

Wie funktioniert das Ganze?

- Zusammen mit dem Innungsbeitrag werden jährlich 41 € je Betrieb eingezogen und über die Landesinnungsverbände an die WFF weitergereicht.
- Der DFV ruft einen Arbeitskreis zusammen, der einen Vorschlag für ein Werbekonzept erstellt.
- Der Vorschlag des Arbeitskreises wird vom Gesamtvorstand genehmigt.
- Die Kampagne wird produziert und die Sendezeiten eingekauft.
- Den Landesverbänden, Innungen und Fleischer-Fachgeschäften werden alle Elemente der Kampagne im Mitgliederbereich des Internets kostenlos zur Verfügung gestellt.
- Interessiert?
Fragen Sie einfach Ihren Ansprechpartner beim Deutschen Fleischer-Verband!

Ihr Ansprechpartner:



Dr. Reinhard von Stoutz



Deutscher Fleischer-Verband e.V.
Kennedyallee 53
60596 Frankfurt am Main

Tel.: 0 69/6 33 02 - 104
Fax: 0 69/6 33 02 - 120
mail: r.stoutz@fleischerhandwerk.de

Gemeinschaftswerbung im Fleischerhandwerk



Wir arbeiten
für Sie.

Unterstützung- und Beratungsleistungen
des Deutschen Fleischer-Verbandes

Die Gemeinschaftswerbung

Einmal jährlich wirbt das Fleischerhandwerk gemeinschaftlich, um durch einen einheitlichen und starken Auftritt als Marktteilnehmer wahrgenommen zu werden.

Von der Gemeinschaftswerbung profitiert jedes Innungsmitglied des Fleischerhandwerks.

2009 und 2010 steht die Gemeinschaftswerbung unter dem Motto „Das Original!“.

Die Werbekampagne „Das Original!“

- TV-Spot auf den Sendern ARD, Pro7, Sat1 und Kabel1
- Radiospot
- Image-Spot im Internet
- Microsite
- Fensteraufkleber in den Fleischer-Fachgeschäften
- Zeitungsanzeigen
- Die f-Marke
- Plakat „Das Original!“

Der TV-Spot

Die Themen des 10sekündigen Spots sind die Verbundenheit mit der Heimat, das echte Handwerk und die fairen Preise. Zusammen machen Sie das originale Fleischerhandwerk aus.

Der Spot erreicht ca. 40 Mio. Erwachsene durchschnittlich 4 mal.

Die Medienzeitschrift W&V bewertet den Spot als überdurchschnittlich werbewirksam.

Der Radiospot

Analog zum TV-Spot wurde ein 12sekündiger Radiospot produziert. Er beschreibt zusätzlich die Qualität der Produkte und die rote f-Marke.



Der Image-Spot im Internet

Um die junge Zielgruppe anzusprechen, wurde der TV-Spot auch über das Internet verbreitet.

Es konnten knapp 500.000 Kontakte registriert werden.



Die Microsite

Hier werden die Inhalte des Spots gezeigt und beschrieben. Auf die Microsite verlinkt sowohl die Werbung im Internet als auch viele Internetseiten von Fleischer-Fachgeschäften.

Die Fensteraufkleber

Die f-Marke und der Slogan „Fleischerhandwerk Das Original!“ stehen allen Innungsbetrieben als Aufkleber zur Verfügung. Der Aufkleber schafft die Verbindung zwischen TV-Spot und Fleischer-Fachgeschäft.



Die Zeitungsanzeigen

Um auch im regionalen Umfeld auf die Kampagne aufmerksam zu machen, stehen den Mitgliedern kostenlos Vordrucke für Zeitungsanzeigen zur Verfügung.

Die f-Marke

Die bekannte rote Marke ist das zentrale Werbeinstrument des Fleischerhandwerks.

Plakat „Das Original!“

Am Beispiel eines Kochschinkens wird auf die Qualitätsunterschiede zwischen echtem Metzgerschinken und Imitaten aufmerksam gemacht, die oftmals als Metzgerschinken im Handel angeboten werden.