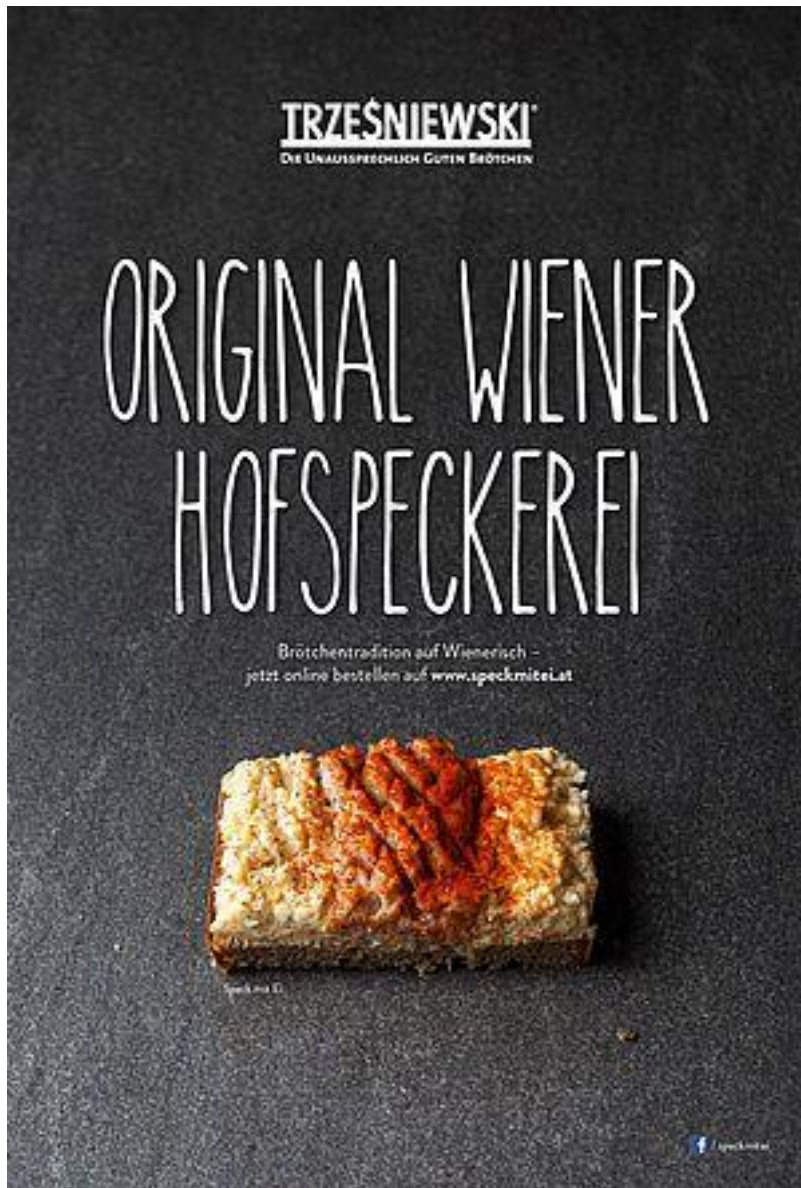


Neuanstrich für Trzesniewski

Lana Gricenko 18. November 2015



City-Light-Sujet für Trzesniewski.

D.N.S. und Ketchum Publico setzen bei der Kreation auf Wiener Schmäh - Neuer Netzauftritt und Werbung auf City Lights

Die Agenturen D.N.S. und Ketchum Publico haben sich für Trzesniewski ins Zeug gelegt und neben einer neuen City-Light-Kampagne auch den Web-Auftritt der Wiener Brötchenschmiede aufgefrischt.

Die neu gestaltete Website Trzesniewski.at, auf die man auch automatisch bei Eingabe von Speckmitel.at gelangt, passt sich mit ihrem aufgeräumten Responsive-Design dem aktuellen Zeitgeist an. Der überarbeitete Webshop ermöglicht Kunden die Bestellung einzelner Brötchen sowie vorgefertigter Pakete per Mausclick. Über den Brötchenplaner lässt sich die

gewünschte Bestellmenge einfach kalkulieren und die Auswahl direkt in den Warenkorb übernehmen.

Ketchum Publico ist als Lead-Berater für die Positionierung und die neue Kommunikationsstrategie verantwortlich. "Es ist ein Vergnügen, für 'den Trzesniewski' zu arbeiten und die Kommunikation dieser Wiener Institution auf neue Beine zu stellen", freut sich Saskia Wallner, Geschäftsführerin von Ketchum Publico. „Im Sinne von ESOP kommunizieren wir dabei über earned, shared, paid und owned Kanäle.“

City Lights mit Wiener Schmäh

Passend zum modernisierten Webdesign präsentiert sich auch die neue Werbelinie aus dem Hause D.N.S. Die Sujets stellen die Brötchen in den Mittelpunkt. Sprüche mit Augenzwinkern wie „Original Wiener Hofspeckerei“, „Stadt pikant“ und „Brot weiß rot“ spielen auf die gelebte Wiener Brötchentradition bei Trzesniewski an.

„Trzesniewski ist ein Wiener Traditionsunternehmen und seit jeher mit seinem einzigartigen Kernprodukt, den köstlichen Brötchen, erfolgreich. Genau das hebt die aktuelle Kampagne hervor“, sagt D.N.S. Geschäftsführer Niklas Duffek.

Die Sujets sind ab sofort an rund 70 City-Light-Standorten in Wien sichtbar. Weiters gibt es Online-Werbemaßnahmen, die auf die neue Website führen.