

# bloomon

## PERSBERICHT

### Eerste tv-commercial bloomon

## Om happy van te worden

Amsterdam, 30 januari 2017 - **Vanaf vandaag verspreidt bloomon de boodschap ook via tv: bloemen brengen geluk. Al helemaal als ze zo vers, bijzonder en makkelijk te krijgen zijn als die van bloomon. De online bloemenservice lanceert vanavond haar eerste tv-commercial. Daarmee willen ze heel Nederland laten zien wat het mooie is van steeds een nieuwe bos bloemen in huis.**

In de tv-commercial speelt bloomon in op het geluksgevoel [1] dat bloemen geven. Een bijzondere bos op tafel werkt in alles door, luidt de boodschap. “Met onze bloemen bezorgen we *happiness* aan huis”, zegt Patrick Hurenkamp, founder van bloomon. “Een mooie bos bloemen geeft niet alleen je woonkamer, maar ook je gevoel een enorm positieve boost. Het is alsof je de zon in huis haalt. Maar dan moet wel alles kloppen.” Dat laatste zit hem vooral in de kwaliteit van de bloemen en de service eromheen.

### Eigen stijl

bloomon hanteert een slim concept, dat klanten verzekert van de meest verse bloemen die je kunt krijgen. De veiling of bloemist komen er niet aan te pas, ze komen rechtstreeks van de kweker. Je kiest online de grootte van de bos, en ook wanneer en hoe vaak je die wilt krijgen; bloomon doet de rest. bloomon’s stylist zorgt iedere week voor een nieuw ontwerp in eigen stijl. Als klant hoef je alleen nog maar de deur open te doen om ze in ontvangst te nemen – dat kan ook ’s avonds. En je zit ook nog eens nergens aan vast. Genoeg om happy van te worden dus.

### Grensoverschrijdend

Het komt allemaal terug in de campagne die de komende weken in verschillende varianten via de publieke omroep en Facebook wordt uitgerold. De commercials zijn een spannende nieuwe stap voor het bedrijf dat nu twee jaar bestaat. Volgende week wordt de campagne ook op de Duitse televisie gelanceerd. Hurenkamp: “We willen het goede gevoel natuurlijk zo breed mogelijk verspreiden. Liefst maken we heel Europa happy met onze bloemen.”

[www.bloomon.nl](http://www.bloomon.nl)

[1] The Emotional Impact of Flowers Study, Rutgers Univeristy, <http://www.aboutflowers.com/health-benefits-a-research/emotional-impact-of-flowers-study.html>

//// einde persbericht ////

# bloomon

## **Noot ter redactie, niet voor publicatie**

### **Meer informatie**

Voor meer informatie en beeldmateriaal kunt u contact opnemen met:

Nieke Kempen, Global Head of PR & Communications, via [nieke.kempen@bloomon.nl](mailto:nieke.kempen@bloomon.nl) of 06 - 48 622 695. Zie ook [www.bloomon.nl/press](http://www.bloomon.nl/press).

### **Facts commercial**

Opdrachtgever: Patrick Hurenkamp, Monique Reinhold, Carolien Hannink - bloomon

Creative concept: Michiel Steyn, Rozsa Groothoff, Isabel Groothoff - bloomon

Productie: Sytse Kuilman, Friso de Ronden - Doogle Productions

Regie: Michiel Steyn

D.O.P.: Bas Andries

Art Director: Nicole Huisman

Editor: Brian Ent - Kapsalon

Grading: Tim van Paassen - The Compound

Sound studio: Braasem Muziek

### **Over bloomon**

bloomon werd eind 2014 opgericht door Patrick Hurenkamp, Bart Troost en Koen Thijssen met het idee de bloemenindustrie op zijn kop te zetten. Inmiddels bezorgt de online bloemenservice Nederlandse bloemen in Nederland, Engeland, Duitsland, België en Denemarken.