



KOPPERT CRESS  
*Architecture Aromatique*

## Persbericht

---

### Mini-Tweetjam Culiperslunch

Koppert Cress presenteert op 26 maart a.s., tijdens de Culiperslunch in de Kookfabriek in Amsterdam, een mini-tweetjam. Een kleine groep chefs gaat jammen met bijzondere producten. De mini-tweetjam is te volgen via de nieuwe media: Twitter en Facebook en een livestream. Eerdere tweetjams werden gehouden op locatie bij Koppert Cress, Culinaire Saisonier en de Cas Spijkers Academie en de Horecava. Dit nieuwe medium heeft grote belangstelling van vooral de jongere generatie koks, die open staan voor de directe en interactieve communicatie. Op Twitter zal deze mini-tweetjam de twitter hashtag (een vaak genoemd woord op twitter met een '#') #tweetjamcpl krijgen. Deze hashtag staat dan voor tweetjam culiperslunch.

De term 'tweetjam' is inmiddels een bekend begrip. Hierbij bereiden een aantal koks verschillende gerechten, terwijl dit via de nieuwe media, live te volgen is. Tegelijkertijd is er voor de kijkers en volgers gelegenheid via Twitter te reageren. De tweetjam (#tweetjam op Twitter) is een nieuwe manier om interactief te communiceren met een geïnteresseerd publiek. Een nummer één positie, recentelijk op de lijst van meest populaire Twitter-onderwerpen, geeft aan dat het evenement een uitstekende aandachtstrekker is.

Aan de Tweetjam doen chefs van diverse restaurants mee. Het initiatief is in handen van Koppert Cress, ondersteund door een aantal vooraanstaande leveranciers van innoverende producten, binnen de gastronomie.

Met de toepassing van de sociale media, zoals Twitter en Facebook en moderne technieken zoals live video (live streaming) via internet, is het mogelijk ook de jongere generatie professionals in de gastronomie te boeien en kan een levendige dialoog worden opgezet.

Koppert Cress is er van overtuigd dat bewegend beeld en de nieuwe media, cruciale middelen zijn om met de jongere generaties te communiceren. Het bedrijf is daarom op zoek naar nieuwe mogelijkheden en toepassingen, om deze doelgroep zo goed mogelijk te bedienen.

De opkomst van de sociale media was voor een innovatief bedrijf als Koppert Cress reden om hier volop mee te gaan werken. Met een mooi product, veel kennis over voeding, een groot netwerk en digitale mogelijkheden is, in samenwerking met een aantal koks, het idee geboren om een digitaal evenement op te zetten. Koks hebben weinig tijd om naar beurzen te gaan en dan is dit een goed alternatief.

De eerste 'probeer-jamsessie' op locatie bij Koppert Cress resulteerde in reacties van binnen en buiten de sessie, die erop wezen dat dit wel eens een groot succes kon gaan worden.

Kijk op [benelux.koppertcress.com/content/tweetjam](http://benelux.koppertcress.com/content/tweetjam) om alle tweetjams terug te kijken.

Koppert Cress produceert cressen en specialties die onder het motto Architecture Aromatique op de markt worden gezet. Het team van Koppert Cress heeft gekozen voor een eigen benadering van de eindverbruikers van haar product: topkoks wereldwijd. Deze hebben de 'Micro-Vegetables' ontdekt en gebruiken ze als verrijking van hun gerechten. Het bedrijf heeft vestigingen in Monster en New York en een nauw samenwerkingsverband in Japan.

---

Monster, 16 maart 2012

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met

Jan van Berkel,

De Poel 1, 2681 MB Monster

Tel: +31 (0)6 300 13 107;

Fax: +31 (0)174 28 32 52;

[www.koppertcress.com](http://www.koppertcress.com)