

Das ist nicht nur Obst und Gemüse

Das ist die Kraft der
Vitamine und Mineralstoffe

Das sind köstliche
Snacks mit wenig Kalorien

Das ist ein
gesünderes **Europa**

 **DOSSIER
DE PRESSE**



**ERNÄHRUNGSEMPFEHLUNGEN
FÜR OBST UND GEMÜSE**

Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für die Forschung (REA) wider. Weder die Europäische Union noch die Bewilligungsbehörde können dafür verantwortlich gemacht werden.



1

**3 Vereinigungen,
3 Länder,
1 Kampagne**

2

**Das Problem:
eine vordringliche
Herausforderung in Europa**

3

**Die Idee: eine Änderung
der Gewohnheiten,
die zu Hause beginnt**

4

**Im Mittelpunkt:
Gesundheit und vieles mehr**

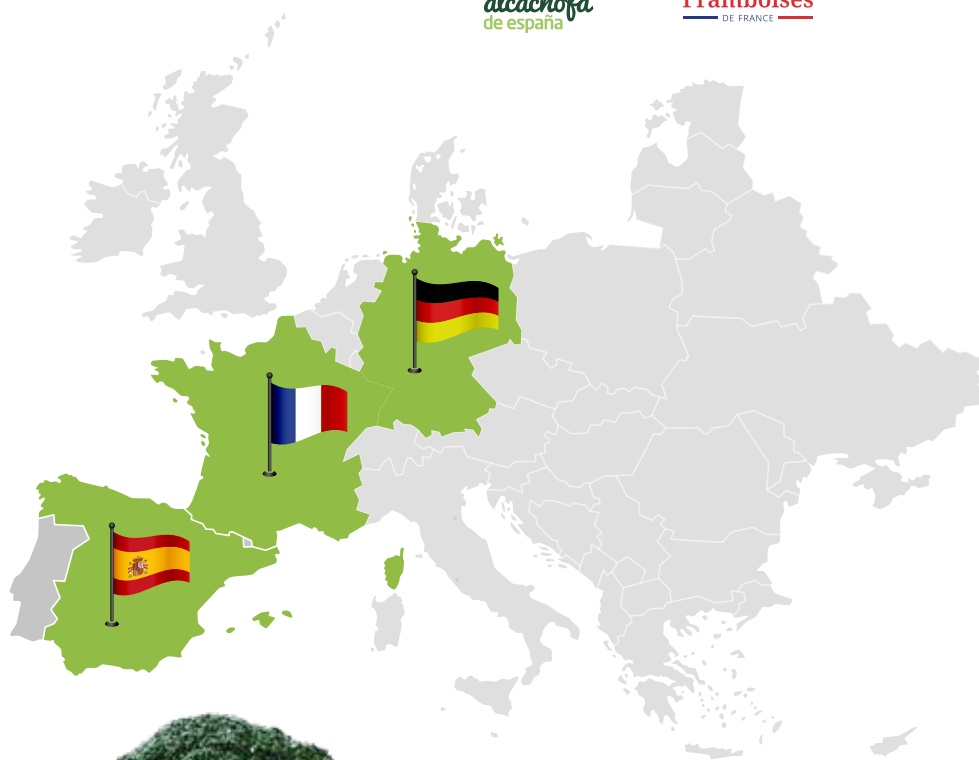
5

**Die Kampagne:
drei Jahre ohne Unterbrechung**



3 Vereinigungen, Länder, 1 Kampagne

Drei emblematische Produkte der mediterranen und atlantischen Ernährung (**Brokkoli, Artischocke und Erdbeere**) stehen im Mittelpunkt einer einzigartigen europäischen Kampagne.



Drei dynamische, verantwortungsbewusste und nachhaltige Vereinigungen



(Asociación para Promover el Consumo de Brócoli): Mit mehr als 60 Mitgliedern engagiert sich diese Organisation seit 2010 für rigorose und innovative Kampagnen, die zu einer Verbesserung der Ernährung der Bevölkerung beitragen sollen, wozu auch der vermehrte Verzehr dieses Kreuzblütlers mit dem wissenschaftlichen Namen *Brassica oleracea* gehört.

Brokkoli: Ein echtes „Superfood“ und das Gemüse mit dem höchsten Nährwert pro Gewichtseinheit.



(Asociación para la Promoción del Consumo de Alcachofa): Landwirte, Obst- und Gemüseunternehmen, die verarbeitende Industrie, Geschäfte und Restaurants sind Teil dieser 2014 gegründeten Organisation, die sich zum Ziel gesetzt hat, die ernährungsphysiologischen Eigenschaften und den unverwechselbaren Geschmack dieses spanischen Produkts sowie seine Verbindung zur mediterranen Ernährung weiter zu verbreiten.

Artischocke: Das Gourmetgemüse, bekannt als Königin der Wintergemüse und der mediterranen Küche.



(Association d'Organisations de Producteurs nationale Fraises Framboises): Diese 2008 gegründete Vereinigung umfasst mehr als 600 Erzeuger aus verschiedenen Regionen, die zusammen mehr als 50 % des Sektors in diesem Land ausmachen. Das Ziel besteht darin, die französische Erdbeerproduktion zu erhalten und weiterzuentwickeln und den Konsumenten hochwertige Sorten anzubieten.

Erdbeere: Die Erdbeere ist das Symbol Frankreichs und die beliebteste Frucht der Franzosen (67,2 % laut Umfragen). Es gibt eine Vielzahl von Sorten, wodurch sie äußerst vielseitig ist.



3 Zielländer, 3 Fakten

Spanien:



25%

der europäischen
Obst- und
Gemüseproduktion:

**25,3
Millionen
Tonnen.**

53%

werden im Land
konsumiert,

**47%
exportiert
werden.**

-18%

ist der Verzehr von Gemüse
in einem Jahrzehnt
zurückgegangen, Obst
verzeichnet einen noch
stärkeren Rückgang:

25%

Deutschland:



9,3

Millionen Tonnen
frisches Obst und
Gemüse. So viel
wurde im Jahr 2023
importiert, womit
dieses Land der
größte europäische
Markt ist.

2,8

Millionen
Tonnen
stammten aus
Spanien.

83.800

Tonnes Brokkoli. So
viel wurde im Jahr
2023 importiert.
Darüber hinaus ist
Deutschland der
viertgrößte Importeur
von Artischocken in
Europa.

Frankreich:



2,1

Million Tonnen
Obst wurden in
diesem Land
produziert, dem
viertgrößten
Produzenten
Europas.

-13%

ist der
Verzehr von
frischem Obst und
Gemüse in den
letzten fünf Jahren
zurückgegangen
und liegt nun bei
117 kg pro Person
und Jahr.

22%

der Franzosen
verzehren täglich
fünf Stück Obst und
Gemüse. Von den
unter 17-Jährigen
sind es nur 6 %.

1 Kampagne

All diese Elemente zusammen ergeben eine Kampagne, die heute wichtiger denn je ist. „**Ein gesünderes Europa**“, kofinanziert von der Europäischen Union, vereint die Kräfte der drei Vereinigungen und ihrer drei Produkte, um die Verbraucher in diesen drei Schlüsselmärkten anzusprechen, sie zur Teilnahme an der Bürgerbewegung zu ermutigen und einen höheren Verzehr von Obst und Gemüse im Rahmen eines aktiven und ausgewogenen Lebensstils zu fördern. Ein Projekt, das die Vorzüge für die Gesundheit von Brokkoli und Artischocken aus Spanien sowie Erdbeeren aus Frankreich in die Herzen der Städte tragen wird, um lokale Produkte zu fördern, ihre Sichtbarkeit zu erhöhen und ihren Verzehr zu steigern.



Ein
gesünderes
Europa

ENJOY
IT'S FROM
EUROPE

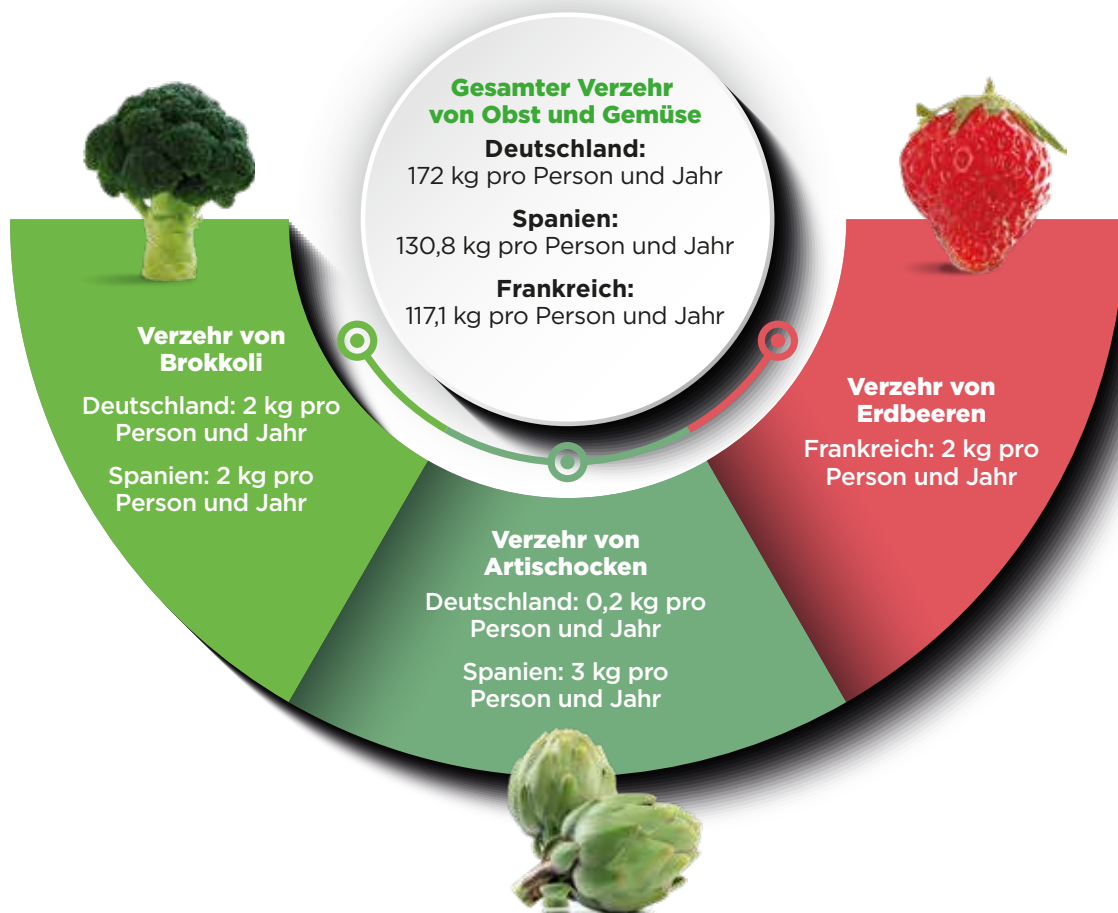


Das Problem: eine vordringliche Herausforderung in Europa

In Europa liegt der Verzehr von Obst und Gemüse **unter den Empfehlungen der WHO**. Das Schlimmste daran ist, dass der Verzehr auch noch zurückgeht, was unter anderem auf wirtschaftliche Faktoren wie die Inflation und veränderte Ernährungsgewohnheiten zurückzuführen ist.

Daten:

- Empfehlung der WHO: 400 g pro Person und Tag
- EU: 350 g pro Person und Tag*
- Nur 14,3 % nehmen täglich fünf oder mehr Portionen Obst und Gemüse zu sich.
- Wenn der Verzehr von Obst und Gemüse 400 g pro Person und Tag übersteigen würde, würde der europäische Markt für frisches Obst und Gemüse Folgendes liefern: +15 Millionen Tonnen pro Jahr.



Dies stellt ein erhebliches Problem dar, nicht nur für die Produktionssektoren, sondern auch für die Gesundheitssysteme (die sich mit einer ausufernden Adipositas-Epidemie und den damit verbundenen negativen Folgen auseinandersetzen müssen) und für die europäische Bevölkerung im Allgemeinen.

Außerdem werden diese Produkte aufgrund der Werbungsflut und der leichten Verfügbarkeit von verarbeiteten Alternativen oft **übersehen**, was viele Europäer zu der falschen Annahme verleitet, dass nicht frische Alternativen besser seien. Es ist daher notwendig, gegen die Verbreitung falscher Informationen vorzugehen, wie beispielsweise, dass diese Lebensmittel durch Säfte, Nektar, Desserts, Kompotte oder mit Vitaminen angereicherte Getränke ersetzt werden können.

Wir stehen also vor einer klaren und sehr bedeutenden Herausforderung: den Abwärtstrend umzukehren und die **öffentliche Gesundheit** durch die Bewegung für „ein gesünderes Europa“ zu verbessern. Dabei spielen Brokkoli und Artischocken aus Spanien sowie Erdbeeren aus Frankreich eine wichtige Rolle.

Das Gute ist, dass es kaum bessere Waffen dagegen gibt als Brokkoli, Artischocken und Erdbeeren. Drei vielseitige und köstliche Lebensmittel, die von Salaten über Cremesuppen bis hin zu Reisgerichten und Desserts für Abwechslung sorgen.

Ein
gesünderes
Europa



Die Idee: eine Änderung der Gewohnheiten, die zu Hause beginnt

Der Vorschlag, um die Situation zu ändern?
Auf Entscheidungsträger einwirken, auf diejenigen, die kochen und erziehen.



Denn das Zuhause ist der ideale Ort, um echte, dauerhafte Veränderungen zu bewirken, damit Europa wieder mehr heimisches Obst und Gemüse konsumiert. Wie?

- Aufklärung über eine gesunde Lebensweise, die Krankheiten wie **Diabetes, Krebs oder Adipositas im Kindesalter vorbeugt**.
- Stärkung derjenigen, die Einfluss auf die Ernährung zu Hause haben: **Väter, Mütter, aktive junge Menschen, Influencer im Bereich Wellness**.
- Es entsteht eine echte soziale Bewegung, die die Bedeutung von Obst und Gemüse in unserer Ernährung wieder ins Bewusstsein rückt.
- Förderung des Engagements für Gesundheit, Geschmack und Nachhaltigkeit. Eine Allianz zwischen Ländern, Sektoren und Generationen.
- Schaffung eines Umfelds, in dem das Gesunde **einfach, köstlich und selbstverständlich ist**.

Das ziel

Diese Kampagne richtet sich an Personen, die sich besser ernähren möchten, die erziehen und die Entscheidungen treffen, aber auch ganz Europa, denn eine gute Ernährung verändert Leben.

Zielgruppen:

- **Verbraucher in städtischen Gebieten im Alter von 25 bis 44 Jahren**, insbesondere junge Familien.
- **Meinungsbildner:**
Ernährungswissenschaftler, Köche, Journalisten, Influencer und Medien.
- **Lebensmittelvertrieb:**
Supermärkte, lokale Geschäfte, E-Commerce.



DIE LÄNDERSPEZIFISCHEN ZIELE

Spanien



Steigerung des Bewusstseins für europäischen Brokkoli und Artischocken um **20,74 %**.

Mehr als

24,7 Millionen Impulse

bei Verbrauchern generieren, die sich für eine bessere Ernährung interessieren.



Deutschland



Steigerung der Wertschätzung für europäischen Brokkoli und Artischocken um **31,48 %**.

Mehr als

16,5 Millionen qualifizierte Kontakte erreichen.



Frankreich



Steigerung der Wiedererkennung französischer und europäischer Erdbeeren um **13,04 %**.

Mit über

25,6 Millionen Menschen

in Verbindung treten, die sich für eine gesunde Lebensweise interessieren.



Im Mittelpunkt: Gesundheit und vieles mehr



Brokkoli



- **Nährwert**

- o Vitamin C (100 g = 60 mg, zwischen 70 % und 80 % der empfohlenen Tagesdosis).
- o Vitamin B9 / Folsäure (100 g = 57 µg oder 15 % der empfohlenen Tagesdosis): trägt zu einer normalen Funktion des Immunsystems, zu einer normalen Bildung von Blutzellen und zur Verringerung von Müdigkeit und Erschöpfung bei.
- o Eisen (100 g = 1,7 mg, 10 % der Tagesdosis bei Männern, 6 % bei Frauen).
- o Phosphor (100 g = 87 mg), der zur Entwicklung der Knochen bei Kindern und zur Aufrechterhaltung eines normalen Energiestoffwechsels beiträgt.
- o Schwefel (100 g = 140 mg), hat antimikrobielle Eigenschaften.

- **Saison :** ganzjährig.

	JAN	FEB	MÄRZ	APR	MAI	JUNI	JULI	AUG	SEP	OKT	NOV	DEZ
BROKKOLI das ganze Jahr über												

- **Tipps zur Aufbewahrung/Zubereitung:** Verzehren Sie das Produkt möglichst grün, damit alle Nährstoffe erhalten bleiben. Mit einem perforierten Plastikbeutel schützen und 3 bis 5 Tage im Kühlschrank aufbewahren.
- **Zubereitung:** gekocht, gebraten, frittiert oder roh, in Salaten, Nudelgerichten, Reisgerichten, Omelettes...
- **Umweltverträglichkeit:** Spanische Brokkoliproduzenten setzen innovative landwirtschaftliche Techniken wie Fruchtfolge und integrierten Pflanzenschutz (IPM) ein, um die Bodengesundheit zu erhalten und den Einsatz von Pflanzenschutzmitteln zu reduzieren.
- **Sozioökonomische Nachhaltigkeit:** In Spanien wird Brokkoli auf einer Fläche von rund 50.000 Hektar angebaut, was einem Ertrag von 600.000 Tonnen Frischware entspricht (die Hälfte des Brokkolis, der exportiert und in Europa konsumiert wird). Für Regionen wie **Murcia, wo 80 % der spanischen Brokkoliproduktion konzentriert ist**, sind diese Produkte untrennbar mit der Kultur vieler Orte und dem Verbleib der Bevölkerung im ländlichen Raum verbunden.

Artischocke



• Nährwert

- o Cynarin, eine interessanter säurehaltiger Stoff, der vor allem in diesem Gemüse vorkommt, mit choleretischer Wirkung, d. h. mit der Fähigkeit, die Gallensekretion zu steigern, kann bei Prozessen wie der Ansammlung von Fett in der Leber, der Bildung von Steinen in der Gallenblase oder der Bildung von Cholesterin eine Rolle spielen und darüber hinaus die Ausscheidung von Urin fördern.
- o Ballaststoffe (100 g = 2 g): tragen zur Regulierung der Darmfunktion bei.
- o Thiamin (100 g = 0,11 mg): trägt zur normalen Funktion des Herzens, des Nervensystems und psychischer Funktionen bei.

• Saison : das ganze Jahr über, je nach Sorte.

	JAN	FEB	MÄRZ	APR	MAI	JUNI	JULI	AUG	SEP	OKT	NOV	DEZ
ARTISCHOCKE das ganze Jahr über, je nach Sorte.												

- **Tipps zur Aufbewahrung/Zubereitung:** Im Kühlschrank aufbewahren, ohne die Blätter und den Stiel zu entfernen, bis zur Zubereitung (max. 7 Tage). Zur Zubereitung die äußeren, harten Blätter entfernen, die Spitzen abschneiden und den inneren „Bart“ entfernen. Nach dem Schälen in Wasser mit etwas Zitronensaft einlegen, damit keine Oxidation eintritt, bevor sie gekocht werden.
- **Zubereitung:** Reisgerichte, Hülsenfrüchte, Beilage zu Fleisch und Fisch oder pur mit einem guten nativen Olivenöl extra.
- **Umweltverträglichkeit:** Ähnlich wie bei Brokkoli ist das Engagement der spanischen Erzeuger sehr hoch. In Regionen wie Murcia beispielsweise, in der mehr als 40 % der nationalen Artischockenproduktion stattfindet, haben die Erzeuger Präzisionsbewässerungstechniken eingeführt, um den Wasserverbrauch zu minimieren.
- **Sozioökonomische Nachhaltigkeit:** Spanien ist mit 201.900 Tonnen (2022) der weltweit zweitgrößte Produzent, nur Italien hat eine höhere Produktionsmenge. 60 % gehen an die Industrie, die restlichen 40 % werden frisch verzehrt. Etwa 75 % bleiben auf dem heimischen Markt, die restlichen 25 % werden vor allem nach Frankreich, Italien und Deutschland exportiert. All dies trägt dazu bei, dass die Bevölkerung in den ländlichen Gebieten von Navarra, der Valencianischen Gemeinschaft und Murcia erhalten bleibt.

Erdbeere



• Nährwert

- o Vitamin C, das reichlich enthalten ist (100 g = 54 mg, mehr als die empfohlene Tagesdosis)
- o Vitamin B9/Folsäure (100 g = 98,9 µg oder 50 % des Tagesbedarfs): sehr wichtig für Frauen während der Schwangerschaft.
- o Ballaststoffe (100 g = 2,2 g): tragen zur Regulierung der Darmfunktion bei.
- o Antioxidantien wie Anthocyane oder Polyphenole (263,8 mg pro 100 g).
- o Kalorienarm (40 kcal/100 g).

• Saison : März bis November, sortenabhängig

ERDBEERE

	JAN	FEB	MÄRZ	APR	MAI	JUNI	JULI	AUG	SEP	OKT	NOV	DEZ
Gariguette												
Ciflorette												
Charlotte												
Les fraises rondes												

• Sorten: Bei Erdbeeren ist es sehr wichtig, die Sorte zu kennen. Nicht nur die Saison hängt von der Sorte ab:

- o **Gariguette:** Die bekannteste, vielseitigste und am frühesten reifende Sorte (erhältlich ab März). Diese Sorte ist fein und länglich, von zinnoberroter Farbe und hat einen süßen, sehr aromatischen Geschmack. Es eignet sich für alle Arten von Rezepten.
- o **Ciflorette:** Diese Sorte ist länglich, orangefarben, saftig und aromatisch und die süßeste aller Sorten, sodass sie mit Karamell verglichen wird. Ideal für Süßes und Kompotte.
- o **Charlotte:** Diese Sorte ist fleischig, hat ein holziges Aroma und ist sehr süß. Sie ist besonders bei Kindern beliebt. Ihre runde Herzform und ihre leuchtend rote Farbe lassen sie als Wilderdbeere erkennen.
- o **Runde:** Von April bis November begeistert eine Vielzahl süßer und säuerlicher Sorten mit ihrer ziegelroten Farbe und stattlichen Größe, darunter Mara des Bois, Darselect oder Cléry, Jung und Alt gleichermaßen. Ideal als Snack oder für Salate.

- **Tipps zur Lagerung/Zubereitung:** Legen Sie die Erdbeeren im Einkaufskorb auf die anderen Artikel, um sie nicht zu beschädigen. Zu Hause können sie 2 bis 3 Tage im Gemüsefach des Kühlschranks aufbewahrt werden, ganz und ungeschnitten. Lassen Sie sie vor dem Verzehr 20 Minuten bei Raumtemperatur stehen. Wichtig ist vor allem, dass Sie sie nicht einweichen, da sie sich dadurch mit Wasser vollsaugen und ihr Geschmack sowie ihr Nährstoff- und Vitamingehalt verloren gehen. Einfaches Abspülen mit frischem Wasser ist ausreichend. Wenn sie zu reif sind, können Sie sie immer noch für Marmeladen, Sorbets, Sirupe usw. verwenden.
- **Rezepte:** Sie sind die perfekte Ergänzung zu Süßem: Crêpes, Kuchen, Eiscreme oder Cupcakes werden durch die Zugabe von geschnittenen Erdbeeren deutlich aufgewertet. Doch auch in einem Salat oder auf einem Törtchen sorgen sie für Freude. Natürlich sind sie auch für sich allein genommen ein Genuss.
- **Umweltverträglichkeit:** Französische Erdbeerproduzenten setzen Techniken der ökologischen Landwirtschaft ein und fördern bestäuberfreundliche Anbaumethoden, um die Widerstandsfähigkeit der lokalen Ökosysteme zu stärken. Fraises de France hat ein nationales Versuchsprogramm ins Leben gerufen, dessen Ziel es ist, durch Innovation die Anbaumethoden und die Qualität der Früchte zu verbessern. Die französische Erdbeerproduktion konzentriert sich auf den Anbau in kontrollierter Umgebung (CEA), der eine bessere Wasser- und Düngemittelbewirtschaftung und einen geringeren Einsatz von Pestiziden ermöglicht.
- **Sozioökonomische Nachhaltigkeit:** Die französische Produktion belief sich im Jahr 2024 auf 60.000 Tonnen; seit 2010 steigt sie jedes Jahr leicht an. Die mehr als 20 Sorten ermöglichen die vielseitige Verwendung in der Küche und bieten einen enormen kulturellen und gastronomischen Reichtum, da jede einzelne Sorte von den Verbrauchern aufgrund einer oder mehrerer ihrer individuellen Eigenschaften geschätzt wird.



5 Die Kampagne: drei Jahre ohne Unterbrechung



Und wie wird die Kampagne unter diesen Umständen aussehen?
Wie werden wir mit der europäischen Bevölkerung kommunizieren?



Mit einer ansprechenden, optimistischen und informativen Botschaft, die dazu anregt, den Wert und den Genuss frischer Produkte wiederzuentdecken und sie zu einem Teil des Alltags zu machen.

Durch die Schaffung einer sozialen Bewegung. Wo Sie entscheiden, wie, wann, wo und mit wem Sie Ihr Lieblingsobst und -gemüse aus Europa genießen möchten.

Kreativität

Mit dieser Kreativität wenden wir uns an die Verbraucher in Europa:

**Das ist
nicht nur Obst
und Gemüse**

**Das ist die Kraft der
Vitamine und Mineralstoffe**

**Das sind köstliche
Snacks mit wenig Kalorien**

Das ist ein
gesünderes **Europa**



ENJOY IT'S FROM EUROPE

ERNÄHRUNGSEMPFEHLUNGEN
FÜR OBST UND GEMÜSE

Kofinanziert von der
Europäischen Union

**Das ist
nicht nur Obst
und Gemüse**

**Das ist die Kraft der
Vitamine und Mineralstoffe**

**Das sind köstliche
Snacks mit wenig Kalorien**

Das ist ein
gesünderes **Europa**



ENJOY IT'S FROM EUROPE

ERNÄHRUNGSEMPFEHLUNGEN
FÜR OBST UND GEMÜSE

Kofinanziert von der
Europäischen Union

Brokkoli

Das ist nicht nur ein Brokkoli

Das ist GREEN POWER

Das ist eine Explosion
natürlichen Wohlbefindens

Das ist ein
gesünderes **Europa**



EINÄHRUNGSEMPFEHLUNGEN
FÜR OBST UND GEMÜSE



Kofinanziert von der
Europäischen Union

DIE EUROPÄISCHE UNION UNTERSTÜTZT
KAMPAGNEN, WELCHE DIE QUALITÄT
LANDWIRTSCHAFTLICHER ERZEUGNISSE FÖRDERN.



Das ist nicht nur ein Brokkoli

Das ist GREEN POWER

Das ist eine Explosion
natürlichen Wohlbefindens

Das ist ein
gesünderes **Europa**



EINÄHRUNGSEMPFEHLUNGEN
FÜR OBST UND GEMÜSE



Kofinanziert von der
Europäischen Union

DIE EUROPÄISCHE UNION UNTERSTÜTZT
KAMPAGNEN, WELCHE DIE QUALITÄT
LANDWIRTSCHAFTLICHER ERZEUGNISSE FÖRDERN.



Artischocke

Das ist nicht nur eine Artischocke

Das ist Geschmack,
der gut tut

Das sind Vitamine
und Mineralstoffe
in ihrer reinsten Form

Das ist ein
gesünderes **Europa**



ERNÄHRUNGSEMPFEHLUNGEN
FÜR OBST UND GEMÜSE



Kofinanziert von der
Europäischen Union

Die Europäische Union unterstützt
Kampagnen, welche die Qualität
landwirtschaftlicher Erzeugnisse fördern.



Das ist nicht nur eine Artischocke

Das ist Geschmack,
der gut tut

Das sind Vitamine
und Mineralstoffe
in ihrer reinsten Form

Das ist ein
gesünderes **Europa**



ERNÄHRUNGSEMPFEHLUNGEN
FÜR OBST UND GEMÜSE



Kofinanziert von der
Europäischen Union

Die Europäische Union unterstützt
Kampagnen, welche die Qualität
landwirtschaftlicher Erzeugnisse fördern.



Erdbeere



Ce n'est pas seulement une fraise

C'est la touche sucrée qui égaye vos desserts

C'EST UNE **EUROPE** EN MEILLEURE SANTÉ.

Logo: Cofinancé par l'Union européenne
L'UNION EUROPÉENNE SOUTIENT LES CAMPAGNES D'INFORMATION LA QUALITÉ DES PRODUITS AGRICOLES
ENJOY IT'S FROM EUROPE



Ce n'est pas seulement une fraise

C'est un coup de pouce à vos défenses naturelles

C'EST UNE **EUROPE** EN MEILLEURE SANTÉ.

Logo: Cofinancé par l'Union européenne
L'UNION EUROPÉENNE SOUTIENT LES CAMPAGNES D'INFORMATION LA QUALITÉ DES PRODUITS AGRICOLES
ENJOY IT'S FROM EUROPE

Aktionen

Die Kampagne wird über einen Zeitraum von drei Jahren in Spanien, Frankreich und Deutschland durchgeführt und verfolgt ein klares Ziel:



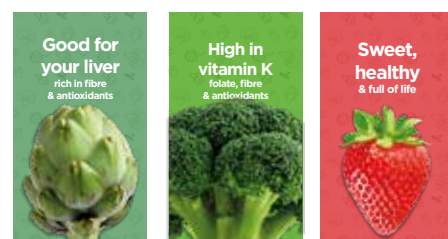
Public Relations und Presse

- Mehr als 10 Pressemitteilungen, 1 Video-Pressemitteilung und Veranstaltungen mit Medienvertretern.
- Mehr als 50 Millionen Impulse in traditionellen Medien.
- Partnerschaften mit 16 Mikro-Influencern (KOC) und 4 Meinungsführern (KOL):
 - ➔ Mehr als 3,6 Millionen Impulse in den



Ständige digitale Präsenz

- Dreisprachige Website, aktive Social-Media-Präsenz über 3 Jahre.
- 72 Veröffentlichungen pro Jahr, Community Manager und eine dedizierte Digitalstrategie.
 - ➔ Mehr als 300.000 qualifizierte Impulse.



Werbung in Massenmedien

- Traditionelles Fernsehen und Netflix: Mehr als 10 Millionen Zuschauer.
- Kampagnen im Radio und auf Spotify: Mehr als 142 Millionen Impulse.
- Fortschrittliche digitale Werbung (3D, Instagram, Online-Video): Mehr als +65 Millionen Impulse.



Außenwerbung und Kino

- OOH-Kampagnen (Plakatwände, Straßenbahnen, Vinylfolien), Kino:
 - Mehr als 29 Millionen visuelle Impulse.



Werbeaktionen und Verkaufsstellen

- Sets an Presse und Influencer, Kreatives und exklusive Materialien.
- Aktivitäten in Obstgeschäften: Mehr als 800 Verkaufsstellen, 15.000 Werbeeinheiten, 3 Millionen Etiketten auf Obst.
 - Mehr als 46 Millionen Impulse im Einzelhandel.



WIRKUNG



Über **66 Millionen**
echte und
qualifizierte
Interaktionen.



Steigerung der
positiven
Wahrnehmung von
europäischem Obst
und Gemüse bei
Verbrauchern im Alter
von 25 bis 44 Jahren
um **21,75 %**.



Insgesamt
akkumulierte
Impulse:
255 Millionen

Das Wichtigste: Millionen von europäischen Haushalten dabei unterstützen, sich besser zu ernähren. Mit lokalen, gesunden und nachhaltigen Produkten. Jeden Tag.

Danke



ERNÄHRUNGSEMPFEHLUNGEN
FÜR OBST UND GEMÜSE

Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für die Forschung (REA) wider. Weder die Europäische Union noch die Bewilligungsbehörde können dafür verantwortlich gemacht werden.



Kofinanziert von der
Europäischen Union

ENJOY
IT'S FROM
EUROPE

