



## Presseinformation

---

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

### **COMPO weckt mit aktivierender Kampagnenerweiterung die Vorfreude auf die Gartensaison**

*Münster (Februar 2025)* – Mit der Erweiterung der international erfolgreichen Markenkampagne „Lieber das Beste. Für die Natur. Für dich. Für alle.“ holt COMPO Hobbygärtner bereits vor dem offiziellen Frühlingsbeginn aus der Wintertristesse und weckt mit einer überraschenden Inszenierung die Vorfreude auf die kommende Gartensaison.

#### **Kreativer Kommunikationsstart weit vor dem offiziellen Frühlingsbeginn**

Der Kommunikationsstart Mitte Februar hebt sich nicht nur zeitlich deutlich von den üblichen Kommunikationsrhythmen der Gartenbranche ab. Ab sofort aktiviert COMPOs Pre-Season-Kampagne unter dem Motto „aus grau mach grün“ Hobbygärtner dazu, den Winter hinter sich zu lassen und direkt in die Gartensaison zu starten. Insbesondere auf COMPOs Social Media Kanälen Facebook und Instagram und im Rahmen der begleitenden, breit angelegten Influencer Aktivierung finden Gartenbesitzer und Pflanzenliebhaber kreative, humorvolle und vor allem inspirierende Beispiele, wie aus grauer Wintertristesse endlich wieder grünes Leben werden kann. Unter Einbindung von COMPO Produkten zeigen reichweitenstarke Influencer, wie der Garten bereits im Februar aus dem Winterschlaf geholt werden kann und leiten ihre Follower unter dem Hashtag #ausgraumachgrün zum Mitmachen an. „Wir sind überzeugt: Der frühe, unkonventionelle Ansatz ist aufmerksamkeitsstark und birgt viel Aktivierungspotential von dem auch unsere Handelspartner profitieren. Am wichtigsten ist uns allerdings, ein weiteres kreatives Zeichen zu setzen, dass es nie zu früh ist, die Natur zu unterstützen und zurück in unseren Alltag zu holen“, erklärt Stephan Engster, CEO von COMPO.

#### **Kampagnenerfolg, der gesellschaftliche Vision und Verantwortung verbindet**

COMPOs innovativer Pre-Season-Push verbindet sich optimal mit der internationalen 360° Markenkampagne, die COMPO bereits 2024 gestartet hat und in 2025 europaweit auf ein nächstes Level heben wird. COMPOs Kernbotschaft „Lieber das Beste. Für die Natur. Für dich. Für alle.“ 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. „Beim Kampagnenstart im letzten Jahr war es uns bewusst: Eine Kommunikationsoffensive, die unsere gesellschaftliche Vision und Verantwortung europaweit in den Mittelpunkt rückt, ist riskant. Gleichzeitig ist die Botschaft, die Tradition und Qualitätsversprechen konsequent mit der unternehmensweiten Nachhaltigkeitsstrategie verbindet, zeitgemäßer und wichtiger denn je. Deshalb freut es uns umso mehr, dass „Lieber das Beste. Für die Natur. Für dich. Für alle.“ so positiv aufgenommen wurde und unsere Erwartungen um ein Vielfaches übertroffen hat“, so Engster. „„Lieber das Beste. Für die Natur. Für dich. Für alle.“ wird auch in 2025 europaweit fortgesetzt und sowohl quantitativ als auch qualitativ erweitert. Lag der Fokus in 2024 noch auf der Kernbotschaft der Markenkommunikation, folgt in 2025 die zusätzliche Fokussierung auf die Produktebene“, ergänzt Claudia Maushagen, Head of Brand Strategy & Corporate Communication.

#### **Nutzerzentrierung und Performance im Fokus**

Die Markenkampagne wird für die Dachmarke und sukzessive für einzelne Produktkategorien und Services ausgerollt. Ob zu den besten Sendezeiten im klassischen TV, bei den bekanntesten Streamingdiensten, täglich auf

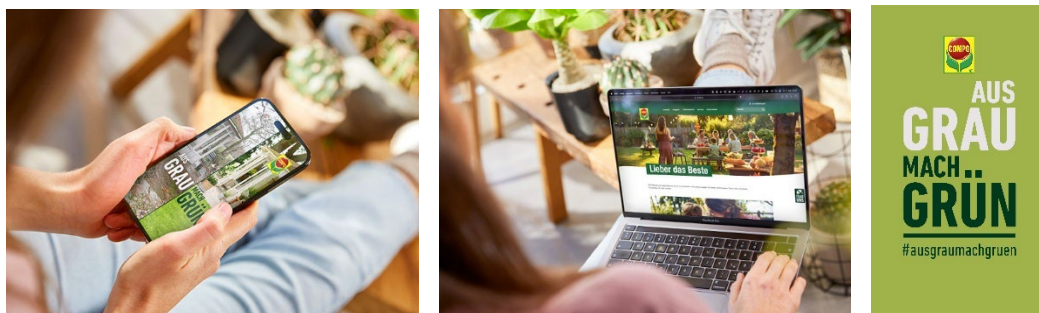


## Presseinformation

allen relevanten digitalen Kanälen, am POS oder in ausgewählten Printmedien und auf Großflächenplakaten an hochfrequentierten Plätzen – mit der aktivierenden Botschaft werden die Zielgruppen über alle Altersgruppen hinweg dort erreicht, wo sie sich am meisten aufhalten und durch die gesamte Gartensaison begleitet. „Ein innovativer, datengetriebener Ansatz optimiert Nutzerzentrierung und Performance dabei insbesondere auf COMPOs digitalen Kanälen“, berichtet Stephan Roth, Head of Digital. „COMPOs Markenbotschaft wird effizient und zielgerichtet in allen europäischen Märkten ausgesteuert. So ist während der gesamten Gartensaison auch für eine optimale Unterstützung unserer Handelspartner und Kunden gesorgt“, ergänzt Engster.

Den 35-Sekünder finden Sie [HIER](#).

### Bildmaterial



### 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.