

Von der Möhre zum Promoter

Wie gelangt ein Gemüse zu mehr Aufmerksamkeit? Und was verschafft der Möhre noch mehr Fans? Klare Antwort: Ein Möhrenmaskottchen!

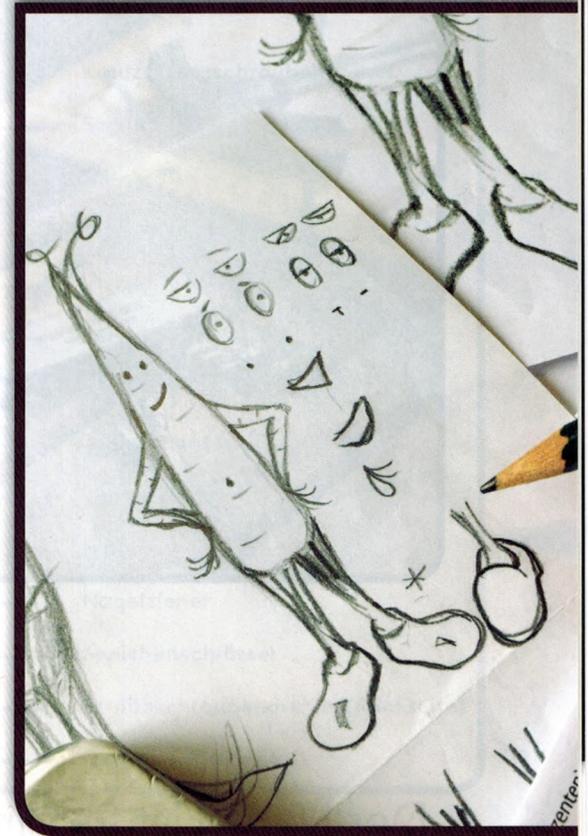
„Max“ heißt das Maskottchen der Agrarmarkt Informations-Gesellschaft (AMI) und wird rasch zu einem Erfolgsprodukt. Als gezeichnetes Maskottchen ist Max rasch nach seiner Erschaffung im Internet unterwegs und die spezielle Möhren-Infoseite „meine-möhren.de“ wird sein Zuhause. Dort soll er durch Rezeptseiten führen und Wissenswertes zur Möhre erklären. Kuschelig statt knackig ist Max aber auch als große Figur, als sogenannter Walking Act, in Kindergärten unterwegs und unterhält die kleinen und großen Besucher bei traditionellen Erntefesten - da will jeder gerne die große Möhre knuddeln. Mit Max hat die Agrarmarkt Informations-Gesellschaft (AMI) ein Maskottchen geschaffen, das der echten Möhre an Beliebtheit keineswegs nachsteht. Im Gegenteil, das Ziel, mit Max auf fröhliche und unbeschwerter Weise auf die Möhre aufmerk-

sam zu machen, ist durch eine gelungene Zusammenarbeit zwischen Ideengeberin, Designerin und Kostümbildnerin erreicht worden.

„Mit der Internet-Seite meine-möhren.de hatte die AMI in Zusammenarbeit mit der Möhrenbranche ein interessantes Portal gegründet, das über viele Rezepte und Informationen rund um die Möhre verfügt. Erwachsene finden sich dort gut zurecht, aber wer besser als ein Maskottchen – gezeichnet und als Kostüm – kann auch junge Menschen für die Möhre begeistern. Frau Heller war sofort bereit, dem Möhrenmaskottchen einen Charakter zu geben, eine Figur zu erstellen, die Kinder und Jugendliche gleichermaßen in seinen Bann zieht. In Zusammenarbeit mit ihr haben wir den Ausdruck der Augen und die Form der Hände und Füße diskutiert. Herausgekommen ist Max Möhre, der von Frau Paar in Form eines Kostüms zum Leben erweckt wurde. Auf der Feier zur Saisonöffnung für Möhren hat sich gezeigt, dass er keineswegs nur Kinder begeistert“, so Sonja Illert, Marktexpertin Gartenbau.

Die Designerin, Sonja Heller, war begeistert von der Idee: „Ich wusste sofort – das möchtest du machen! Eine Möhre gibt eine wunderbare Figur ab! Dabei hatte ich sehr viel Freiheit im Entwurf, was immer die beste Voraussetzung für kreative Prozesse und Gedanken ist. Vor meinem inneren Auge sah ich eine frische Gestalt in knackigem Orange und mit witzigen Details, wie zum Beispiel der wippenden Wurzel auf dem Kopf und den großen grünen Schuhen – Max wird mit seiner fröhlichen Ausstrahlung und lustigen Art hoffentlich das Ziel erreichen, vielen jungen Essern die Möhre schmackhaft zu machen.“

Auch Cordula Paar, Kostümbildnerin, freute sich auf die Aufgabe: „Walkingactkostüm Möhre – tolle Anfrage, da war ich sofort dabei! Mit Liebe zum Detail, Freude an der Arbeit, diversen schönen und hochwertigen Materialien und einigen Jahrzehnten Berufserfahrung konnte ich die Möhre zu neuem Leben erwecken. Gut verpackt in einer passgenauen Transporttasche wurde sie für ihre Reise zu den diversen Möhrenhöfen abgeholt und darf nun ihrer eigentlichen Bestimmung nachkommen. Froh, aber auch wehmütig habe ich von ihr Abschied genommen, denn sie hat mir, meinen Atelierbesuchern & Mitarbeitern extrem viel gute Laune bereitet.“

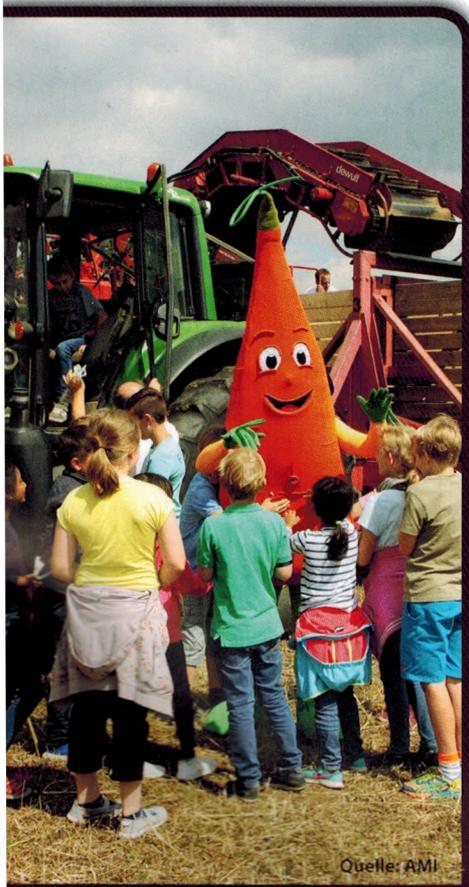


Sonja Heller definierte genaue Farbwerte für die Kostümbildnerin/Foto: Sonja Heller

Mit dem Maskottchen Max hat sich die AMI auf ungewohntes Terrain begeben, sind doch sonst tagesaktuelle Fakten und Marktanalysen im Agrarbereich ihr Fachgebiet. AMI Marktexperten berichten objektiv und tagesaktuell über die vielseitigen Zusammenhänge auf den Märkten der Agrar- und Ernährungswirtschaft. Diese werden auch auf Einzelprodukte heruntergebrochen, so gibt es wöchentlich Marktinformationen zu Möhren.

Letztendlich ist aus dieser intensiven Berichterstattung für Experten eine Wissensweitergabe an kleine und große Verbraucher und damit als Vermittler Max-Möhre entstanden. So ist Max nicht nur ein lustiges Maskottchen, das Spaß und gute Laune verbreitet, sondern ein perfekter Promoter, der Werbemittel, Merchandisingprodukte und Flyer an die Zielgruppe abgibt und so auf das Thema aufmerksam macht. ■

www.ami-informiert.de
www.paarexcellence.de
www.bufbi.de



Quelle: AMI