



DRESDNER CHRISTSTOLLEN®

Nur echt mit dem Siegel.

Life is sweet – Dresdner Stollenbäcker kontern Werbekampagne von Fernet Branca

Dresden, 14. Juni 2018. Life is sweet! Zumindest in Dresden, wo man die augenzwinkernde Provokation des Bitterlikörs Fernet Branca nicht auf sich sitzen lassen wollte. In der aktuellen Kampagne des italienischen Magenbitters waren kürzlich in Dresden Plakate zu sehen, die den Dresdnern eine zu große Liebe zum Stollen und damit einhergehende Gewichtsprobleme unterstellten: »Du liebst Euren Dresdner Stollen. Man sieht es dir an« hieß es da – garniert mit dem Slogan »Life is bitter«.

Das kann der Schutzverband Dresdner Stollen e. V. natürlich so nicht stehen lassen und lädt das Fernet Branca-Deutschland-Marketing sowie die betreuende Agentur Pilot aus Hamburg ein, das Leben einfach positiver zu sehen. Unter dem Motto »Verbitterte Flaschen gibt's genug. Hier könnt ihr euch eine Scheibe abschneiden« starten die Stollenbäcker nun eine Social Media-Kampagne (www.facebook.com/DresdnerStollencom), die die geeigneten Bitterlikör-Trinker ja vielleicht sogar zu Stollenfans macht. Süßer ist die Versuchung aus Dresden auf jeden Fall.

»Natürlich haben die Dresdner eine große Liebe zum traditionellen Dresdner Christstollen. Von Problemen mit Übergewicht haben wir bisher aber noch nichts gehört«, so der Vorsitzende des Schutzverbandes René Krause mit einem Augenzwinkern. »Wir laden die Marketing-Kollegen aus dem Norden natürlich gern ein, sich hier in unserer Stadt selbst ein Bild davon zu machen, wie süß ein Leben mit Dresdner Christstollen ist.« Für die Antwort brachen die Stollenbäcker auch ausnahmsweise eine goldene Regel: »Unser Dresdner Stollen ist ein Saisonprodukt und wird es auch bleiben. Normalerweise starten wir erst im Oktober mit unseren Werbemaßnahmen für die Marke«, so Krause weiter.

Seit 1991 vertritt der Schutzverband Dresdner Stollen e.V. die Interessen der 125 Mitgliedsbetriebe, Stollen-Bäckereien und Konditoreien aus dem Großraum Dresden. Aufgabe des Verbandes ist es, das traditionelle Weihnachtsgebäck als Markenprodukt und geografische Herkunftsbezeichnung zu schützen. Heute ist der Dresdner Christstollen beim Deutschen Patent- und Markenamt mit mehreren Wort- und Bildmarken eingetragen. Zudem ist das Produkt als geschützte geografische Angabe bei der Europäischen Union verzeichnet. Der Schutzverband verantwortet zudem die Vermarktung des Dresdner Traditionsproduktes. Ziel ist es, im Interesse der Mitglieder, die Aufmerksamkeit und Bekanntheit des Dresdner Stollens durch eine einheitliche Markenkommunikation zu fördern. Dies geschieht mit zahlreichen Maßnahmen: unter anderem Out-of-Home-Media, internationale Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Social Media-Kommunikation, ein jährlich erscheinendes Markenmagazin oder das Dresdner Stollenfest mit mehr als 60 000 Besuchern. Mit der Konzeption und Umsetzung sämtlicher Maßnahmen ist seit 2014 die Dresdner Agentur Oberüber Karger betraut.

Pressekontakt für Rückfragen

Karoline Marschallek

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Tel.: 0351-8296825

Mobil: 0172-9842041

presse@dresdnerstollen.com



GESCHÄFTSSTELLE Schutzverband Dresdner Stollen e.V. · Am Lagerplatz 8 · D-01099 Dresden

TEL +49 351 89 96 80 35 FAX +49 351 89 96 80 36 E-MAIL info@dresdnerstollen.com INTERNET www.dresdnerstollen.com

VORSTAND René Krause (Vorsitzender) · Andreas Wippler (Stellv. Vorsitzender) · Stephan Berens · Dirk Einert · Tino Gierig · Marcel Hennig · Rico Uhlig · Ralf Ullrich

GESCHÄFTSFÜHRERIN Kathrin Eckhardt AMTSGERICHT DRESDEN Sitz Dresden · VR-Nr. 1265 · Steuernummer 202/143/04849 · USt-IdNr. DE191549231

BANK Dresdner Volksbank Raiffeisenbank eG · IBAN DE52 8509 0000 2619 0510 01 · BIC GENODEF1DRS