Kaniber startet „Volksfest dahoam“ – Kampagne soll Lust auf bayerische Spezialitäten machen

11. September 2020

München – „Volksfest dahoam“: Nach der Absage der Münchner Wiesn und vieler anderer Traditionsfeste soll eine breit angelegte Werbekampagne Lust machen auf den Genuss bayerischer Schmankerl. „Wir wollen den Menschen in Bayern ein Stück ‚Volksfest-Feeling‘ bringen – nach Hause, in den Biergarten oder ins Wirtshaus nebenan“, sagte Ernährungsministerin Michaela Kaniber am Fuße der Bavaria in München wo die bayernweite „Volksfest dahoam“-Aktion gestartet wurde. Ziel ist, das Bewusstsein für Lebensmittel aus Bayern zu schärfen, aber auch die betroffenen Erzeuger, Verarbeiter und die Gastronomie zu unterstützen. Mit dabei sind Metzger, Bäcker, Konditoren, Brauer, die Wein- und Milchwirtschaft, aber auch die Gastronomen und der Einzelhandel. „Wie unsere Volksfeste stehen sie alle für bayerische Lebensfreude und unsere einzigartigen Spezialitäten. Sie tragen dazu bei, dass Bayern das Genussland schlechthin ist“, so die Ministerin.

Prominentes Gesicht der Kampagne ist der Kabarettist Harry G. Er wirbt unter dem Motto „Seids gscheid, essts bayerisch“ für die Aktion, die vom 19. September bis 4. Oktober läuft. Im Mittelpunkt stehen die 50 EU-weit geschützten bayerischen Spezialitäten, aber auch die Siegel „Geprüfte Qualität – Bayern“ und „Bayerisches Biosiegel“. „Beide Siegel stehen für die garantierte bayerische Herkunft. Die Verbraucher können damit gezielt nach Heimat-Produkten greifen“, so die Ministerin.

Zentrum der Aktion ist die Website www.volksfest-spezialitäten.de. Hier sind alle teilnehmenden Betriebe genannt und verlinkt. Neben einem Videoclip gibt es auch ein Gewinnspiel sowie großflächige Plakataktionen und flankierende Werbemaßnahmen online und im Radio.

Pressemitteilung auf der Seite des Herausgebers