



Presseinformation

Jedes COMPO Produkt = 1 Gewinnchance

Digitale Verkaufsförderung mit smarter KI-Mechanik: COMPO startet innovative VKF-Aktion 2026

Münster (Februar 2026) – Mit der neuen VKF-Aktion 2026 präsentiert COMPO ab dem 1. März 2026 ein zukunftsweisendes Konzept zur digitalen Shopper-Aktivierung am POS. Die aufmerksamkeitsstarke Aktion verbindet klare Handelsmehrwerte mit einer intuitiven, KI-gestützten Mechanik, die Teilnahmehürden reduziert und Impuls- und Wiederkäufe fördert. Im Mittelpunkt stehen zahlreiche attraktive Gewinne, die Verbraucher unmittelbar für ihr Engagement belohnen.

Digitale Mechanik, die begeistert – und Barrieren senkt

Neben einer Vielzahl attraktiver Gewinne, etwa hochwertige Marken-E-Bikes oder reisenstapel Regen-Capes, setzt COMPOs VKF-Aktion auf eine neuartige digitale Mechanik, die speziell dafür entwickelt wurde, Teilnahmeschwellen auf ein Minimum zu reduzieren. Shopper können ohne App-Download und ohne Registrierung teilnehmen – ein Upload des Kassensbons in den WhatsApp Chat genügt. Dank KI-gestützter Sofortentscheidung erfahren die Teilnehmer unmittelbar, ob sie gewonnen haben. Das schafft sofort Erfolgserlebnisse und stärkt das positive Markenerlebnis direkt am POS. „Mit der VKF-Aktion 2026 setzt COMPO ein starkes Zeichen für moderne Verkaufsförderung im grünen Markt: niedrighschwellig, digital gestützt, emotional belohnend – und mit einem klaren Mehrwert für Handel und Verbraucher“, erklärt Roland Walther, Vertriebschef Deutschland von COMPO.

Mehrfachkontakte, die Wirkung entfalten

Die VKF-Aktion ist bewusst so gestaltet, dass sie Folgekäufe stimuliert: Jeder Kassensbon-Upload generiert neues Gewinnpotenzial und schafft einen natürlichen Anreiz, weitere COMPO oder COMPO BIO-Produkte in den Warenkorb zu legen. „Für den Handel bedeutet dies eine höhere Frequenz am Regal, größere Warenkörbe, Mehrfachbesuche und eine messbare Aktivierungsleistung über digitale KPIs“, berichtet Anja Matzken, Head of Trade and Shoppermarketing.

Starke Sichtbarkeit im Markt

Auffällige POS-Platzierungen, aufmerksamkeitsstarke Displays sowie ein vielfältiges Paket an Verkaufs- und Werbematerialien sorgen für eine klare, moderne Ansprache im Markt. Die visuelle Leitidee orientiert sich an einer aktiven, naturverbundenen Lebenswelt – ideal für Garten- und DIY-affine Zielgruppen und passend zur gruppenweiten Markenkampagne „Lieber das Beste. Für die Natur für dich. Für alle.“

Begleitende Kommunikationsmaßnahmen

COMPO flankiert die Aktion über diverse Kanäle, darunter Handelskommunikation mit Fokus auf Beratung und Aktivierung, aufmerksamkeitsstarke Digitalmaßnahmen und Social-Media-Impulse für Endverbraucher, sowie zielgruppenrelevante Print-Formate. „So wird die Kampagne über den gesamten Zeitraum präsent gehalten und die Kaufbereitschaft nachhaltig gestärkt“, so Walther.



Presseinformation

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 25 Standorten Tag für Tag an der Entwicklung vielfältiger und nachhaltiger Qualitätsprodukte und -lösungen.