



Barbara Stöckl ist Botschafterin der „Suppe mit Sinn 2013“ Neue Wiener Tafel-Kampagne: „Teilen macht Sinn“

Wien, Freitag, 8. November 2013, Vapiano - Moulin Rouge, Walfischgasse 11, 1010 Wien, 10:00 Uhr - „Teilen macht Sinn“ lautet die Botschaft der neuen Kampagne für die Wiener Tafel-Winterhilfsaktion. Barbara Stöckl macht als prominente Botschafterin der „Suppe mit Sinn 2013“ den gesellschaftlichen Wert ehrenamtlichen Engagements und den sozialen Einsatz der KooperationspartnerInnen der Wiener Tafel sichtbar: Bereits über 120 Gastronomiebetriebe in ganz Wien haben sich wieder angemeldet. Gemeinsam mit den 400 Freiwilligtätigen der Wiener Tafel machen sie auch heuer möglich, dass überlebensnotwendige Spendeneinnahmen für den sozialen Transfer lukriert werden: Von jeder konsumierten Portion „Suppe mit Sinn“ geht 1 Euro als Spende an die Wiener Tafel. Mit 1 Euro kann die Wiener Tafel bis zu 10 Armutsbetroffene mit Lebensmitteln versorgen - gute Lebensmittel, die vor dem Müll gerettet werden. Mit der Kampagne „Teilen macht Sinn“ bekommt die Winterhilfsaktion der Wiener Tafel nicht nur ein neues Gesicht sondern auch einen Claim, der weit über den Aktionszeitraum von acht Wochen hinaus Gültigkeit hat! Die Werbeagentur *Gabler, Werbung, Film*, betreut die Wiener Tafel seit vier Jahren gemeinsam mit der Mediaagentur MEC umfassend als ProBono-Kundin. Mit ihrer kreativen und professionellen Arbeit machen sie den Einsatz gegen Armut, Hunger und Lebensmittelverschwendung breit wahrnehmbar. Verstärkung auf Kommunikationsebene hat die Wiener Tafel seit einem Dreivierteljahr durch die PR-Agentur PurtscherRelations! Im Mittelpunkt der ungewöhnlichen und witzigen Kampagnen-Idee „Teilen macht Sinn“ steht: Wer teilt, tut Gutes. JedeR kann einen Beitrag zu einer gerechteren Gesellschaft leisten!

Beispielgebendes Engagement

Vapiano Österreich zählt zu den langjährigen, engagierten Unternehmen, welche die Winterhilfsaktion der Wiener Tafel mittragen: *"Wir freuen uns sehr auch heuer mit unseren Wiener Vapianos Teil der tollen Aktion "Suppe mit Sinn" sein zu können und sind davon überzeugt, dass unsere Gäste unsere Wiener Tafel-Suppe wieder im Bewusstsein genießen, dass sie damit gleichzeitig Gutes tun"*, schildert Philipp Zinggl Countrymanager Vapiano Österreich, seine Motivation. In allen sieben Vapiano Niederlassungen im Großraum Wien wird „Suppe mit Sinn“ angeboten. Um auf die soziale Aktion in den Restaurants hinzuweisen haben sich als Werbemittel die Info-Flyer mit dem Kampagnen-Sujet besonders bewährt. *„Um die Hilfsaktion öffentlich präsent zu machen und die wichtige Arbeit der Wiener Tafel zu unterstützen, nutzen wir unsere Kernkompetenz und sorgen dafür, dass die „Suppe mit Sinn“ auf Anzeigenflächen in unterschiedlichen Medien abgebildet wird und somit viele Menschen erreicht“*, betont Konrad Mayr-Pernek, Geschäftsführer der Mediaagentur MEC, *„dies ist dem gesamten MEC-Team und mir ein persönliches Anliegen“*, ergänzt Mayr-Pernek. METRO Cash&Carry Österreich unterstützt die Wiener Tafel-Winterhilfsaktion ebenfalls seit vier Jahren als Sponsoring-Partner.

Geteilte Kampagne macht doppelte Freude

„Wer teilt, tut Gutes. Ein Appell, der besonders für die Aktion „Suppe mit Sinn“ richtig ist.“, beschreibt Andreas Gabler, Geschäftsführer der Werbeagentur *Gabler, Werbung, Film*, (GWF,) den Ausgangsgedanken zur neuen Kampagne und ergänzt: *„Die Suppe als Sinnbild für soziale Wärme, die geteilt noch viel besser schmeckt, wird bildlich und tatsächlich zum Vehikel der Botschaft.“*

Umgesetzt in einem außergewöhnlichen Eyecatcher, der das Teilen ins Zentrum stellt. Eine volle Suppenschüssel, in der Mitte auseinandergeschnitten. Der Suppenquerschnitt fasziniert und dramatisiert die Idee des Teilens mit Bedürftigen. Wie aber teilt man eine volle Suppenschüssel? Im Zuge der Umsetzungsrecherche stieß GWF, auf die New Yorker Fotokünstlerin Beth Galton (bethgalton.com), die sich mit "halbierten Lebensmitteln" (cut food) einen Namen gemacht hat.



Galton war von der Kampagne und der Anfrage zur Zusammenarbeit begeistert, konnte jedoch so kurzfristig nicht mitwirken. Dass die Kampagne dennoch so perfekt umgesetzt werden konnte ist Augarten und Meissner zu verdanken.

Die *Porzellanmanufaktur Augarten* unterstützte die Kampagne durch mehrere extra in Hälften geteilte Suppenschüsseln – unkompliziert und in Windeseile. Maßgeblich am perfekten Ergebnis beteiligt ist außerdem Christoph Meissner, der für Fotografie und die Präparierung der Suppenschüssel samt appetitmachendem Inhalt verantwortlich zeichnet.

„Das Sujet wird neben Anzeigen in Printmedien und elektronischen Medien vor allem in der Gastronomie auf Postern, Tischaufstellern, Bierdeckeln und Freecards zum Einsatz kommen und hoffentlich viele Menschen zum Teilen ihrer Suppe bewegen“, freut sich Andreas Gabler auf den Launch der Kampagne.

Warum Teilen wirklich Sinn macht

„Alle 5 Sekunden verhungert weltweit ein Kind. Jeder achte Mensch auf diesem Planeten leidet akut an Hunger. Die Lebensmittel, die in Europa und Nordamerika jährlich vernichtet werden, würden dreimal ausreichen, um alle Hungernden der Welt satt zu machen“, gibt Barbara Stöckl, prominente Journalistin, ORF-Moderatorin und Vorreiterin des sozialen Gedankens in Österreich, zu bedenken. Ein Drittel der weltweit produzierten Nahrungsmittel wird nicht verzehrt. 157.000 Tonnen an verpackten und unverpackten Lebensmittel im Wert von über einer Milliarde Euro werden laut Lebensministerium jährlich allein in Österreich entsorgt. Das sind Waren im Wert von rund 300 Euro pro Haushalt und Jahr. Die Zusammenhänge zwischen dem Welthunger und den Ernährungsgewohnheiten sind offensichtlich.

Diese massive Verschwendung von Lebensmitteln ist nicht nur ein moralisches Problem sondern hat auch schwerwiegende ökologische Folgen. „Ich unterstütze die „Suppe mit Sinn“ als sinnvolle und effiziente Hilfsaktion sehr gern, weil sie das Gemeinsame in den Vordergrund stellt und das Potenzial freiwilligen Engagements nutzt. Jede und jeder kann einen Beitrag leisten. Wer heiße „Suppe mit Sinn“ genießt macht gleichzeitig arme Menschen satt“, betont Stöckl.

Teilen mit Sinn: Mit einem Euro zehn Armutsbetroffene satt machen!

„Die „Suppe mit Sinn“ hat sich zu einer der wichtigsten Aktionen der Wiener Tafel entwickelt“, betont Ulli Schmidt, Geschäftsführerin der Wiener Tafel. 2012 wurden während des Aktionszeitraumes 35.000 Portionen Suppe in rund 150 Gastronomiebetrieben zu Gunsten der Wiener Tafel kredenzt. Das bedeutet, dass die Wiener Tafel mit den Spendeneinnahmen 16.000 Armutsbetroffene in 88 Wiener Sozialeinrichtungen mit Lebensmitteln versorgen konnte - Lebensmittel die von den über 400 Freiwilligtätigen der Wiener Tafel vor dem Müll gerettet wurden. „Die Winterhilfsaktion „Suppe mit Sinn“ dient neben der Spendenakquise auch der Bewusstseinsbildung im Sinne eines nachhaltigen Umgangs mit Lebensmitteln und des Einsatzes gegen Armut und Hunger in unserer Gesellschaft“, betont Schmidt und ergänzt: „Mit der „Suppe mit Sinn“ nutzen wir eine ganz wichtige Möglichkeit, den Kreis der Kooperationspartnerunternehmen zu erweitern, die mit ihrer Kernkompetenz einen Beitrag zu einer gerechteren Gesellschaft leisten wollen. In diesem Sinne hoffen wir, dass sich heuer auch noch neue Gastronomiebetriebe melden, die dem guten Beispiel folgen und viele Gäste „Suppe mit Sinn“ konsumieren!“

Rückfragehinweis:

Markus Hübl, MAS
Pressesprecher
PR & Marketing

M: 0650 901 00 03
T: 01 236 56 87-003
E: markus.huebl@wienertafel.at
W: www.wienertafel.at
W: www.suppemitsinn.at