

dieguten und 7 Gegen Hundstrümmerl auf der Straße und gegen genmanipulierte Nahrungsmittel wird geworben

Direkt ins Gewissen der Zielgruppe hinein werben

Der Tritt ins Glück stinkt, der Genuss von genmanipulierten Tierprodukten verursacht Schlimmeres.

NINA LEPPE

Wien. Sie liegen zuhauf auf den Gehsteigen herum und stinken vor sich hin. Und meistens, wenn der Tag eh schon schlecht beginnt, tritt man auch noch hinein ins Glück. Hundshaufen sind ein großes Problem in den Städten, dem sich dieguten nun angenommen haben. dieguten sind ein Kreativ-Netzwerk für gesellschaftspolitisch relevante Werbung.

Im Oktober vergangenen Jahres hatten dieguten die „Der Dreck muss weg“-Kampagne als Eigenwerbung gestartet. Eine private Initiative gegen das Liegenlassen von Hundekot, die mittlerweile schon zahlreiche Partner und Befürworter gefunden hat – darunter auch Karl Homole, Bezirksvorsteher in Währing.

Verantwortlich ist das Herrl

„Ich kann dieser Untätigkeit nicht mehr länger zusehen, es muss endlich etwas geschehen!“, so Homole. „Gemeinsam geht das einfacher! Da bleibt das Hundstrümmerl-Image nicht am Politiker hängen. Da geht es dann nur noch um Lösungen – bzw. Lösungshilfen. Denn die Lösung ist eigentlich klar: Weg mit dem Dreck – und verantwortlich dafür ist der Hundehalter. Das ist derzeit zumindest gesetzlich so geregelt“, so Helmut Schmidt von dieguten. Er zeichnet für Idee, Konzept und Strategie der Kampagne verantwortlich.

Neben Helmut Schmidt gehören noch Stefan Mott, Gabi Cer, Alke John und Ingo Pertramer zu dieguten. Auf Plakaten, Inseraten und Klebern werden Hundebesitzer dazu aufgefordert, das, was ihre Hunde unterwegs am Gehsteig fallenlassen, ihren Mitmenschen

zuliebe von dort auch gleich zu entfernen. Zusätzlich erhält jeder Hundebesitzer in Währing einen persönlichen Brief mit beigelegtem „Gassi-Set“ und einer Plakette für den Hund mit der Aufschrift „Bei mir ist Wegräumen Chefsache!“

Mlich und Knacker

Die Agentur Sieben wirbt nicht gegen Hundstrümmerln, sondern gegen den Einsatz von genmanipulierter Tiernahrung: Mit 18. April trat eine neue, EU-weite Verordnung in Kraft, die nicht nur die Kennzeichnung von Lebensmitteln, sondern auch von Tierfutter, das gentechnisch verändert wurde, vorschreibt. Jedoch müssen tierische Produkte wie Fleisch, Milch und Eier, zu deren Herstellung Gentechnik-Futter verwendet wurde, nicht gekennzeichnet sein.

Auf diese Gesetzeslücke will Greenpeace mit der Kampagne aufmerksam machen. „Unter dem Aktionsmotto ‚Augen auf! Gentechnik raus!‘ haben wir eine Kampagne konzipiert, die ganz gezielt auf den Umstand hinweist, dass die Gefahr gentechnisch veränderter Lebensmittel nicht auf den ersten Blick ersichtlich ist. In der sehr reduzierten, im Stil hochwertiger Produktaufnahmen umgesetzten Optik mutiert Mais zu ‚Mias‘, Milch zu ‚Mlich‘, aus Knackern werden ‚Knacker‘ – aber für die Konsumenten nur auf den zweiten Blick. So aktiviert die Kampagne Konsumenten, beim täglichen Einkauf genauer hinzuschauen“, so Thomas Spazierer von Sieben. André Felker, Sieben-Geschäftsführer, berichtet: „Zwischen Präsentation und Airing der Kampagne sind gerade einmal vier Wochen vergangen, in denen wir vom Flugblatt bis zum TV-Spot alles produziert haben.“

Eine Initiative von Bezirksvorsteher Karl Homole.
Es gibt nur einen Weg, um Währing sauber zu halten:
sich bücken statt drücken!



Das ist mir Währing einfach wert!

Credits „Hundstrümmerl“:
Auftragnehmende Agentur Alke John & Partner/dieguten
Idee, Konzept, Strategie Helmut Schmidt AD Gabi Cer Text Stefan Mott Foto Ingo Pertramer.

Credits „Greenpeace“:
Auftraggeber Greenpeace Österreich und CEE
PR-Manager Sonja Sagan Agentur Sieben
Beratung André Falcker, Doris Riedl Konzept, Text Thomas Spazierer AD Niels Reutter.

Österreich ist Gentech-frei!

Seit 15. April müssen gentechnisch veränderte Lebensmittel gekennzeichnet sein. Doch es gibt einen Haken: Zwar ist Tierfutter, das gentechnisch verändert wurde, auch kennzeichnungspflichtig. Fleisch oder die Produkte von Tieren, die genau dieses Futter gefressen haben, müssen aber nicht gekennzeichnet sein. Greenpeace ist diesen Produkten auf der Spur. Tag für Tag werden Unternehmen und Produkte geprüft.

Lebensmittel unter www.greenpeace.at

GREENPEACE



Veränderte Lebensmittel können Ihr Leben verändern.

Man sieht es nicht auf den ersten Blick. Man schmeckt es nicht beim ersten Trinken. Seit 12. April können Lebensmittel in unseren Regalen stehen, die als gentechnisch veränderter gekennzeichnet sind. Nur wenn wir diese Produkte nicht kaufen, bleibt Österreich frei von Gentech-Essen. Machen Sie mit: Antzen Sie auf das Kooperationslogo, geben Sie uns Bescheid!

Lebensmittel unter www.greenpeace.at

GREENPEACE



Einfach zum Nachdenken: dieguten und Sieben reden Österreichern ins Gewissen.