**Björn Kroner wird Markenbotschafter
von „Bloomy Days powered by Fleurop“**

**Die neue Zweitmarke der Fleurop AG „Bloomy Days powered by Fleurop“ erhält nun auch ein Gesicht. Björn Kroner wird in seiner neuen Funktion als Markenbotschafter zukünftig die Blumen für die Kunden zusammenstellen und die Marke in der Öffentlichkeit präsentieren.**

Die Marke Bloomy Days steht nicht nur für stilvoll arrangierte Schnittblumen, die meisten Kunden verbinden mit dem Start-up auch die Gründerin Franziska von Hardenberg. Kundennah und offenherzig inszenierte sich die Unternehmerin als Geschäftsführerin und berufstätige Mutter in den Medien sowie auf den Social-Media-Kanälen. Mit dem Launch von „Bloomy Days powered by Fleurop“ hat sich die Fleurop AG auf die Suche nach einem geeigneten Botschafter der neuen Zweitmarke begeben – einem Markenbotschafter, der sowohl die floristische Fachkompetenz als auch die mediale Souveränität mitbringt.

Björn Kroner ist Florist mit Leib und Seele. Als freischaffender Floristmeister ist er rund um den Globus für angesehene Projekte tätig. Zuletzt war er für die Floristik im Deutschen Haus bei den Olympischen Spielen in Rio de Janeiro sowie die florale Dekoration des Finales von „Germany’s Next Topmodel“ auf ProSieben verantwortlich. Als Teammitglied von „Fleurops Jungen Wilden“ engagiert er sich zudem seit Jahren leidenschaftlich für die Nachwuchsförderung in der Branche. Einem breiten Publikum ist er als Experte des Morgenmagazins „Volle Kanne“ auf ZDF bekannt. Vor wenigen Wochen wurde sein Buch „Tischkultur – Traumhaft dekorieren für Feste und Gäste“ veröffentlicht.

Björn Kroner ist begeistert von seinen neuen Aufgabe bei „Bloomy Days powered by Fleurop“: „Ich bin stolz als Markenbotschafter ausgewählt worden zu sein und freue mich darauf, zukünftig die Blumen für die Kunden von „Bloomy Days powered by Fleurop“ mit viel Liebe und Sorgfalt zusammenzustellen. Was gibt es Schöneres, als Menschen jede Woche mit einem frischen Bouquet zu überraschen?“ Als internationaler Starflorist zum Anfassen, der mit seinem Mann und Hund „Rummel“ in Berlin lebt, will Björn die Bloomy-Days-Fans vor allem auf den Social-Media-Kanälen für die Welt der Blumen begeistern.

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**Abdruck honorarfrei, Beleg erbeten**

 **BLOOMY DAYS** wurde 2012 von Franziska von Hardenberg in Berlin gegründet und liefert frische, saisonale Schnittblumen im Kartonversand. Die Bouquets sind im flexiblen Abonnement sowie als Einzelbestellung erhältlich und somit perfekt als Geschenk oder auch für zu Hause oder das Büro. Im B2B-Bereich werden Bouquets im Corporate Design der Geschäftskunden für After-Sales-Maßnahmen, Beschwerdemanagement, Kundengeschenke und Mitarbeiter-Incentives angeboten. [www.bloomydays.com](http://www.bloomydays.com)

**Fleurop** steht seit über 100 Jahren dafür, Menschen weltweit mit Blumen glücklich zu machen. Im Jahr 1908 hatte der Berliner Florist Max Hübner eine geniale Idee: Bei der Übermittlung von Grüßen sollen nicht die Blumen auf Reisen gehen, sondern der Auftrag an ein Floristikfachgeschäft vor Ort vergeben werden – das Fleurop-Prinzip war geboren. Heute überbringen rund 50.000 lokal ansässige Fleurop-Partnerfloristen in 150 Ländern über 25 Millionen Blumenarrangements pro Jahr. Jeder Blumenstrauß wird ausschließlich von professionellen Floristen in Handarbeit gefertigt und persönlich an den Empfänger überreicht. [www.fleurop.de](http://www.fleurop.de).

**Fleurop AG - Pressekontakt**

Frau Melanie Schindler

Lindenstraße 3–4, 12207 Berlin

Tel.: 030/713 71-295

Fax: 030/713 83-295
E-Mail: melanie.schindler@fleurop.de
Website: www.bloomydays.com

Facebook und Instagram: @bloomydays