



Oö. Landeskorrespondenz  
MedienInfo



# PRESSEKONFERENZ

mit

**Michaela Langer-Weninger**

Genussland-Obfrau und Agrar-Landesrätin

**Simon Humer**

Biohof Thomabauer, Kampagnen-Testimonial

**Nina Kern**

Geschäftsführung, Strategie und Konzept | Zunder

zum Thema

**20 Jahre Genussmanipuliert – Jubiläumskampagne Genussland OÖ**

am

**Mittwoch, 9. Oktober 2024**

Landhaus (Elisabethzimmer), Landhausplatz 1, 4021 Linz

## Rückfragen-Kontakt

- Elisabeth Hasl | Presse Landesrätin Michaela Langer-Weninger  
+43 732 7720 11146 | +43 664 600 72 11146 | [elisabeth.hasl@ooe.gv.at](mailto:elisabeth.hasl@ooe.gv.at)

## Medieninhaber & Herausgeber

Amt der Oö. Landesregierung  
Direktion Präsidium  
Abteilung Kommunikation und Medien  
Landhausplatz 1 | 4021 Linz  
Tel.: (+43 732) 77 20-114 12  
[landeskorrespondenz@ooe.gv.at](mailto:landeskorrespondenz@ooe.gv.at)  
[www.land-oberoesterreich.gv.at](http://www.land-oberoesterreich.gv.at)

***„Seit 20 Jahren heißen wir im Genussland Oberösterreich Betriebe und Genussmenschen willkommen. acht von zehn kennen und vertrauen der Marke. Besonders im ländlichen Raum und bei der Zielgruppe 50+ sind wir ganz stark. Mit der Jubiläumskampagne ‚Welcome to Genussland‘ wollen wir nun gezielt das junge, urbane Publikum ansprechen. Und das auf kreativ und alles andere als gewöhnliche Art und Weise“, erklärt Genussland-Obfrau und Agrar-Landesrätin Michaela Langer-Weninger.***

## **Welcome to Genussland – Wir heißen Genuss(menschen) willkommen!**

Das Genussland ist seit seiner Gründung 2004 Synonym für Qualität und Regionalität. Seit jeher versteht sich Oberösterreichs Initiative für regionale Esskultur als Trendsetterin mit Traditionsbewusstsein. *„Als Genuss-Pioniere hatten wir früh die heutigen Mega-Trends Regionalität und Nachhaltigkeit im Programm. Ein Konzept, das viele Konsumentinnen und Konsumenten nachhaltig überzeugt hat. Ein besonderer Ritterschlag war daher das Ergebnis der diesjährigen Market-Ernährungsstudie, wonach acht von zehn Oberösterreicherinnen und Oberösterreichern die Genussland-Marke nicht nur kennen, sondern ihr auch vertrauen. Diese beeindruckenden Erfolge sind das Ergebnis von zwei Jahrzehnten intensiver Arbeit, von Engagement und einer tiefen Verbundenheit mit unserer Heimat“,* so Genussland-Obfrau LR<sup>in</sup> Michaela Langer-Weninger.

Die Studie zeigt aber auch, wo das Genussland noch Potential hat – bei der urbanen Bevölkerungsgruppe der Gen X und Y. *„Mit unserer Jubiläumskampagne 'Welcome to Genussland' möchten wir diese junge, urbane Generation im Kreis der Genussmenschen willkommen heißen“,* so LR<sup>in</sup> Michaela Langer-Weninger. *„Welcome to Genussland ist eine herzliche Einladung, Oberösterreichs nachhaltige und geschmackvolle Lebensmittel kennenzulernen – sei es beim Genussland-Wirt, im Hofladen, bei der Qualitätsmanufaktur oder durch das Genussland-Regal in einem von 550 Handelsstandorten.“*

Gleichzeitig soll die Kampagne den Mehr-Wert von Genussland Oberösterreich vor den Vorhang holen. *„Klimaschutz, Tierwohl und Regionalität sind Anforderungen, die die Menschen an ihre Lebensmittel stellen – und gleichzeitig Bereiche, in denen das Genussland punkten kann. Dieser Mehr-Wert für Mensch, Tier und Umwelt gehört noch stärker herausgearbeitet, um die Zukunft der Genussland-Marke und ihrer Partnerbetriebe zu sichern“,* betont Agrar-Landesrätin und Genussland-Obfrau Langer-Weninger. Im Besonderen gelte das in der Kommunikation mit der Zielgruppe 18 bis 35 Jahre. Denn während der ländliche Raum und die Altersgruppe 50+ das Genussland genau mit Werten und

Eigenschaften wie „nachhaltig“ und „regional“ assoziiert, gibt es bei der jüngeren Bevölkerung noch Potential. Potential, auf das die neue Kampagne exakt zugeschnitten ist.

## **Ja, wir sind...**

### **20 Jahre Genussmanipuliert**

Jung, frech und aufmerksamkeitsstark – so will die Genussland-Jubiläumskampagne die GEN Y und Z erreichen. Dabei wird mit kreativen Illustrationen und mit dem Begriff „Genussmanipuliert“ gespielt. Die Wortkreation der Kreativgruppe Zunder x Ortner etc. ist ein augenzwinkertes Spiel mit Assoziation und tatsächlicher Wortbedeutung. Denn der Begriff Manipulation bedeutet aus dem Lateinischen übersetzt so viel wie "mit den Händen behandeln oder fertigen". In Kombination mit Genuss und dem Bild der echten Handarbeit, dem die Testimonials – so wie alle Mitglieder der Genussland-Familie – täglich nachgehen, wird daraus eine stimmige, aufmerksamkeitsstarke Aussage. „*Ja, wir sind – Genussmanipuliert*“, bringt es Genussland-Obfrau LR<sup>in</sup> Langer-Weninger auf den Punkt: „*Unsere Partnerbetriebe fertigen mit viel Liebe und besonderer Kunstfertigkeit täglich den perfekten Genuss mit ihren Händen!*“

Generell dreht sich die tägliche Arbeit der 500 Genussland-Partnerbetriebe und des Genussland-Teams, dem eigenen Leitsatz von „Genuss in aller Munde“ gerecht zu werden. „*Seit 20 Jahren wollen wir den maximalen Genuss auf Oberösterreichs Tische und Teller bringen – und dass die Leut‘ darüber reden. Unser Denken und Handeln ist sozusagen schon immer Genussmanipuliert!*“, meint Obfrau Michaela Langer-Weninger augenzwinkernd.

## **Seit 20 Jahren...**

### **eine Genussland-Familie**

Das Genussland Oberösterreich lebt von der engen Partnerschaft mit seinen Betrieben – und deren engen Verflechtung untereinander. Seit 20 Jahren versteht man sich als Familie. „*Wir sind stolz und dankbar auf unsere „Genussland-Familie“ mit knapp 500 Partnerinnen und Partnern. Inzwischen zählen wir nahezu 150 Gastronomiebetriebe sowie knapp 350 bäuerliche und gewerbliche Produzentinnen und Produzenten. Durch unsere erfolgreiche Partnerschaft mit nahezu 550 Kaufleuten und Handelsbetrieben konnte bis dato eine Nettowertschöpfung von 50 Mio. Euro für unsere Produzentinnen und Produzenten erzielt werden*“, so Langer-Weninger.

Daher war auch von Anfang an klar, dass die Genussland-Familie und ihre Mitgliedsbetriebe im Mittelpunkt der Kampagne stehen sollen. „Ich freue mich, dass sich fünf besondere Menschen aus allen Wirkungsbereichen des Genusslandes – Handel, Manufaktur,

Gastronomie und natürlich bäuerliche Produktion – dazu bereit erklärt haben, für das Genussland vor den Vorhang zu treten. Mein Dank gilt damit abschließend unseren Testimonials:

- Elisabeth Berger (Schlagerwirt)
- Madeleine Eiersebner (Eiersebner Kuhmilch)
- Simon Humer (Thomabauer)
- Martin Paminger (Sauwald Wodka + Handelsbetrieb) und
- Leo Jindrak (Konditorei Jindrak)

## **5 x Genussmanipuliert – unsere Testimonials**

### **Leo Jindrak – Konditorei Jindrak**

*"Die Kunst des Handwerks besteht bei uns darin, dass 95 % unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ausgebildete Fachkräfte sind – vom Lehrling bis zum/zur Meister/in – und wir durch die Verarbeitung hochwertiger, österreichischer Rohstoffe sowie durch unsere Liebe zum Detail echte Genussmomente für unsere Kundinnen und Kunden schaffen."*

### **Simon Humer – Biohof Thomabauer**

*"Bei uns beginnt die Genussmanipulation bereits im Stall: Wir züchten unsere eigenen Schweine und verarbeiten sie von Hand, ganz ohne Zusatzstoffe wie Nitritpökelsalz, Phosphate oder Geschmacksverstärker – durch diese ehrliche Handarbeit entsteht ein echtes Genussprodukt."*

### **Elisabeth Berger - Schlagerwirt**

*"Genussmanipuliert wird bei mir durch den täglichen Kunstgriff, frühmorgens den Holzofen einzuheizen – der erste Schritt, egal ob für Schweinsbraten, Gulasch oder Gemüseknödel. Mit besten regionalen Zutaten aus der oberösterreichischen Landwirtschaft und altem Familienwissen von meiner Mama, Oma und Schwiegermutter entstehen so wahre Genussgerichte."*

### **Martin Paminger – Sauwald Erdäpfel**

*"Unsere Kunden werden genussmanipuliert, indem wir ihnen den unverwechselbaren Geschmack unserer Erdäpfel bieten, der durch die nährstoffreichen, jahrhundertealten Böden konserviert wird und so die tägliche Arbeit spürbar macht. Doch nicht nur die Produktion ist entscheidend – wir sorgen auch dafür, dass unsere hochwertigen Produkte den Weg in den Handel finden und so direkt zu den Konsumentinnen und Konsumenten gelangen."*

## **Madeleine Eiersebner – Eiersebner Kuhmilch**

*"Unser Kunstgriff liegt in der handwerklichen Herstellung von Joghurt, Butter und Käse – alles, was aus Milch entstehen kann. Obwohl Maschinen und Hilfsstoffe nötig sind, geht jedes Produkt durch viele Hände, von der Melkarbeit bis ins Verkaufsregal. Die Liebe zum Detail, das Kochen von Essen, das uns selbst schmeckt, und die Zusammenarbeit mit Partnern, die genauso viel Freude daran haben, genussmanipuliert unsere Kundinnen und Kunden und lässt das Ganze richtig Spaß machen – dann pfeift's einfach."*

## **Die Inszenierung des Genusses**

Die Kampagne wurde von der kreativen Kollaboration Ortner etc. x Zunder entwickelt und umgesetzt. Der offizielle Startschuss fiel bei der Jubiläumsveranstaltung am 18. September im Linzer Musiktheater. Nun im Oktober folgt eine breite Präsenz in Außenwerbung, Online- und Printmedien. Über das Konzept zur „Inszenierung des Genusses“ erzählt Nina Kern (Zunder) heute etwas mehr:

### **Teil 1: "Welcome to Genussland"**

Unter dem Motto "Welcome to Genussland" setzt die Kampagne den Genuss in Oberösterreich plakativ und einladend in Szene. Liebevoll gestaltete Illustrationen, die an verschiedenen Kontaktpunkten wie am Bahnhof, in der Gastronomie, bei Produzentinnen und Produzenten und im Handel oder auch auf Plakatwänden entlang Oberösterreichs Straßen zu finden sind, sorgen für Aufmerksamkeit und Wiedererkennbarkeit. Diese visuelle Inszenierung spiegelt die Vielfalt und den Reichtum der kulinarischen Angebote wider, die in Oberösterreich beheimatet sind.

### **Teil 2: Die Teaserkampagne „Ja, ich bin“ – Ein Bekenntnis zu Qualität und Innovation**

Im Rahmen der Teaserkampagne „Ja, ich bin“ treten ausgewählte Testimonials – aus Landwirtschaft, Gastronomie, Genusshandwerk und Handel – in den Vordergrund. Sie verkörpern das Bekenntnis zu Qualität und Innovation, das das Genussland OÖ auszeichnet. Durch ihre authentischen Geschichten soll Neugier geweckt und die Aufmerksamkeit der Bevölkerung, insbesondere in städtischen Gebieten, gesteigert werden. Diese Kampagne wird sowohl im öffentlichen Raum als auch online und in Printmedien präsent sein.

### **Teil 3: Die Auflösung – Oberösterreich als Pionier des Genusses**

Oberösterreich war und ist ein Pionier auf dem Gebiet des Genusses. Die Vielfalt im Angebot, von Fisch aus heimischen Gewässern bis hin zu intensiven Ackerbauprodukten, macht Oberösterreich zu einer kulinarischen Schatzkammer. Seit 20 Jahren dominiert in

Oberösterreich der Genuss – unkonventionell, selbstbewusst und erdig. Wer mit der Marke "Genussland OÖ" in Kontakt kommt, erlebt intensiven Geschmack, ehrlichen Austausch und einzigartigen Genuss. Ein Genuss, der spürbar und unvergesslich ist – und der für alle Zielgruppen offen ist. Warum mit „Genussmanipuliert“ nicht ein neues Wort für dieses Erlebnis kreieren? Denn das Einzige, das von den Produzentinnen und Produzenten, Wirts- und Kaufleuten in Oberösterreich manipuliert wird, ist der Genuss. Und sind wir in diesem Zusammenhang nicht alle gerne „Genussmanipuliert“?