

Case Study Gesundheit: **mensch,bio** – das Kundenmagazin von Bioland

## MARKENSTÄRKUNG IM PREMIUM-BIO-SEGMENT

Immer mehr Menschen entscheiden sich beim Kauf von Lebensmitteln für ökologisch erzeugte Produkte. Doch Bio ist nicht gleich Bio. Das Kundenmagazin **mensch,bio** macht deutlich, was das Besondere an Bioland ist, und zeigt die Menschen, die für die Premiumqualität der Bioland-Lebensmittel sorgen.



### Die Aufgabe

Lebensmittel von Bioland erfüllen weitaus strengere Qualitätsanforderungen als Produkte, die den staatlichen Mindeststandard der EG-Öko-Verordnung erfüllen und das Bio-Siegel tragen. Warum das so ist und wodurch sich Bio-Produkte voneinander unterscheiden, vermittelt Bioland mithilfe seines Kundenmagazins **mensch,bio**.

### Das Konzept

Bioland Verband für organisch-biologischen Landbau e. V. informiert mit **mensch,bio** seine Kunden und ökologisch interessierte Verbraucher modern und unterhaltsam über umweltverträgliche und nachhaltige Nahrungsmittelerzeugung. Kommunikatives Ziel des Kundenmagazins **mensch,bio** ist die Stärkung der Marke Bioland im Premium-

### Fakten:

**Kunde:**  
Bioland e. V.  
**Kategorie:**  
B-to-C-Magazin  
**Erscheinungsweise:**  
6x jährlich  
**Umfang:**  
28 Seiten  
**Auflage:**  
50.000 Expl.  
**Verbreitung:**  
Deutschland

