

## FROM HATE TO GREAT: GREENFORCE NUTZT KRITISCHEN SOCIAL MEDIA KOMMENTAR ALS KREATIVES SPRUNGBRETT FÜR ERFOLGREICHE KAMPAGNE



**München, 11. August 2023.** Greenforce hat mit seiner Bestsellerkampagne einen triumphalen Meilenstein gesetzt, indem das Startup negative Kommentare in eine aufmerksamkeitsstarke und humorvolle Kommunikation umwandelte. Aus der ersten Idee einer kleinen Social Media Anzeige wurde eine groß angelegte deutschlandweite Markenkampagne: Greenforce hat die kreativen Standards der Kampagnenentwicklung neu definiert und durch den umfangreichen Maßnahmenkatalog seine Verfügbarkeit im Retail um 10% erhöht. Zudem werden laut interner Prognosen bis zu 50.000 zusätzliche Haushalte dauerhaft von Greenforce überzeugt werden.

Das Fundament der Bestsellerkampagne wurde mit einem provokanten Slogan gelegt, der bereits im Februar über Instagram Ads seine Premiere feierte: *"Lieber lass ich mir einen Zahn ziehen, als das zu essen."* Ursprünglich ein Hate-Kommentar auf Facebook, der die eigentliche Ironie mancher Anti-Veganer-Argumenten zeigt. Greenforce transformierte diese Negativität in positive Veränderung und stieß damit auf überwältigende Resonanz in der Online-Community. Gepaart mit der starken Klickrate wurde aus einem amüsanten Testlauf das Leitmotiv für die gesamte Kampagne.

Mit strategischer Raffinesse eroberten daraufhin großformatige Out-of-Home-Plakate mit verschiedenen Hate-Kommentaren nationale Ballungsgebiete. Auch am Point-Of-Sale wurden die Konsument\*innen von der Marke abgeholt: Anfang Juli wurden deutschlandweit 500 digitale In-Store-Stelen in Rewe-Märkten bespielt. Die interaktiven Displays boten zusätzliche Produktinformationen und luden ein, die Welt der pflanzlichen Geschmacksvielfalt zu entdecken. Als unterstützende POS-Kommunikation wurden Handzettel, Wobblers, Aussteller und kampagnenspezifische Displaytopper eingesetzt. Zudem wurden punktuell Live-Verkostungen in Supermärkten durchgeführt, um die Bestsellerprodukte optimal in Szene zu setzen.

Das spektakuläre Finale der Kampagne ist die deutschlandweite Foodtrucktour, die Mitte Juli ihren Auftakt in Hamburg feierte und bis Mitte August andauern wird. Der von den Social Media Followern getaufte „Erbсенexpress“ reist aktuell in Begleitung von reichweitenstarken Twitch-Influencer\*innen von Stadt zu Stadt und begeistert die Fangemeinden, pflanzliche Köstlichkeiten direkt am Supermarktparkplatz zu probieren. Pro Stadt gibt es noch zusätzliche Konsumentenaktivierungen wie Tombolas, Aktionspreise oder DJ's.

"Die Bestsellerkampagne hat uns mit ihrer Resonanz und ihrem Erfolg überwältigt", so Tanja Geser, Senior Retail Marketing Managerin bei Greenforce. "Die Begeisterung, die wir bei unserer Zielgruppe hervorgerufen haben, bestätigt uns in unserem Engagement, die Bevölkerung für nachhaltiges Essen zu begeistern. Durch kreatives Umdenken haben wir eine ursprünglich negative Botschaft in ein positives Ergebnis verwandelt. Unsere Bestseller-Produkte haben deutlich an Bekanntheit gewonnen, wir rechnen mit einer Umsatzsteigerung von bis zu 20%."

Mit der Bestsellerkampagne hat Greenforce nicht nur pflanzliche Köstlichkeiten in den Mittelpunkt gerückt, sondern auch bewiesen, dass innovativen Marketingstrategien und kreativen Ideen keine Grenzen gesetzt sind.

Zusätzliches Bildmaterial finden Sie zum Download [hier](#).

# PRESSEMITTEILUNG



## **Über die GREENFORCE FUTURE FOOD AG:**

Die GREENFORCE FUTURE FOOD AG entwickelt und vertreibt vegane, nachhaltige Lebensmittel. GREENFORCE verfolgt mit seiner Omnichannel-Strategie und Innovationskraft die Vision, Europas führendes pflanzenbasiertes Food-Tech-Unternehmen zu werden und dabei einen messbaren Beitrag zum globalen Klima- und Tierschutz zu leisten. GREENFORCE wurde gegründet von Thomas Isermann. Er bildet gemeinsam mit Hannes-Benjamin Schmitz den Vorstand der GREENFORCE FUTURE FOOD AG.

Weitere Informationen unter: [www.greenforce.com](http://www.greenforce.com)

## **Pressekontakt**

Marie Bund  
Senior PR & Communications Manager  
E-Mail: [mbu@greenforce.com](mailto:mbu@greenforce.com)

Veronika Näger  
Junior PR Manager  
E-Mail: [vn@greenforce.com](mailto:vn@greenforce.com)