



Presseinformation

Lieber das Beste. Für die Natur. Für dich. Für alle.

COMPOs neue internationale Markenkampagne rückt Verantwortung für Natur und Gesellschaft in den Mittelpunkt

Münster, Januar 2024 – Zum Start in die Gartensaison stellt COMPO seine neue internationale [Markenkampagne](#) vor. Im Mittelpunkt der Kommunikationsoffensive: Ein Spot, der in emotionalen Bildern zeigt, was die Natur über Generationen hinweg für uns bereit hält. COMPOs Kernbotschaft „Lieber das Beste. Für die Natur. Für dich. Für alle.“ greift dabei die individuelle und zugleich kollektive Verantwortung gegenüber der Natur auf. COMPOs Botschaft versteht sich als Aufforderung und Verpflichtung aller im ganzheitlichen Sinne für Umwelt und Gesellschaft zu handeln und unserer Natur etwas zurückzugeben.

Von der Aussaat bis zum gemeinsamen Genuss der Ernte feiern Spot und Kampagnenassets die Freude am Gärtnern, die Generationen in der Natur verbindet: Sie zeigen den kleinen Jungen bei gemeinsamer Aussaat und Ernte mit seiner Oma, den die Vielfalt in der Natur zum Staunen bringt; das junge Paar, das den Garten gemeinsam als Ruhepol genießt; und die ganze Familie, die mit Freunden zum Gartenfest zusammenkommt. „Zeit danke zu sagen und etwas zurückzugeben. Darum lieber das Beste. Für die Natur. Für dich. Für alle.“ ist die Botschaft, die diese Bilder begleitet.

„Die Kampagne ist die konsequente Weiterentwicklung unserer Markenkommunikation“, erklärt Stephan Engster, CEO von COMPO. „Schaut man sich frühe COMPO Kampagnen an, so standen in erster Linie individuelle Produkt-Benefits im Fokus. 2018 hebt die Kampagne „Sag mir wo die Blumen sind“ von Jung von Matt die Markenkommunikation auf eine emotionale Ebene. Jetzt ist es an der Zeit, noch einen Schritt weiterzugehen.“ Mit „Lieber das Beste“ greift COMPO erstmalig die soziale Gesamtverantwortung in der Markenkommunikation auf. COMPO verpflichtet sich dazu, mit höchster Qualität im ganzheitlichen Sinne zu handeln“, sagt Stephan Engster, und ergänzt „Das beste bedeutet hier demnach: Für Umwelt und Anwender das bestmögliche Resultat mit geringster Belastung und Aufwand zu erzielen, natürlich Bio!“ Nachhaltige Qualitätsprodukte und -lösungen zu entwickeln, die auf die spezifischen Bedürfnisse von Hobbygärtnern und ihren Pflanzen ausgerichtet sind, ist schon immer Teil unserer DNA. „Dabei fokussieren wir insbesondere eins: die Natur. Um sie zu stärken, zu schützen und ihr etwas zurückzugeben“, so Stephan Engster. Das macht die Markenkampagne zu weit mehr als einer Kreatividee, „es reflektiert unsere gesellschaftliche Vision und Verantwortung“.

„Die neue Markenkampagne und ihre einprägsame Botschaft verbinden Tradition und Qualitätsversprechen konsequent mit der unternehmensweiten Nachhaltigkeitsstrategie“, erklärt Stephan Engster. Verantwortungsvolles Handeln und nachhaltiges Wirtschaften sind für COMPO zentrale Ansprüche auf allen Ebenen. Dass COMPO seine selbst auferlegte Verpflichtung ernst nimmt, zeigen bereits eine Vielzahl an Maßnahmen wie die DNK-Erklärung oder die Unterzeichnung des Commitment Letters der Science Based Targets Initiative. Gleichzeitig bestätigen zahlreiche renommierte internationale Auszeichnungen die Nachhaltigkeit der Marke und das Vertrauen des Marktes.

Mit der einprägsamen Botschaft lädt COMPO Endverbraucher ein, sich diesen Anspruch zu eigen zu machen. „Jeder einzelne von uns kann unserer Natur etwas zurückgeben und ihr helfen“, so Stephan Engster. Das werde besonders angesichts wirtschaftlich anspruchsvoller Zeiten und Klimaveränderungen wichtiger denn je. Wirtschaftlich anspruchsvolle Zeiten erfordern Prioritäten. „Produkte müssen funktionieren. Kostspielige Experimente



Presseinformation

sind nicht erlaubt. Hier erfüllt die Marke COMPO eine klare Leuchtturmfunktion, die über klassisches Branding weit hinausgeht“, erörtert Stephan Engster. Gleichzeitig sind nachhaltiges Gärtnern – insbesondere bei Wetterextremen wie Trockenheit oder Hitze heute und in Zukunft essentielle Themen in der Gartenwelt. „Die Natur braucht Hilfestellungen, sozusagen Hilfe zur Selbsthilfe“, so Stephan Engster. „In der kommenden Saison werden wir diese in Form von neuen Bio-Produkten, Konzepten und Serviceleistungen geben. Aber auch bestehende Produkte, die den heutigen Ansprüchen längst gerecht werden, heben wir erneut in den Fokus, um Hobbygärtner bestmöglich dabei zu unterstützen, nachhaltig zu gärtnern“.

Die neue Markenkampagne wird ab sofort für die Dachmarke und sukzessive für einzelne Produktkategorien und Services ausgerollt und begleitet Hobbygärtner in allen relevanten europäischen Märkten durch die gesamte Gartensaison. Die inhouse entwickelte und produzierte Kampagne wird digital, in ausgewählten Printmedien, Außenwerbung, TV und am POS zu sehen sein.

Den 35-Sekünder finden Sie [HIER](#).

Bildmaterial





Presseinformation

Über COMPO

COMPO ist führender Anbieter von Markenartikeln für Pflanzen in Haus und Garten in Europa. Hobbygärtner finden im Sortiment alles, was sie zur Pflege ihrer Pflanzen benötigen – von Blumenerde und Dünger über Rasensaat bis hin zu Artikeln zur Schädlingsbekämpfung und zum Pflanzenschutz mit Fokus auf biologischen Produkten.

Begonnen hat alles 1956 mit der Einführung der ersten Blumenerde in verbraucherfreundlichen Verpackungen – der bekannten und bis heute mehrfach ausgezeichneten COMPO SANA®. Heute arbeiten europaweit mehr als 800 Mitarbeitende an über 25 Standorten Tag für Tag an der Entwicklung vielfältiger und nachhaltiger Qualitätsprodukte und -lösungen.