

KRUIDVAT KIEST FESTIVALCAMPING ALS NIEUW PODIUM OM JONGEREN TE BEREIKEN

KRUIDVAT BADHUIS SPEELT OP VERRASSEDE WIJZE IN OP DE VERZORGINGSMOMENTEN VAN FESTIVALGANGERS



Voor een health- en beautyretailer als Kruidvat is de festivalcamping een logische plek om aanwezig te zijn. Uit onderzoek van Kruidvat blijkt dat 80% van de festivalgangers persoonlijke verzorging (heel) belangrijk vindt*. Festivalgangers kennen twee momenten waarop de behoefte aan opfrissen het grootst is: na het wakker worden op de camping (36%) en na een dag dansen en zweten (46%). Dit opfrissen krijgt echter een andere vorm dan thuis. Tussen het kamperen, dansen en buiten leven door, zoeken bezoekers naar momenten om zich op te frissen.

Op basis van deze inzichten ontwikkelde Kruidvat samen met strategische partners Buutvrij for life en MOJO een festivalactivatie die aansluit bij de dagelijkse verzorgingsmomenten van festivalgangers. Buutvrij for life is specialist in festivalbeleving en vertaalt de merkambities van Kruidvat naar een opvallende en relevante activatie. MOJO verbindt Kruidvat aan Down

The Rabbit Hole (DTRH), een festival waar doelgroep, cultuur en context samenkomen. Met de activatie op DTRH laat Kruidvat zien dat het merk ook op de festivalcamping relevant is.

Van inzicht naar activatie: Kruidvat Badhuis en Meezingdouche

Kruidvat komt tijdens DTRH met het Kruidvat Badhuis: de bestaande festivalvoorziening die voor de gelegenheid een herkenbare Kruidvat signatuur krijgt en daardoor een opvallende festivalspot wordt. Bezoekers kunnen er terecht voor een verfrissend moment, met een knipoog naar herkenbare Kruidvat acties en producten. Binnen het badhuis vormt de Meezingdouche een speels element om te delen op de socials. De Meezingdouche vertaalt het herkenbare gedrag van meezingen onder de douche naar een festivalmoment op zich: samen zingen, opfrissen en daarna weer fris de camping op.

Uit het onderzoek van Kruidvat blijkt ook dat 62% altijd vergeet zonbescherming mee te nemen naar een festival en 23% vergeet douchegel. Daarom is er een compact *Kruidvatje* aanwezig met verzorgingsproducten en campingessentials, zoals zonbescherming, paracetamol en condooms. Samen laten deze onderdelen zien hoe Kruidvat je festival redt. Brenda Smith, CMO bij Kruidvat: *"Een merk groeit niet alleen via media, winkel of online, maar ook door relevante ervaringen die mensen echt onthouden. Festivals zijn plekken waar mensen genieten, nieuwe herinneringen maken en zichzelf willen laten zien. Met het Kruidvat Badhuis helpen we bezoekers zich fris, verzorgd en festivalproof te voelen. Daarmee voegen we niet alleen iets toe aan hun festivaldag, maar brengen we ook onze missie tot leven: gezond, mooi en goed voelen bereikbaar maken voor iedereen."*

Eerste wapenfeit

De samenwerking met Buutvrij for life kreeg eind februari al een eerste tastbare vorm met een onverwachte drugstore rave met Armin van Buuren en Tjade in een Kruidvat. Diezelfde gedachte vormt ook de basis voor de festivalactivaties: verrassend aanwezig zijn op momenten waarop bezoekers het merk niet verwachten, maar wel goed kunnen gebruiken

** Onderzoek onder 500 consumenten in Nederland, uitgevoerd door onderzoeksbureau Factsnapp/Panelwizard in opdracht van Kruidvat in week 23-2026*

OVER KRUIDVAT NEDERLAND

Wie kent Kruidvat niet? Bij Kruidvat winkelen wekelijks enkele miljoenen klanten. Hiermee is Kruidvat marktleider in de health- & beautymarkt in Nederland en België. Een positie waar we trots op zijn. Ons bedrijf heeft ruim 1.250 winkels en ruim 25.000 medewerkers. Wij geven invulling aan ons motto 'Steeds verrassend, altijd voordelig' door een ruime keuze te bieden uit een voordelig, gevarieerd en hoogwaardig aanbod health-, beauty-, en babyartikelen, aangevuld met een uitgebreid en verrassend assortiment producten.

CONTACTGEGEVENS

AS WATSON HEALTH & BEAUTY BENELUX

Team Corporate Communicatie

pers@nl.aswatson.com

[+31 318 579597](tel:+31318579597)

KOPIEER LINK

<https://www.kruidvat.nl/pers/267708-kruidvat-kiest-festivalcamping-als-nieuw-podium-om-jongeren-te-bereiken/>