

Gustavo Gusto mit überraschender Anzeigenkampagne

09.06.2020, 17:31 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *Gustavo Gusto*



Ungewöhnliche Kampagne von Gustavo Gusto: Die junge Tiefkühlpizzamarke fordert „Esst weniger Tiefkühlpizza“ – und wirbt so für lokale Gastronomiebetriebe

Geretsried, 09. Juni 2020. Mit einer überraschenden Kampagne unter dem Titel „Esst weniger Tiefkühlpizza!“ wirbt der Tiefkühlpizza-Hersteller Franco Fresco (Marke Gustavo Gusto) für die Unterstützung der lokalen Gastronomiebetriebe in Deutschland. „Denn gerade jetzt brauchen die vielen kleinen Restaurants, Gasthäuser und Imbissstände tüchtig Unterstützung“, sagt CMO Michael Götz, der sich zusammen mit seinem Team das Konzept ausgedacht hat. Die Kampagne besteht aus einer Anzeige, die in diversen Print-Titeln zum Einsatz kommen wird, und einem animierten Typo-Film, der auf den Social-Media-Kanälen gestreut wird.

„Von einem Tiefkühlpizzahersteller würden man so eine Kampagne nicht erwarten. Genau deswegen glauben wir, dass diese Botschaft Kraft hat.“, so Michael Götz. Das Thema liegt dem Unternehmen generell sehr am Herzen. „Die Marke Gustavo Gusto ist aus unserer Pizzeria-Kette heraus erwachsen. Wir stehen der Gastro-Branche deshalb sehr nahe und wissen, wie hart das Geschäft sein kann“, begründet Michael Götz die Unterstützung.

Franco Fresco ist erst 2016 als Tiefkühlpizza-Hersteller (www.gustavo-gusto.de) gestartet. Heute stellt das Unternehmen bereits täglich über 100.000 – von Hand geformte – Premium-Tiefkühlpizzen her und beschäftigt rund 300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Unter der Marke Gustavo Gusto gibt es aktuell fünf verschiedene Sorten von Premium-Tiefkühlpizzen: Margherita, Prosciutto e Funghi, Salame, Tonno e Cipolla und Spinaci e Ricotta. Darüber hinaus wurde Anfang Oktober 2019 für einen kurzen Zeitraum eine Apfel-Zimt-Tiefkühlpizza, die in Kooperation mit der SAT.1-Kochshow „The Taste“ entstanden ist, in das Sortiment aufgenommen.

Die Tiefkühlpizza Sette Formaggi kam im November 2019 als Deutschlands erste Tiefkühlpizza mit sieben unterschiedlichen Käsesorten auf den Markt. Diese einzigartige und ebenfalls limitierte Käse-Pizza-Kreation ist in Zusammenarbeit mit dem bekannten YouTuber Luca entstanden und war bis Ende März 2020 erhältlich

Weitere Informationen unter www.gustavo-gusto.de, bei Facebook und Instagram.

Portrait

Gustavo Gusto ist eine Marke der Franco Fresco GmbH & Co.KG, die es sich zum Ziel gesetzt hat, die Tiefkühlpizza zu revolutionieren. Ihre Pizza soll sich nicht mehr von einer echten, sehr guten Restaurant-Pizza unterscheiden lassen. Deshalb werden diese Pizzen möglichst authentisch – nach italienischem Rezept – mit feinstem Mozzarella und hochwertigen, weitestgehend regionalen Zutaten hergestellt. Das Unternehmen bietet mehrere unterschiedliche Sorten an, die es in Lebensmittelgeschäften in Deutschland, Österreich und in der Schweiz zu kaufen gibt. Außerdem gibt es die Produkte auch online via Amazon Fresh und im Rewe Online-Shop. Das Unternehmen mit Sitz im bayerischen Geretsried wurde bereits mehrfach ausgezeichnet.

News-ID: 1090305 • Views: 2181 (Stand: 04.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1090305/Gustavo-Gusto-mit-ueberraschender-Anzeigenkampagne.html>