

Neue AMA Kampagne: Haltung.at

Haltung.at: Die neue Website von AMA soll Konsument:innen über Landwirtschaft und Lebensmittelproduktion sachlich informieren.



Hinter den Kulissen bei der neuen Informationskampagne von AMA. (©AMA/Marko Laitinen)

Die neue AMA-Informationskampagne liefert Hintergründe, damit Konsumentinnen und Konsumenten aus ihrer Haltung heraus diese Entscheidungen treffen können. Darüber hinaus ruft sie auf, Schwerpunktthemen wie Tierwohl konsequent gemeinsam weiterzuentwickeln.

Haltung.at als Informationsplattform

Der Spin der Kampagne wurde maßgeblich von der AMA-Marketing inhouse erarbeitet und in Zusammenarbeit mit

Agenturen umgesetzt. Mit dieser Informationskampagne steuert die AMA-Marketing bewusst hin zu noch mehr faktenbasierter Information.

Unter dem Namen **Haltung** bietet die breit angelegte Kampagne Hintergrundinformationen zur Entwicklung der Landwirtschaft und zu Themen wie Herkunft, Tierwohl, Tierhaltung, AMA-Kontrollen, Saisonalität, Warenkunde etc. Zusätzlich beinhaltet die Kampagne einen Aufruf an Produzent*innen, Verarbeiter*innen, Handel und Konsument*innen, an Schwerpunkten wie Tierwohl und Tierhaltung zu arbeiten und gemeinsame Lösungen zu entwickeln.

Das alles ist gebündelt auf der Website **Haltung.at** nachzulesen. Flankiert wird **Haltung.at** von einem am Nationalfeiertag gelaunchten Bewegtbild-Spot, einem Audio-Spot und einer Reihe von Social Media-Videos. Die Kurzvideos **Mythen vs. Fakten** greifen gängige Missverständnisse und Klischees auf, die dann von echten Bäuerinnen und Bauern aus verschiedensten Regionen Österreichs klargestellt werden.

Florian Teichtmeister Stimme der AMA-Marketing-Kampagne

Für die Spots in TV, Online und Radio konnte als Sprecher Burgschauspieler Florian Teichtmeister gewonnen werden. Er lieh seine Stimme erstmals einer kommerziellen Kampagne aus der persönlichen Überzeugung, dass **Haltung** einen nutzenstiftenden Mehrwert für viele Menschen und vor allem Tiere haben kann.

In der zweiten Phase der Kampagne werden die Errungenschaften der Akteur*innen Produzent*innen, Verarbeiter*innen, Handel, Konsument*innen und der AMA-Marketing aufgezeigt. Dabei liegt die Rolle der AMA-Marketing in der federführenden Entwicklung und Etablierung ganzheitlicher Qualitätsprogramme. Gleichzeitig thematisiert die

Kampagne unseren Konsum und die Fragen, die dieser aufwirft.
Fragen nach dem Wert der Lebensmittel und dem Tierwohl.

Ab 14. November, nahezu durchgängig bis Ende des Jahres, werden die Meilensteine in TV, Kino, Social Media, Print und Radio präsentiert. Bei der Umsetzung der Kampagne waren neben der AMA-Marketing mehrere Agenturen maßgeblich beteiligt: Havas Media (Mediaplanung), Havas Creative (Konzept & Produktion), Push-Delta (Bewegtbild-Spot Phase 1), Heimat Wien (Social Media) und Overlap (Webseitenmanagement).

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at