

VIII

# AMA-Marketing startet neue Kampagne „Das hat einen Wert“

Am 14. September fiel der Startschuss für die neue österreichweite Kampagne der AMA-Marketing. Unter dem Claim „Das hat einen Wert“ werden bis Ende des Jahres verschiedene Werbeformate in TV, Kino, Social Media sowie im öffentlichen Raum und im Radio zu sehen bzw. hören sein.

Zu jeder Zeit genügend Lebensmittel in Supermärkten vorzufinden, ist für viele Menschen selbstverständlich. Das breit gefächerte Angebot an Produkten ist zu einem großen Teil den heimischen Bäuerinnen und Bauern zu verdanken. Sie tragen damit wesentlich zur Versorgung der Bevölkerung bei. Um den Wert von Lebensmitteln stärker ins Bewusstsein zu rufen, startete die AMA-Marketing eine neue Kampagne. „Damit wollen wir die Leistungen der Landwirtschaft nicht nur für die Lebensmittelproduktion, sondern auch für unsere Natur- und Kulturland-



Rafael Weinrichter (Landwirt), Lorenz Mayr (Aufsichtsratsvorsitzender AMA-Marketing und Vizepräsident LK NÖ), Valentina Gutkas (Landwirtin), Christina Mutenthaler-Sipek (Geschäftsführerin AMA-Marketing) und Andreas Weinrichter (Landwirt)

Foto: AMA-Marketing/Bohusch

schaft greifbarer machen und das Verständnis wecken, dass Landwirtinnen und Landwirte von ihrer Arbeit leben können müssen“, erklärt Christina Mutenthaler-Sipek, Geschäftsführerin der AMA-Marketing.

## Kampagnenfahrplan

Die gesamte Kampagne wurde auf Familienbetrieben produziert, damit möglichst reale Bilder entstehen. In den Haupt-

rollen waren nicht Schauspielerinnen und Schauspieler, sondern echte Bäuerinnen und Bauern, deren Leistungen stets im Mittelpunkt standen. Es gab auch kein fixes Skript, die Protagonistinnen und Protagonisten wurden einfach bei ihrem Tagesablauf begleitet.

Die Kampagne startete mit dem Schwerpunkt Milch, bei dem das Thema Nachhaltigkeit im Mittelpunkt steht. Anfang Oktober beginnt der Getreide-

schwerpunkt. Der Fokus liegt hier auf Regionalität, Biodiversität und kurzen Transportwegen. Ab Ende Oktober wird der Schwerpunkt auf Fleisch gelegt. Hier geht es vor allem um die Kreislaufwirtschaft.

Die Spots werden bis Ende des Jahres in TV, Kino, Social Media, auf Werbemedien im öffentlichen Raum und im Radio ausgespielt.

Diese Seite entstand in Kooperation mit der AMA-Marketing

## Making of: Das waren die Dreharbeiten

Die österreichweiten Dreharbeiten für die Kampagne starteten Mitte Juli im Wein- und Waldviertel in Niederösterreich, wo die Sujets für den Bereich Getreide gedreht wurden. Auf weiten Weizen-, Dinkel- und Roggen-Feldern sowie auf Bauernhöfen entstanden authentische Bilder mit Bäuerinnen und Bauern in den Hauptrollen. In den darauffolgenden Wochen ging es weiter ins Innviertel nach Oberösterreich und in den Salzburger Flachgau, um Milchviehbetriebe vor den Vorhang zu holen. Im Hausruck- und Traunviertel in Oberösterreich wurde auf Rindermastbetrieben gedreht. Zum Thema Apfel filmten die Drehteams in Edelsbach bei Feldbach in der Steiermark, der Gemüsedreh fand in Eferding in Oberösterreich statt. Als letzte Station zog es die Drehteams in die Steiermark, um Geflügel- und Schweinemastbetriebe vor die Kameralinse zu bekommen. Neben Landwirtinnen und Landwirten kommen auch viele Verarbeitungsbetriebe in den Spots vor.

Foto: AMA-Marketing/Wolfgang Bohusch

