

Gustavo Gusto, Leagas Delaney und CROSSMEDIA gewinnen Grand Effie

CROSSMEDIA-Kunde Gustavo Gusto sichert sich nach Effie-Gold auch den Grand Prix

Düsseldorf, 25.11.2021: Der Gewinner des Grand Effie 2021 steht fest: Gemeinsam mit Kreativagentur Leagas Delaney sowie Crossmedia als beteiligter Agentur sichert sich der Tiefkühlpizzen-Hersteller die ebenso begehrte wie seltene Auszeichnung. Zuvor hatte Gustavo Gusto bereits Effie-Gold in der Kategorie David vs Goliath gewinnen können. Die Effie Gala hatte ursprünglich in Leipzig stattfinden sollen. Aufgrund der kritischen Pandemie-Situation entschied sich der GWA jedoch kurzfristig, das Event aus Sicherheitsgründen abzusagen.

Radikal neu gedacht

Überzeugen kann Gustavo Gusto mit seiner Erfolgsstory "Ganz schön radikal: Vom Start-Up zu Europas wachstumsstärkster Foodmarke". 2016 zieht das junge Unternehmen gegen die schier übermächtige Konkurrenz von Dr. Oetker und Wagner ins Feld. Mit der ersten Tiefkühlpizza in Restaurantqualität revolutioniert das Unternehmen den Markt – und macht auch sonst einiges anders als die Konkurrenz. Die Pizzen sind mit 30cm Durchmesser größer, der Teig handgezogen. Pizzakartons mit frechen Sprüchen sind gleichzeitig Werbemittel, Limited Editions, Kooperationen und besonderen Aktionen kommen bei der Zielgruppe an. So begeistert Gustavo Gusto etwa mit einer Dessert-Pizza in Zusammenarbeit mit der Sat-1 Kochshow „The Taste“, lanciert eine schwarze Pizza mit YouTube Star Luca oder überrascht Western-Fans in Anlehnung an den Film-Klassiker mit Bud Spender und Terence Hill mit „4 Käse für ein Hallelujah“.

Aus großer Kraft folgt große Verantwortung

Auch trotz oder gerade wegen Corona macht Gustavo Gusto immer wieder von sich reden. Auf dem Höhepunkt der Pandemie appelliert das Unternehmen daran, die von der Krise hart getroffenen Gastronomie zu unterstützen und forderte in seiner ersten crossmedialen Kampagne „Esst weniger Tiefkühlpizza!“. Zusammen mit 21 weiteren Marken ruft Gustavo Gusto zudem zu einer Spenden-Aktion für die Gastronomie auf. Mit Haltung und Engagement schafft es Gustavo Gusto, in die Herzen der Zielgruppe einzuziehen – was sich in einem Umsatzplus von 73 % zwischen 2019 und 2021 niederschlägt und dem Unternehmen zwei Mal in Folge die Auszeichnung als wachstumsstärkste Food-Marke Europas durch die Financial Times einbringt. All dies gelingt dem David Gustavo mit einem sehr schlanken Budget: Während die Goliaths Dr. Oetker und Wagner mehrere Millionen Euro an Werbeausgaben verbuchen, hat Gustavo Gusto einen Etat von nur 500.000 Euro zur Verfügung. Klarer könnte die Beweisführung für die Grand Jury nicht sein.

Eine seltene Ehre

Der GWA Effie wird seit 1981 vom Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA für Effektivität in der Marketingkommunikation vergeben. Mit seinem Ansatz, nur nachweislich effektives Marketing zu prämiieren, nimmt der Effie eine Sonderstellung unter den Auszeichnungen der Branche ein. Neben Awards in Bronze, Silber und Gold verleiht der GWA zudem den Grand Effie. Die Auszeichnung für die erfolgreichste Kommunikationslösung des Jahres wird jedoch nur bei einstimmigem Votum der Grand Jury vergeben und ist damit ebenso selten wie begehrt.

Über CROSSMEDIA

CROSSMEDIA steht für unabhängige und differenzierende Kommunikationsberatung. Seit Agenturgründung 1997 hat sie sich als die Alternative zu den globalen Media-Networks etabliert. Mit insgesamt über 550 Mitarbeitenden ist CROSSMEDIA mit acht Büros in Deutschland, den USA sowie Großbritannien vertreten. Als einzige Mediaagentur Deutschlands lässt sich CROSSMEDIA seit 2007 ihre interessenneutrale Mediaberatung im Sinne der Transparenz jährlich zertifizieren. Beim Deutschen Mediapreis 2018 erhält CROSSMEDIA für Haltung und stetige Weiterentwicklung die Auszeichnung „Agentur des Jahres“. Zum Kundenportfolio gehören u. a. Aktion Mensch, Betway, BMW, Bundeswehr, DER SPIEGEL, Fressnapf, heycar und LIDL.

Pressekontakt

CROSSMEDIA GmbH
Anna-Sophie Dimnik
Hildebrandtstraße 24 A
40215 Düsseldorf
fon: 0211.86652.411
dimnik@crossmedia.de