



COMPO-Kampagnenverlängerung sorgt für Kaufimpulse am POS

Mit „Nur mal gucken“ in die Saison-Verlängerung

Münster, 13. Juli 2021 Der führende Anbieter von Markenartikeln für Pflanzen in Haus und Garten begleitet mit seiner aktuellen Markenkampagne „Mein Fleckchen Erde“ erfolgreich die Gartensaison. Im Fokus der Kampagne, die ihre Zielgruppen mittels Print- und Online-Werbung, POS sowie Social Media erreicht, steht die nochmals gewachsene Bedeutung des eigenen Zuhauses.

„Nach einem äußerst erfreulichen Verlauf der Markenkampagne, wollen wir jetzt mittels Kampagnenverlängerung Online für weitere Kaufimpulse sorgen“, sagt CEO Stephan Engster. „Nach Monaten des Lockdowns und geschlossenen Märkten sind wir sehr erfreut, dass der Handel endlich wieder durchgehend und unter Berücksichtigung von Auflagen geöffnet hat. Mit unserer Aktivierungsmaßnahme möchten wir, in unserer Verantwortung als Partner des Handels, diesen bestmöglichen unterstützen.“

Unter der Überschrift „nur mal gucken“ wird die überwiegend Online-Affine Zielgruppe authentisch aktiviert, ihren Lieblingshändler vor Ort aufzusuchen, zu stöbern, sich inspirieren zu lassen und Produkte vor Ort zu kaufen.

Die Kampagne, die ausschließlich mittels Online-Werbung und über Social Media angesteuert wird, zeigt pure Einkaufsfreude und wie ein Ausflug zum Händler um die Ecke ganz einfach enden kann: ein mit Pflanzen und COMPO-Produkten vollgepackter Kofferraum, so dass sogar der Hund auf dem Schoß sitzen muss.

Unter dem #nurmalgucken werden die Gärtner:innen aufgerufen, ihre persönliche Ausbeute vom Ausflug zum Lieblingshändler zu zeigen, und nehmen so automatisch am integrierten Gewinnspiel teil.

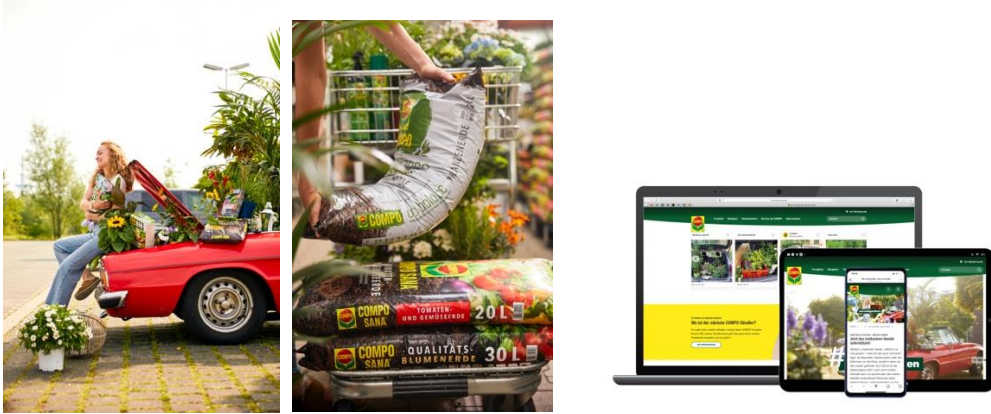
Link zur Kampagne: <https://www.compo.de/nur-mal-gucken>

Die Motive





Presseinformation



Über COMPO

Die COMPO GmbH ist einer der führenden Anbieter von Markenartikeln für Pflanzen in Haus und Garten und im Agrarbereich 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.