



8 mei tot 12 juni 2010

1. Met Belgerinkel naar de Winkel ?

'Met Belgerinkel naar de Winkel' is een populaire en laagdrempelige campagne van Bond Beter Leefmilieu, UNIZO, CM en de Fietsersbond. In 2010 stapte ook de Gezinsbond in. Deze grootste fietspromotiecampagne van Vlaanderen wordt in 2010 voor de negende keer op rij georganiseerd. Samen met de deelnemende steden en gemeenten, willen we het brede publiek aanzetten om hun dagelijkse boodschappen met de fiets te doen (in plaats van met de auto) en te kiezen voor de lokale handelaar in de buurt. Op die manier helpt elke fietsende klant mee aan meer zuurstof in de gemeente, veiliger wegen en een bloeiende middenstand.



Vorig jaar werd de campagne vernieuwd en verjongd en met succes! In totaal fietsten een recordaantal van **175.000 klanten** naar hun plaatselijke handelaar. De deelnemers spaarden voor een hippe fietstas – ontworpen door de bekende modeontwerper Walter Van Beirendonck. We verkochten **16.500 exclusieve fietstassen**.

In elke deelnemende gemeente was bovendien voor het eerst ook een 'Belgerinkel fiets' te winnen met de tombola (een herkenbare, gepimpte, witte retrofiets met fietstas).

Traditioneel bereiken we vrouwen van gemiddeld 50 jaar oud, die verantwoordelijke zijn voor aankopen binnen het gezin. In 2009 trokken we de kaart van de mode en kozen we, met het thema 'fiets je hip', resoluut voor verjonging van het doelpubliek. Zo bereiken we niet enkel de mensen die al met de fiets gaan winkelen.

We hopen van harte dat we in 2010 opnieuw mogen rekenen op de inzet van talrijke steden en gemeenten, want u bepaalt mee het succes van Met Belgerinkel naar de Winkel!

2. Krachtlijnen Belgerinkel 2010

ONDERLIGGENDE BOODSCHAP:

Winkelen doe je met de fiets.

Dat is goed voor je gezondheid, je portemonnee en het milieu – je wint altijd!

THEMA

'Elegant veel boodschappen vervoeren per fiets'

De deelnemers van 2009 gaven aan dat ze de fiets nemen om hun gezondheid te bevorderen en het milieu te sparen. De fiets blijft al eens thuis omdat ze menen dat **“de fiets niet handig is om grote boodschappen mee te vervoeren.”** Hoog tijd dus om dat vooroordeel de weg uit te ruimen. Het thema voor 2010 werd daarom 'elegant veel boodschappen vervoeren op de fiets.' Tijdens de campagne willen we aantonen dat je met degelijke fietstassen of manden, een fietskar of een bakfiets voortaan geen auto meer nodig hebt om je grote boodschappen te doen.

DOEL

De belangrijkste reden om de fiets thuis te laten is blijkbaar dat “de fiets niet handig is om grote boodschappen mee te vervoeren. We willen deze perceptie bijsturen en de mogelijkheden om boodschappen te vervoeren per fiets kenbaar maken aan de hand van concrete voorbeelden en illustraties.

DOELGROEP

Jonge gezinnen. De verjonging van de campagne is een feit. Het is belangrijk om de verjonging aan te houden of door te trekken in de campagne van 2010. Een logische stap is die naar de jonge gezinnen.

Door het grote succes van de [spaarformule](#) (meer dan 16.000 fietstassen werden verdeeld) zullen we ook in 2010 werken met een spaarformule voor een uniek fietsproduct. Het wordt een **dubbele fietstas** van niet minder dan 35L. De fietstas zal bovendien van gerecycleerd materiaal gemaakt worden. Op vraag van gemeenten vereenvoudigen we wel het systeem: er is maar één spaarniveau voor het fietsproduct en de tombola.

De unieke en uniforme hoofdprijs in elke gemeente werd als zeer positief ervaren. Ook in 2010 wordt een **uniforme Belgerinkel fiets in elke deelnemende gemeente** verloot onder de deelnemers. De Belgerinkel fiets maakt deel uit van het promotiepakket dat de gemeente ontvangt bij inschrijving. In het kader van het thema zorgen we voor een fiets waarmee je gemakkelijk veel boodschappen kan doen. De Belgerinkel fiets 2010 is uitgerust met een stevige voordrager en een bagagedrager (ill.).



3. Promotie van de campagne

Het bestaande [promotiepakket](#) voor de handelaars dat door de gemeenten wordt betaald blijft hetzelfde: spaarkaarten, affiches, spaardozen, strooifolders... Gemeenten kunnen in 2010, mits een extra financiële bijdrage, vragen om het promomateriaal niet in bulk maar al [verdeeld per handelaar](#) toe te krijgen op de centrale leverplaats. Indien gemeenten van deze verdeling per handelaar gebruik maken, moeten ze er rekening mee houden dat de strooifolders niet meer op de achterkant bedrukt kunnen worden.

De gemeente kan in 2010 optioneel ook [Belgerinkel stempels](#) aankopen voor haar handelaars.

We willen in 2010 ook de handelaars de mogelijkheid bieden om de campagne zichtbaarder te maken in de winkel. De handelaar kan, net zoals de gemeente, [extra promotiematerialen](#) en gadgets voor klanten aankopen via de website van Belgerinkel. Onder andere volgende gadgets zullen te koop zijn via de website: Belgerinkel fietsbel, fietsrek, open/gesloten bordje, beachvlag, etc.

Voor de bakkers: de [Belgerinkel broodzakken](#) waren een succes en worden herhaald in 2010.

Daarnaast hebben ook de [evenementen](#) (modeshow Naked en provinciale Bikewash) bijgedragen aan uitzonderlijk goede resultaten in de betreffende gemeenten (in het bijzonder qua aantal bestelde fietstassen). In 2010 boren we het potentieel van dergelijke lokale evenementen terug aan om de campagne levend te houden. Wij zouden graag zowel provinciale als lokale evenementen willen zien plaatsvinden en willen een 'doe-het-zelf-evenementenpakketten' samenstellen voor gemeenten en lokale verenigingen waar ze gemakkelijk zelf mee aan de slag kunnen.

4. Uw gemeente wil ook deelnemen aan Met Belgerinkel naar de Winkel ? Hoe gaat u te werk ?

1. Meld uw gemeente aan op www.belgerinkel.be (voor 12 februari)
2. Richt een lokale stuurgroep op en spreek een taakverdeling af
3. Maak de handelaars in uw gemeente warm om deel te nemen (tot 26 februari)
4. Geef de verdeelpunten voor de fiets en fietstassen door
5. Geef uw definitieve bestelling van campagne- en promotiematerialen door (BELANGRIJK! Ten laatste 5 maart)
6. Verdeel de campagnematerialen naar de handelaars (22 april tot 7 mei)
7. Kondig de start van de campagne zo breed mogelijk aan en hou de campagne onder de aandacht (8 mei tot 12 juni)
8. Verzamel de volle spaarkaarten
9. Verloot de prijzen onder de deelnemers en communiceer dit op www.belgerinkel.be
10. Stuur de spaarkaarten met acht zegels naar het Belgerinkel secretariaat (begin juli)

We bezorgen u binnenkort een draaiboek met uitgebreide informatie over de verschillende praktische aspecten uit dit stappenplan.

5. Contact

Belgerinkel secretariaat

(Bond Beter Leefmilieu vzw)

tel. 02 282 17 20

fax 02 230 53 89

info@belgerinkel.be

www.belgerinkel.be

Contactpersonen:

Stefaan D'Hauwers

Benedicte Swennen

UNIZO Vorming

Stijn Vancuyck

tel. 02 238 05 80

fax 02 238 05 75

stijn.vancuyck@unizo.be