



BEWORBENES PRODUKT: Ja!Natürlich



CREDITS

Auftraggeber: Ja!Natürlich Naturprodukte

Kommunikationsleitung: Mag. Martina Hörner, Mag. Maria Laubreiter

Agentur: Demner, Merlice & Bergmann

Kontakt: Dr. Harry Bergmann (Bild), Imke Lepper, Julia Radakovits

Kreation: Franz Merlice, Rosa Haider-Merlice, Alexandra Fuggersberger, Monika Prelec, Viktoria Farda

Mediaagentur: OMD

Kontakt: Gerald Wittenberger



Platin? Ja!Natürlich

Heuer stammen die erfolgreichsten Aushängeschilder der Werbebranche von Ja!Natürlich: Der Bauer und sein sprechendes Schwein haben dem heimischen Lebensmittelhersteller zu einem EFFIE in Platin verholfen.

Das abenteuerlustige Ja!Natürlich-Schweinderl macht sich auf, ein Trüffelschwein zu werden. Es schnüffelt ein ganzes Feld ab und steckt immer wieder neugierig seinen Rüssel in den weichen Boden auf der Suche nach den kostbaren Knollen. Aber leider ohne Erfolg. Der Bauer beobachtet sein Schwein und hat fast Mitleid mit ihm. Schließlich fragt er, ob ihm nicht Kartoffeln viel besser schmecken. „Ja eh ...“, quiekt das Borstentier. Kurzerhand wird der rosa Vierbeiner vom Bauern zum Kartoffelschwein gekrönt. Das macht das Schweinderl sehr stolz, mit noch erdigem Rüssel kommt

es angelaufen und freut sich über die Streicheleinheiten des Bauern.

Ein Schwein auf Erfolgskurs

Dass die Ja!Natürlich-Produkte vom Konsumenten mit großem Erfolg angenommen werden, zeigen die jüngsten Ergebnisse. Der Umsatz von Ja!Natürlich stieg um insgesamt 11 % an. Der Getränkeumsatz der Bio-Marke verdoppelte sich auf 4,5 Millionen Euro. Auch der Marktanteil legte 2006 kräftig zu. Bei Obst und Gemüse stieg er um 19 % auf 11,3 %. Bei Fleischprodukten verzeichnete Ja!Natürlich eine 18%ige Steigerung auf 5,9 % Marktanteil.





1 Printanzeigen (links) und TV-Spot



2



3

Facts

- Kommunikationsbudget:**
3,52 Millionen Euro
- Schaltzeitraum:**
Jänner bis November 2006
- Zielgruppe:** urbane, ernährungs- und qualitätsbewusste Personen
- Mediamix:** TV, Radio, Print, Plakat, Online
- Marktanteil Obst & Gemüse:**
11,3 % (+19 %)
- Umsatz Gesamtmarke:**
221,5 Mio. Euro (+11 %)
- Impact:** 44 % (+184 %)
- Umsatz in Euro pro Werbe-Euro:**
100,27 (+27,7 %)

Ein gutes Gefühl

Österreichs größter Bio-Marke gelang es durch die neue Kampagne, vor allem ernährungsbewusste Konsumenten anzusprechen und sie emotional an Ja!Natürlich zu binden. Durch die harmonische Natur-Mensch-Beziehung wird das gesunde Verhältnis zwischen Mensch und Natur symbolisiert. „Die Idee, einen Bauern und sein Schwein in den Mittelpunkt einer Kampagne zu stellen, war keineswegs abwegig. Schließlich sollte der Bio-Begriff erlebbar gemacht werden“, so Julia Radakovits von Demner, Merliceck & Bergmann, der neuerlich mit Platin ausgezeichneten Agentur. Um eine durchschlagende und einzigartige Idee für eine Kampagne zu entwickeln, seien vor allem zwei Dinge entscheidend: viel Phantasie und

ebenso viel Sitzfleisch. Die besten Voraussetzungen, um den begehrtesten EFFIE zu erringen. „Ist der Markterfolg einmal da, darf

„Entscheidend sind viel Phantasie und ebenso viel Sitzfleisch.“

man sich zumindest berechnete Hoffnungen auf einen EFFIE machen“, rechnet Radakovits vor. Der Platin-EFFIE ist für Ja!Natürlich ein sensationeller Erfolg, den man so schnell nicht vergisst. Denn wer will schon ein Trüffelschwein sein, wenn man ein Ja!Natürlich-Schwein sein kann? ■

EFFIZIENZNACHWEISE

