

AMA startet Kampagne zum Thema Versorgungssicherheit

Blass: Vertrauen der Konsumenten in regional erzeugte Produkte stärken

Wien, 27. März 2020 (aiz.info). - Die ersten Wochen der Corona-Situation haben bewiesen: Regionale Lebensmittel werden wertgeschätzt wie nie zuvor. Diese Wertschätzung will die AMA-Marketing nutzen, um die Beziehung zwischen Konsumenten und Bauern nachhaltig aufzuwerten. Die soeben gestartete neue Kampagne, die in Echtzeit und höchst konzentriert synchron zur sich verschärfenden Situation entwickelt wurde, soll das Vertrauen der Konsumenten in regional erzeugte Produkte und Kreisläufe in der Krise, aber auch für die Zeit danach, stärken. * * * *

Michael Blass, Geschäftsführer der AMA-Marketing, zum Hintergrund der Kampagne: "Selbst wenn es im Laufe der Wochen Schwierigkeiten mit internationalen Logistikketten geben sollte, so ist der tägliche Bedarf durch den hohen Selbstversorgungsgrad in Österreich gedeckt. Das gilt auch langfristig, denn es werden nicht einfach Lagerbestände leer geräumt, sondern kontinuierlich Lebensmittel produziert. Die Kühe geben weiterhin Milch, die Hennen legen Eier, Gemüse wird geerntet und laufend werden Tiere geschlachtet."

"Unsere Bauern liefern"

Die gemeinsame Klammer der Kampagne lautet "Unsere Bauern liefern". Die AMA setzt bewusst bei den Landwirten als Produzenten aller Rohstoffe für die Verarbeitung an, bezieht aber alle Stufen der Produktionskette in die Text- und Bildsprache ein. Das Layout der aktuellen AMA-Gütesiegel-Dachkampagne wurde weitergeführt, um Wiedererkennbarkeit und Synergien in der Vertrauensbildung zu verstärken.

Der TV-Spot startete gestern, Donnerstag, zur besten Sendezeit im ORF. Allein die ersten drei Ausstrahlungen erreichten 1,2 Mio. Menschen. Der Spot ist eingebettet in eine cross-mediale Kampagne. Bereits vor einigen Tagen startete die AMA auf ihren Social-Media-Kanälen Postings unter dem Claim "Unsere Bauern liefern". Das authentische Bildmaterial produzieren die Bauern selbst und stellen es der AMA-Marketing kostenlos zur Verfügung. Sie fotografieren sich völlig uninszeniert bei ihrer täglichen Arbeit im Stall und auf dem Feld. "Die Kommentare der ersten Tage stimmen uns äußerst positiv, dass wir damit Herz und Hirn der Konsumenten erreichen", erklärt Blass.

Kampagne bis Ende Juni

Korrespondierende Print-Anzeigen in reichweitenstarken Publikumsmedien werden folgen. Auch sie greifen die Idee der Postings auf und zeigen die Bauern bei ihrer Arbeit. Die Kampagne wird - in mehreren Ausbaustufen und mit angepassten Inhalten und Maßnahmen - einen Zeitraum bis Ende Juni abdecken.

"Wir freuen uns sehr, dass wir von der AMA beauftragt wurden, die Kampagne mitzugestalten. Neben dem professionellen Interesse an exzellenter Kommunikation, ist das Thema 'österreichische Lebensmittel' für unser Team nicht nur in diesen Tagen eine Herzenssache. Wir helfen alle zusammen, um optimal zu liefern", so **Michael Göls**, Geschäftsführer der Agentur Havas, die die AMA sowohl in der Kreation als auch bei der Mediaschaltung begleitete.

Der Spot ist unter <https://youtu.be/Nj9Jf3l1qHA> zu sehen. Weitere Postings gibt es auf Facebook und Instagram unter: <https://www.facebook.com/amainfo.at> sowie <https://www.instagram.com/amainfo.at>.
(Schluss) - APA OTS 2020-03-27/11:24