen nutzen können.“

Einfach besser unterwegs sein

JET definiert sich noch stärker als bisher als Versorgungspunkt für mobile Menschen und bietet eine unkomplizierte und verlässliche Unterwegsversorgung mit allem, was die Kundinnen und Kunden noch besser zum Ziel bringt: Kraftstoff, Kaffee, Getränke, frische Snacks, Betriebsstoffe, Autowäsche und zusätzliche Services.

Wie die Kundinnen und Kunden schnell und gut versorgt ans Ziel kommen können, zeigen sechs neue TV-Spots (zwei mit 30 Sekunden, vier mit 10 Sekunden) – unkonventionell und humorvoll wie von JET gewohnt, jetzt aber erstmals mit realen Personen und nicht mehr mit gezeichneten Charakteren.

Volker Jensen von MOTOR: „Wir sind gespannt und erfreut zugleich, mit JET eine Partnerschaft aufzubauen, die mindestens ebenso lange hält wie bei unseren Vorgängern (Chapeau, ad.quarter) und den thematischen Anforderungen gerecht wird, die die strategische Weiterentwicklung des Angebots und der Marke mit sich bringen.“ Sein Partner Frederik Hofmann ergänzt: „Man hat nicht oft die Gelegenheit, eine Marke so weiterzuentwickeln, wie wir das jetzt bei JET machen – vom Plakat an der Zapfsäule bis zum TV-Spot. Das macht unserem Team mächtig Spaß, vor allem, weil es ein fortlaufender Prozess ist, der noch lange nicht zu Ende ist. Getreu dem neuen Claim ‚JET und weiter.‘“

Oliver Reichert, Manager Retail Germany bei JET: „JET steht als das Original im Unterpreissegment natürlich auch weiterhin für Markenkraftstoff zum günstigsten Preis – das können unsere Kundinnen und Kunden auch in Zukunft von uns erwarten. Unser neuer Claim ‚JET und weiter.‘ macht aber deutlich, dass unsere Marke noch viel mehr bietet. Denn JET versorgt schnell und unkompliziert mobile Menschen und bietet ihnen genau das, was sie unterwegs

Pressekontakt JET:

coast communication, Elbberg 6c, 22767 Hamburg

Tel.: 040/38 02 35-0, e-mail: home@coast-communication.de



benötigen: von Tanken und Autowäsche über hochwertigen Kaffee und leckere Snacks bis hin zu weiteren Angeboten wie beispielsweise DHL-Packstationen. Und weiter.“

Start der Kampagne ist am 24. Juni im TV und Online im Umfeld Nachrichten, Sport, Spielfilm, Reisen. Filmproduktion ist bwgtbild, die Mediastrategie stammt von mediaplan.

Links zu den Spots:

Spot 1

Spot 2

Über JET

Die JET Tankstellen Deutschland GmbH verfügt bundesweit über ein Netz aus mehr als 680 JET Stationen und über 280 Waschanlagen. JET ist seit 1970 erfolgreich auf dem deutschen Tankstellenmarkt tätig und bietet mobilen Kunden und Kundinnen unkomplizierten und schnellen Service sowie ein verlässliches, attraktives Shop- und Bistrosortiment. Ob im Shop, bei der Autowäsche oder an der Zapfsäule – JET steht für Markenqualität zu fairen Preisen. So waren JET Kraftstoffe laut einer Studie des ADAC durchschnittlich fast 6 Cent günstiger als die der teuersten Anbieter. Nicht umsonst haben Verbraucher:innen JET zum wiederholten Mal in Folge zur beliebtesten Tankstellenmarke Deutschlands gewählt (Quelle: www.yougov.de). Auch beim deutschen Fairness-Preis ist JET Seriensieger in der Kategorie "Tankstellenshops" (Quelle: www.disq.de). Mehr Informationen zum Angebot von JET unter: www.jet-tankstellen.de



Über MOTOR Kommunikation

MOTOR Kommunikation GmbH ist eine Kreativ-Agentur aus dem Herzen Berlins. Das 20-köpfige Team aus Kreuzberg um die beiden geschäftsführenden Gesellschafter Frederik Hofmann und Volker Jensen betreut Kunden wie Netflix, Paramount (hier u. a. Comedy Central), Pluto TV, MOWI

Pressekontakt JET:

coast communication, Elbberg 6c, 22767 Hamburg

Tel.: 040/38 02 35-0, e-mail: home@coast-communication.de



(weltweit größter Produzent von Atlantischem Seelachs), Emma Matratze sowie Berlin gegen Nazis. Die 2010 gegründete Kreativagentur zeichnet von der strategischen Markenpositionierung über CI- und Logo-Entwicklung bis zu nationalen wie internationalen Kampagnen verantwortlich. MOTOR Kommunikation GmbH ist eine 100%ig unabhängige und inhabergeführte Agentur. Für eine konsequente Beratungskultur sorgt Volker Jensen, Gesellschafter und Geschäftsführer Beratung & Strategie, der sein Handwerk u. a. bei Grabarz und Partner und Heimat lernte. Vielfach national und international ausgezeichnete Kreativ-Geschäftsführer und Gesellschafter Frederik Hofmann hat u.a. bei Philipp und Keuntje, Scholz & Friends und bis zur Gründung von MOTOR 2010 bei Jung von Matt/Spree gearbeitet.