



„Teilen macht Sinn“- Kampagne gewinnt Effie-Award in Gold

Wiener Tafel, Media-Agentur MEC & Werbeagentur Gabler, Werbung, Film, bekommen „Werbe-Oscar“

Wien, Dienstag, 18. November 2014 – Die Kampagne „Teilen macht Sinn“ hat am Mittwoch, 12. November 2014 bei der Effie-Gala im MuseumsQuartier den Effie-Award in Gold - den nationalen „Oscar“ der Werbe- und Kommunikationsbranche – in der Kategorie „Soziales“ gewonnen! In ihrer Begründung hebt die Jury die Effizienz der Kampagne hervor – mit einer Steigerung der Mediennennungen um 33% und einem Zuwachs an Unique Visitors auf der Aktionshomepage www.suppemitsinn.at um 15 % zum Vorjahr 2012 konnten die Werbeagentur Gabler, Werbung, Film, und die Media-Agentur MEC die Winterhilfsaktion der Wiener Tafel „Suppe mit Sinn“ maßgeblich ins Bewusstsein der RezipientInnen bringen. Andreas Gabler, der mit seinem Kreativ-Team die Kampagne „Teilen macht Sinn“ entwickelt hat und Daniel Brzjchaczek von der Media-Agentur MEC haben den Effie-Award in Gold gemeinsam mit Ulli Schmidt, Geschäftsführerin der Wiener Tafel, entgegengenommen! Die beiden Agenturen betreuen die Wiener Tafel seit 2009 als Pro Bono-Kundin. Das sympathische und ansprechende Sujet - heiße, appetitlich dampfende Gemüsesuppe im halbierten und einsehbaren Schüsselchen - spielt gekonnt mit der Botschaft: „‘Suppe mit Sinn‘ genießen und „Teilen“ machen Sinn, denn: Wer teilt, vermehrt Glück.“ Die neue Kampagne „Teilen macht Sinn“ startete 2013. Als Testimonial konnte Barbara Stöckl gewonnen werden. Seit Sommer 2014 beliefert die Wiener Tafel 16.000 Bedürftige in bereits 99 Sozialeinrichtungen im Großraum Wien mit Lebensmitteln, die vor dem Müll gerettet werden. Die Winterhilfsaktion der Wiener Tafel startete offiziell am 1. November und läuft bis 31. Dezember 2014.

„Kleines“ Werbe-Budget - große Wirkung

„Die besondere Herausforderung besteht für uns darin, ohne vorhandenes Werbebudget die Kernbotschaften der Wiener Tafel breit und wahrnehmbar zu kommunizieren und Menschen dazu zu bringen, die Wiener Tafel bei ihrer wichtigen Arbeit gegen Armut, Hunger und Lebensmittelverschwendung zu unterstützen“, schildert Ulli Schmidt, Geschäftsführerin der Wiener Tafel, die spannende Ausgangssituation und betont: „Ohne den engagierten Einsatz unserer langjährigen Kooperationspartner und Sponsoren wäre dies nicht möglich! Wir haben mit Media-Agentur MEC und Werbeagentur Gabler, Werbung, Film, Partner, die gemeinsam mit der Wiener Tafel seit 2009 konsequent, engagiert und hochprofessionell die Botschaften der Wiener Tafel in perfekt passende Bilder und Worte gießen und diese wahrnehmbar machen. Das Geheimnis hinter dem Erfolg der Kampagne „Teilen macht Sinn“ liegt in der Begeisterung aller Beteiligten für die gemeinsamen Ziele und in den kreativen, originellen und ästhetischen Lösungen, die daraus entwickelt werden. Dass die Wiener Tafel dabei immer – wie alle anderen (zahlenden) KundInnen auch - als Kundin erster Klasse behandelt wird, ist Teil der großartigen Zusammenarbeit und steht ganz einfach für das ehrliche und anhaltende soziale Engagement der Teams von MEC und Gabler, Werbung, Film, „ betont Schmidt.

„Teilen macht Sinn“

... haben auch heuer wieder über hundert Gastronomiebetriebe im Großraum Wien zu ihrem Motto gemacht und sich zeitgerecht für die Wiener Tafel-Winterhilfsaktion „Suppe mit Sinn“ angemeldet! Winter und Kälte sind für armutsbetroffene Menschen besonders hart. Umso mehr dient die heiße Suppe als Symbol für Solidarität mit Menschen, die ihr Leben unter schwierigen Bedingungen meistern müssen, weil sie von Armut und Hunger betroffen sind. Zum siebenten Mal beteiligen sich an der Winterhilfsaktion „Suppe mit Sinn“ Gastwirtschaften – vom kleinen Beisl am Eck bis zum Gourmet-Tempel – im gesamten Wiener Stadtgebiet und darüber hinaus. Lediglich im elften, im 16. und im 20. Wiener Gemeindebezirk gibt es noch keine „Suppe mit Sinn“-Lokale. Die Winterhilfsaktion der Wiener Tafel sichert mit den Spendeneinnahmen vom 1. November bis zum 31. Dezember, dass die Wiener Tafel ihrer sozialen Transferarbeit nachkommen und die anfallenden Kosten für die Lebensmitteltransporte decken kann. Alle „Suppe mit Sinn“-Lokale und weitere Informationen sind unter www.suppemitsinn.at zu finden. Zur Umsetzung der Hilfsaktion bekommen die teilnehmenden Gastronomie-Unternehmen die Werbemittel - je nach Bedarf Poster, Flyer, Tischaufsteller, Bierdeckel und Freecards - kostenlos zu Verfügung gestellt. Die Druckkosten übernimmt auch heuer wieder Kooperationspartner METRO Cash & Carry.

Werbestrategie permanent anpassen

„Wer unsere Gesellschaft solidarischer und gerechter machen will, muss geplant und professionell kommunizieren“, ist Andreas Gabler, Gründer und Geschäftsführer der Werbeagentur Gabler, Werbung, Film, überzeugt, „ein so grundgescheites uns „unterstützenswertes“ Konzept wie der soziale Transfer der



Wiener Tafel - der sinnvolle und notwendige Brückenschlag von der Überflussgesellschaft zur Bedarfsgesellschaft - führt aber nur dann zu Akzeptanz und Unterstützung durch viele unterschiedliche Menschen, wenn die Kernbotschaften gut verständlich und als sympathisch wahrgenommen werden“, ist der Werbeprofis überzeugt und schildert: „Wichtig ist unserem gesamten Team, dass wir hinter jeder Kampagne hundertprozentig stehen können. Die Arbeit für die Wiener Tafel gibt uns die Chance, mit unserem kreativen Potenzial Gutes zu unterstützen.“ Durch die Steigerung der Werbewirksamkeit der „Suppe mit Sinn“ konnten die Spendeneinnahmen der Winterhilfsaktion von 2012 auf 2013 um 11,1 Prozent gesteigert werden. Das bedeutet, dass 2013 43.578 Portionen „Suppe mit Sinn“ zu Gunsten der Wiener Tafel kredenzt wurden. Mit einem Euro versorgt die Wiener Tafel bis zu zehn Armutsbetroffene mit geretteten Lebensmitteln.

Effie-Award in Gold: Starkes Signal

Werbeflächen für einen Sozial- und Umweltverein wie die Wiener Tafel zugänglich zu machen, bedeutet für die Media-Agentur MEC die Integration des sozialen Anliegens in die tägliche Arbeit: „Wir begleiten die Wiener Tafel bei der Umsetzung ihrer Kampagnen und Projekte seit 2009 weil wir darin die Möglichkeit sehen, mit unserer Kernkompetenz wirklich etwas Gutes zu tun und damit die Welt ein Stück weit gerechter zu machen“, betont Konrad Mayr-Pernek, Geschäftsführer der Media-Agentur MEC, und ergänzt: „Zivilgesellschaftliches Engagement braucht mediale Präsenz. Diese zu ermöglichen sehen wir als unsere eigenste Stärke und Pflicht“, ist Mayr-Pernek überzeugt und ergänzt: „Dass wir gemeinsam mit Gabler, Weurrbung, Film, und Wiener Tafel den Effie-Award als wichtigsten Preis für Marketing und Kommunikation in Gold für die Kampagne „Teilen macht Sinn“ gewonnen haben, freut uns selbstverständlich sehr und ist für uns in erster Linie Ansporn und Bestärkung darin, den Einsatz der Wiener Tafel gegen Armut, Hunger und Lebensmittelverschwendung auch weiterhin medial sichtbar zu machen.“

Geteilte Suppenschüssel vermehrt soziales Engagement

Alle Werbemittel der „Suppe mit Sinn“ tragen das Sujet „Teilen macht Sinn“. Es wird neben Anzeigen in Printmedien und elektronischen Medien vor allem in den Lokalen auf Postern, Tischaufstellern, Bierdeckeln und Freecards zum Einsatz kommen. Idee und Konzept stammen von der Werbeagentur Gabler, Werbung, Film, welche die Wiener Tafel seit 2009 als ProBono-Kundin betreut und maßgeblich dazu beigetragen hat, dass sich die Winterhilfsaktion der Wiener Tafel zu einer der wichtigsten Spendenakquise-Aktionen des Jahres entwickelt hat. Das Sujet wurde ganz auf die Bedürfnisse der Gastronomie abgestimmt entwickelt und soll als Appetitanreger für die Gäste fungieren: Die köstlich heiße Gemüsesuppe dampft appetitlich in einem halbierten Suppenschüsselchen von Augarten-Porzellan! Dass diese nicht ausrinnt, sondern darauf wartet, nicht nur dem konsumierenden Gast sondern gleichzeitig auch zehn bedürftigen Menschen Glück zu spenden, ist der professionellen Umsetzung von Profi-Fotograf Christoph Meissner und seinem Team zu verdanken! Die Konzept-Idee wurde in Absprache mit der New Yorker Foto-Künstlerin Beth Galton entwickelt. Sie halbiert seit Jahren Lebensmittel in ihren Originalgebinden und zeigt diese in ungewöhnlicher Perspektive. Neben den gedruckten Werbemitteln werden die Botschaften der „Suppe mit Sinn“ auch mit einem Radio-Werbespot, den Josef Hader und Barbara Rett eingesprochen haben und einem TV-Werbespot, den Wolfgang Böck mit seiner Stimme zum Leben erweckt, transportiert. Alle Werbemittel sind unter www.suppemitsinn.at zu finden.

Brückenschlag vom Überfluss zum Bedarf

Als unabhängiger Sozial- und Umweltverein lebt die Wiener Tafel vom Engagement Freiwilligtätiger, von Sponsoring, von Mitgliedsbeiträgen und von Spenden. Um die Hilfslieferungen für inzwischen 99 Sozialeinrichtungen auch weiterhin in der gewohnten Qualität aufrecht erhalten zu können, braucht die Wiener Tafel dringend ein neues Hilfslieferfahrzeug! Ab sofort bittet die Wiener Tafel um Spenden für dieses wichtige Vorhaben: Erste Bank, IBAN: AT09 2011 1310 0530 3005, BIC: GIBAATWW. (Schluss)

Rückfragehinweis:

Markus Hübl, MAS
Pressesprecher
PR & Marketing

M: 0650 901 00 03
T: 01 236 56 87-003
E: markus.huebl@wienertafel.at
W: www.wienertafel.at