

VLAM blijft Conference promoten in Duitsland

nieuws

VLAM en het Nederlandse GroentenFruit Bureau verlengen hun Duitse Conferencecampagne met een jaar. Dit omwille van het succes van de afgelopen drie jaar. In die periode organiseerden ze samen zo'n 1.600 proeverijen in Duitse supermarkten en beheerden ze een Duitstalige Facebookpagina. Het komende jaar zullen ze hun actiedomein uitbreiden van Noordrijn-Westfalen naar de rest van het land, en blijven ze inzetten op sociale media. Opnieuw kunnen ze daarvoor rekenen op Europese subsidies.

🕒 28 MEI 2015 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:30

Lees meer over:

fruitteelt

consument

marketing



VLAM en het Nederlandse GroentenFruit Bureau verlengen hun Duitse Conferencecampagne met een jaar. Dit omwille van het succes van de afgelopen drie jaar. In die periode organiseerden ze samen zo'n 1.600 proeverijen in Duitse supermarkten en beheerden ze een Duitstalige Facebookpagina. Het komende jaar zullen ze hun actiedomein uitbreiden van Noordrijn-Westfalen naar de rest van het land, en blijven ze inzetten op sociale media. Opnieuw kunnen de promotieorganen daarvoor rekenen op Europese subsidies.

Drie jaar geleden besloten het GroentenFruit Bureau en VLAM de krachten te bundelen om de Conference-peer te lanceren op de Duitse markt. Ze organiseerden daarvoor 1.600 proeverijen in supermarkten in Noordrijn-Westfalen, en zagen dat ongeveer 45 procent van de proevers nadien ook effectief Conference kocht. Behalve in de supermarkten was de campagne sterk aanwezig op sociale media. De Duitstalige Facebook-fanpagina bereikte per bericht gemiddeld 80.000 Facebook-gebruikers, 900 likes en 40 shares.

De positieve reacties op de campagne vertaalden zich volgens VLAM ook in een groter verbruik van Conference. In het eerste jaar kocht 36 procent van de ondervraagde Duitse consumenten wel eens Conference-peren, en op het einde van het derde campagnejaar bedroeg dit cijfer al 46 procent. Ook kocht een Duits gezin in 2013 nog maar gemiddeld 0,32 kilogram Conference-peren, terwijl dat in 2015 al gemiddeld 0,45 kilogram was.

Komend jaar zal de campagne uitgebreid worden naar de rest van het land, met zo'n 1.300 proeverijen op de agenda.

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