

Nah&Frisch startet neue Werbekampagne

Die Nah&Frisch-Kaufleute in ihrer Heimat und Umgebung sind die wahren Stars der neuen Kampagne.

Die neue Nah&Frisch-Kampagne stellt die Nah&Frisch Kaufleute noch stärker in den Mittelpunkt und zeigt ihre tiefe Verbundenheit mit den Menschen im Dorf. Die Amadeus Preisträgerin „Die Mayerin“ hat den Nah&Frisch Kaufleuten mit ihrem neuen Hit „Dahoam“ die perfekte Musik dazu geschenkt.

Hannes Wuchterl, Geschäftsführer der Nah&Frisch: „Am Ende ist alles sehr schnell gegangen. Wir hatten ein fixfertiges Konzept am Tisch. Dann haben wir „Dahoam“ von „Der Mayerin“ gehört. Eine Hymne auf das Leben und die Menschen im Dorf. Uns war sofort klar, nichts transportiert unsere Botschaft besser als diese Musik. Wir sind stolz, die Amadeus Preisträgerin „Die Mayerin“ für uns gewonnen zu haben.“

Die neue Kampagne startet ab **8. Juli im Radio** und am **10. Juli** im TV. Zu Beginn setzt Nah&Frisch auf 60“ Spots im TV und 25“ Spots im Radio, die die ganze Kraft der Botschaft in sich tragen, so Hannes Wuchterl: „Unsere Kaufleute: Menschen, die da daheim sind, sind da, für Menschen, die da daheim sind.“

In einer ersten Phase werden 29 Kaufleute aus ganz Österreich stellvertretend für alle 390 Kaufleuten in den TV-Spots zu sehen sein. Anfangs werden sie dabei von 25 Menschen aus dem Dorf begleitet, die lokale Lieferanten und Kunden zugleich sind. Hannes Wuchterl: „Das wird nur der Anfang sein, wir werden in der Zukunft viele unserer Kaufleute und ihre lokalen Lieferanten zeigen.“ Entwickelt wurde die Kampagne von der langjährigen Nah&Frisch Werbeagentur „brokkoli“ unter der Federführung von Miteigentümer und Kreativkopf Erich Falkner.