



Für schöne Momente

„Steffen Traiteur“ mit neuer Kampagne „Le Goût du Bonheur“

STEINFORT
JEFF KARIER

Unter dem Motto „Le Goût du Bonheur“ präsentierte „Steffen Traiteur“ seine neue Kampagne, die vor allem durch die eindrucksvollen Bilder besticht. Diese stammen von dem renommierten Fotografen Anthony Florio, mit dem „Groupe Steffen“ bereits in Vergangenheit zusammengearbeitet hat. „Das Fotoshooting hat fünf Tage gedauert“, erklärt Frank Steffen, der 1989 den Metzgereibetrieb „Maison Steffen“ und 2003 „Steffen Traiteur“ gegründet hat. Seit 2009 führt er die „Groupe Steffen“ gemeinsam mit seinem Sohn Tom.

Mit großer Leidenschaft

„Die Gastronomie ist seit der Gründung unseres Unternehmens 1989 ein Teil unserer DNS. Wir sind eine Mannschaft von Frauen und Männern mit einer großen Leidenschaft und Liebe für die Natur und die Küche“, steht in dem zu der Kampagne „Le Goût du Bonheur“ gehörige Katalog, der einen Einblick in das breite Angebot des Caterers, dessen Wurzeln in der Gemeinde Steinfort liegen.

Dieses Angebot reicht von Hochzeiten, privaten Festen und Taufen über Geschäftsessen und Empfängen bis hin zum Show Cooking. Ob Gemüse, Fleisch, Fisch, Obst oder

Desserts, alles wird auf den Seiten des Katalogs eindrucksvoll bebildert und fast schon malerisch beschrieben.

Drei Hauptpfeiler

Laut Véronique Blum, Kommunikationschefin der „Groupe Steffen“, steht im Zentrum hochwertiges Essen, das außerdem ethisch und ästhetisch ansprechend präsentiert wird. Diese drei Punkte klängen zwar offensichtlich, „Steffen Traiteur“ wolle deren Bedeutung jedoch weiter hervorheben und weiterhin nach den damit verbundenen Prinzipien arbeiten. Hierzu zähle auch die Zusammenarbeit mit lokalen Produzenten und das Hüten von alten, nur noch wenig verbreiteten Obst- und Gemüsesorten sowie Nutztierassen.

Teil der Kampagne sind auch die 144 Mitarbeiter der Gruppe. Denn die auf den Bildern zu sehenden Personen sind nicht etwa Models, sondern Personen, die in den verschiedenen Abteilungen arbeiten. Auf diese Weise soll den Kunden gezeigt werden, wer hinter den unterschiedlichen Produkten steckt. Das kann durchaus auch als eine Wertschätzung der Mitarbeiter verstanden werden.

Passend zur neuen Kampagne wurde auch der Internetauftritt von „Steffen Traiteur“ (www.steffentraiteur.lu) überarbeitet und wirkt nun aufgeräumt, klar strukturiert und modern, bebildert mit den Fotos von Anthony Florio. Im Zuge der Kampagne folgt kommendes Jahr auch eine kulinarische Überarbeitung beziehungsweise Neugestaltung bei „Steffen Traiteur“, an der noch die kommenden Wochen und Monate gearbeitet wird.

Zu Weihnachten und Sylvester

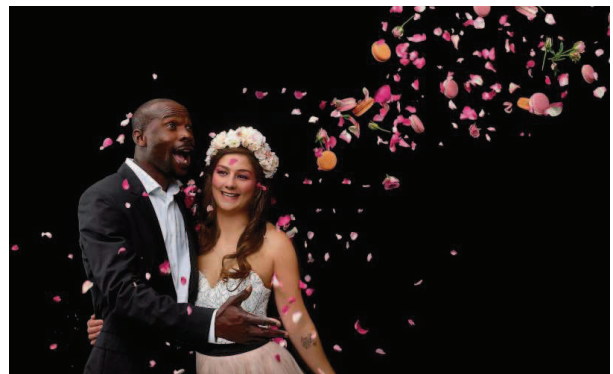
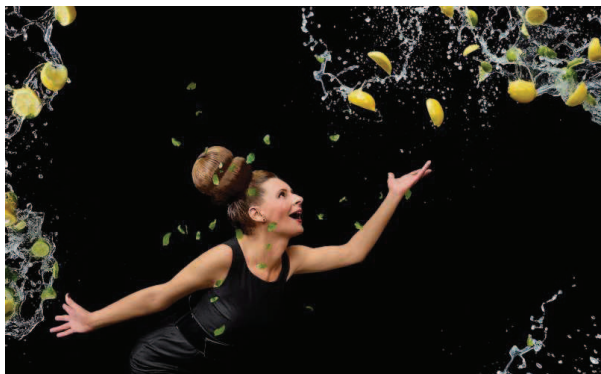
Für die anstehenden Feiertage bieten „Steffen Traiteur“ und „Maison Steffen“ einige Menüvorschläge an sowie verschiedene Desserts aus denen man wählen kann, sowie ein breites Angebot an weiteren Produkten und Ge-

„Die Gastronomie ist seit der Gründung unseres Unternehmens 1989 ein Teil unserer DNS“

FRANK & TOM STEFFEN im Vorwort des Katalogs

richten, die sich für Weihnachten und Sylvester eignen. Als Geschenkidee bietet sich des Weiteren ein Geschenkgutschein für ein Essen im Restaurant „La Table de Frank“ in Steinfort, das ebenfalls zur „Groupe Steffen“ gehört und von „Gault & Millau“ 14/20 Punkte bekommen hat.

www.steffen.lu



Die Kampagne soll die großen Leidenschaft und Liebe für die Natur und die Küche der Mannschaft von „Steffen Traiteur“ zum Ausdruck bringen
Fotos: Anthony Florio/Groupe Steffen

Das Angebot von „Steffen Traiteur“ reicht von Hochzeiten, privaten Festen und Taufen über Geschäftsessen und Empfängen bis hin zum Show Cooking