



# PRESSEMITTEILUNG

## Naturland Partnerkampagne

### Markenidentität in der Naturland Gemeinschaft

**Gräfelfing, 10.11.21 (NLZ). – Öko-Sozial und Fair in Produktion und Prozess. Weltweit. Mit dieser Kernbotschaft beginnt die zukunftsweisende Markenkampagne der Naturland Zeichen GmbH in auflagenstarken Printmedien und in den Sozialen Medien. Mit dem crossmedialen Konzept präsentieren sich Naturland und seine Partner mit einer gemeinsamen wirkungsstarken Botschaft: Öko fürs Wir. Ziel ist, die Awareness für die Marke Naturland weiter zu stärken. Neben einer Schärfung der Markenidentität zeigen sich Naturland und die langjährigen Naturland Partner als zentrale Akteure im Bio-Markt.**

Gestartet ist die bundesweite Anzeigenkampagne in dem Leitmedium DIE ZEIT; Anzeigen in Ausgaben des ZEIT Magazins sowie in der Schrot&Korn, dem Kundenmagazin im Biofachhandel, folgen. Begleitet wird die Printpräsenz von reichweitenstarken Ad-Kampagnen im Social Media Bereich. Im Design und in der Headline-Mechanik auf das Wesentliche konzentriert, stehen bei den Motiven ganz die Marke Naturland und die der langjährigen Partner im Vordergrund. Der Naturland Claim „Öko fürs Wir“ rundet die Kampagne ab und zeigt den Leitgedanken der Marke: Gemeinsam ökologisch-sozial, regional und weltweit.



Martina Romanski, Geschäftsführerin der Naturland Zeichen GmbH, ist sich sicher, dass die Gemeinschaft der Naturland Partner die Marke Naturland einzigartig macht: „Uns war es bei der Kampagne, mit der wir für uns ganz neue Wege gehen, besonders wichtig, unsere Partner direkt mit einzubinden. „Öko fürs Wir“ ist der Leitgedanke, der uns begleitet und hier auch noch einmal deutlich macht: Die Markenidentität des Naturland Zeichens ist eng verbunden mit den starken Marken unserer Partner. Wir stehen für öko-soziale Qualität und unsere Partner stehen für die genussvollen Lebensmittel.“

Kick-off der Naturland Partnerkampagne war in der KW 47 mit den vier Partnern und Tandemanzeigen in der überregionalen DIE ZEIT. Die Anzeigen in den ZEIT Magazinen folgen in den darauffolgenden Wochen. Parallel startet die Mediakampagne in den Sozialen Medien mit Werbeanzeigen und -videos.

In diesem Herbst/Winter präsentiert sich Naturland zusammen mit folgenden Partnern und Marken: Milchwerke Berchtesgadener Land, Mani Bläuel, LaSelva Feinkost Toskana und Mount Hagen/Wertform. Das mehrstufige, crossmediale Konzept wird im Jahr 2022 mit weiteren Partnern fortgesetzt.

Die **Naturland Zeichen GmbH** ist mit der Vergabe und Lizenzierung des Naturland Zeichens und des Naturland Fair Zeichens beauftragt, die für genussvolle, fair produzierte Lebensmittel stehen. In der Verantwortung der Naturland Zeichen GmbH liegt die enge Kooperation mit über 1.000 Partnern aus Verarbeitung, Handel und Gastronomie.

Mit 100.000 Bäuerinnen und Bauern – über 4.000 allein in Deutschland – entwickelt und verbreitet **Naturland** ökologische und soziale Wirtschaftsweisen regional, national und weltweit.

Bei Rückfragen zu der Naturland Partnerkampagne können Sie sich gerne an Martina Romanski, Geschäftsführerin der Naturland Zeichen GmbH wenden: [m.romanski@naturland-zeichen.de](mailto:m.romanski@naturland-zeichen.de)