**PERSBERICHT – DE KRINGWINKEL – JONGERENCAMPAGNE**

**Bonka Circus en De Kringwinkel restylen jongeren onder het motto ‘Tweedehands, Eerste Keus’**

FASHION- EN INTERIEURINFLUENCERS @VEERLEDEJAEGER EN @PAULIENRIEMIS BIEDEN JONGEREN TWEEDEHANDS FASHION- EN INTERIEURADVIES OP MAAT

Dat Generation Z de meest gefotografeerde generatie is, is algemeen geweten. Bij alle mijlpalen in hun leven – ze gaan op kot, alleen wonen, naar het eindejaarsbal of starten hun eerste job – profileren ze zich op social media maar al te graag in de nieuwste outfits of interieurs. Daarom lanceren De Kringwinkel en Bonka Circus nu een campagne als bewijs dat je de hipste outfits en trendy interieurbenodigdheden ook bij De Kringwinkel op de kop kan tikken. Daarvoor deed Bonka Circus beroep op fashion- en mode-influencers Paulien Riemis en Veerle Dejaeger. Onder het motto ‘Tweedehands, Eerste Keus’ geven zij enkele jongeren nu een gratis tweedehands restyling.

*“Met de lijn ‘Tweedehands, Eerste Keus’ willen we bij jongeren de mindset creëren dat je niet enkel in ’t nieuw kan shinen op Instagram. Je kan ook bij De Kringwinkel terecht voor een fashionable outfit of Instagramwaardig interieur”,* vertelt Jesse Vanophalvens, Creatief Directeur bij Bonka Circus. *“Door fashion- en mode-influencers in te schakelen naar wie jongeren opkijken, mikken we recht in het hart van onze doelgroep”,* besluit de CD van het maatschappelijke bureau.

**Een organische start**

De campagne kende een organische start op de profielen van influencers @Veerledejaeger (fashion) en @Paulienriemis. Zij gingen de challenge aan om enkele volgers een tweedehands restyling te geven. Meteen na de oproep stroomden honderden fashion- en interieuruitdagingen binnen. Daaruit werden 2 fashion- en 2 interieuruitdagingen geselecteerd. Meteen gingen de influencers samen met de regionale Kringwinkels aan de slag om een perfect antwoord te zoeken op de 4 uitdagingen.

*“De campagne is een wisselwerking tussen de influencers en de kringwinkels. De regionale Kringwinkels kunnen via Instagram outfits en interieur voorstellen aan de influencers, die zij op hun beurt dan weer kunnen delen met hun jonge volgers ”*, vertelt Marie Nackaerts, stratege bij Bonka Circus. “*Een authentieke manier om hun producten in de kijker te zetten bij jongeren en hen te tonen dat shoppen ook op een manier kan die wèl draagbaar is voor de aarde.”*

**Dag van de Kringwinkel**

De winnaars werden uitgenodigd in De Kringwinkel Den Azalee in Sint-Niklaas op zaterdag

17 oktober, Dag van de Kringwinkel. Daar konden ze onder het goedkeurende oog van de influencers hun ‘nieuwe’ make-over in ontvangst nemen. Nadien volgde een professionele fotoshoot met de winnaars en hun ‘nieuwe’ outift/interieur.

**Een fashion- en interieurcampagne als resultaat**

Het resultaat van die fotoshoot wordt nu ingezet als (sponsored) social media-campagne gericht naar jongeren. Daarin tonen we wat het gevolg is van de mindset ‘Tweedehands, Eerste Keus’: je ziet er niet alleen helemaal Instagramproof uit, het is ook goed voor je portfeuille en het milieu.

**Over Bonka Circus**

Bonka Circus specialiseert zich in Purpose Driven Communication: communicatieprojecten voor organisaties die focussen op positieve verandering. Zo maken ze naast werk voor De Kringwinkel, ook campagnes voor onder andere Ugent, Radio 2, de Vlaamse Stichting Verkeerskunde en UNIZO.

**Team**

Klant: Herwin/De Kringwinkel
Klant contact: Linde Brewaeys, Karen Roose
Strategisch directeur: Peter Verbiest
Strategisch planner: Marie Nackaerts
Creatief directeur: Jesse Vanophalvens
Creatieven: Jesse Vanophalvens, Derek Brouwers, Sven Van Hooydonck, Luc Shih
Client Service Director: Julie Proesmans
Account managers: Sarah Teerlinck, Kristof Debacker
Design: Gilles Valkenborg
Fotografie: Iwein De Keyzer
Influencers: Paulien Riemis, Veerle Dejaeger
Digital strategy: WAD