



## Presseinformation

---

### **Dein Fleckchen Erde**

#### **COMPO Kampagne rückt Gefühl der Lebensqualität in den Mittelpunkt.**

*Münster (09. März 2022)* – Sich erden und die Seele baumeln lassen, sich wohlfühlen oder einfach aufblühen: In der aktuellen Zeit ist die Sehnsucht der Gesellschaft nach Distanz zum Pandemie-Alltag und Orten der Ruhe und Entfaltung besonders groß. Mit der diesjährigen Kampagne „Dein Fleckchen Erde“ rückt COMPO den gesellschaftlichen Wunsch nach Normalität und Freiheit in den Mittelpunkt, spricht den Endverbraucher direkt an und zeigt wie das eigene Zuhause mit Pflanzen zum Rückzugsort und zur individuellen Wohlfühloase werden kann. Die 360° Kampagne startet jetzt und präsentiert sich in verschiedensten Formaten auf allen relevanten Kanälen – online wie offline.

„Ob im Garten oder auf dem Balkon, auf der Terrasse oder der Fensterbank – Gärtnern ist Lebensqualität. Mit „Dein Fleckchen Erde“ setzen wir genau dort an, wo wir die Gesellschaft begeistern können und Menschen mit Faible fürs Grüne als verlässlicher Partner bei ihrem Hobby begleiten können“, sagt Stephan Engster, CEO von COMPO.

Damit ist die diesjährige Kampagne eine zeit- und themengemäße Weiterentwicklung der Kampagne „Mein Fleckchen Erde ist HIER.“ aus dem vergangenen Jahr. Während Leitthema und Kommunikationsdach der Lebensqualität bewusst fortgeführt werden, unterstützt die neue, direkte Ansprache des Endverbrauchers die Assoziation, dass es sich bei den gezeigten Motiven um sein Fleckchen Erde handeln könnte. Die Bilder von modernem Pavillon und mediterraner Terrasse bis sattgrünem Rasen wecken die Neugier und Lust, sein Fleckchen Erde ebenfalls in eine persönliche Wohlfühloase zu verwandeln. Täglich neue Gartenideen für drinnen und draußen auf den Social Medikanälen und der Unternehmens-Website bieten Endverbrauchern vielfältige Inspirationen, wie der eigene Rückzugsort aussehen könnte. Pflegetipps, Ratgeberbeiträge und die richtigen Produkte helfen jedem dabei, ganz einfach das wahre Potential seiner Pflanzen zu entfesseln – auch mit zwei linken Händen statt einem grünen Daumen.

Auch bei den gezeigten Produkten orientiert sich die Auswahl an den Bedürfnissen der Verbraucher. „Nachhaltiges Gärtnern ist der Wunsch immer mehr Gartenbesitzer. Gleichzeitig werden oft kleinste Flächen für den Obst- und Gemüseanbau genutzt oder mit Mediterranpflanzen verschönert. Dementsprechend steht bei der Kampagne 2022 auch unser erweitertes Sortiment torffreier BIO-Erden im Mittelpunkt“, so CEO Engster. Neben den Erden setzt der Münsteraner Anbieter von Markenartikeln für Pflanzen auf Rasensaat- und -Pflege. Aktionen, wie die kanalübergreifende professionelle und individuelle Rasenberatung und die Fortsetzung der COMPO Goldjagd<sup>1</sup> am POS rücken beide Produktgruppen zusätzlich in den Fokus.

Die inhouse entwickelte Kampagne, deren Motive auf Plakaten und Anzeigen crossmedial (Print- und Online-Werbung, Out-of-Home, POS, Social Media) ausgespielt werden, zeigen pure Lebensfreude und authentische Gärtner, deren Hände eben auch einmal richtig schmutzig sind oder die Natur am liebsten barfuß spüren.

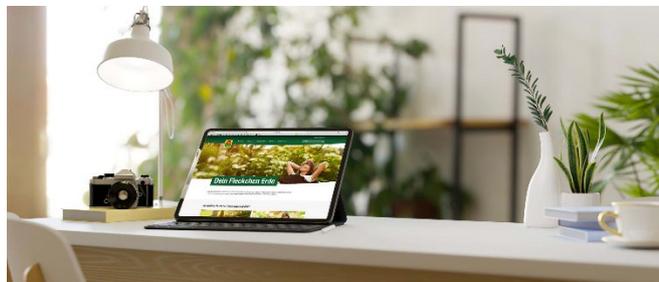
Die Kampagnensite finden sie [HIER](#).



## Presseinformation

[1] Holzgoldbarren werden in COMPO SANA®, COMPO BIO und öko balance Blumenerden versteckt. Die Holzgoldbarren werden durch den Endkunden bei COMPO eingetauscht und im Markt Medienwirksam übergeben.

### Bildmaterial



### Über COMPO

Die COMPO GmbH ist einer der führenden Anbieter von Markenartikeln für Pflanzen in Haus und Garten mit Hauptsitz in Münster. Neben Blumenerden umfasst das Sortiment Rasensaat, Dünger sowie Produkte zur Pflanzenpflege und zum Pflanzenschutz. Gegründet wurde das Unternehmen 1956 mit der Vermarktung von COMPO SANA®, der ersten Blumenerde in verbraucherfreundlichen Verpackungen. Heute beschäftigt COMPO rund 850 Mitarbeiter:innen an über 20 Standorten europaweit und erwirtschaftet einen Umsatz im mittleren 3-stelligen Millionenbereich.