



fairness, Regionalität und Wertschöpfung in Österreich zu setzen. In allen Bundesländern und in jeder Region. Bundesweit.

Warum ausgerechnet im Sommer? Will: „Zum einen sind die Konditionen für eine Außen-

Fairness

Rainer Will fordert faire Rahmenbedingungen von der Politik.



© Opinion Leaders Network (2)

werbe-Kampagne im Sommer sehr gut, zum anderen wollten wir dieses Signal einfach lieber heute als morgen setzen.“ Will verweist damit auf den Umstand, dass eine Einigung mit derzeit 15 Händlern, die die Aktion tragen, sehr schnell herbeigeführt wurde – und die Kosten bei den Händlern sogar aus dem laufenden Jahresbudget bestritten wurden.

Handelsverband heißt Allianz

Umgesetzt wurde die Kampagne von der Werbeagentur Hello rund um Peter Hörlezeder: „Seit Langem beschäftigt mich der immense Abfluss an Wertschöpfung durch Amazon & Co., welcher nur in einer starken Allianz ausgehebelt werden kann“, so der Agentur-Chef. Und weiter: „Wir durften der Allianz unter dem Dach des Handelsverbands ein Gesicht geben und haben Sujets konzipiert, die die Eigenständigkeit der Marken berücksichtigen, aber durch Ähnlichkeit innerhalb der Kampagne auch für eine große, gemeinsame Wirkung sorgen.“

Die Kampagnenmechanik wurde in Kooperation mit der Mediaagentur Media1 entwickelt, weitere Ausbauschritte sind vorgesehen, ebenso die zyklische Wiederholung.

Ein zentrales Element der Kampagne ist die Webseite www.gut-kaufen.at, wo nicht nur die wichtigsten Kennzahlen zur Bedeutung des Handels dargelegt sind – KMUs können sich auf der Seite auch für einen Unkostenbeitrag von 80 € mit Werbematerial versorgen.

Einigkeit der Händler

Die Teilnehmer der Allianz sind: Rewe, Hofer, Lidl und Unimarkt, aber auch Händler anderer Branchen wie Obi, Hartlauer, Conrad, MediaMarkt, Hervis, Tchibo/Eduscho, Tupperware, Do-



© Hofer

„Allgegenwärtige Regionalität“

Hofer

„Gerade für Hofer, als einer der größten Abnehmer der heimischen Landwirtschaft, ist der Regionalitäts-Gedanke allgegenwärtig. Im Laufe der vergangenen 50 Jahre haben wir ein umfangreiches Produzentennetzwerk in den verschiedenen Regionen aufgebaut, Transportwege minimiert und uns mit Fairness und Handschlagqualität einen Namen als verlässlicher Partner gemacht. So beliefern uns viele Produzenten bereits seit Jahrzehnten, manche sogar von Beginn an. Allein im Bereich Obst & Gemüse haben wir über 1.500 regionale Partner und durch diesen Bezug eine hohe lokale Wertschöpfung. Wer sich bewusst für Waren und insbesondere Lebensmittel aus Österreich entscheidet, stärkt damit also nicht nur der heimischen (Land-)Wirtschaft den Rücken, sondern sichert auch die Arbeitsplätze unserer Produzenten.“

Horst Leitner Generaldirektor

rotheum, Deichmann, C&A sowie Kastner & Öhler. Zusammen stehen sie für 16 Mrd. € der heimischen Einzelhandelsumsätze. Prominent abwesend darunter ist die Spar AG, die aber, so Will, mit der 100%igen Tochter Hervis „jedenfalls geistig dabei ist“.

Abgesehen von der zu erzielenden Aufmerksamkeit beim Konsumenten will die Initiative durchaus mehr, nämlich *Veränderung*. Und das im Sinne der Gerechtigkeit, so Will.

Der maßgebliche Stachel im Fleisch der Händler wird von



„Sicherheit und Expertise“

Dorotheum

„Bei Schmuck, Uhren und anderen Wertgegenständen spielen Sicherheit und Vertrauen in die Bezugsquelle eine wichtige Rolle. Der Einkauf im Ausland kann hier sehr teuer kommen, wenn man nicht selbst sachverständig ist. Das Dorotheum bietet mit seinem Juwelier, seinen Werkstätten und seinen Experten die Sicherheit und Expertise, auf die man sich in 28 Standorten und dem beliebten Onlineshop verlassen kann. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in ganz Österreich sind stationär und auch online für unsere Kunden Anlaufstelle für beste Beratung, Garanten für persönlichen Service und selbstverständlich auch für den günstigsten Preis. Deshalb ist uns diese österreichweite Handelskampagne ein Anliegen, um den Wirtschaftsstandort Österreich zu stärken und deutlich zu machen, dass es auch für die Konsumenten Sinn macht, in Österreich zu kaufen.“

Karin Saey Head of Sales