

bloomon liefert Blumen, die glücklich machen

BERLIN, 6. FEBRUAR 2017 – **bloomon liefert frische Blumen in außergewöhnlichen Designs frei Haus. Der niederländische Online-Blumenversand lanciert heute Abend seine erste TV-Kampagne in Deutschland und zeigt, dass Blumen viel mehr sind als nur Dekoration.**

bloomons erster TV-Spot hat eine ebenso simple wie kraftvolle Botschaft: Frische Blumen machen glücklich! „Wir verstehen uns nicht einfach als Online-Blumenversand“, sagt Christoph Kraemer, Deutschland-Chef von bloomon. „Mit jedem Bouquet liefern wir unseren Kunden ein Stück Freude und gute Laune nach Hause. Genau diesen Wert der Blumen vermitteln unsere ersten TV-Spots.“

Hol Dir das Glück nach Hause

In zwei Spots zeigt bloomon, dass Blumen mehr als nur Dekorationsobjekte sind. Der längere der beiden startet mit einer sonnenverwöhnten Szene in der traumhaften Landschaft Südafrikas. Die folgende Kameraeinstellung führt den Zuschauer in eine verregnete Großstadt. Dort wird die junge Frau, die eben noch von Blumenfeldern träumte, von einem vorbeifahrenden Taxi nicht nur stehengelassen, sondern auch mit Pfützenwasser bespritzt – und dennoch lächelt sie von Herzen. Was sie innerlich zum Strahlen bringt, erfahren die Zuschauer in der nächsten Szene, in der die Protagonistin mit Liebe zum Detail ihr Bouquet arrangiert. Dass Blumen zu den schönsten Geschenken überhaupt gehören, ist nichts Neues. Mit seiner ersten TV-Kampagne zeigt bloomon, dass jeder sich dieses Geschenk selbst machen und ganz einfach Freude in sein Leben holen kann.

Neue Konzepte für frischere Blumen

bloomon überlässt den Kunden mit einem flexiblen Abo-Modell die Wahl, wie oft sie frische Blumen bekommen möchten und wie groß ihr Strauß sein soll. Jede Woche designt der hauseigene Star-Florist Anton van Duijn Bouquets in drei unterschiedlichen Größen. Diese werden in ganz Deutschland kostenfrei bis an die Haustür geliefert. Das Besondere: bloomon bezieht die Blumen nicht über den Großhandel, sondern direkt von ausgesuchten Gärtnern. Kurze Wege, ein sorgfältiger Transport und die hohe Qualität der Blumen stellen sicher, dass die Sträuße von bloomon im Durchschnitt zehn Tage lang frisch bleiben.

Freude als Mission

Die TV-Spots werden durch Social Media-Beiträge und eine zweistufige Facebook-Kampagne ergänzt. Vor einer Woche startete die neue Kampagne bereits erfolgreich in den Niederlanden, der Heimat von bloomon. Ab heute zeigt bloomon auch dem deutschen Publikum, wie frische Blumen das Leben bereichern können. Diese Erkenntnis haben sich die Unternehmer übrigens keineswegs ausgedacht. Selbst wissenschaftliche Studien gelangen zu dem Schluss, dass Blumen die Stimmung nachhaltig positiv beeinflussen^[1]. Patrick Hurenkamp, Gründer von bloomon: „Wir wollen dieses schöne Gefühl natürlich so weit wie möglich verbreiten. Die TV-Kampagnen in den Niederlanden und in Deutschland sind erst der Anfang: Am liebsten möchten wir ganz Europa mit unseren Blumen glücklich machen.“

Blumen hautnah erleben

Um dieses Glück erfahrbar zu machen, schafft der Online-Blumenservice offline Berührungspunkte. „Blumen muss man einfach erleben. Wir wollen den Menschen Gelegenheiten geben, die Blumen anzufassen und ihren Duft zu riechen – eben mit allen Sinnen genießen“, erklärt Christoph Kraemer. So wurde 2016 in vier deutschen Städten eine erfolgreiche Shop-in-Shop Kampagne mit dem Trendlabel & Other Stories umgesetzt. In Berlin bietet bloomon außerdem seit letztem Jahr regelmäßig die Möglichkeit, das Arrangieren eines Bouquets im bloomon-Stil zu erlernen. In Workshops kreieren die Teilnehmer ihren eigenen Strauß und werden dabei mit nützlichen Tipps und Tricks vom Floristen unterstützt. Ab 2017 organisiert bloomon seine Workshops auch in weiteren Städten.

bloomon

www.bloomon.de

- Haviland-Jones, Jeanette, et al.: An Environmental Approach to Positive Emotion: Flowers. In: Evolutionary Psychology, Nr. 3/2005 S. 104–132;
<http://www.rci.rutgers.edu/~baljones/An%20Environmental%20Approach%20to%20Positive%20Emotion%20Flowers.pdf> – abgerufen am 02.02.17

=====

Weitere Informationen

Weitere Auskünfte und Bildmaterial erhalten Sie bei:

Monique Reinhold, Global Head of Brand Marketing & Communications, presse@bloomon.de
oder +49 178 8082452

Besuchen Sie www.bloomon.de/press für weitere Informationen.

Über die Produktion

Auftraggeber: Patrick Hurenkamp, Monique Reinhold, Carolien Hannink – bloomon

Creative Concept: Michiel Steyn, Rozsa Groothoff, Isabel Groothoff – bloomon

Produktion: Sytse Kuilman, Friso de Ronden – Doogle Productions

Regie: Michiel Steyn

Director of Photography: Bas Andries

Art Director: Nicole Huisman

Editor: Brian Ent – Kapsalon

Grading: Tim van Paassen – The Compound

Sound Studio: Braasem Muziek

Über bloomon

bloomon wurde 2014 von Patrick Hurenkamp, Bart Troost und Koen Thijssen mit der Idee gegründet, die Blumenindustrie zu revolutionieren. Qualität, Frische und außergewöhnliche Designs zeichnen die Bouquets des Online-Blumenservice aus. Inzwischen liefert bloomon Blumen in die Niederlande, nach Deutschland, Großbritannien, Belgien und Dänemark.

