nieuws

VLAM partner van groente- en fruitcampagne in Duitsland

nieuws

Duitsland wil de consument aanzetten tot gezondere voedingsgewoontes en wordt daarin gesteund door het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM). Landbouwminister Ilse Aigner gaf op 9 mei het startschot van de nieuwe nationale campagne ‘Frische ist Leben’ (vers is leven).

13 MEI 2012 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:18

Lees meer over:
marketing
gezondheid

Duitsland wil de consument aanzetten tot gezondere voedingsgewoontes en wordt daarin gesteund door het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM). Landbouwminister Ilse Aigner gaf op 9 mei het startschot van de nieuwe nationale campagne ‘Frische ist Leben’ (vers is leven). De Duitse producenten en vershandel, het Nederlandse groente- en fruitbureau en VLAM dragen de campagne.
Onder grote persaandacht onthulde de Duitse landbouwminister Ilse Aigner onder de Brandenburger Tor in Berlijn het nieuwe campagnebeeld. Daarop een sportieve kerel en frisse groenten en fruit die van het beeld spatten. De boodschap is duidelijk: kies voor een gezonde levensstijl met voldoende verse groenten en fruit. Ook de Europese Unie gelooft in het effect van dergelijke gezondheidscampagnes en subsidieert dit initiatief voor een periode van drie jaar, van 2012 tot 2014.
De campagne wordt met affiches bekendgemaakt in ongeveer 900 steden. Ook de handel is partner en zal het initiatief in eigen communicatie ondersteunen. "We hebben initiatieven nodig die mensen ertoe aanzetten en motiveren om zelf meer voor hun eigen gezondheid te doen. Door deze eerste nationale campagne van ‘5 am Tag’ wordt het thema gezonde voeding nog sterker in het bewustzijn van de bevolking verankerd", zegt Aigner.

Duitsland is een belangrijke afzetmarkt voor zowel het Belgische als het Nederlandse groente- en fruitaanbod. Daarom zijn beide producerende landen ook partner van dit initiatief. "Duitsland is de belangrijkste klant voor Belgische tomaten, komkommers en kropsla. De Flandria-kwaliteit heeft er al geruime tijd een prima reputatie. Voor VLAM was het dan ook vanzelfsprekend om deze campagne te ondersteunen", zegt Kristophe Thijs, directeur VLAM-Keulen.
Na de EHEC-crisis van vorig jaar was het vertrouwen van de Duitsers in verse groenten en fruit aangetast. "Samen met de Duitsers en de Nederlanders hebben we nadien intensief samengewerkt om van deze campagne een succes te maken. Dat we erin geslaagd zijn om minister Aigner mee haar schouders onder dit project te laten zetten, maakt dat onze boodschap breed uitgedragen zal worden. Met als einddoel het consumentenvertrouwen opnieuw een enorme boost geven", aldus Thijs.

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
Crafted by Brigada