# Neue Awareness-Kampagne

Mit einer emotionalen Kampagne werden die Wiener Konsumenten über die Vorteile des Einkaufs im lokalen Fachgeschäft informiert

Am 26. Mai enthüllten die Wiener Fleischer ihre neue, lokale Werbekampagne am Wiener Stephansplatz. Mit diesem aufmerksamkeitsstarken Startschuss der emotionalen Kampagne geben die Gewerbetreibenden in der Bundeshauptstadt ein kräftiges Lebenszeichen von sich und laden alle Wienerinnen und Wiener ein, ihre Fleisch- und Wurstspezialitäten beim Fleischer des Vertrauens einzukaufen.

Die Werbekampagne wird in Fach- und Publikumsmedien im

Printbereich geschaltet und hält auch über Infoscreen, in öffentlichen Verkehrsmitteln im Rahmen von Bus-Brandings, Citylight-Plakaten und ein fulminantes Station-Branding in der U-Bahn-Station Stephansplatz Einzug in die Öffentlichkeit.
Denn Fleisch ist wertvoll, gesund, Teil unserer Ernährung, ein besonderes Lebensmittel, bei dem nicht nur die Herkunft zählt. Damit ist es eben nicht „Wurst“, ob Fleisch vom handwerklichen Fachbetrieb oder durch industrielle Massenproduktion auf die Teller kommt.

„Wir wollen den Wienerinnen und Wienern, die täglich ihre Einkaufsentscheidung bei Lebensmitteln treffen, die Wahl erleichtern. Denn es macht einen Unterschied, ob Fleisch- und Wurstwaren gewerblich oder industriell hergestellt werden“, erklärt KR Erwin Fellner, Innungsmeister der Wiener Fleischer, die Überlegungen hinter der Kampagne: „Wir Fleischer ums Eck sind die einzige Alternative zu Betrieben mit industrieller Erzeugung. Wir fertigen unsere Produkte unter eigenem Namen, wir geben Auskunft, beraten und nehmen uns Zeit. Das tun die Regale nicht, und auch nicht die verkleideten Figuren aus der Werbung,“ so der Innungsmeister und verpackt hier wohl einen Seitenhieb auf die Hofstädter-Kampagne von Rewe.

**Positive Emotionen**
„Für uns war es wichtig, mit den Themen Fleisch, den Fleischern und den Menschen, die Fleisch genießen, sensibel umzugehen und positive Emotionen auszulösen – nicht zu provozieren, zu attackieren oder gar zu jammern,“ erörtern Dagmar Grimus-Leitgeb und Karin Singer-Golliasch unisono, die für die Kreation und Umsetzung der Kampagne verantwortlich zeichnen: „Der Einkauf beim Greißler oder am Markt, wie auch lokale, handgefertigte Produkte gehören zum aktuellen Lifestyle. Und so ist es auch mit dem Einkauf des sensiblen Lebensmittels Fleisch.“

**Einkauf im Grätzel boomt**
Denn der Einkauf im Grätzel beim Fachgeschäft ums Eck erlebt gerade in Wien ein Revival. Dies gilt es zu nutzen und den

Wienerinnen und Wienern zu vermitteln, dass sie bei den 140 Fleischern, die es noch in Wien gibt, ehrlich und bestens bedient werden. „Auf uns und unsere Fachkenntnisse können sich die Konsumenten verlassen“, bläst Fellner ins selbe Horn. „Wir garantieren besondere Qualität, Frische, regionale Spezialitäten und die Nähe zum Kunden. Diese gewerblichen Betriebe mit ihren angeschlossenen Produktionsräumen garantieren Lebensqualität vor Ort und verhindern lange Transportwege. Diese Botschaften wollen wir vermitteln!“ Denn Lebensqualität hat einen Namen – die Wiener Lebensmittelgewerbe.(Red/WKW)

**Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at**