

## PRESSEINFORMATION

### Bio-Zentrale schaltet Pre-Roll-Ads auf YouTube

## **Bio-Zentrale visualisiert natürliche Genussmomente im Einklang mit der Natur**

### **Frische, Authentizität und Genuss sind Herzstücke der neuen Kampagne +++ Auftakt mit zwei Spot-Varianten auf YouTube**

**Köln/Wittibreit, September 2020.** Das Beste aus guten Zutaten, ursprünglichen Nährstoffen und natürlichem Geschmack vereint in hochwertigen Lebensmitteln: Dafür steht die Marke biozentrale. Entsprechend des Markenclaims „Kraft der Natur“ weiß sie, was den Produkten erst den vollen ursprünglichen Geschmack verleiht. Im Fokus der ersten YouTube-Kampagne der Bio-Zentrale stehen daher die Markenwerte und der Qualitätsanspruch des Bio-Vollsortimenters aus dem bayerischen Wittibreit-Ulbering.

Die beiden von der Werbeagentur Grabarz & Partner aus Hamburg kreierten 19-Sekunden-Spots, die ab KW 38 auf YouTube als Werbespots zu sehen sind, spannen dabei den Bogen vom nachhaltigen Anbau der frischen Zutaten bis hin zum verzehrfertigen biozentrale Produkt. Dabei werden die authentischen Genussmomente im Einklang mit der Natur visualisiert. Ziel der Kampagne ist, die Markenbekanntheit der biozentrale weiter auszubauen, neue Konsumenten für das umfangreiche Bio-Sortiment zu begeistern sowie bestehende Verbrauchergruppen weiter an die Marke zu binden.

### **Bio-Genuss als natürliches Erleben inszeniert**

Im Mittelpunkt der beiden Spots stehen der Aufstrich Kräuter Tomate als eines der beliebtesten Produkte des biozentrale Sortiments sowie die Bratlinge Tomate Kräuter, die sowohl als Patty in Veggie Burgern als auch in der aktuellen Grillsaison eine gute Figur machen. Reduziert auf intensiven, ursprünglichen Genuss interpretieren die Spots den Markenclaim „Kraft der Natur“, indem sie die Authentizität der Bio-Lebensmittel in natürlich-frischer Umgebung inszenieren. So führt einen der erste Spot ausgehend von den sonnengereiften Tomaten und deren achtsamer Verarbeitung hin zum sinnlichen Verzehr des Produkts mit knusprig-frischem Brot. Auch beim zweiten Spot werden unbehandelte Zutaten, darunter fruchtige Tomaten, zusammen mit Dinkelvollkornflocken und mediterranen Kräutern per Hand zu einem Patty geformt bevor sie, auf dem Grill gebraten, intensiven Burger-Genuss versprechen.

**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](mailto:biozentrale@jeschenko.de)

## PRESSEINFORMATION

### **YouTube-Kampagne verstärkt erfolgreiche Neuausrichtung**

Stand das Jahr 2019 bei dem Bio-Vollsortimenter noch ganz im Zeichen des erfolgreichen Markenrelaunches mit dem neuen Claim „Kraft der Natur“, soll die Marktpositionierung der Bio-Zentrale im Jahr 2020 gestärkt und ausgebaut werden. Durch die Kombination einer klaren Bildsprache mit einem entsprechend reduzierten, natürlichen Sound sind die Spots ein weiterer wichtiger Baustein zur Erlebbarkeit der biozentrale.

„Mit den neuen Spots wollen wir die Marke biozentrale weiter stärken, indem wir sie für unsere Kunden nun visuell erlebbar machen. Wir zeigen eindrucksvoll unseren Erfolgsschlüssel für hochwertige Bio-Produkte: die Verbindung aus nachhaltigem Anbau und der achtsamen Verarbeitung der frischen Rohwaren“, so Marketingleiter Dennis Lange. Durch eine Einbindung der Spots auf den Social-Media-Kanälen des Unternehmens wird die Reichweitenwirkung zusätzlich verstärkt und den Verbrauchern eine 2-Wege-Kommunikation für einen Austausch rund um die Produkte und deren Zusatznutzen angeboten.

Hier geht es zu den neuen Spots:

<https://www.youtube.com/watch?v=Ru6Cgv0d2Vk>

<https://www.youtube.com/watch?v=Fs1SgilZJwM>

#### **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](mailto:biozentrale@jeschenko.de)