

Onze missie is het promoten van bloemen en planten in verschillende Europese landen en ze weer top-of-mind maken. We willen bloemen en planten bijzonder maken door unieke en verrassende content te creëren. Om een indruk te geven van ons werk tot nu toe, zetten we een aantal belangrijke activiteiten van de eerste maanden van 2017 op een rij.

Door onze maandelijks terugkerende campagnes geven we de pers, handel en bloggers iedere 4 weken een vers haakje om te gebruiken.

**MAANDELIJKE PR-CAMPAGNES**

**BLOEMENAGENDA** DE / FR / NL / UK

OPVALLEND

**DE BLOEMENMEISJES  
REALISEERDEN  
TOT NU  
een bereik van  
ruim €300.000**



Elke maand staat een andere bloem in de spotlight met inspirerende teksten en beelden.

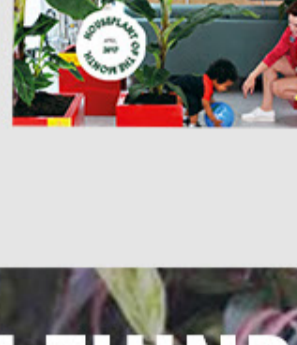
Gemiddeld wordt de content 75 keer gedeeld of overgenomen per land. In de UK heeft 1 plaatsing een bereik van 450.000 op redonline.co.uk behaald

Daarnaast creëren 12 invloedrijke influencers in Nederland (onze Bloemenmeisjes) eigen content omtrent één bloem uit de Bloemenagenda.

**WOONPLANT VAN DE MAAND** DE / FR / NL / UK

OPVALLEND

**TV5MONDE  
deelt content  
in uitzending  
MET BIJNA  
7,5 MILJOEN  
KIJKERS**



Iedere maand vragen we aandacht voor een kamerplant of een groep planten. Een campagne die door honderden media wordt opgepakt met een gemiddeld totaal bruto bereik van 500 miljoen per maand.

Zo werd onze content o.a. gedeeld door de Nederlandse Metro (oplage 400.000).

Het materiaal wordt ook steeds vaker ingezet door kwekers, handelaren en bloemisten.

65% van het totale bereik wordt gerealiseerd in Duitsland.

**PR-CAMPAGNE TUIPLANTEN** DE / NL

OPVALLEND

**Publicaties in  
Home & Garden (NL)  
& We love Living (DE)  
BRUTO BEREIK  
382.000**



Om de verschillende soorten planten uit te lichten, hebben ook de tuinplanten een eigen maandelijks campagne: Tuinplant van de Maand.

Daarnaast kiest een mediary de Balkon- en Terrasplant van het jaar. De winnaars, die vanaf april worden gepromoot als must-haves, zijn een goede inhaker voor de pers.

In Duitsland en Nederland heeft de campagne een maandelijks bruto bereik van ruim 500 miljoen.

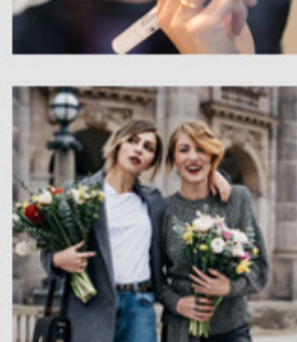
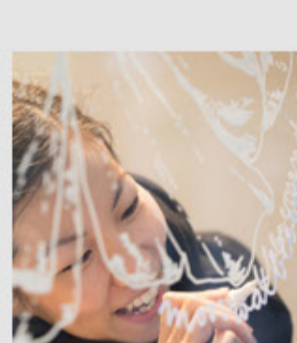
Naast maandelijks PR-activiteiten spelen we ook in op bijzondere (feest)dagen en creëren we momentum voor bloemen en planten door speciaal afgestemde acties en campagnes.

**SPECIALE MOMENTEN**

**INTERNATIONALE VROUWENDAG** DE / NL

RESULTAAT

**Samenwerking met  
lifestyle blogger  
Masha Sedgwick  
BEREIKT RUIM  
2.3.00  
DUITSE CONSUMENTEN**



De Bijenkorf benaderde ons voor een samenwerking op Internationale Vrouwendag.

Als ode aan de vrouw verrastten we hen in alle filialen met een bloem.

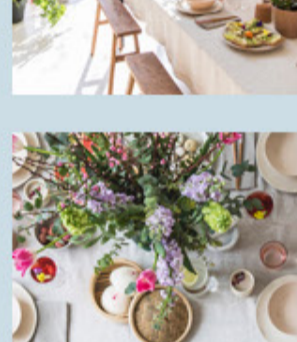
In samenwerking met Hyshil Sander werd live een illustratie geïllustreerd.

In Duitsland werkten we samen met de populaire Duitse lifestyle blogger Masha Sedgwick die met ons unieke content creëerde voor deze bijzondere dag.

**LENTE-DOSSIER** DE / FR / NL / UK

OPVALLEND

**13.000 UNIEKE  
PAGE VIEWS  
op de  
Duitse sites**

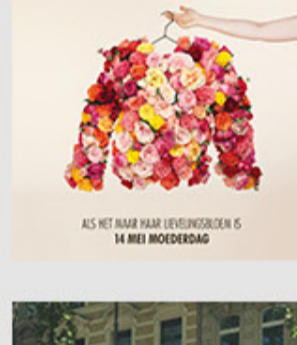


Om de Lente te vieren creëerden we een serie artikelen, fotografie en een video om consumenten juist nu te inspireren meer met bloemen en planten te doen.

**MOEDERDAG** DE / FR / NL / UK

OPVALLEND

**BIJNA  
6,5 MILJOEN  
IMPRESSIES  
via socials  
en display  
advertising  
in Frankrijk**



In Engeland maakten we een opvallende Flowerhug-post die waarschuwde dat het geven van bloemen kon resulteren in een stevige knuffel en geplette bloemen, gezien door 55.000 consumenten.

In DE-FR-NL was de opvallende campagne voor Moederdag: "het maakt niet uit wat je haar geeft op Moederdag als het maar haar Liefelingsbloem is".

In Duitsland werd de campagne uitgezet via Out Of Home, socials en display advertising.

In NL heeft dit o.a. via LINDA. 791.179 impressies behaald.

**VITAMIN P FOR MEN** DE

RESULTAAT

**TOT NU TOE  
bijna 4 miljoen  
videoviews  
gerealiseerd**



Als vervolg op de Vitamine P-campagne in het voorjaar van 2016 en de Vitamine P for Men Shoppers in het najaar van 2016 lanceerde Pflanzenfreude.de dit jaar de Vitamin P-campagne rond de Duitse Vaderdag 2017.

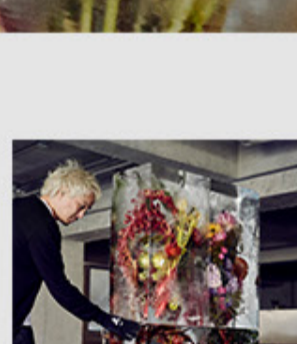
Om extra verrijking te bieden richtten we initiatieven als Exposé en The Green Gallery op. Daar ligt de focus op exclusieve content met een meer premium gevoel. Natuurlijk blijven we onze social-kanalen en websites het hele jaar door vullen met nieuws en inspiratie over bloemen en planten.

**SPECIALS**

**EXPOSÉ** DE / FR / NL / UK

OPVALLEND

**Editie #14 heeft  
al 119.396 likes  
OP ALLE  
FACEBOOKPAGINA'S**



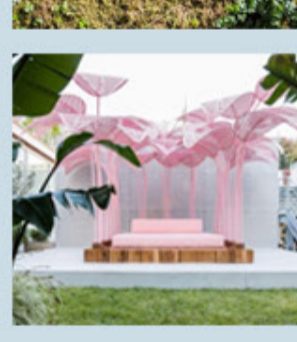
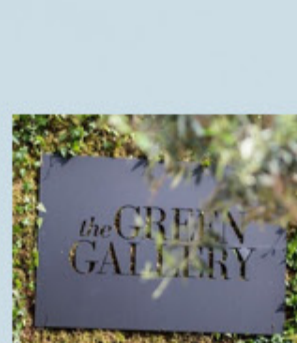
Samen met wereldberoemd floral designer Azuma Makoto hebben we een online videoportret gemaakt dat onder andere geplaatst werd in Harpers Bazaar, op Elle en in het Amerikaanse Flowermag magazine.

In de #15 editie staat Ruby Barber van bloemen- en planten studio Mary Lennox uit Berlijn in de spotlight.

**THE GREEN GALLERY** DE / FR / NL / UK

RESULTAAT

**Inmiddels heeft  
het online magazine  
175.000 LEZERS  
BEREIKT**

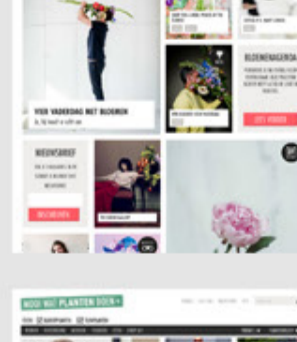


Begin april lanceerde The Green Gallery editie #6 waarin op geheel eigen wijze de wonders wereld van bloemen en planten wordt gepresenteerd. Deze bijzondere editie werd 'live' gelanceerd op Salone del Mobile in samenwerking met Wallpaper\* op de Wallpaper\* Handmade Expositie in Milaan.

**ONLINE** DE / FR / NL / UK

RESULTAAT

**In vier landen  
ruim 1 miljoen  
UNIEKE BEZOEKERS**

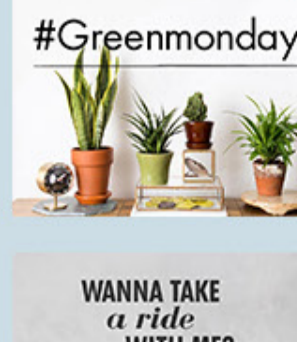


We creëren opvallende en spraakmakende content die we met consumenten en professionele partijen willen delen. Deze content wordt ook via onze eigen kanalen, zoals de consumenten gedeeld waarbij we in vier landen ruim 1 miljoen bezoekers hebben bereikt. Waarvan 70% naar de plantensites trok, wat ook aansluit bij de huidige tijdsgeest en de plantentrends op dit moment.

**SOCIAL** DE / FR / NL / UK

OPVALLEND

**FACEBOOK  
PFLANZENFREUDE.DE  
heeft ruim  
90.000 volgers**



Het eerste kwartaal is er een toename van volgers op de social media kanalen.

The Green Gallery bereikt 10K volgers op Instagram.

#Mooiwalbloemendoen is inmiddels meer dan 5000 keer gebruikt.

De Grootmoederdag FB-post kreeg 7500 likes, 900 shares en 200K bereik.

**WHAT'S UP NEXT**

- BLOEMAGENDA, WOONPLANT EN TUIPLANT ZETTEN ZICH VOORT
- Zonnebloemrally in samenwerking met Royal FloraHolland
- 3 NIEUWE EDITIES VAN THE GREEN GALLERY & EXPOSÉ
- Samenwerking met het Happinez Festival
- #Liefelingsbloem-campagne in vier landen
- TRENDS 2018
- Trends op Salon du Végétal
- ZOMERDOSSIER IN SAMENWERKING MET DELICIOUS

MEHRE INFORMATIONEN AUF TOLL WAS BLUMEN MACHEN 24 PFLANZEN FREUDE 24

POUR PLUS D'INSPIRATION, VISITEZ LA JOIE DES FLEURS 14 MA PLANTE MON BONHEUR 14

GA VOOR MEER INSPIRATIE NAAR MOOI WAT BLOEMEN DOEN 14 MOOI WAT PLANTEN DOEN 14

FOR MORE INSPIRATION VISIT FUNNY HOW FLOWERS DO THAT 14 THE JOY OF PLANTS 14