

DOELGROEPEN DAS ANDERE HOLLAND

→ We richten ons op drie doelgroepen, te weten:

PETER

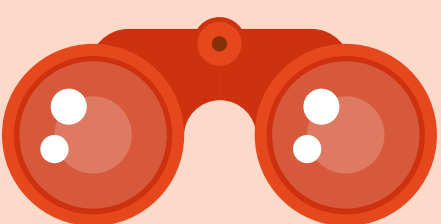
Een gezin met jonge kinderen dat even weg wil van de drukte en aandacht voor elkaar wil. Zijn op zoek naar hoogstaande verblijfsaccommodaties en kwalitatief goede dagattracties.

MARY

De 50+er van wie de kinderen uit huis zijn. Wil graag een weekend weg buiten de vakantieperiodes met partner of vriendin en dan genieten van natuur en cultuur. Het aanbod moet authentiek zijn.

NORA

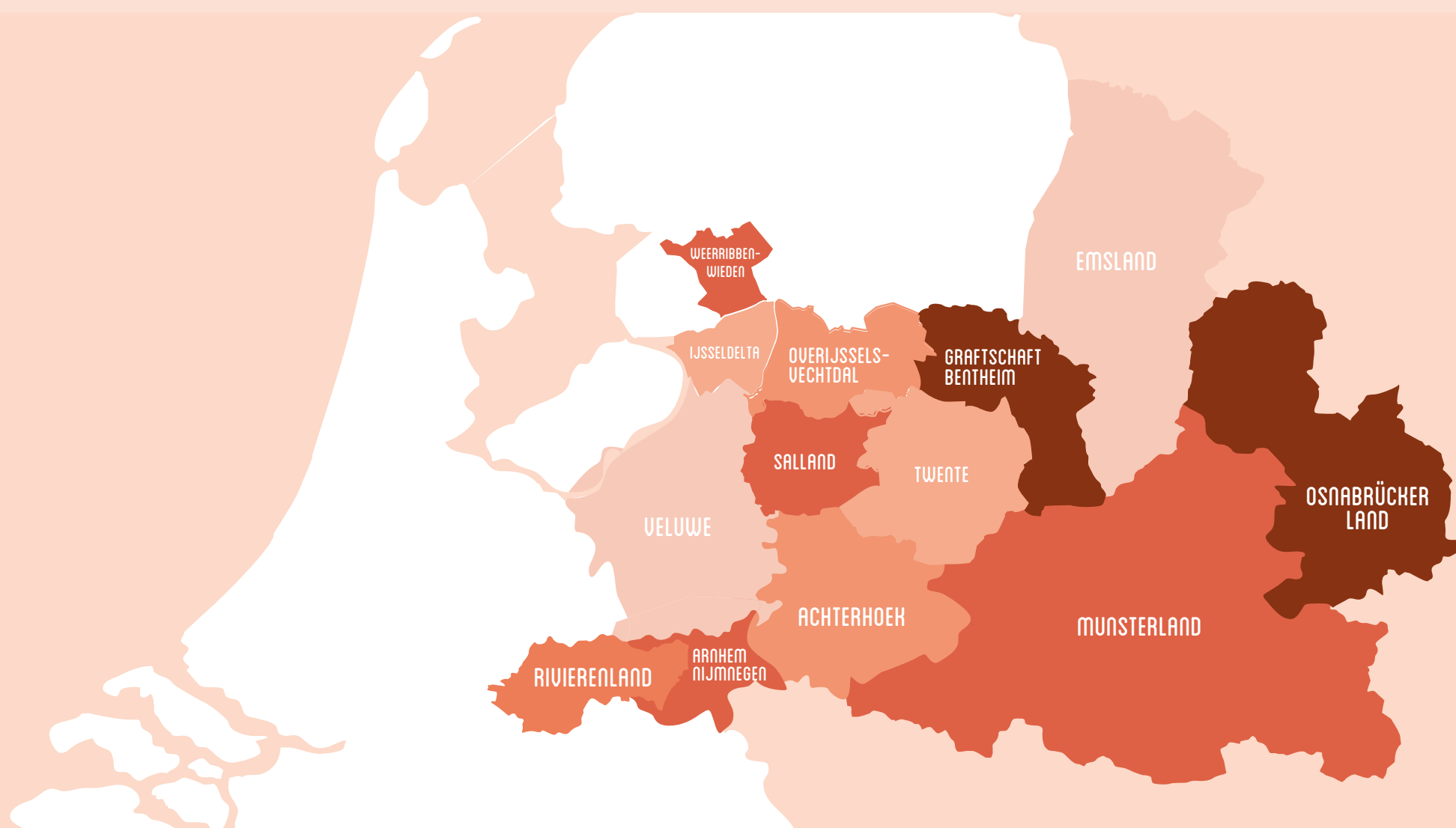
Gaat met vriendinnen op culturele vakantie om op zoek te gaan naar unieke ervaringen. Architectuur, kunst & design en natuur zijn dingen waar Nora blij van wordt. Komt voor een korte trip of vakantie buiten het hoogseizoen.



DOELGROEP WOONACHTIG IN DE REGIO'S NORDRHEIN WESTFALEN EN NIEDERSACHSEN

DOEL

Overijssel en Gelderland trekken met elkaar op in het project 'Grenzeloze Toeristische Innovatie 2'. Dit is een project van Euregio. Het doel van het project is het uitbouwen van grensoverschrijdende samenwerkingen, Overijssel en Gelderland vermarkten in de deelregio's Nordrhein-Westfalen en Niedersachsen, nieuwe producten ontwikkelen en ondernemers ondersteunen bij Duitse marktwerking. Dit met als doel stijging van het aantal Duitse bezoekers, de omzet uit de Duitse markt en het marktaandeel. Binnen het project worden de provincies Gelderland en Overijssel richting Duitse gast vermarkt als aantrekkelijke provincies om te bezoeken. Dit wordt gedaan onder de naam Das Andere Holland.

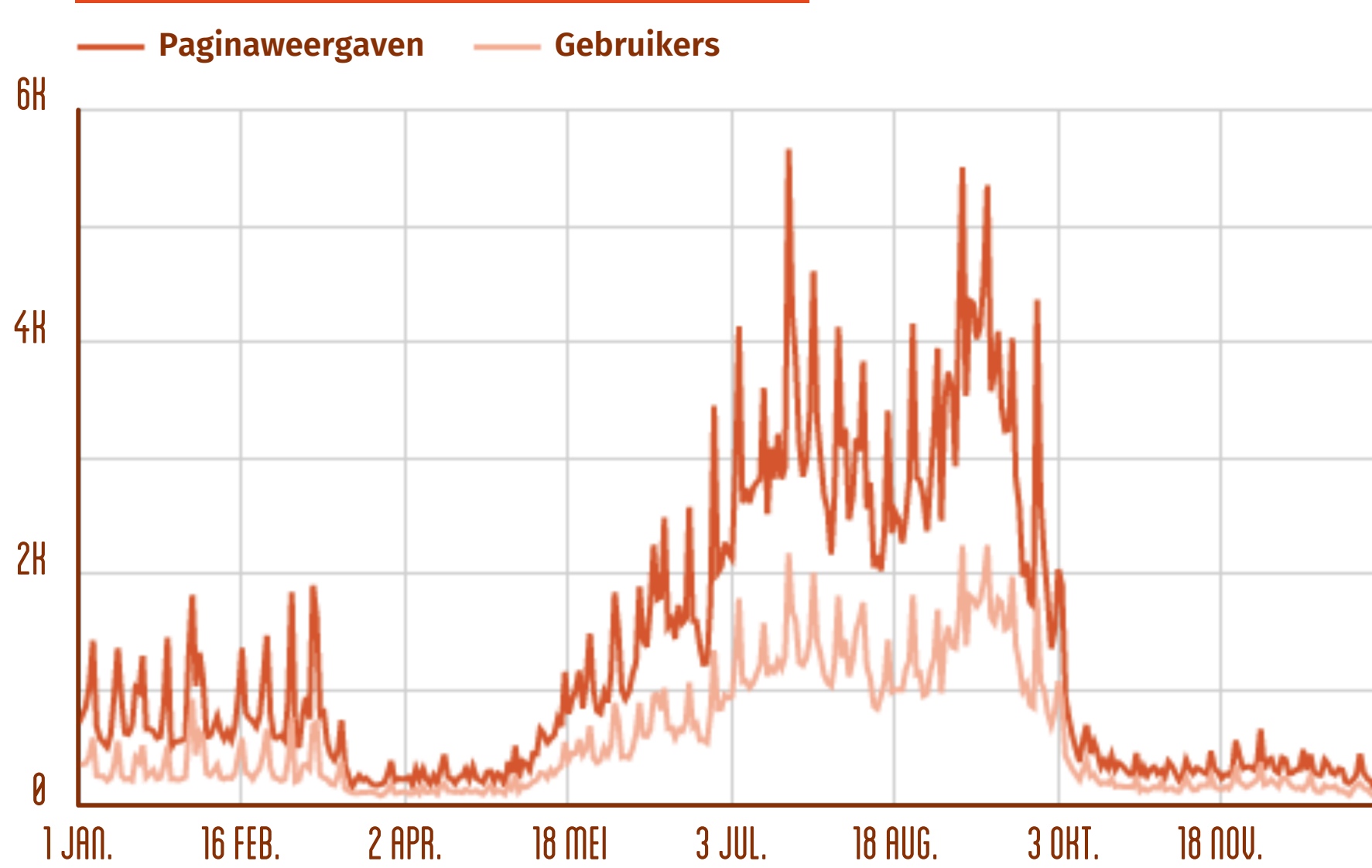


↓ COMMUNICATIEMIDDELEN ↓

WEBSITE: WWW.DAS-ANDERE-HOLLAND.DE

In de bezoekcijfers van dasandereholland.de zien we duidelijk een daling in de Corona-periode. Desondanks hebben we de bezoeker, ook via social media, geprobeerd te blijven inspireren voor Das Andere Holland. Bijvoorbeeld door thuisblijftips en virtuele tours door musea. Bij het versoepelen van de maatregelen, het openstellen van de grenzen en het advies om in de vakantie dichtbij huis te blijven hebben we een enorme opleving in het zoekgedrag gezien. Ook de Duitsers zijn weer flink gaan zoeken naar mogelijkheden om dichtbij huis (in de vakantie) eropuit te gaan. Het verkeer op dasandereholland.de zat in een stijgende lijn. Vanaf juli heeft de inzet van promotiemiddelen ervoor gezorgd dat er nog meer bezoekers op de site zijn geweest. Sinds het negatieve reisadvies voor Duitsers om naar Nederland te komen (begin oktober), zien we ook gelijk weer een flinke daling in het verkeer.

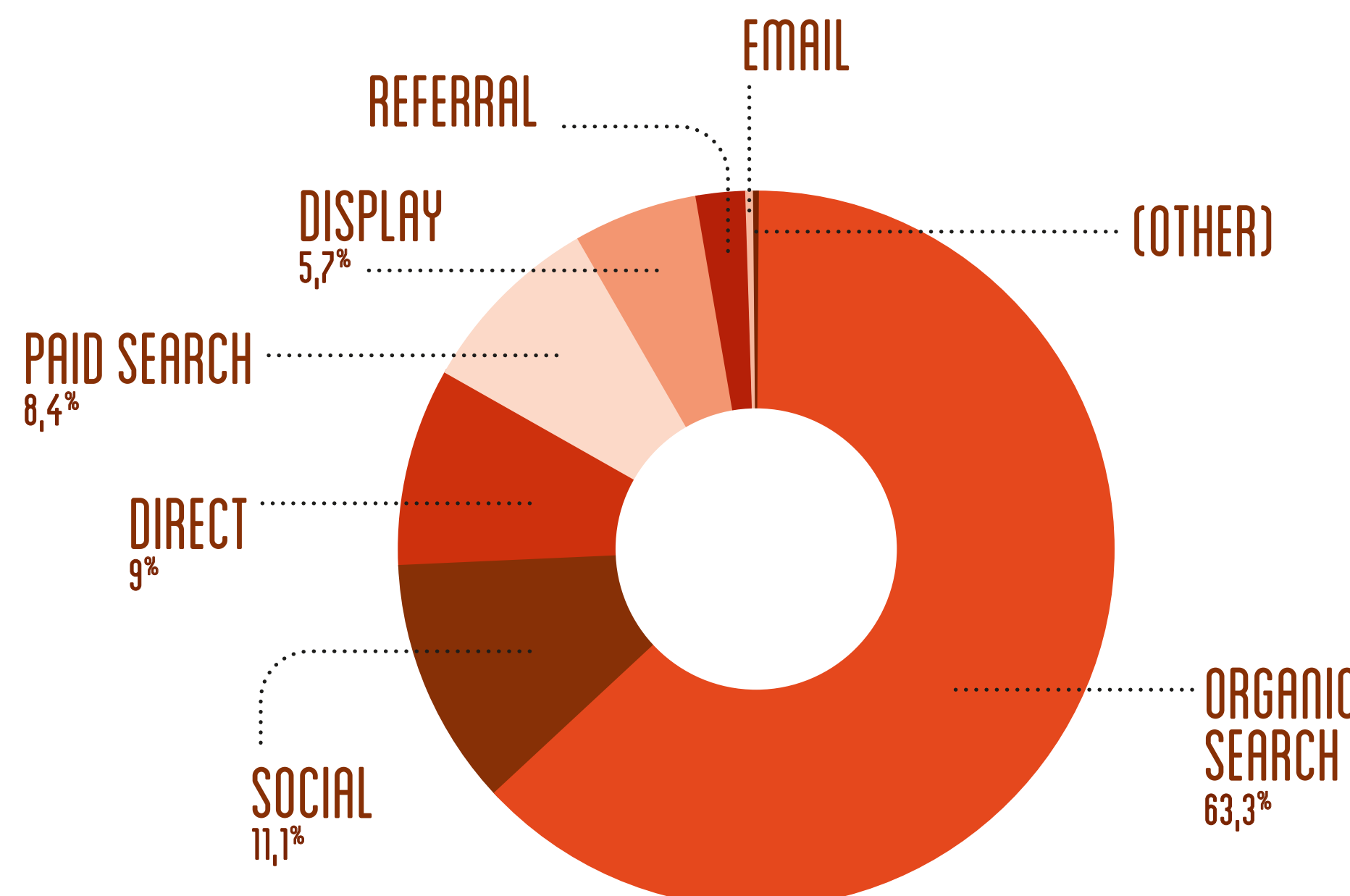
→ Zie onderstaande grafiek voor het beeld van 2020:



DOEL: INSPIREREN, INFORMEREN EN ACTIVEREN

MEESTE VERKEER VIA ORGANISCH (GOOGLE)

Na de livegang van de nieuwe website hebben wij de SEO ingericht in Google Ads zodat de url www.das-andere-holland.de wordt weergegeven bij relevante zoektermen bij een Duitse bezoeker die zich nog aan het oriënteren is op een bezoek aan Nederland.



KWALITEIT VAN HET ONLINE BEZOEK IS GOED

In 2020 heeft dasandereholland.de



PAGINAWEERGAVEN
469.864



BEZOEKERS
186.990



SESSIES GERAALISEERD
221.476

FACEBOOK

Wekelijks worden er
± 3 POSTS
geplaatst

DOEL: INSPIREREN

→ De cijfers van 2020:



VOLGERS
7.939



WEERGAVEN
Organisch:
273.964
Betaald:
1.190.643



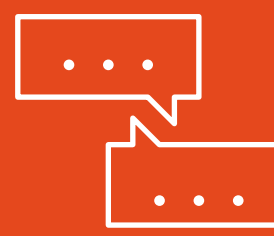
BEREIK
Organisch:
252.700
Betaald:
491.421



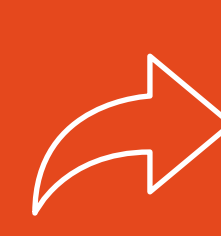
KLIKKEN
NAAR
WEBSITE
10.157



LIKES
4.541



REACTIES
416



SHARES
526

We hebben
7.376
NIEUWSBRIEF-
ABONNEES



Elk kwartaal wordt er een nieuwsbrief verstuurd met het doel inspireren om naar Das Andere Holland te komen.

OFFLINE PERS- EN BLOGGERSREIZEN



DOEL: inspireren en activeren

Begin 2020 hadden we voor 2020 de pers- en bloggersreizen gepland staan, waarbij de focus gelegd is op het voor- en najaar. Echter goeide Corona roet in het eten. De pers- en bloggersreizen die in het voorjaar zouden plaatsvinden werden gecancelled en waar mogelijk door geschoven. Hetzelfde is gedaan met mediauitingen die waren ingekocht. Uiteindelijk hebben we in Q3 en Q4 Das Andere Holland nog ruim onder de aandacht kunnen brengen. Waarbij vooral de focus lag op uitingen in augustus en september, zodat we richting de herfstvakantie meer onder de aandacht kwamen. Toen nog niet wetende dat de maatregelen weer strenger zouden worden.

→ Benieuwd welke pers en bloggers naar Das Andere Holland kwamen? Kijk hier



OPLAGE
50.000

Het magazine is in september verspreid bij 1000 adressen in de regio Nordrhein Westfalen en Niedersachsen.

→ Kijk hier voor het magazine

BUITENSPELENCAMPAGNE

Overijssel en Gelderland positioneren als aantrekkelijke en kindvriendelijke vakantieregio/provincies. Kindvriendelijke accommodaties worden hierbij leidend gemaakt in combinatie met het aanbod van Iconen in de vorm van de dagattracties en musea.



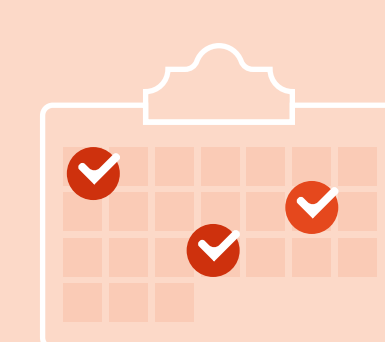
DOEL

Doelstelling is om meer Duitse gezinnen (met kinderen in de leeftijd van 0-12 jaar) vanuit het Duitse Niedersachsen en Nordrhein Westfalen op vakantie en dagbezoek te krijgen in de Duitse schoolvakanties en op de Duitse feestdagen in voor- en najaar.



DOELGROEP

De doelgroep bestaat uit Duitse gezinnen (doelgroep Peter) woonachtig in het Duitse Niedersachsen en Nordrhein Westfalen



PLANNING

Rekening houdend met het gemiddelde zoek & boekgedrag van 6 weken tot 3 maanden van de doelgroep voor 1e en 2e vakanties zou de campagne qua timing idealiter rond de boekingsmaanden maart/april en september/oktober gaan om de schoolvakanties in voor- en najaar te targeten. Echter is dit in 2020 anders gelopen. Door Corona konden we de campagne in het voorjaar niet door laten gaan. We hebben ons gefocust op de periode september door kidsreporters uit te nodigen.



KIDSREPORTERS

Oproep in Niederrhein Nachrichten en NRZ (Duitse kranten) om kidsreporter te worden in Das Andere Holland. De kranten kiezen een gezin uit die een weekend naar Das Andere Holland gaan en hier verslag van doen wat als rapportage in de desbetreffende krant komt te staan.

INFLUENCERCAMPAGNE

In samenwerking met NBTC hebben we vier influencers ontvangen in Das Andere Holland. Deze influencers waren MamiBlock, Taste Sheriff, Mellis Blog en Sonne & Wolken. Dit zijn influencers met een groot bereik die hun volgers inspireren om op vakantie te gaan in Das Andere Holland.

→ Kijk hier welke influencers naar Das Andere Holland kwamen en wat ze gedaan hebben.