

ahoi lotst Landwirte auf Zukunftskurs

27.08.2008, 16:23 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *Gemeinschaftsfonds Saatgetreide (GFS)*

Presseagentur: *ahoi Presseagentur*



„Z-Saatgut – die Zukunftsinitiative der deutschen Saatgutwirtschaft“

Die Wiesbadener Ahoi Werbeagentur angelt sich Kampagnenetat im Bereich Agribusiness. Die Markenlotsen der Ahoi Werbeagentur sind weiter erfolgreich auf Kaperfahrt und vermelden mit Start der neuen Imagekampagne des Gemeinschaftsfonds Saatgetreide zur Absatzförderung von zertifiziertem Saatgut mit dem Label „Z-Saatgut“ einen weiteren Etatgewinn.

„Z-Saatgut – die Zukunftsinitiative der deutschen Saatgutwirtschaft“ lautet die zentrale Botschaft des neuen Kommunikationskurses für

Z-Saatgut, den der Gemeinschaftsfonds Saatgetreide (GFS), eine Einrichtung der Abteilung Getreide des Bundesverbandes Deutscher Pflanzenzüchter e.V., ab sofort verfolgt. Dieser Leitgedanke bringt die neue Kommunikationsstrategie auf den Punkt, das Profil von Z-Saatgut als modernes, qualitativ hochwertiges Betriebsmittel zu schärfen und zugleich den Absender klar zu benennen, der täglich daran arbeitet, Landwirten zertifiziertes Saatgut moderner und immer leistungsfähigerer Getreidesorten bereit zu stellen.

Die deutliche Empfehlung, die Menschen hinter Z-Saatgut und ihre Intentionen klar, selbstbewusst und emotional in den Mittelpunkt der neuen Kampagne zu stellen, war der entscheidende Auslöser, den Etat in die Hände der Wiesbadener Kampagnenlotsen zu legen. Die seit 1996 im Bereich Agrarmarketing u. a. für BASF, Bayer, Cyanamid Agrar, Monsanto, Saaten-Union und Syngenta Agro aktive ahoi Werbeagentur konnte sich mit einer analytisch fundierten und gleichwohl emotionalen Kommunikationsstrategie im Pitch gegen zwei namhafte Agenturen durchsetzen.

Marktforschungsergebnisse liefern Grundlage

Die neue Kampagne für Z-Saatgut stützt sich auf aktuelle Ergebnisse einer Marktforschungsstudie, die zeigt, dass es trotz der in der Studie belegten bekannten Produktvorteile noch immer Getreideanbauer gibt, die nicht konsequent auf Z-Saatgut setzen. „Die neue, betont emotionale Crossmediakampagne mit dem Slogan „Zukunft beginnt mit Z!“ setzt genau hier an, mit dem Ziel, den Landwirten die Bedeutung von Z-Saatgut für die Zukunftssicherung ihrer eigenen Betriebe bewusst zu machen.“, erklärt Belinda Giesen-Druse, die für den Gemeinschaftsfonds Saatgetreide und für „Z-Saatgut“ verantwortliche Referentin. „Denn nur durch einen umfassenden Sortenschutz kann die zeit- und kostenintensive Züchtungs- und Qualitätssicherungsarbeit der Saatgutwirtschaft gewährleistet werden.“, so Giesen-Druse weiter. Emotionen als Türöffner zu den Zielgruppen

„Wir setzen beim Transport der von uns entwickelten neuen Positionierung konsequent auf eine sehr emotionale

Tonality, da der zentrale Benefit „Zukunftssicherung“ für die Zielgruppen ein existentiell bedeutendes Themenfeld berührt. Mit rein rationalen Argumenten werden hier tradierte Verhaltensmuster nur schwer zu beeinflussen sein. So lassen wir in den Anzeigen die Kinder von Landwirten zu Worte kommen, die ihre Eltern auf sympathische Weise daran erinnern, dass auch bei der Saatgutwahl an die Zukunft gedacht werden muss.“, erläutert Bernd Ringsdorf, kampagnenverantwortlicher Geschäftsführer der ahoi Werbeagentur, die kreative Umsetzung des Konzeptes.

Zum Kunden:

Der Gemeinschaftsfonds Saatgetreide (GFS) koordiniert alle Aktivitäten der Zukunftsinitiative und ist eine Einrichtung der Abteilung Getreide des Bundesverbandes Deutscher Pflanzenzüchter e.V. (BDP), in der die Verbände der Saatgutwirtschaft zusammenarbeiten. Dies sind der Bundesverband Deutscher Pflanzenzüchter e.V. (BDP), der Bundesverband Deutscher Saatguterzeuger e.V. (BDS), der Bundesverband der VO-Firmen e.V. (BVO) und der Deutsche Raiffeisenverband e.V. (DRV). Die Zukunftsinitiative der deutschen Saatgutwirtschaft repräsentiert somit alle maßgeblichen an der Erzeugung und dem Vertrieb von Saatgut beteiligten Marktteilnehmer.

Zur Kampagne:

Auf Kundenseite verantwortlich: Belinda Giesen-Druse

Auf Agenturseite verantwortlich:

Beratung und Kreativdirektion: Bernd Ringsdorf

Text: Marco Michels

Artdirektion: Scarlet Arian

Fotos: Oliver Rossi

Media: Ahoi Werbeagentur

PR: Publik, Ludwigshafen

Portrait

Ahoi entwickelt und realisiert als Agentur für strategische Kommunikation mit einer zurzeit 11 Mann und Frau starken Stammcrew ganzheitliche meist vertriebsorientierte Kampagnen zur Markenführung, Verkaufsförderung und Kundenbindung. Für Business-to-Business- genauso wie für Business-to-Consumer-Kommunikation. 1993 ohne Startkunden vom Stapel gelaufen, stehen heute zahlreiche namhafte Unternehmen und Verbände aus Industrie, Handel und Dienstleistung wie BASF, Bayer, Eckes, Motorola und die DBV-Winterthur auf der Referenzliste. Aktuell betreut ahoi zurzeit die Etats von Deutschlands größter Apothekengruppe LINDA, von Syngenta Agro, Weltmarktführer im Bereich Pflanzenschutz, von der HolzLand-Gruppe, größte und am schnellsten wachsende Fachkooperation im Holzhandel, vom vdd Industrieverband Bitumen, vom Deutschen Fliesenverband und vielen mehr.
www.ahoi-werbeagentur.de

News-ID: 237461 • Views: 1673 (Stand: 13.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/237461/ahoi-lotst-Landwirte-auf-Zukunftskurs.html>