

Ontdek de Geit biedt ondersteuning

Wilma Wolters

Ontdek de Geit werd in september vorig jaar gelanceerd.

Hoe is het nu met deze campagne?

In knalgele truien en met een energieke presentatie werd Ontdek de Geit – een opdracht van Platform Melkgeitenhouderij – tijdens het Nationaal Geiten Event 2018 voorgesteld. De website www.ontdekdegeit.nl werd gelanceerd, en geitenhouders werden aangespoord om zich aan te melden voor deze product- en sectorpromotor. Nu, ruim een halfjaar later, hebben ruim 100 geitenbedrijven en zuivelondernemingen uit de keten zich opgegeven, staan 43 bedrijven letterlijk op de landkaart op de website vermeld en heeft een kleine 6.000 bezoekers de website bezocht.

Groeiend

“Ik word zeker blij van die aantallen”, zegt Jeen Akkerman van marketing- en communicatiebureau JEEN, de uitvoerende partij van de campagne Ontdek de Geit. “Dat ongeveer een kwart van de Nederlandse geitenhouders zich heeft aangesloten is mooi. Maar natuurlijk is onze ambitie groter”, geeft hij toe. Daarom ligt sinds kort meer de focus op het verspreiden van informatie via Facebook. “Daarmee willen we nu ook meer bekend worden bij de consument. Zo gaan we groeien.”

Klaas Hokse, algemeen directeur van kaasfabriek Rouveen Kaasspecialiteiten, heeft de indruk dat Ontdek de Geit onder geitenhouders al goed bekend is. “We hebben er zelf ook de nodige aandacht aan besteed in onze communicatie richting geitenhouders. Met name de door ons aangeschafte promotiematerialen van Ontdek de Geit zijn momenteel volop in gebruik. Geitenhouders beseffen zich steeds meer hoe belangrijk het is om naar buiten te treden voor het draagvlak in de directe omgeving en de maatschappij.”

In het combineren van productpromotie en sectorpromotie ligt de kracht van deze campagne, zo ondervond JEEN al in andere campagnes, zoals voor het Nederlandse ei. “Ontdek de Geit geeft informatie over geitenproducten, bijvoorbeeld recepten, én over hoe geitenhouders hun bedrijf voeren. Met die combinatie willen we het draagvlak in de maatschappij vergroten.”

Een positief imago creëren, zo ziet ook Hokse het doel van deze campagne voor de sector. “Door eenzijdige communicatie is er een onjuist, vaak negatief, beeld ontstaan van de sector. Door veel te communiceren over de geit zelf en de producten – wat nu gebeurt via social media – richt je de aandacht op wat de sector daadwerkelijk is en doet.”

Ondersteuning

Ontdek de Geit wil dat geitenhouders nauw betrokken zijn bij de campagne. “Als geitenhouders zelf hun verhaal nog beter kunnen vertellen, heeft dat meer impact op het imago van de sector dan bijvoorbeeld reclame maken”, vindt Akkerman.

De campagne ondersteunt de geitenhouder hierbij met een toolkit met vaste materialen en uitdeelmateriaal die hij kan gebruiken tijdens bijvoorbeeld een open dag. Zo krijgt de geitenhouder de beschikking over onder andere een banner, vlag, informatiebord, ballonnen, kleurplaten, papieren bekers en een uitnodigingsformat voor een open dag. De materialen zijn te vinden op de website van Ontdek de Geit en een geitenhouder kan ze bestellen bij de zuivelonderneming waar hij levert.

Hokse vindt dat de materialen het goed doen. “De inhoud en toonzetting is zo dat

het heel geschikt lijkt voor mensen die wat verder van de agrarische sector af staan.”

Ook geitenhouders die een open dag of evenement hebben gehad en de materialen hebben gebruikt zijn vaak enthousiast na afloop, weet hij. “Ze vertellen ons dat ze veelal positieve reacties van de bezoekers krijgen en het échte verhaal kunnen vertellen. Daar kan geen advertentie tegenop.”

Hokse heeft ideeën om het beschikbare aanbod aan materialen uit te breiden. “Misschien kan Ontdek de Geit voorzien in concepten voor open dagen op het bedrijf. Ons wordt weleens gevraagd wat je moet aanbieden op zo’n dag. Een speurtocht voor kinderen? Lammeren aaien? Kan dat wel met het oog op bedrijfshygiëne? Hoe ga je om met ‘lastige’ vragen? Enzovoorts. Wellicht kan daar een soort draaiboek voor worden opgesteld.”

Soms gaat de ondersteuning van Ontdek de Geit een stapje verder. Toen tv-programma Zembla een aflevering maakte over de uitbreiding van een geitenbedrijf ondanks de bouwstop, stelde Ontdek de Geit ‘feiten over geiten’ samen, en verspreidde dit document een dag voor de uitzending. “Ik ben geneigd te denken dat dat heeft bijgedragen aan een wat genuanceerder beeld”, zegt Akkerman.

“Deze vorm van bijstaan is niet helemaal het doel van Ontdek de Geit, maar als we kunnen ondersteunen, doen we dat.”

