



SPISUDEIGEN

Ny kampagne skal få danskerne til at spise ude igen

En ny digital kampagne Spis Ude Igen skal få danskerne til at besøge deres lokale restauranter, caféer, barer og andre spisesteder efter mere end to måneders nedlukning grundet Covid-19. Målet er at få folk til at støtte op om de mange lokale spisesteder, som har været hårdt ramt i perioden. Bag Spis Ude Igen står brancheforeningen MLDK Mærkevareleverandørerne og en lang række leverandører til foodservicemarkedet. Kampagnen er landsdækkende og finder sted på de sociale medier fra den 16. juni til starten af september.

- Covid-19-situationen har sat sine tydelige spor i restaurationsbranchen. En forventning om færre turister gør landets spisesteder dybt afhængige af, at danskerne igen begynder at spise ude, og at de gør det mere hele sommeren. Hos Mærkevareleverandørerne er det naturligt at støtte op om spisestederne som mange af vores medlemmer er centrale leverandører til. Igennem kampagnen opfordrer vi danskerne til at dele deres madoplevelser med hinanden på de sociale medier. På den måde ønsker vi, at danskerne skal inspirere hinanden til at spise ude igen og samtidig støtte deres lokale spisesteder, siger Niels Jensen, direktør for Mærkevareleverandørerne.

Den nye digitale kampagne er en feel good-kampagne, som skal minde danskerne om de glæder, der er ved at tage ud og få et måltid på de danske spisesteder. Mange danskere har set frem til igen at kunne invitere familie og venner ud, og det er vigtigt, at vi alle husker hinanden på, hvor dejligt det er at spise ude. Derfor vil kampagnen sætte fokus på at støtte de mange lokale restauranter, caféer, barer mv., hvor ildsjæle hver dag brænder for at skabe gode madoplevelser – hvad enten det er den hurtige snack eller den store menu.

- Kampagnen kommer til at køre i tre måneder hen over sommeren. Det giver god mening – ikke mindst nu, hvor vi jo bare må konstatere, at der helt sikkert kommer færre udenlandske turister, slutter Niels Jensen.

Igennem indhold og annoncer på Facebook og Instagram vil kampagnen opfordre danskerne til at dele deres madoplevelser med hinanden ved at poste billeder af deres spiseoplevelser med hashtagget #spisudeigen. Det skal signalere over for venner og familie, at det er trygt og godt at spise ude igen. Samtidigt udloddes der en lang række gavekort i forskellige konkurrencer til opholds- og spiseoplevelser.

Følgende leverandører deltager i kampagnen:

Arla Pro	Royal Greenland
Carlsberg	Royal Unibrew
Conaxess Trade	Rynkeby
Danish Crown Professional	Santa Maria
Duni	Schulstad Bakery Solutions
EasyFood	Stryhns
Findus	The Happy Chicken Project
Flensted	Unilever Food Solutions
Jakobsens Honning	Valsemøllen
Orkla Foods	Vion Food

Yderligere information

For yderligere information om kampagnen kontakt presse@spisudeigen.dk

