

---

Presseinformation der efko Frischfrucht und Delikatessen GmbH  
3. März 2021

## **efko TV-Spot „Gurkerl dazu?": Sauergemüse beliebter denn je**

**Sauergemüse liegt im Trend. Die Österreicherinnen und Österreicher lieben ihr „Gurkerl“ zum Essen und greifen seit Beginn der Corona-Pandemie noch öfter ins Glas. Diesem Zuwachs an Beliebtheit setzt efko nun mit TV-Spots im Stil der versteckten Kamera ein Zeichen. Die Kampagne ist von 1. bis 26. März im österreichischen Fernsehen zu sehen und positioniert das Gurkerl humorvoll und mit einem Augenzwinkern als treuen Begleiter in so mancher Alltagssituation.**

Corona hat die Konsumeigenschaften der Österreicherinnen und Österreicher verändert. Lebensmittel müssen nicht mehr nur gut schmecken, sondern auch noch regional, nachhaltig und haltbar sein. Eigenschaften, die das Sauergemüse von Österreichs größtem Hersteller efko allesamt mitbringen. *„Die Lockdowns mit all ihren Auswirkungen inklusive der Schließung der Gastronomie haben die Essgewohnheiten der Konsumentinnen und Konsumenten verändert. Die klassische Jause erlebt ein Revival in den heimischen Küchen, und dazu gehört traditionell auch das Sauergemüse“*, erklärt efko Marketingleiterin Mag. Silvia Maurer den Hype von Sauergemüse in Zeiten von Corona. Eine Entwicklung, die im österreichischen Lebensmitteleinzelhandel in der Kategorie Sauergemüse zu einem Wachstum des Absatzes von fast 14 Prozent führt. Den großen Zuspruch der Konsumentinnen und Konsumenten feiert efko mit drei neuen TV-Spots, die unter dem Slogan „ohne efko iss nix“ das Gurkerl als beliebtes Sauergemüse zum Begleiter in jeder möglichen und unmöglichen Situation stilisieren.

### **TV-Spot: Gurkerl dazu?**

Im Zentrum der neuen TV-Spots, die von 1. bis 26. März im ORF und privaten Sendern zu sehen sind, steht das beliebte Essiggurkerl. *„Steht Sauergemüse erst einmal auf dem Tisch wird es eigentlich immer gerne gegessen. Denken muss man halt dran“*, so Maurer. In Zusammenarbeit mit der Wiener Kommunikationsagentur „Zeppelin, Emil, Ludwig“ entwickelte efko aufbauend auf dieser Tatsache, eine sympathische wie humorvolle Inszenierung. Gemeinsam mit dem österreichischen Filmregisseur und Drehbuchautor Andreas

Schmied und der Schauspielerin und Kabarettistin Nina Hartmann als Lockvogel wurde ein Weg gefunden, um den Spot mit Authentizität und Charme umzusetzen. Ganz im Stil der versteckten Kamera wird das Gurkerl überraschend in Situationen gereicht, in denen normalerweise kein Sauergemüse genossen wird. Die Reaktionen der Menschen, denen das Gurkerl angeboten wird, reichen von verblüfft bis erfreut und werden in den Spots humorvoll eingefangen. *„Jeder erlebt den Biss in ein knackiges efko Gurkerl anders. Die Spots bringen das individuelle Erleben der Menschen mit Humor und Bodenständigkeit gut auf den Punkt. Damit zahlen sie perfekt auf die Marke von efko ein“*, ist Maurer vom Erfolg der Kampagne überzeugt.

Weitere Informationen finden Sie im PDF. Zu den Spots geht es hier:

<https://youtu.be/XyWJz70oBBI>

<https://youtu.be/vt-3uzgIW7g>

<https://youtu.be/9Dk0r15EnI>

### **efko Frischfrucht und Delikatessen GmbH**

Die efko Frischfrucht & Delikatessen GmbH ist der bedeutendste Sauergemüsehersteller Österreichs. efko steht für Eferdinger Kostbarkeiten und ist ein international ausgerichtetes Unternehmen mit Hauptsitz in Eferding/OÖ, einer Zweigniederlassung in Traun (Obstlagerhaus) und Tochtergesellschaften in Tschechien (efko-Veselí und machland-Veselí). Auch die Firmen Geißlmayr in Eferding/OÖ, machland in Naarn/OÖ, die Stiftungsgärtnerei Wilhering in Wilhering/OÖ sowie Vitana in Wien gehören zur efko Gruppe.

Das Unternehmen verarbeitet und veredelt jährlich 90.000 Tonnen von 70 Frucht- und Gemüsesorten. Derzeit beschäftigt die efko Unternehmensgruppe 659 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2020 wurde ein Umsatz von 155,4 Mio. Euro erwirtschaftet.

efko unterstützt den unabhängigen Verein „Land schafft Leben“. Das Ziel des Vereins ist es, den Konsumenten den Wert österreichischer Lebensmittel bewusst zu machen und gemeinsam mit allen Beteiligten der Produktionskette aufzuzeigen, was ein Lebensmittel ausmacht. Durch die Förderung von „Land schafft Leben“ leistet efko einen wertvollen Beitrag, mehr Transparenz und Objektivität in die Diskussion um Lebensmittelqualität, Nachhaltigkeit und Regionalität zu bringen.

Weitere Informationen unter [www.efko.at](http://www.efko.at), [www.landschaftleben.at](http://www.landschaftleben.at)

**Bild 1:**



**Bild 2:**



**Bild 3:**



**Bildtext 1:** „Gurkerl dazu?“ - Sympathische efko TV-Kampagne feiert mit drei neuen Spots vom 1. bis 26 März im ORF und privaten Sendern das Essiggurkerl

**Bildtext 2:** Für die neuen TV-Spots setzte efko auf ein höchst kreatives Team: Gemeinsam mit der Wiener Kommunikationsagentur „Zeppelin, Emil, Ludwig“, Regisseur Andreas Schmied und Schauspielerin Nina Hartmann als Lockvogel wird das Gurkerl in Szene gesetzt

**Bildtext 3:** efko Marketingleiterin Mag. Silvia Maurer feiert den großen Zuspruch der Konsumentinnen und Konsumenten für ihre efko Gurkerl mit sympathischen TV-Spots

**Fotocredits:** efko (bei Nennung honorarfrei)

---

**Kontakt efko:**

Mag. Silvia Maurer  
Leitung Marketing und Produktentwicklung  
efko Frischfrucht und Delikatessen GmbH  
Hinzenbach 38  
4070 Eferding  
t +43 7272 4285-210  
[silvia.maurer@efko.at](mailto:silvia.maurer@efko.at)

**Pressekontakt Impuls PR:**

MMag. Barbara Lamb  
  
Scharitzerstraße 12  
4020 Linz  
t +43 650 22 46 146  
[barbara@impulskommunikation.at](mailto:barbara@impulskommunikation.at)