

WÄHL DAS GESUNDE. WÄHL DAS GUTE. WÄHL ZESPRI™.
ZESPRI™ STARTET NEUE KOMMUNIKATIONSKAMPAGNE PÜNKTLICH ZU
DEM START DER SOMMERSAISON



Eine Woche vor dem neunten „Iss-eine-Kiwi-Tag“ am 24. Mai startet Zespri™ eine erfrischend neue Kommunikationsoffensive. Die Kampagne basiert auf fundierten Erkenntnissen über das Verhalten der Verbraucher:innen. Viele kennen es: egal wie motiviert wir in den Tag starten, irgendwann wird die Entscheidung sich gesund zu ernähren zu einer Herausforderung - weil wir uns müde fühlen oder uns von unserem Umfeld beeinflussen lassen. Hier möchte Zespri™ Verbraucher:innen dabei unterstützen, sich für gesündere Lebensmittel zu entscheiden und sich so wieder gut und voller Lebensfreude zu fühlen. Das ganzheitliche Kommunikationskonzept positioniert die Zespri™ Kiwis als leckere und gesunde Snack-Alternativen, die sich einfach in die tägliche Ernährung integrieren lassen.

Der Claim „Wähl das Gesunde. Wähl das Gute. Wähl Zespri™“ fasst es perfekt zusammen. Der Moment, in dem wir uns für etwas Gesundes entschieden, ist der ZING-Moment. Dieser Moment wird im TV-Spot mit einem Sound symbolisiert und steht für das gute Gefühl, das man bekommt, wenn man etwas für die gesunde Ernährung und damit für das Wohlbefinden von Körper und Seele tut. Der persönliche Erfolgsmoment.

„Unsere Marke steht für Qualität und hat noch viel Potential in Deutschland“, erklärt Ana Chalakova, Head of Marketing Germany/Austria/Switzerland, „Mit unserer Kampagne wollen wir den Verbraucher:innen vor Augen führen, dass schon eine kleine tägliche Veränderung ein wichtiger Schritt in Richtung einer gesünderen Ernährung ist.“

Die neue Markenkommunikation umfasst eine breit angelegte nationale Kampagne mit Fernseh-, und OOH-Werbung sowie gezielte PR- und Online-Maßnahmen, einschließlich einer starken Erlebnismarketing-Offensive.



MIT ZESPRI™ KIWI AUF TOUR

Ein Zespri™ Kiwi-Trailer rollt von Mai bis September 2024 durch Deutschland. Start ist am „Iss-eine-Kiwi-Tag“ (24. Mai) in Hamburg vor der Rindermarkthalle. Weitere Stopps in Berlin, München und Köln sind geplant. Während der Tour sollen Verbraucher:innen für die gesunde Frucht begeistert und zum Mitmachen motiviert werden. Dazu gibt es ein Glücksrad mit kleinen Aufgaben für die tägliche Fitness, einem Kiwi-Quiz und weiteren unterhaltsamen Spielen. Bei erfolgreich bestandener Challenge winkt ein Zespri™-Sofortgewinn. Der beliebte

Zespri™ KiwiBrother™ wird persönlich alle Teilnehmenden vor Ort begrüßen.

Unter <https://www.zespri.com/de-DE/fit-und-gesund> kann jederzeit verfolgt werden, wo und wann die Riesenkiwi zu Gast sein wird.

Über Zespri™

Zespri™ ist zu 100 Prozent im Besitz von aktuellen und ehemaligen Kiwi-Anbauern und hat ein weltweites Team von 850 Mitarbeiter:innen mit Sitz in Mount Maunganui, Neuseeland, sowie in Asien, Europa und Amerika. Unser Ziel ist es, Menschen, Gemeinschaften und die Umwelt durch die Vorteile der Kiwi zu unterstützen. Wir arbeiten mit 2.800 Erzeugern in Neuseeland und 1.500 Erzeugern im Ausland zusammen, um Verbraucher:innen mit frischen, gesunden und wohlschmeckenden Zespri™ Green, RubyRed™ und SunGold™ Kiwis zu versorgen. Im Wirtschaftsjahr 2022/23 lieferten wir 183,5 Millionen Schalen mit Kiwis an Verbraucher:innen in mehr als 50 Märkten und erzielten einen weltweiten Umsatz von 4,22 Milliarden NZ\$. Zespri™ hat sich der Nachhaltigkeit verschrieben und Verbesserungsmöglichkeiten in der gesamten Lieferkette identifiziert. Dazu gehört auch unser Versprechen, bis 2025 100 Prozent wiederverwendbare, recycelbare oder kompostierbare Verpackungen zu verwenden, mehr für die Umwelt zu tun und mit unseren Partnern zusammenzuarbeiten, um bis 2035 klimapositiv zu sein.

www.zespri.com