



Eerste jaar EU-campagne voorbij

Op 8 juli 2014 is het eerste programmajaar van de driejarige EU-promotiecampagne 'Discover Farmhouse Dairy/Cheese' geëindigd. Atie van Olst licht wat voorlopige resultaten toe.

ATIE VAN OLS



- 1 Proeven van boerderijzuivel in een supermarkt.
- 2 Een van de receptkaarten.
- 3 Promotie in een supermarkt vanuit het speciale demostandje.

De nieuwe website www.boerderijzuivel.nl trekt veel bezoekers en dat worden er nog elk kwartaal meer. Sinds de nieuwe website online is (1 oktober 2013, dat is 3 maanden na de start van het programma), is de website 79.000 keer bezocht, met gemiddeld 4,3 pagina's per bezoek. Daarmee hebben we in 9 maanden de doelstelling van 75.000 bezoeken per programmajaar al ruim overschreden. Minder tevreden zijn we nog over de resultaten van de social media-activiteiten. Het aantal volgers van @boerderijzuivel (Twitter) is nu 294, de Facebookpagina Boerderijzuivel.nl kent 206 'vind ik leuk's' voor de pagina. Wel bereiken we relatief veel personen, zeker via Facebook; de betrokkenheid is dus hoog. Als meer boeren communiceren met #boerderijzuivel en/of #boerenkaas en berichten delen op Boerderijzuivel.nl (Facebook), zal het bereik onder consumenten zeker kunnen toenemen.

Pr-activiteiten

Contacten met de pers hebben geleid tot 204 getraceerde publicaties in diverse media, zowel offline (in kranten en tijdschriften) als online. De pr-waarde is uitsluitend bekend van offline printpublicaties, communicatie via radio en televisie en op internet is niet meegerekend in de waarde van de pr, die in het eerste programmajaar krap 400.000 euro bedroeg. Ook hier zijn de resultaten veel beter dan de vooraf gestelde doelen.

Receptkaarten

Elke maand verschijnt er een nieuwe recept-

kaart. Er zijn kaarten specifiek voor Boerenkaas (vaak wordt er in zo'n recept ook bijvoorbeeld boerenboter gebruikt), ook zijn er kaarten voor onder meer boerenyoghurt en boerenkarnemelk. De maandelijkse verspreiding gaat via boerderijwinkels en kaasspecialzaken. Ook worden de kaarten uitgedeeld bij de proeverijen en de Boerderij-Belevingen. En natuurlijk zijn alle recepten op www.boerderijzuivel.nl te vinden. Ook kunnen de volledige receptkaarten daar downloaden. Voor Oktober Boerenkaasmaand en Cum Laude waren de oplages extra groot.

Proeverijen

Consumenten kunnen natuurlijk heel gemakkelijk een stukje Boerenkaas proeven in de boerderijwinkel en kaasspecialzaak. Met de proeverijen in supermarkten willen we graag meer consumenten kennis laten maken met de smaak van boerderijzuivel en of Boerenkaas. Dit jaar waren er proeverijen bij Hoogvliet (met de nieuwe Groene Hart Zuivel), Coop (met het IJshoeve-ijs met keurmerk voor Echte Boerderijzuivel), bij MCD (met boerderijzuivel van den Eelder), bij Plus (met hangop, van uitgelekte boerenyoghurt, en met Boerenkaas, beide van Gijs) en bij Vomar en Jumbo (beide met Boerenkaas). Er is uitgebreid geproefd en goed verkocht en er zijn veel receptkaarten uitgedeeld. Van het aanbod om voor eigen demo's gebruik te maken van het proefmeubel 'ontdek en proef, oer van de boer' heeft alleen Kaasboerderij Schellach gebruik gemaakt. 🍷

