

De Vlees Vriendjes

Vandaag verzamelen zij.

Morgen zijn het uw klanten.

Hoe geeft u jonge gezinnen een reden om terug te komen, zonder telkens opnieuw korting te geven? Met De Vleesvriendjes verzamelen kinderen twintig grappige figuurtjes, lossen ze raadsels op en zoeken ze het geheime vriendje. Met een volle poster maken hun ouders kans op € 250 winkeltegoed. Zo blijft uw slagerij tien weken lang in beeld. U kent de prijs van uw campagnepakket vooraf, terwijl gezinnen iets hebben om naar uit te kijken bij hun volgende bezoek.

Campagne van 1 februari t.e.m. 11 april 2027
Voorinschrijven kan t.e.m. 15 november 2026



Een verzamelactie voor het hele gezin

Veel slagerijen voelen de druk: hun trouwe klantenbestand wordt ouder en jonge gezinnen vinden niet vanzelf de weg naar de lokale slager. Om klanten te blijven aantrekken, volgen de kortingsacties elkaar op.

De Vleesvriendjes biedt een andere reden om terug te komen. Tien weken lang verzamelen kinderen figuurtjes op hun poster en zoeken ze het geheime vriendje. Met een volle poster maken hun ouders kans op € 250 winkelgoed.

ZO WERKT HET

- Per volledige aankoopsschijf van €10 ontvangt de klant één sticker.
- Bij een aankoop kan een gezin gratis een verzamelposter meenemen.
- Kinderen verzamelen twintig Vleesvriendjes en zoeken het geheime vriendje.
- Bij een volle poster controleert de slager het deelnamestrookje en knipt dit af.
- De poster en de geheime sticker die ze dan krijgen, mogen mee terug naar huis.
- Iedere deelnemende slager verloot een winkelgoed van €250 onder alle geldige deelnames.

WEET U WAT U AAN KORTINGEN WEGGEEFT?

Een vaste gehaktdag, een dagkorting, voordeel via de klantenkaart, een gratis product en tussendoor nog een themawEEK. Afzonderlijk lijken die acties beperkt.

Maar hebt u al eens opgeteld wat ze samen kosten?

Neem een slagerij met € 500.000 jaaronzet. Als alle kortingen en gratis producten samen 4% van de omzet vertegenwoordigen, gaat het om € 20.000 per jaar.

Omgerekend is dat ongeveer € 385 per week, of € 3.846 over tien weken.

De Vleesvriendjes vertrekt vanuit een ander idee: geef kinderen iets om naar uit te kijken en gezinnen een reden om terug te komen. U kent de prijs van uw campagnepakket vooraf en hoeft **niet bij ieder bezoek opnieuw korting te geven.**



Zo werkt het in de winkel

Wij bereiden de campagnematerialen, communicatieteksten en digitale beelden voor. Als deelnemende slager brengt u De Vleesvriendjes lokaal tot leven in drie eenvoudige fasen.

VOOR DE START

- Brief het winkelteam aan de hand van de praktische richtlijnen.
- Plaats de verzamel posters en flyers zichtbaar in de winkel.
- Kondig de campagne aan via uw winkel, webshop en sociale media.

TIJDENS DE CAMPAGNE

- Geef tijdens de eerste twee weken actief de A6-flyer mee.
- Bied geïnteresseerde gezinnen bij hun aankoop een gratis verzamel poster aan en deel de stickers correct uit.
- Houd de voorraad in de gaten en bestel indien nodig tijdig bij.
- Breng de actie regelmatig opnieuw onder de aandacht.

NA DE CAMPAGNE

- Controleer de ingeleverde deelname strookjes.
- Organiseer de lokale trekking.
- Schenk de winnaar een winkeltegoed van €250, te besteden in uw eigen slagerij.



Waarom deelnemen

TIEN WEKEN LANG EEN REDEN OM TERUG TE KOMEN

Kinderen betrekken het hele gezin bij de winkelkeuze. De verzamelposter blijft thuis zichtbaar en houdt uw slagerij tien weken lang onder de aandacht.

ZONDER VOORTDUREND PRODUCTKORTINGEN TE GEVEN.

SAMEN STAAN SLAGERS STERKER

Hoe meer slagers deelnemen, hoe groter het bereik en hoe herkenbaarder De Vleesvriendjes wordt. Met één gezamenlijke campagne zetten we de lokale slager op een speelse en eigentijdse manier opnieuw in de kijker bij jonge gezinnen.

ELK JAAR EEN NIEUWE EDITIE

De campagne kan jaarlijks terugkeren met nieuwe figuurtjes, namen, raadsels en verrassingen. Zo bouwen we verder aan herkenbaarheid en enthousiasme.

EEN MECHANISME DAT SUPERMARKTEN BEWUST INZETTEN

ALDI laat gezinnen emoji-figuurtjes verzamelen. Okay heeft een stickerboek en ook Delhaize zette al sticker- en andere verzamelacties op. Dat zijn geen toevallige cadeautjes: kinderen willen hun collectie aanvullen, nemen hun ouders daarin mee en kijken uit naar een volgend winkelbezoek. Ook onderzoek naar verzamelacties in supermarkten beschrijft het effect op de besteding per winkelbezoek en op herhaalaankopen. De Vleesvriendjes brengt dat mechanisme naar de lokale slager, met een eigen verhaal en tien weken lang iets nieuws om naar uit te kijken.

Bron onderzoek: Lambert & Goh (2020), "To toy or not to toy in supermarket instant reward programs", Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics.



Alles is voorbereid

U ontvangt een **volledig uitgewerkt campagnepakket** waarmee u onmiddellijk aan de slag kunt.

FYSIEK CAMPAGNEMATERIAAL

- A3-verzamelposters
- Gewone en geheime stickers
- A6-flyers om de actie bij klanten te introduceren
- Hoeveelheden afgestemd op het gekozen pakket

DIGITALE ONDERSTEUNING

- Kant-en-klare beelden voor sociale media
- Materiaal voor digitale schermen
- Praktische richtlijnen voor het winkelteam en de lokale trekking

ZORGVULDIG UITGEWERKT

De campagne werd speciaal voor de slagerijsector ontwikkeld. De merknaam werd aangevraagd bij het BOIP, het concept werd vastgelegd via een i-DEPOT en de verplichte veiligheidsinformatie wordt op iedere stickerdrager voorzien.

ONLINE ZICHTBAARHEID

Bij voldoende inschrijvingen voorzien we een website met praktische informatie voor consumenten en slagers en een overzicht van de deelnemende slagerijen. Via de officiële Instagram-pagina delen we campagne-updates en brengen we De Vleesvriendjes en de deelnemende slagers onder de aandacht.

TWEETALIG UITGEWERKT

Het campagnemateriaal wordt volledig tweetalig uitgevoerd. De verzamelposter heeft een Nederlandstalige voorzijde en een Franstalige achterzijde. Ook de stickers combineren beide talen binnen één ontwerp.



Kies uw pakket

De omzetcategorieën zijn richtinggevend. Ook het aantal kassatransacties, de gemiddelde aankoopwaarde, webshopgebruik en geplande extra acties bepalen welk pakket het best past.

MINI

Voor slagerijen met een jaaromzet tot ongeveer € 500.000

- 4.500 gewone stickers • 250 verzamelposters
- 60 geheime stickers • 1.000 A6-flyers

MEDIUM

Voor slagerijen met een jaaromzet van ongeveer € 500.000 tot € 1 miljoen

- 9.000 gewone stickers • 500 verzamelposters
- 120 geheime stickers • 2.000 A6-flyers

MAXI

Voor slagerijen met een jaaromzet van ongeveer € 1 miljoen tot € 1,5 miljoen

- 13.500 gewone stickers • 750 verzamelposters
- 180 geheime stickers • 4.000 A6-flyers

Voor slagerijen met een jaaromzet boven € 1,5 miljoen vormt Maxi het uitgangspunt.

Alle pakketten bevatten het digitale marketingpakket



Prijzen en voorinschrijving

HOE MEER DEELNEMERS, HOE LAGER DE PAKKETPRIJS

De Vleesvriendjes gaat door vanaf 50 deelnemende slagerijen. Vanaf 100 deelnemers daalt de pakketprijs voor iedereen. Vanaf 200 deelnemers daalt die opnieuw. De uiteindelijke prijsstaffel geldt voor alle deelnemende slagerijen.

MINI

50–99 deelnemers

€ 179,50 per week

Pakketprijs: € 1.795

100–199 deelnemers

€ 159,50 per week

Pakketprijs: € 1.595

Vanaf 200 deelnemers

€ 144,50 per week

Pakketprijs: € 1.445

MEDIUM

50–99 deelnemers

€ 239,50 per week

Pakketprijs: € 2.395

100–199 deelnemers

€ 219,50 per week

Pakketprijs: € 2.195

Vanaf 200 deelnemers

€ 199,50 per week

Pakketprijs: € 1.995

MAXI

50–99 deelnemers

€ 299,50 per week

Pakketprijs: € 2.995

100–199 deelnemers

€ 279,50 per week

Pakketprijs: € 2.795

Vanaf 200 deelnemers

€ 259,50 per week

Pakketprijs: € 2.595

De bedragen per week tonen wat het pakket omgerekend kost over de volledige campagne van tien weken. U ontvangt één factuur voor het totale pakketbedrag; betaling per week is niet mogelijk. Alle prijzen zijn exclusief 21% btw.

BINDEND VANAF 50 DEELNEMERS

Voorinschrijven kan t.e.m. 15 november 2026. Zodra 50 geldige voorinschrijvingen zijn bereikt, wordt uw inschrijving bindend voor het gekozen pakket. Wordt dat minimum niet bereikt, dan vervalt uw inschrijving zonder kosten.

Vanaf 22 november 2026 maken we bekend of de campagne doorgaat en welke prijsstaffel geldt. Vanaf dan worden de facturen verstuurd, met een betalingstermijn van 14 dagen. Via de actuele deelnemerslijst kunt u de tussenstand volgen.

NABESTELPAKKET

Tijdens de campagne kan een vast nabestelpakket worden besteld voor €395 excl. btw. Het bevat 2.500 gewone stickers, 200 A3-verzamelposters, 50 geheime stickers en 100 A6-flyers. Verzending en verwerking binnen België zijn inbegrepen.

Planning

Tot en met 15 november 2026

Voorinschrijven en de actuele deelnemerslijst volgen.

Vanaf 22 november 2026

Bekendmaking of de campagne doorgaat en welke definitieve prijsstaffel van toepassing is. Verzending van de definitieve factuur met een betalingstermijn van 14 dagen.

Januari 2027

Verzending van de fysieke pakketten en het digitale marketingmateriaal.

1 februari tot en met 11 april 2027

De Vleesvriendjes loopt tien weken bij alle deelnemende slagers.

Na 11 april 2027

Controle van de deelnamestrookjes en de lokale trekking van het winkeltegoed.



Inschrijving

Geef gezinnen tien weken lang een leuke reden om terug te komen en maak deel uit van een gezamenlijke, transparante campagne voor lokale slagerijen.

[KLIK HIER om uw voorinschrijving te starten](https://inschrijven.devleesvriendjes.be)

<https://inschrijven.devleesvriendjes.be>

[KLIK HIER om de actuele deelnemerslijst te bekijken](https://deelnemers.devleesvriendjes.be)

<https://deelnemers.devleesvriendjes.be>

**Scan om in
te schrijven**



**Scan om de deelnemers
te bekijken**



SCHRIJF UW SLAGERIJ UITERLIJK OP 15 NOVEMBER 2026 IN

Vragen? info@devleesvriendjes.be

De Vleesvriendjes is een onafhankelijk initiatief van MARYN Creatives - MARYN BV

Dit document is uitsluitend bestemd voor professionele slagers en relevante sectorpartners. De inhoud, prijzen en campagnematerialen mogen niet zonder voorafgaande schriftelijke toestemming worden gekopieerd of publiek verspreid.

