

# Brood: wat zit daarin?

Onder dit motto is de NVB dit voorjaar een algemene imagocampagne gestart om brood volop positief in de schijnwerpers te zetten. De campagne heeft slechts één doel: het terugbrengen van het aantal twijfelaars ten aanzien van de broodconsumptie. De communicatie verloopt niet alleen op de traditionele manier, maar op een meer subtiele wijze. De traditionele manier is zenden via massamedia zoals tv en kranten. De nieuwe wijze is via social media, bloggers en autoriteiten. Hierbij wordt social media niet alleen beperkt tot Facebook en Twitter maar ook bijvoorbeeld YouTube speelt een belangrijke rol.

De campagne is in tijd in diverse thema's opgedeeld. De thema's behandelen zaken die bij broodtwijfelaars leven. Deze aanpak blijkt succesvol. In het eerste deel hebben we een hoger bereik bij de twijfelaars weten te realiseren dan dat de doelstelling was. Dat is een positieve start. Met name de video over de vele broodsoorten is zeer veel bekeken en positief beoordeeld ([www.brood.net/watzitdaarin/broodsoorten](http://www.brood.net/watzitdaarin/broodsoorten)). Ook de diverse antwoordvideo's zijn beter bekeken dan verwacht.

Inmiddels is een tweede video gemaakt. Hierbij wordt nader ingegaan op de vraag 'Brood: wat doet het met jouw lichaam'. Ook het onderwerp 'Brood en gezondheid' sluit nauw aan bij de vragen die binnen de gekozen doelgroep leven. De video geeft duidelijke antwoorden op deze vragen, zodat aanwezige twijfels kunnen worden weggenomen.

Na deze tweede video, en alle activiteiten die hieromheen worden gevoerd, zal er een campagne-effectmeting worden gehouden. Deze meting zal niet alleen informatie geven over het bereik, maar vooral inzicht geven over het gedrag van de broodtwijfelaar. De informatie zal gebruikt worden om de campagne in de derde fase verder toe te spitsen of bij te sturen.

Vanuit de NVB zijn wij van mening dat een dergelijke campagne absoluut noodzakelijk is om het product brood op een juiste wijze in de markt te zetten. Dat verdient het product en dat verdient de broodbranche en de (graan)keten.

Wij hopen dat alle andere (branche)partijen die bij brood en de broodproductie betrokken zijn hier (voor 2016 en volgend) op gaan inhaken, zodat het een totale branchecampagne gaat worden die ook echt door de totale keten gedragen wordt.

Belangstelling? Voor vragen en of opmerkingen kunt u bij ondergetekende terecht.

WIM KANNEGIETER, DIRECTEUR NEDERLANDSE VERENIGING VOOR DE BAKKERIJ



[nvbinfo@nedverbak.nl](mailto:nvbinfo@nedverbak.nl)



[wimkannegieter](https://www.linkedin.com/in/wimkannegieter)



[@NVBBakkerijen](https://twitter.com/NVBBakkerijen)

