

PRESSEINFORMATION

Bio-Zentrale setzt als einzige Bio-Marke auf Radio-Werbung

Bio-Zentrale startet crossmediale nationale Radio-Kampagne für Brotaufstrich-Sortiment

„Produkte, die so schmecken, wie sie schmecken sollen“ – unter diesem Claim wirbt die Bio-Zentrale mit der größten Radio-Werbung der Firmengeschichte +++ Hoher Werbedruck mit Reichweite von über 300 Millionen Kontakten +++ Ergänzende Online-Rabattaktionen und POS- Material im Handel sorgen für zusätzliche Kaufimpulse

Köln/Wittibreit, Februar 2022. Die Bio-Zentrale startet eine bundesweit angelegte Radio-Werbung rund um ihr beliebtes Aufstrich-Sortiment. Die beiden von der Werbeagentur Grabarz & Partner aus Hamburg kreierten Tandem-Spots à 10 bzw. 20 Sekunden bilden das Herzstück der Radio-Kampagne des Bio-Vollsortimenters aus dem bayerischen Wittibreit-Ulbering. Die Radio-Spots werden von Ende Februar bis Ende April auf über 70 Radiosendern, darunter WDR 2, Antenne Bayern und SWR3, ausgespielt. „Als eines von wenigen Bio-Lebensmittelunternehmen setzen wir aktiv auf eine breit angelegte, nationale Werbemaßnahme zur Steigerung unserer Markenbekanntheit. So werden wir mit der zweiteiligen Werbeeinheit im Radio eine Reichweite von knapp 308 Millionen Kontakten erzielen. Die Kampagne wird mit Sicherheit das Markenprofil der biozentrale schärfen und neue Konsumenten an unser umfangreiches Aufstrich-Sortiment heranführen“, erklärt Dennis Lange, Marketingleiter der Bio-Zentrale.

Markenwerte und Qualitätsanspruch im Fokus

Das Beste aus sorgsam ausgesuchten Zutaten, ursprünglichen Nährstoffen und natürlichem Geschmack vereint in hochwertigen Lebensmitteln: Dafür steht die Marke biozentrale mit ihrem Markenclaim „Kraft der Natur“. Genau diese Markenwerte und den Qualitätsanspruch greift der Radio-Spot auf. Im Fokus stehen daher besonders die ausgewählten Zutaten wie saftige Tomaten, mediterrane Kräuter oder süße Datteln, die den biozentrale Aufstrichen Tomate, Mediterran und Erdnuss Dattel ihren intensiven, ursprünglichen Geschmack verleihen. Aufgegriffen wird diese Botschaft auch im zweiten Spot, der das breite, vegane und vegetarische Produkt-Sortiment der biozentrale mit Müslis, Veggie Burgern und Gemüsechips in den Mittelpunkt stellt.

Crossmediale Verlängerung der On-Air-Kampagne am POS, Online und auf Social Media

Die nationale Radio-Kampagne ist Hauptbestandteil der crossmedial angelegten Werbestrategie der Bio-Zentrale im ersten Halbjahr 2022. Um die

Bio-Zentrale Pressestelle:
Jeschenko MedienAgentur
Köln GmbH
Eugen-Langen-Str. 25
D-50968 Köln

Telefon: +49 221-3099-581
Telefax: +49 221-3099-200
Email: biozentrale@jeschenko.de

PRESSEINFORMATION

Reichweite der Radio-Spots zu verlängern, werden diese durch eine Vielzahl inhaltlich gekoppelter Werbeaktionen untersetzt. So ergänzen POS Materialien, Rabattaktionen auf die Aufstriche im Bio-Zentrale Online-Shop sowie eine begleitende Social-Media-Anzeigenkampagne die Werbeoffensive des Bio-Vollsortimenters um weitere Touchpoints. Flankiert wird die Kommunikation außerdem durch proaktive Öffentlichkeitsarbeit von der Jeschenko Medien Agentur Köln GmbH, die das Aufstrich-Sortiment in den Fokus stellt. „Gebündelt werden die vernetzten, aufmerksamkeitsstarken Maßnahmen bis Ostern für eine signifikante Abverkaufssteigerung des biozentrale Sortiments sorgen“, so Dennis Lange.

Das Unternehmen:

Die Bio-Zentrale Naturprodukte GmbH zählt seit ihrer Gründung im Jahre 1976 zu einem der führenden Bio-Lebensmittelunternehmen in Deutschland. Der Bio-Vollsortimenter aus Wittibreit (Bayern) steht mit rund 200 Produkten der Marken „biozentrale – Kraft der Natur“ und „BioKids“ für ökologische Landwirtschaft, die so wenig wie möglich in die Natur eingreift und das Beste der Natur sinnvoll zusammenbringt. Die Bio-Zentrale ist selbständige Tochter der Hamburger Zertus GmbH und arbeitet im Vertrieb mit dem Importhaus Wilms zusammen. Der hohe Anspruch an die Qualität der eigenen Erzeugnisse und die Prämisse, den Bedürfnissen der Verbraucher vollumfassend gerecht zu werden, machen die Bio-Zentrale zu einem Vorreiter für nachhaltige Lebensmittel.

Recyclingfähigkeit:

Die Bio-Zentrale achtet auch darauf, dass ihre Verpackungen so umweltgerecht wie möglich sind. Sie verpackt ihre Produkte nur so viel wie nötig und so wenig wie möglich, wie z.B. in Monofilmen und Graskarton. Die Bio-Zentrale darf als erster Hersteller von Bio-Lebensmitteln das offizielle Siegel „Made for Recycling“ tragen. Die Zertifizierung und Vergabe des offiziellen Siegels „Made for Recycling“ wird im Auftrag des Umwelt- und Recyclingdienstleisters Interseroh, nach den vom bifa Umweltinstitut GmbH standardisierten und vom Fraunhofer Institut für Verfahrenstechnik und Verpackung IVV bestätigten Kriterien, als neutrale unabhängige Stellen durchgeführt. Die mit diesem Siegel gekennzeichneten Verpackungen können folglich im Recyclingkreislauf ausgezeichnet vom Verbraucher getrennt, maschinell sortiert und wertstofflich wiederverwertet werden.

Bio-Zentrale Pressestelle:
Jeschenko MedienAgentur
Köln GmbH
Eugen-Langen-Str. 25
D-50968 Köln

Telefon: +49 221-3099-581
Telefax: +49 221-3099-200
Email: biozentrale@jeschenko.de