

Nieuwe kaascampagne VLAM zet genieten centraal

nieuws

VLAM lanceert een nieuwe kaascampagne met als slogan ‘Onze kleine momenten. Gróóts met Kazen van bij ons.’ “De campagne toont dat Belgische kaas van de dagdagelijkse kaasmomentjes kleine genietmomentjes maakt”, aldus VLAM. De campagne zal zowel op tv, online en in de verkooppunten gevoerd worden.

6 OKTOBER 2020 – LAATST BIJGEWERKT OM 6 OKTOBER 2020 10:56

Lees meer over:

kaas

VLAM



De nieuwe kaascampagne speelt in op onze Belgische gewoonten en brengt de dagdagelijkse kaasmomentjes in beeld onder de slogan ‘Onze kleine momenten. Gróóts met Kazen van bij ons.’. De campagne wordt gevoerd op tv, online en op de verkooppunten.

Kaas is een klassieker in de voeding van de Belg. “Belgen zijn Europees gezien gemiddelde kaaseters met een thuisverbruik van ongeveer 12 kg per capita”, reageert Liliane Driesen, woordvoerder van VLAM. “In 2019 kwamen we uit op 11,5 kg per capita. Uit onze cijfers blijkt dat de voorkeur uitgaat naar harde kazen. Die zijn goed voor 53 procent van het gekochte volume.”

0

volumeaandeel Belgische kazen in het totale thuisverbruik van kaas (2019)

0

omzetaandeel Belgische kazen in het totale thuisverbruik van kaas (2019)

0

van het verkochte kaasvolume in de speciaalzaken is van Belgische makelij

0

van de Vlamingen kent de term ‘kazen van bij ons’

“Belgische kazen positioneren zich mooi tussen de alledaagse Nederlandse kazen en de veelzijdige Franse kazen”, aldus VLAM. “De Vlaming weet immers dat er ook binnen Belgische kazen een groot en divers aanbod is aan kwaliteitsvolle en karaktervolle kazen, die passen bij een gezellige sfeer.” Het is net die gezelligheid en het genieten van kaas die VLAM in de schijnwerpers wil zetten in de nieuwe kaascampagne. “De tv-spot brengt heerlijke alledaagse kaasmomentjes heroïsch in beeld met volgende klassiekers: een croque na een voetbalmatch, een portie gemengd op een terrastafeltje van een wíelercafé, een pistolet met kaas op een zondagmorgen en een bruine boterham met kaas in de brooddoos van een werkmán.”

De eerste campagnegolf loopt van 5 tot 25 oktober, de tweede van 9 tot 22 november. De spot is te zien op verschillende televisiekanalen. “Korte versies die telkens focussen op één kaasmoment worden online ingezet. Berichten op sociale media versterken de campagne en doen zin krijgen in kazen van bij ons”, vult Liliane Driesen aan.

Je kan affiches van de verschillende kaasmomenten spotten in de buurt van winkels van Carrefour, Delhaize en Colruyt. “Instore radiospots zorgen ervoor dat de campagne ook leeft op de verkooppunten”, besluit VLAM.

Bron: Eigen verslaggeving

Beeld: VLAM

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact

M • info@vilt.be

Volg ons op:

screenreader.visit us on our facebook page: <https://www.facebook.com/vilt.nieuws/>

screenreader.visit us on our linkedin page: <https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/>

screenreader.visit us on our instagram page: <https://www.instagram.com/vilt.nieuws>

screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws

screenreader.visit us on our bluesky page: <https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social>

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

[Cookie instellingen aanpassen](#)

Webdesign by Who Owns The Zebra