

GWA Effie Awards Germany 2021: Gold für Gustavo Gusto

CROSSMEDIA-Kunde Gustavo Gusto siegt in der Kategorie „David vs. Goliath“:

Düsseldorf, 04.11.2021. Die Effie-B2C-Jury ehrt die Arbeit von Gustavo Gusto mit einer Trophäe in Gold und verleiht den Preis in der beliebten Kategorie „David vs. Goliath“. Am 25. November findet die Effie-Gala erstmals in der sächsischen Metropole Leipzig statt.

Insgesamt wurden nur drei B2C-Kampagnen und ein B2B-Projekt ausgezeichnet. Zum Vergleich: Im letzten Jahr gab es achtmal Gold. Umso größer ist die Freude bei Gustavo Gusto, der haupteinreichenden Kreativagentur Leagas Delaney und der beteiligten Mediaagentur Crossmedia, sich unter den strengen Bewertungskriterien durchgesetzt zu haben.

Gustavo Gusto zeigt mit dem Gewinner-Case, wie Brand Awareness und Relevanz in einem hochkompetitiven Markt erfolgreich steigen. Mit der ersten Tiefkühlpizza in Restaurant-Qualität revolutioniert die Marke die Branche und muss sich 2020 gegen Kopien der übermächtigen Konkurrenz behaupten.

Kein großes Budget, aber jede Menge Lärm

Der Markt für Tiefkühlpizza wird seit Jahrzehnten von den beiden Goliaths Dr. Oetker und Wagner geprägt. 2016 tritt das Start-Up Gustavo Gusto auf den Plan und bietet Premiumpizzen an, die größer, aber auch teurer als die Produkte der Wettbewerber sind und rollt den Markt von hinten auf. Die Idee der Tätigkeit im Premiumsegment entdecken auch die Mitbewerber für sich, sodass das Team gefordert ist, radikal neu zu denken. Um sich von der Konkurrenz abzusetzen, baut die Marke auf Haltung, Sondereditionen, Kooperationen und aufmerksamkeitsstarke Aktionen. Es entstehen u. a. Partnerschaften mit YouTube-Star Luca und der Sat-1-Kochshow „The Taste“ sowie eine Sonderedition in Anlehnung des 50. Jubiläums des Klassikers „Vier Fäuste für ein Halleluja“ mit den Filmikonen Bud Spender und Terence Hill. Während die Riesen mehrere Millionen Euro an Werbeausgaben verbuchen, hat Gustavo Gusto einen Etat von nur 300.000 Euro zur Verfügung.

„Esst weniger Tiefkühlpizza“

Darüber hinaus spielen die Pizzakartons in der Kommunikation der Marke eine entscheidende Rolle und werden als Werbemedium genutzt, das sich mit Design und flotten Sprüchen von den Konkurrenzprodukten im Kühlregal abhebt. In der kritischen Phase der Pandemie appelliert das Unternehmen daran, auf den Kauf von Tiefkühlpizzen zu verzichten und stattdessen die Gastronomen im Lockdown zu unterstützen. Außerdem ruft Gustavo Gusto mit 21 weiteren Marken zu einer Spenden-Aktion für die Gastronomie auf. Das Engagement im Bereich Nachhaltigkeit sorgt ebenfalls dafür, dass das Unternehmen zum Verbraucherliebling aufsteigt. Zwischen 2019 und 2020 verzeichnet Gustavo Gusto ein Umsatzplus von starken 73 Prozent und wird zweimal in Folge von der Financial Times zur wachstumsstärksten Food-Marke Europas ernannt. Im direkten Vergleich muss Dr. Oetker 110-mal so viel Media-Spendings pro Prozentpunkt Awareness-Zuwachs zahlen wie Gustavo Gusto.

40 Jahre Effie

Alle Gold-Gewinner pitchten mit ihren Präsentationen beim digitalen Effie Kongress am 18. November 2021 vor der elfköpfigen Grand Jury um den Grand Effie 2021. Anlässlich des 40-jährigen Effie-Jubiläums sind die Kongress-Tickets in diesem Jahr kostenfrei. Programm & Tickets gibt es unter www.gwa.de/effiegermany. Seit 1981 ist der Branchenverband GWA der deutsche Lizenznehmer des internationalen Awards, der in mehr als 50 Ländern nach ähnlichen Kriterien vergeben wird. Mit seinem Ansatz nur nachweislich effektives Marketing zu prämiieren, nimmt der Effie eine Sonderstellung unter den Auszeichnungen der Branche ein. Die Effies sind Leistungsnachweise für erfolgreiches Marketing und für den Beitrag der Kommunikation zum Unternehmenserfolg. Quelle: <https://www.gwa.de/presse-meldungen/vier-gold-sieger-beim-effie-germany-2021/>

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.

www.crossmedia.de | www.crossmedia.com

[Zur HORIZONT online \[+\]](#)

Pressekontakt

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