

Wereldwijde belangstelling voor start Tulpencampagne

23-01-2017 08:14

Het nieuwe snijtulpenzeizoen is onder wereldwijde belangstelling van start gegaan. Tulpen Promotie Nederland (TPN) organiseerde zaterdag 21 januari voor het zesde jaar op rij de Nationale Tulpendag. Hoogtepunt was de pluktuin met 200.000 tulpen in hartje Amsterdam waar het publiek gratis tulpen mocht plukken. [caption id="attachment_47699" align="alignright" width="300"]



Tulpen in Amsterdam[/caption] TPN-voorzitter

Arjan Smit: "Nationale Tulpendag is uitgegroeid tot een evenement van wereldformaat met jaarlijks zo'n 17.000 internationale bezoekers. Ook de belangstelling van binnen- en buitenlandse pers is groot en via social media waren tulpen trending topic. Wij hadden ons geen betere start van het tulpenseizoen kunnen voorstellen." Het thema van Nationale Tulpendag was 'Dutch Design' en kwam tot uiting in het tuinontwerp van Floris Hovers. Ook op andere locaties in Nederland werd Tulpendag volop gevierd. Honderden bloemisten en tuincentra organiseerden tulpenworkshops en -demonstraties. **Tulpendag** Nationale Tulpendag bestaat sinds 2012. Op de derde zaterdag van januari wordt daarmee ieder jaar de start van een nieuw snijtulpenzeizoen gevierd. Tot eind april (ongeveer 100 dagen lang) is Hollandse tulp wereldwijd verkrijgbaar in meer dan 1.000 verschillende soorten. Van knalgeel tot donkerpaars, van lelievormig tot gefranjerd en van tweekleurig tot dubbelbloemig. Tulpendag is een initiatief van TPN



Ich liebe Tulpen promotie in Duitsland

De aftrap voor de tulpenpromotie wordt traditiegetrouw gegeven met de Tulpentocht op de Dam in Amsterdam. De Dam wordt door kwekers omgetoverd tot een tulpenpluktuin met maar liefst 200.000 kleurrijke tulpen om de officiële start van het tulpenseizoen in te luiden. Het thema van Nationale Tulpentocht 2017 is net als bij Keukenhof "Dutch Design", beiden zijn een Nederlands visitekaartje voor de hele wereld. Het is tevens het startsein van de tulpenpromotiecampagne in Duitsland. NBTC Holland Marketing, Tulpenpromotie Nederland (TPN), Noordwijk Marketing, NOVASOL en Keukenhof slaan de handen ineen om Nederland als tulpenland aan de kust op de Duitse kaart te zetten. De campagne richt zich op de Duitse reisindustrie, pers en consument. In combinatie met Tulpen op de Dam is deze dagen een groepspersreis vanuit Duitsland naar Keukenhof georganiseerd. Tijn medewerkers hebben er een workshop bollen planten georganiseerd. Bron: [Keukenhof](#)

Redactie