



PRESSEMITTEILUNG

Titel Aktiviert Konsumenten und Handel: Schär startet neue TV-Kampagne

Datum 23.01.2017

Seiten 2

Aktiviert Konsumenten und Handel: Schär startet neue TV-Kampagne

Burgstall (I), Januar 2017: Ab dem 23. Januar informiert Schär in zwei neuen TV-Spots wieder über das Thema „glutenfreie Ernährung“. Die Spots laufen auf den Sendern der ProSiebenSat.1-Gruppe, Vox, RTL, Super RTL und dem Nachrichtensender N24. Der Marktführer für glutenfreies Genießen setzt damit zum Auftakt des neuen Jahres einen breitenwirksamen Akzent und wird mit begleitenden Marketingaktionen auch den Handel unterstützen, um so das Thema glutenfreie Ernährung stärker in den Fokus der Öffentlichkeit zu rücken.



Die neuen Werbespots setzen das Schär-Schnittbrot „Meisterbäckers Vital“ und die hochwertigen Produktzutaten der Schär-Produkte wie Quinoa, Hirse und echten Natursauerteig in Szene. Erst im November 2016 konnte sich das dunkle Schnittbrot

gegen vier Konkurrenten durchsetzen und sich den „eat healthy Award“ in der Kategorie „Special Award glutenfreie Produkte“ sichern, der im Rahmen der Messe „Veggie & frei von“ verliehen wurde.

Die zehn- und 20-sekündigen Spots wenden sich an Menschen, die sich bereits glutenfrei ernähren, da sie von Zöliakie, Gluten-/Weizensensitivität oder von einer anderen Form von Glutenunverträglichkeit betroffen sind sowie Menschen mit den typischen Symptomen und diejenigen, die sich aus einem anderen Grund bewusst für eine glutenfreie Ernährung entschieden haben. Die Videos werden ab dem Kampagnenstart auch auf der Schär-Homepage eingebunden und von einer zielgruppenaffinen Web-TV-Kampagne in den bekanntesten Videoplattformen begleitet.

Ein bunter Mix an Marketingaktivitäten

Auch abseits des Bildschirms unterstützt Schär den Handel durch eine Vielzahl von Marketingaktionen. Anzeigen zur Ankündigung der neuen Kampagne, neue Sales-Folder für den Außendienst, Mailings an Einkäufer und Kunden sowie die POS-Promotion „Bestes ohne Gluten – Deine tägliche Scheibe Glück“ mit Aktionsdisplays und Aufstellern sollen die Käuferreichweite erhöhen. Jede der 1.500.000 Promotionspackungen bietet 12 Wochen lang die Chance auf einen Gewinn wie z.B. Musicaltickets.

Parallel starten zwei Couponing-Aktionen: am POS und für das Mobiltelefon. Am POS profitieren Kunden und Handel von einem Check-out-Couponing mit insgesamt 400.000 Coupons, die mit dem Kassenzettel gestreut werden. Eine mobile Couponing-Aktion soll zusätzlich ernährungsbewusste Smartphone-User ansprechen.

Schließlich wird Schär eine Empfehlungs-Marketing-Aktion mit Produkttestern auf Kjero.com durchführen und auf den Fachmessen „Allergy free from Show & Events“ in Berlin sowie „Veggie & frei von“ in Stuttgart mit einem Stand präsent sein.

Auch eine Awareness-Kampagne ist für 2017 geplant, mit dem Ziel, über Glutenunverträglichkeiten zu informieren und die Diagnosen voranzutreiben.



Die Dr. Schär Unternehmensgruppe und die Marke Schär

Die Unternehmensgruppe Dr. Schär bietet Menschen, die sich glutenfrei ernähren, mit der Marke Schär das breiteste Sortiment an schmackhaften, hochwertigen und sicheren glutenfreien Produkten. In Europa ist Dr. Schär im Bereich glutenfreie Lebensmittel Marktführer. Das Sortiment von 120 glutenfreien Produkten reicht von Brot, Pasta und Keksen bis hin zu Mehlen, Cerealien, Tiefkühlprodukten und verschiedenen Snacks. Schär arbeitet eng mit Ernährungsexperten zusammen, hat ein hauseigenes Forschungs- und Entwicklungszentrum und bietet den Betroffenen auch umfangreiche Beratungs- und Servicedienstleistungen. In Deutschland erreicht die Unternehmensgruppe aktuell einen Marktanteil von ca. 60 Prozent; im Rest Europas liegt der Marktanteil bei durchschnittlich 35 bis 40 Prozent. 2015 hat Dr. Schär einen Umsatz von 320 Millionen Euro erzielt. Weitere Informationen gibt es unter www.schaer.com.

Gluten-/Weizensensitivität

Bauchschmerzen, Blähungen, Übelkeit, Durchfall, Migräne und Völlegefühl – Gluten löst bei vielen Menschen Beschwerden aus und das oft sehr unspezifisch. Während Zöliakie und Weizenallergie gut erforscht sind, wird derzeit über eine neue Form der Gluten-Unverträglichkeit diskutiert: Gluten-/ Weizensensitivität. Eine konkrete Diagnoseerstellung ist bislang noch nicht möglich, Zöliakie und Weizenallergie müssen aber zunächst medizinisch ausgeschlossen werden. Wie häufig Gluten-/ Weizensensitivität auftritt, ist noch nicht erforscht. Experten vermuten jedoch, dass sie häufiger vorkommt als Zöliakie.

Hintergrund Zöliakie

In Deutschland ist die Zahl der Zöliakie betroffenen hoch: Es sind zwar nur circa 70.000 Menschen diagnostiziert, man rechnet aber mit rund 400.000 Menschen, die von der Gluten-Unverträglichkeit Zöliakie betroffen sind, ohne es zu wissen. Das Klebereiweiß Gluten ist in zahlreichen Getreidesorten enthalten, unter anderem in Weizen, Roggen, Gerste und Dinkel. Bei Menschen mit Zöliakie lösen bereits geringste Mengen Gluten eine chronische Entzündung der Dünndarmschleimhaut aus, mit zum Teil schwer wiegenden Symptomen. Die einzig mögliche Therapie der Zöliakie besteht in einer lebenslangen streng glutenfreien Ernährung.

Reizdarm

Eine aktuelle Studie der Charité Berlin zeigt, dass ein Drittel der Reizdarmpatienten positiv auf eine glutenfreie Ernährung reagieren und somit eine Weizensensitivität haben. Das Reizdarmsyndrom zählt zu den häufigsten chronischen Magen-Darm-Erkrankungen. Rund 15 Prozent der Bevölkerung sind betroffen – Frauen doppelt so häufig wie Männer.

Weitere Informationen können Sie gerne anfordern bei

Weber Shandwick

Stefanie Vogl / Stefanie Horst

Karlstraße 68

80335 München

Tel.: +49 89 380179 -78 / -40

Fax: +49 89 380179 11

E-Mail: svogl@webershandwick.com oder shorst@webershandwick.com

Diese Pressemitteilung und Bildmaterial in druckfähiger Auflösung finden Sie zum Download unter presstalk.dr.schaer.com.