

Pressemitteilung

„mensch, bio“ - Bioland lanciert erstmals Kundenmagazin

wdv-Gruppe erstellt Kundenmagazin im Full-Service für Deutschlands führenden ökologischen Anbauverband

(Bad Homburg, Juni 2008) Es gibt kaum noch Supermärkte, die keine sogenannten Bio-Produkte anbieten. Immer mehr Menschen greifen in den Regalen nach Waren mit dem Bio-Siegel. Doch Bio ist nicht gleich Bio. Die meisten Bio-Produkte, die den staatlichen Mindeststandard der EG Öko-Verordnung erfüllen und das Bio-Siegel tragen, entsprechen in Ihrer Qualität längst nicht den Anforderungen, die Bioland, Verband für organisch-biologischen Landbau e.V., an seine Produkte stellt. Warum das so ist und wodurch sich Bioprodukte voneinander unterscheiden, das möchte Bioland mit Hilfe seines neuen Kundenmagazins „mensch, bio“ vermitteln. Modern und unterhaltsam, sollen ökologisch interessierte Verbraucher über umweltverträgliche und nachhaltige Nahrungsmittelerzeugung informiert werden. Themen aus den Bereichen Umwelt, Naturschutz und Gesundheit sowie eine Kinderseite runden den Inhalt zielgruppengerecht ab. Kommunikatives Ziel ist die Stärkung der Marke Bioland im Premium-BioSegment und die Abgrenzung vom staatlichen Mindeststandard nach EG Öko-Verordnung (Bio-Siegel). Erstellt wird „mensch, bio“ im Full-Service von wdv Gesellschaft für Medien & Kommunikation mbH & Co. OHG in Bad Homburg. Deutschlands führender Corporate Publisher übernimmt gleichzeitig das Anzeigengeschäft für die 28 Seiten starke Publikation im Format 21 x 28 cm. Das Magazin wird ab Juli kostenlos über Bioland-Hofläden sowie – Bäcker und – Metzger an die Endkunden abgegeben.

Die wdv-Gruppe ist mit rund 300 Mitarbeitern der führende Corporate Publisher in Deutschland. Mit einem Netzwerk von über 150 Fachredakteuren und Autoren realisiert das Unternehmen crossmedial hochwertige zielgruppen- und branchenspezifische Medien für die Kundenkommunikation, u.a. in den Kernkompetenzfeldern Gesundheit, Altersvorsorge, Touristik, Automobil und Finanzen. Die wdv-Gruppe greift dabei auf sechs Jahrzehnte Erfahrung als Kommunikations- und Medienhaus zurück. Neben einer jährlichen Gesamtauflage von ca.120 Mio. periodischen Printmedien publiziert das Unternehmen verschiedene, dazugehörige crossmediale Produkte wie Online-Portale, Websites, Newsletter, Mailings, bis hin zu Mobile Marketing, Events und TV. Zu den Kunden zählen Unternehmen und Organisationen wie die AOK, Daimler, DekaBank, die Deutsche Rentenversicherung, Roche Diagnostics und TUI Deutschland.

Kontakt:

wdv
Gesellschaft für Medien & Kommunikation mbH & Co. OHG
Siemensstraße 6
61352 Bad Homburg v.d.H.
Fon: 06172 / 670 0
Fax: 06172 / 670 144
www.wdv.de

Dorothee Finé, wdv Unternehmenskommunikation,
Fon: -264, info@wdv.de
Dr. Stephan Tiersch; Leiter Healthcare Markets im wdv -Geschäftsbereich Gesundheitskommunikation
Fon: -462, s.tiersch@wdv.de