

Brood. Wat zit daarin?

Onder de kop 'Brood. Wat zit daarin?' gaat binnenkort de grote imagocampagne van start die de NVB door het NBC laat organiseren. Hierbij staat de positieve en transparante communicatie over brood centraal. De campagne komt op een mooi moment. Immers, de hype over superfoods lijkt over zijn hoogtepunt heen te zijn en in de media verschijnen steeds vaker berichten dat brood gewoon een goed, lekker en natuurlijk product is dat vol zit met allerlei nuttige en noodzakelijke voedingsstoffen.

In de afgelopen maanden is door de mensen van het NBC en de kennis-/communicatiecommissie van de NVB een hoop tijd in deze campagne gestoken. En die hoeveelheid werk gaat zeker zijn positieve uitwerking krijgen als het geheel in de tweede helft van mei start.

Natuurlijk wordt ingestoken op moderne communicatiemiddelen om een zo groot mogelijk effect te krijgen. Bijvoorbeeld sociale media worden uitgebreid ingezet. Zo sluit de campagne maximaal aan bij mensen voor wie het nog niet vanzelfsprekend is dat brood feitelijk een supernoodzakelijke basisvoeding is.

In opzet haakt de campagne aan bij de communicatie via het brancheplatform Brood.net. Daardoor wordt de boodschap van deze campagne over en weer versterkt en zal het bereik ervan ook verder worden vergroot. Het is de stellige overtuiging van de NVB dat deze campagne een extra impuls zal geven aan de trend van positieve en transparante communicatie over brood. Als gevolg hiervan zullen er voor ondernemers nieuwe kansen ontstaan. Kansen om brood in supermarkten en winkels bij de consumenten op een goede manier voor het voetlicht te brengen. Aan ondernemers de uitdaging om deze NVB-campagne in klinkende munt om te zetten.

WIM KANNEGIETER, DIRECTEUR NEDERLANDSE VERENIGING VOOR DE BAKKERIJ



nvbinfo@nedverbak.nl



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



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

