

## Ein Licht in der Dunkelheit

Wenn es im Winter dunkel wird, zündet man Kerzen an. Ihr Licht ist Symbol für Hoffnung, Geborgenheit und Zuversicht. In der Pandemie, in der es vielen an persönlichen Kontakten mangelte, wollte Zogi mit dem *1er-Kerzenbastelset* eine ermutigende Botschaft senden. Das Unternehmen setzte das Bastelset unter dem Motto „Love & Light“ als Inhouse-Weihnachts-Mailing im Jahr 2020 ein. Es gab Anlass zu Aktivität und Abwechslung während der Lockdown-Langeweile. Und das Motto in Kombination mit einer persönlichen Ansprache und dem sinnlichen Erleben von Wärme und Licht und dem Duft von Bienenwachs erzeugte ein positives Erlebnis auf mehreren Wahrnehmungsebenen.

Bei dem in Deutschland hergestellten Produkt handelt es sich um eine Wachsplatte, einen Kerzendocht sowie eine Bastelanleitung und Sicherheitshinweise. Verpackt wird das Set in eine Mappe aus zertifiziertem Naturkarton, der innen und außen individuell und vierfarbig bedruckbar ist. Bei der Produktion kommt reines Bienenwachs zum Einsatz, das zum Teil aus der Zogi Nature-Projektimkerei beeswe.love stammt. Der Jury gefiel, wie der aktivierende DIY-Gedanke mit praktischem Nutzen und positiver Botschaft verknüpft wird, und kürte das *1er-Kerzenbastelset* der Designerin Martina Herzog zu einem Award-Gewinner in der Kategorie **Streuartikel**.

**ZOGI Europe GmbH**  
service@zogi.biz • www.zogi.biz



## Post für Bello

Hundehalter wollen für ihren vierpotigen Freund i.d.R. nur das Beste und sind entsprechend wählerisch bei der Futtermittelmarke. Damit Hund und Halter sich auf fundierter Grundlage für ein Produkt von Josera petfood entscheiden, hat die Futtermittelmarke die Futterprobenkampagne Hund ins Leben gerufen.

Hundebesitzer können über eine eigene Landingpage zwei Futterproben sowie einen Fünf-Euro-Gutschein bestellen und das klimaneutral produzierte Futter kostenfrei testen. Überraschung für die Zielgruppe: Das Mailing ist vom Karton über das Anschreiben bis hin zum Gutschein individualisiert. Die entsprechende Hunderasse und der Name des Hundes finden sich auf dem Karton wieder. Zudem ist das Mailing geindividualisiert, sodass eine gezielte Wegbeschreibung zum nächsten Josera-Händler vor Ort enthalten ist.

Die Kampagne dient der Neukundengewinnung und der Leadgenerierung, aber auch der Unterstützung der stationären Händler. Laut Angaben von Josera kamen durch die Aktion bereits über 600.000 Vier- und ihre Zweibeiner in den Genuss der Futterproben. Partner der Kampagne sind u.a. die Post, locr und Grunewald.

Für dieses Gesamtpaket aus intelligenter Zielgruppenansprache und Förderung des Handels vor Ort wird die Kampagne mit einem Promotional Gift Award in der Kategorie **Best Practice** belohnt.

**Josera petfood GmbH & Co. KG**  
kundenbetreuung@josera.de • www.josera.de

