

UHLIG.

PR & KOMMUNIKATION

CASE STUDY

KUNDE: Honig-Verband e.V. – Generische PR für Honig aus aller Welt (DACH)

Situation

- Der Honig-Verband e.V. ist eine Interessenvertretung der Honig-Abfüllbetriebe und – Importeure sowie der weiterverarbeitenden Lebensmittelhersteller im deutschsprachigen Raum (DACH).
- Der Verband setzt sich für Qualität und Reinheit des Naturprodukts Honig gemäß der europäischen und deutschen Honigverordnung ein.
- Leitgedanke: „Honig – natürlich genießen!“

Aufgabe

- Ausbau des positiven Images für das Naturprodukt Honig aus aller Welt.
- Aufbau von Vertrauen beim Endverbraucher durch Aufklärung/Warenkunde.
- Kommunikation der sensorischen Vielfalt von Honig.
- Kommunikation der vielfältigen Konsum- und Verwendungsmöglichkeiten, durch die Fülle an Sortenhonigen aus aller Welt.
- Generierung von positiven Veröffentlichungen mit Rezeptabbildungen, Nennung der Sortenhonige und Honig-Verband e.V.

Zielgruppen

- Familien mit Kindern
- Genussorientierte Menschen, die gern kochen
- Verbraucher, die sehr viel Wert auf eine vollwertige, ausgewogene und naturbelassene Ernährung legen
- Verbraucher, die auf ihre Gesundheit achten, fitness- und wellnesorientiert sind
- Medienzielgruppen
 - Publikumspresse (print und online)
 - Special Interest Food-Titel
 - Kundenzeitschriften LEH
 - Kundenzeitschriften Apotheken
 - Tagespresse

UHLIG.

PR & KOMMUNIKATION

Umsetzung

- Die Agentur wurde von 2004 bis 2016 beauftragt, die Verbandsarbeit nach außen hin mit PR-Maßnahmen zu unterstützen. Der Fokus liegt auf generischer Produkt-PR im Bereich BtoC für Sortenhonige aus aller Welt:
 - PR-Basis schaffen: Entwicklung von Themensettings, Pressetexten, Fotos, Presseausstattung (Mappe und Briefpapier), Kreation eines neuen Verband-Logos und einer neuen Website, Rezeptentwicklungen und Durchführung Fotoshootings
 - Entwicklung von Newsletter-Templates im Look & Feel des Honig-Verbands sowie regelmäßiger Versand zu wechselnden Themen rund um Honig: wie z.B. Warenkunde, Qualitäts- und Sicherheitsstandards, Herkunftsländer, Sensorik, Verwendungsanlässe und Rezeptvorstellungen, Ernährungsphysiologische Bedeutung von Honig, Beauty & Wellness, Fitness etc.
 - Durchführung von Redaktionsbesuchen inkl. Vorstellung des Verbands sowie Verkostungsaktion vor Ort
 - Durchführung von postalischen Pressaussendungen mit Produktproben
 - Absprache und Platzierung von Exklusivabsprachen und Mediakooperationen
 - Durchführung von Journalisten-Events in Hamburg und München
 - Konzeptionelle Entwicklung und Streuung eines Hörfunk-Beitrags/Experteninterview (national)
 - Platzierung eines redaktionellen TV-Beitrags im Regional-TV

Ergebnis

- Die Bekanntheit in den relevanten Zielgruppen ist gestiegen
- Ein positives Image konnte geschaffen werden: Honig hat mittlerweile Zucker als Süßungsmittel in Rezepten abgelöst
- Zahlreiche Veröffentlichungen konnten generiert werden

