



PERSBERICHT

19 augustus 2021

RESULTATEN VAN DE DOOR DE EU MEDE GEFINANCIERDE CAMPAGNE 'BLIJF STRALEN'

Succesvolle campagne in zeven landen dankzij intensieve samenwerking

Zes internationaal samenwerkende promotieorganisaties voor de sierteelt lanceerden in april de internationale campagne 'Blijf stralen'. Deze campagne was opgezet met de hulp van een Europees noodfonds voor het herstel van de sierteeltsector vanwege de gevolgen in de eerste maanden van de coronacrisis. De campagne 'Blijf stralen' was bedoeld om de aankoop te stimuleren van snijbloemen en kamer- en tuinplanten in zeven Europese landen: België, Bulgarije, Denemarken, Duitsland, Frankrijk, Nederland en Oostenrijk.

Bij de lancering van deze campagne, met de gewaardeerde inzet van de internationale partners BAOPN, FloraDania, Blumenbüro Österreich, Val'hor en VLAM, met Bloemenbureau Holland in een coördinerende rol, is voor een maximaal resultaat gebruik gemaakt van een mediastrategie die per land net even verschilde. De campagne was vooral zichtbaar in Frankrijk en Duitsland, voor de meeste partners ook de belangrijkste landen. De campagne is inmiddels afgelopen en geëvalueerd. Hier volgt een samenvatting van de resultaten.

Koopintentie verhogen voor bloemen en planten

Belangrijkste doel van de campagne was de koopintentie te verhogen: wij wilden dat de klant na het zien van de campagne meer bereid zou zijn bloemen en planten te kopen. Het resultaat is dat twee van de vijf consumenten door de campagne gestimuleerd werd bloemen en tuin- en/of kamerplanten te kopen. Van de ondervraagden voelde 40% zich aangemoedigd tot het kopen van meer bloemen, overwoog 37% om meer kamerplanten te kopen en bleek 42% van plan meer tuinplanten te kopen. Gezien het feit dat het hier ging om een Europese campagne gericht op een brede doelgroep, kan dit een goede score worden genoemd en zijn de aan het begin gestelde KPI's daarmee overtroffen.

Bloemen en planten hoog op het boodschappenlijstje

Naast het verhogen van de animo om te kopen, moest de campagne er ook voor zorgen dat onze producten bij de consument weer scherper op het netvlies kwamen. Tijdens de coronacrisis moesten bloemen en planten bij de consument met andere woorden hoog op het boodschappenlijstje blijven staan. We noteerden goede resultaten in landen waar dit onderzoek al eerder was gedaan. Voor alle categorieën geldt dat het beeld van de consument nagenoeg even goed scoorde als pre-corona. In Oostenrijk, Bulgarije en Denemarken leken de uitslagen wat lager, mogelijk doordat daar vóór het uitbreken van de pandemie de positie op de lijst toch al lager was. Als we alle landen bij elkaar optellen constateren we dat er voor snijbloemen (46%) en kamerplanten (36%) sprake is van een lichte daling, terwijl tuinplanten stabiel op 28% blijven.

Groot bereik

In Bulgarije en Frankrijk werd de campagne 'Blijf stralen' op tv uitgezonden, wat een positieve uitwerking had op het bereik in deze landen. In deze landen waren de consumenten evenals die in Duitsland en België over het geheel genomen het meest positief over de campagne. Gemiddeld kreeg de campagne een rapportcijfer 7, waarbij de Bulgaarse consumenten met een 8 het meest positief oordeelden. Onze advertenties op YouTube zijn door in totaal 31 miljoen unieke kijkers gezien. Naast een goede zichtbaarheid op social media

in België en Bulgarije en een goed bereik via de radio in Bulgarije en Duitsland, was de commercial ook zichtbaar op de Bulgaarse tv met 1,8 miljoen kijkers, en op de Franse tv met 97 miljoen doelcontacten (van wie bijna 12 miljoen mensen uit onze doelgroep één of meer keer hebben gekeken naar de 198 keer op de Franse tv uitgezonden commercial).

Deze campagne is een uitstekend voorbeeld van hoe de internationale samenwerking binnen de sector kan verlopen. We willen dan ook graag onze partners, bureaus en de betrokken sectororganisaties bedanken, evenals het Europees Landbouwfonds, die met elkaar deze campagne hebben mogelijk gemaakt. Neem voor meer informatie contact op met Simone Dussine, projectcoördinator, via sdussine@bloemenbureauholland.nl.



Noot voor de redactie, niet voor publicatie:

Neem voor meer informatie contact op met Simone Dussine, projectcoördinator en country manager Nederland van Bloemenbureau Holland, via sdussine@bloemenbureauholland.nl.