

## **PRESSEINFORMATION**

16. Februar 2016

### **Big Bang: neue Kampagne von ANKER setzt auf maximale Sichtbarkeit**

- **Auftaktkampagne: ANKER Doppler zum Teilen**
- **c-land neue Kreativagentur**
- **Purtscher Relations übernimmt PR-Agenden**

Mit einem Big Bang startet Ankerbrot in seine neue Kampagne. Unter dem Motto „Geteilte Freude ist doppelte Freude“ präsentiert das Traditionsunternehmen seine neue Produktidee, den Anker-Doppler zum Teilen. Erhältlich ab 15. Februar 2016 als Semmel, Kipferl und Mohnflesserl besteht dieser aus zwei gleichen Gebäckstücken, die von Bäckermeisterhand vereint werden. Das Resultat verspricht nicht nur doppelten Genuss, sondern lädt geradezu zum Teilen ein.

Mit dem Launch der begleitenden Kampagne läutet Anker aber auch eine neue kommunikative Ära ein. Entwickelt wurde der Anker-Doppler von der Kreativagentur c-land rund um Creative Director Werner Celand. „Für uns war es wichtig, eine Strategie der Leuchttürme zu entwerfen. Das sind einzelne Aktionen bzw. Kampagnen, die überraschen und stark nach außen strahlen“, erklärt Werner Celand das Konzept.

#### **Maximale Sichtbarkeit bei Media-Mix**

Als Hauptmedium der ANKER Doppler zum Teilen-Kampagne kommen Plakate großflächig in ganz Wien zum Einsatz, sowie Bildflächen von Infoscreen und Digital Media. Anzeigen in Tageszeitungen und Hörfunk-Spots ergänzen den Media-Mix, wie auch gezielte Verteilaktionen im öffentlichen Raum. Als Highlight dient ein Branding der Straßenbahn-Wartehalle an äußerst prominenter Stelle – gegenüber der Staatsoper. Begleitet wird die umfassende Kampagne von Online- und Social-Media-Anzeigen. Die Mediaplanung wurde von mediaplus austria, die Ankerbrot bereits seit drei Jahren betreut, übernommen.

Die gesamte Kommunikationsarbeit begleitet die PR-Agentur Purtscher Relations, die Ankerbrot seit Oktober 2015 unterstützt. Die Agentur von Carola Purtscher zeichnet für die gesamte Corporate- und Produkt-PR sowie die Konzeption und Umsetzung der PR-Maßnahmen zur Unterstützung der Kreativkampagnen verantwortlich.

„Wir sind sehr glücklich mit der ersten Kampagne und der reibungslosen Zusammenarbeit all unserer Agenturen“, erzählt Ankerbrot-Vorstand Andreas Schwarzenberger. „Unser Ziel ist eine Neupositionierung mit maximaler Sichtbarkeit und ein großer Big-Bang. Das wird uns



Wien · 1891

mit dieser professionellen Unterstützung bestimmt gelingen“, freut sich Schwarzenberger über die Umsetzung.

**Credits:**

Kunde: Ankerbrot. Marketingleitung: Silvia Blahacek.

Kreativ-Agentur: c-land. Kreation: Dietmar Kreil, Werner Bühlinger, Werner Celand.

Media-Agentur: mediaplus austria. Mediaplanung: Tanja Pörtl.

Kontakt: Ines Furlinger. Fotograf: Jork Weismann.

**Über Ankerbrot**

Ankerbrot betreibt 111 Filialen in Österreich mit Schwerpunkt Wien und ist damit der größte Bäckereifilialist Österreichs. Das Unternehmen bäckt täglich in Wien-Favoriten frisches Brot und Gebäck für die eigenen Filialen und Handel in ganz Österreich. Das Traditionsunternehmen beschäftigt rund 1.150 MitarbeiterInnen. Weitere Informationen finden Sie unter [www.ankerbrot.at](http://www.ankerbrot.at).

**Rückfragehinweis:**

Michaela Fritz, Purtscher Relations<sup>PR</sup>

Tel.: +43 (1) 50 50 118

[m.fritz@purtscherrelations.at](mailto:m.fritz@purtscherrelations.at)