



Pressemitteilung

Kultobjekt Wurst: Knackiger als die Polizei erlaubt?

Hamburg, im August 2010. Um Wurst als modernen Snack mit Kultstatus besonders in den Köpfen der jungen Verbraucher nachhaltig zu verankern, startete der Zentralverband Naturdarm mit jugendlicher Unterstützung die Image-Kampagne „Wurst hat Zukunft!“. Vier kreative Werbespots sind das Ergebnis.

Auch wenn Verbraucher in Bezug auf Lebensmittel viel Wert auf Natürlichkeit legen, so muss doch gerade bei den jungen Konsumenten die Wahrnehmung eines Produktes wie Wurst geschärft werden – und hier zählt die richtige Ansprache. Vor diesem Hintergrund entstand die Idee des Kreativwettbewerbs. Studenten einer hamburgerischen Akademie für Management und Marketing entwickelten kreative Filmkonzepte für eine Image-Kampagne pro Wurst. In der Sprache der jungen Konsumenten setzten sie sich mit dem Thema auseinander. Von den 20 so entstandenen Ideenskizzen wurden vier Konzepte im Rahmen von Projektteams umgesetzt. Das Ergebnis spricht für sich: Ob Polizeieinsatz, Castingshow, klassische Musik oder knackige junge Männer – mit viel Fantasie gingen die Studenten an ihr Werk. Im Mittelpunkt der Filme steht der typische Knackeffekt der Wurst im Naturdarm.

Wurst goes Social Media

Zur richtigen Verbraucheransprache gehört auch die Auswahl des richtigen Kanals, mit dem die junge Zielgruppe erreicht werden kann. Fast 95 Prozent aller Jugendlichen in Deutschland surfen regelmäßig durch das Internet*. Daher setzt der Zentralverband Naturdarm auch online auf den Kultcharakter der Wurst. Um den entstandenen Werbespots die richtige Plattform für ihre Veröffentlichung zu geben, startete im März der Weblog (kurz: Blog) „Knackwurst – herzhaftes Wissensbisse“. Diese Art Website bietet den jugendlichen Konsumenten einen



humorvollen Einblick in die Welt des Kultobjekts Wurst. Ein Blog bietet nicht nur die Möglichkeit, Hintergrundinformationen zielgruppengerecht aufbereitet zu präsentieren, sondern auch Videos einzubinden, Umfragen durchzuführen und in direkten Kontakt mit den Nutzern zu treten.

Unter <http://knackwurstwissen.blogspot.com/> finden Interessierte daher nicht nur kreative Beiträge rund um das Thema Wurst, sondern auch die kurzen Werbespots der Studenten, die seit Mitte Mai online sind. Nutzern können sich hier die Filme anschauen und ebenfalls direkt für ihren Lieblingsspot stimmen und diesen kommentieren. Auf verschiedenen Wegen nähert sich so die Image-Kampagne der relevanten Zielgruppe und bezieht sie mit ein.

Ein Kopf-an-Kopf-Rennen liefern sich bisher der Spot „Der Sound von Morgen“, in dem der Kameramann mit seiner Wurst zum Star wird und „Knackiger als die Polizei erlaubt“, in dem eine Knackwurst einen Polizeieinsatz verschuldet. Mehr als 130 abgegebene Stimmen belegen: Nicht nur kreative Verbraucheransprache hat Zukunft, sondern auch Wurst – denn Wurst ist Kult.

*ARD/ZDF Online-Studie 2009

Weitere Informationen:
Zentralverband Naturdarm e. V.
c/o Euro RSCG ABC Hamburg
Agentur für Kommunikation GmbH
Tabea Reich
Johannes-Brahms-Platz 1
20355 Hamburg
Tel.: (040) 431 75 - 184
Fax: (040) 431 75 - 110
E-Mail: Tabea.Reich@eurorscgabc.de