

**visit** | **arnhem**  
**nijmegen**

Themacampagne

**Ultiem ontspannen in het Rijk van Nijmegen**

September t/m november 2021

---

## Ultiem ontspannen in het Rijk van Nijmegen

*Struin door de oudste winkelstraat van Nederland en stap binnen bij de tofste winkeltjes. Bezoek een van de toffe musea of duik de prachtige natuur in en waan je in het buitenland. Voor een goed gevulde maag strijk je neer bij een van de hippe lunchzaakjes of heerlijk verwarmde terrassen. Plan een datum en kom het bruisende Rijk van Nijmegen zelf beleven!*

De doelgroep Plezierzoekers is via verschillende platformen benaderd met de content. Naast onze eigen kanalen zoals [visitnijmegen.com](https://www.visitnijmegen.com) en social media is ook extern media ingekocht bij o.a. YouTube, &C en is er een influencer op bezoek geweest.



## Samenvatting resultaten

De campagne heeft een hoog bereik gerealiseerd onder de Plezierzoekers. Bijna 1,5 miljoen personen zijn geïnspireerd voor een weekendje ontspannen in het Rijk van Nijmegen.

Het aantal bezoekers op de campagnepagina op visitnijmegen.com is heel hoog geweest in de drie maanden. Dat heeft te maken met een grote video-campagne waar veel traffic vandaan is gekomen.

	Totaal bereik
Campagnepagina	15.584
Artikelen	1.642
Social media	300.083
Video advertising	738.702
&C	356.552
100%NL	19.267
<b>TOTAAL</b>	<b>1.431.830*</b>

Extra voor partners	Totaal bereik
Instastory Museum Het Valkhof	77.127

\* Excl. PR en daarnaast zijn er met de awareness campagne van Gelderse streken, binnen hetzelfde thema, **nog eens bijna 2,5 miljoen mensen bereikt.**

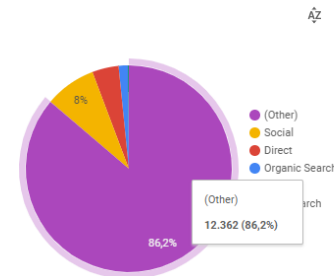
# Campagnepagina

- Bijna 21.300 bezoeken op de campagnepagina, waarvan 15.584 unieke bezoekers (doelstelling 4.000 bezoekers). Dat is boven verwachting, maar heeft ook te maken met een verkeerde instelling in de video-campagne wat in groot voordeel is geweest voor deze campagne en het aantal kliks naar de pagina.
- De gemiddelde tijd die men op de landingspagina doorbracht is met een gemiddelde van 15 seconde laag. Ook het aantal pagina's waar ze naar hebben doorgeklikt is laag en het bouncepercentage hoog. Bezoekers vanuit de video-campagne zijn dus niet direct enorm geboeid geraakt op de site.
- De meeste bezoekers hebben op de artikelen geklikt die op de pagina stonden. De routes scoorden het beste, zoals vaak.



Paginaweergaven 21.298	Sessies 14.336	Gebruikers 15.584
Gem. sessieduur 00:00:15	Pagina's/sessie 1,49	Bouncepercentage 75,69%

## Waar komen bezoekers vandaan?



Kanaal	Sessies	Bouncep...
1. Facebook / klik	6.995	67,52%
2. Facebook / video	5.215	89,8%
3. (direct) / (none)	596	68,79%
4. m.facebook.com / referral	563	82,06%
5. lm.facebook.com / referral	324	59,26%
6. google / organic	198	46,46%
7. l.facebook.com / referral	196	58,16%
8. Instagram / video	97	68,04%

Waar is op geklikt?	Aantal kliks
1. Bekijk de tips	1.269
2. Menu	478
3. Bekijk de route	347
4. Plan je route	168
5. Visit Nijmegen	136
6. Meer info	116
7. Plan je dagje relaxen	103
8. Boek je beleving	98

Voor deze themacampagne zijn 2 artikelen geschreven:

- Samen ontspannen <https://www.visitnijmegen.com/artikelen/lekker-opladen-samen-ontspannen-in-het-rijk-van-nijmegen>
- Combinatie van natuur en stad <https://www.visitnijmegen.com/artikelen/combinatie-van-natuur-en-stad-in-nijmegen>

	Samen ontspannen	Stad & natuur
Paginaweergave	821	1.583
Gemiddelde leesduur	00:00:29	00:01:30
Gebruikers (uniek)	443	1.199

Beide artikelen zijn voor hetzelfde bedrag aangejaagd via social media. Het is duidelijk te zien dat het artikel over de combinatie tussen stad en natuur veel beter heeft gescoord.

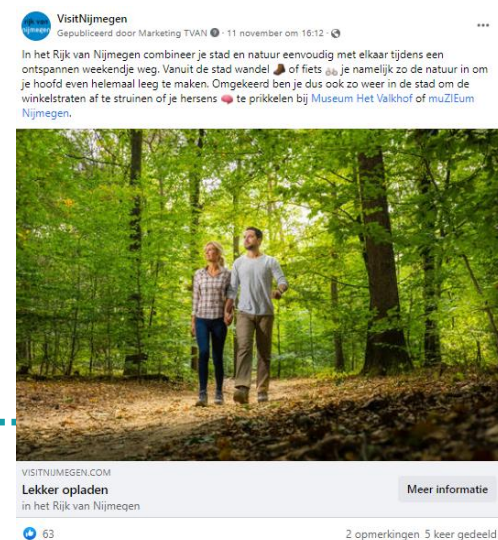
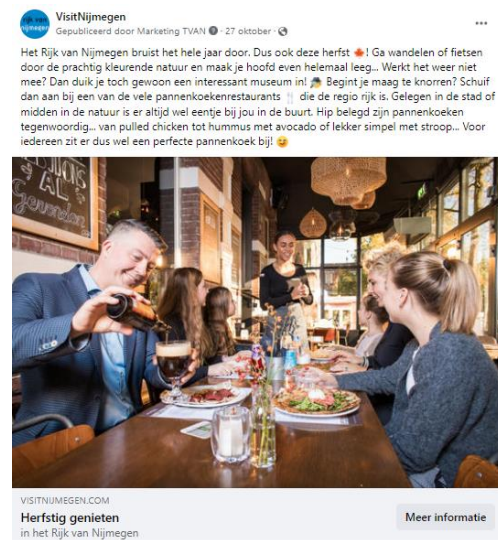


# Social media

Voor de campagne zijn verschillende artikelen en de campagnepagina gepromoot via de social media kanalen. Hierbij zetten we budget in en targetten we specifiek op de doelgroep van de campagne. De primaire doelstelling van de campagne is gefocust op websiteverkeer, secundair awareness.

Er heeft zowel op Facebook als op Instagram campagne gedraaid voor het thema. Vanwege de verscherpte maatregelen zijn we drie dagen eerder gestopt maar dat heeft gelukkig weinig invloed gehad op het eindresultaat.

In totaal zijn er 300.093 impressies behaald (doelstelling 400.000). Dit heeft te maken met de gemiddelde CPC kosten van € 1,17 per actie (de Nederlandse benchmark ligt op € 0,64). De CTR score (doorklikratio van klikken op link) ligt op 2,28% per weergave (de Nederlandse benchmark 1,92%). Kwantitatief hebben we de doelstelling dus niet gehaald maar de kwaliteit van de campagne was wel boven benchmark!



17-9 t/m 26-11	
Totaal impressies	300.093
Aantal posts	15
Weergave organisch	5.063
Weergave betaald	295.020
Bereik organisch	5.041
Bereik betaald	138.104
Klikken	1.616
Likes	256
Reacties	10
Gedeelde/opgeslagen berichten	29

# Externe media inkoop – &C

Er is 1/1 advertentie in het blad &C geplaatst die op 13 oktober in de winkels verscheen.

Deze titel heeft een drukoplage van 55.000 exemplaren en een bereik van 222.000 personen per editie.



## Ontdek het bruisende Rijk van Nijmegen in 48 uur

Old city, young vibe omschrijft precies de sfeer van Nijmegen. Lekker bourgondisch en hip! Interessante musea, een oneindig aanbod aan gezellige luchtentjes en terrassen en de prachtige natuur in de omgeving bieden alles voor een heerlijk weekendje weg. Voor nog meer leuke tips ga je naar [VISITNIJMEGEN.COM/&C](http://VISITNIJMEGEN.COM/&C).

**Dag 1 | 10.30 uur muzIEum**  
Hoe is het om blind of slechtziend te zijn? Dat ontdek je in het muzIEum helemaal zelf. Trotseer verschillende obstakels tijdens een van de belevingen waar je uit kunt kiezen. Ga op citytrip in het pikkedonker of ontdek het centrum van Nijmegen op de tast. Bijzonder is dat iedere gids uit eigen ervaring kan vertellen hoe het is om niets of weinig te zien.

**Dag 1 | 14.00 uur Lekker shoppen**  
Shopper in de oudste winkelstraat van Nederland? Daarvoor moet je in de Lange Hazelstraat zijn. Een gezellige straat vol kleine boetiekjes waar je niet het standaard aanbod treft. Ook in de Houtstraat, Moenenstraat en van Welderenstraat vind je een gros aan leuke winkels.

**Dag 1 | 12.30 uur Lunchen bij 't Hoogstraatje**  
Schuif voor een lekkere lunch aan bij 't Hoogstraatje. Kies voor een home made ice tea, bruchetta brood met prosciutto of voor een heerlijke pannenkoek. Kom je met kinderen het Rijk van Nijmegen ontdekken? Dan boffen ze! Er zijn namelijk nog veel meer goede pannenkoekenbakkers zoals de Pannenkoekenboot, De Duivelsberg, St. Walrick en De Gekterse Poort.

**Dag 2 | 11.00 uur Museum Het Valkhof**  
Bezoek Museum Het Valkhof voor de tentoonstelling Rettet den Wald! Save the Forest! Red het bos! (t/m 5 december). Deze laat zien hoe kunstenaars zich wereldwijd inzetten voor de bedreigde natuur. Het startte ooit met eco-kunstenaar Beuys maar nu de problemen urgenter worden volgen velen in zijn voetsporen. De kunstwerken zijn divers maar hebben allemaal een duidelijke boodschap: we staan niet boven de natuur. We zijn er afhankelijk van.

**Dag 2 | 13.30 uur De natuur in**  
Na al die mooie kunstwerken bekijken te hebben wil je natuurlijk zelf de natuur in. Bossen, heide en uiterwaarden, het Rijk van Nijmegen heeft het allemaal. Wandelen is heerlijk en de goednieuwe wandelnetwerken in het Land van Maas en Waal en de Betuwe maken het ook nog eens super gemakkelijk. Wandel een van de gemarkeerde routes of stel zelf je route samen aan de hand van de keuzepunten.

CELLEBRAND LEVERT JE MODIE STRAKEN

STRA SLOOMER, FOUDE, DEBAAL, 2020. FOTO: HICLUMATE



# Externe media inkoop – &C

Op andc.tv is een advertorial geplaatst met hyperlink naar een campagnepagina (12 oktober).

Dit artikel is aangejaagd middels de nieuwsbrief, een Facebook teaser en twee Instagramstories swipe-up. Ook heeft er eer aankondiging op de homepage gestaan (zie hieronder voor het voorbeeld).

Het artikel heeft een bereik gerealiseerd van 2.291 lezers (benchmark 1.500). In het totaal heeft de campagne op de online kanalen van &C 136.552 mensen bereikt en 183.064 weergaven gegenereerd.



Travel  
Na deze tips wil je onmiddellijk een bezoek brengen aan Nijmegen

The screenshot shows the top of a webpage with a navigation bar (Home, Abonneren, Acties, Video, Talent, Workshop, Topics, Over) and a search icon. The main article has a purple header with the title 'Na deze tips wil je onmiddellijk een bezoek brengen aan Nijmegen' and a sub-header 'Travel'. Below the title is a large image of Nijmegen. To the right is a 'Trending' sidebar with several article teasers. Below the main image is a text block with social media icons and a date '12-10-2021 09:00'. The article text begins with 'De zomervakantie is al lang en breed achter de rug...' and continues with 'Jong van geest' and 'Wijnen, wijnen, wijnen in Groesbeek'.

The screenshot shows a webpage with several travel tips. The first tip is 'Uitien relaxen in Thermen Berendonck' with a sub-header 'Zo, je benen verdienen wel wat rust...'. The second tip is 'Aan de wandel in de natuur' with a sub-header 'Helemaal opgeladen? Trek je sneakers aan...'. The third tip is 'Stof tot nadenken in Museum Het Valkhof' with a sub-header 'Genoeg gelopen, we laten onze ogen het werk doen...'. Below these tips is a 'Video' section with several video thumbnails and titles like 'Girls in Charge: check deze videoserie met Vivienne...' and 'Nu in &C: Chantal en Nielson doorbreken het...'. At the bottom of the page, there is a 'Gedreven door Redactie' logo and social media share buttons for Facebook, Twitter, and Copy.

[Na deze tips wil je onmiddellijk een bezoek brengen aan Nijmegen - &C \(andc.tv\)](#)



# Externe media inkoop – 100% NL

Op 100pm.nl is een advertorial geplaatst met hyperlink naar een campagnepagina.

Dit artikel is aangejaagd op Facebook en Instagram.

In totaal zijn er met de campagne op de online kanalen van 100pm.nl 19.267 lezers bereikt.

LITJES & REIZEN x Litschik



**Bourgondisch en hip: deze regio heeft alles!**

Old city, young vibe omschrijft precies de sfeer van Nijmegen. Lekker bourgondisch en hip! Interessante musea, een oneindig aanbod aan gezellige lunchtentjes en terrassen en de prachtige natuur in de omgeving bieden alles voor een heerlijk weekendje weg. Lees snel verder om te zien hoe jouw 48 uur in het Rijk van Nijmegen dit najaar er uit kunnen zien!



Delen: 

**Dag 1 | 10.30 uur – muZIEum**

Hoe is het om blind of slechtziend te zijn? Dat ontdek je in het muZIEum helemaal zelf. Trotsere verschillende obstakels tijdens een van de belevingen waar je uit kunt kiezen. Ga op citytrip in het pikkedonker of ontdek het centrum van Nijmegen op de tast. Bijzonder is dat iedere gids uit eigen ervaring kan vertellen hoe het is om niets of weinig te zien.

**Dag 1 | 12.30 uur – Lunchen bij 't Hoogstraatje**

Schaf voor een lekkere lunch aan bij 't Hoogstraatje. Kies voor een herme made ice tea, bruchetta brood met prosciutto of voor een heerlijke pannenkoek. Kom je met kinderen het Rijk van Nijmegen ontdekken? Dan boffen ze! Er zijn namelijk nog veel meer goede pannenkoekenbakkers zoals de Pannenkoekenboot, De Duivelsberg, St. Walrick en De ...

## Dag 1 | 14.00 uur – Lekker shoppen

Shoppen in de oudste winkelstraat van Nederland? Daarvoor moet je in de Lange Hezelstraat zijn. Een gezellige straat vol kleine boetiekjes waar je niet het standaard aanbod treft. Ook in de Houtstraat, Moenenstraat en van Weidenstraat vind je een gras aan leuke winkels.



## Dag 1 | 17.00 uur – Borreltijd

Winkelen maakt dorstig. En laat Nijmegen nou de grootste terrasdichtheid van Nederland hebben! Bestel een goed glas wijn of lekker speciaalbiertje op een van de verwarmde terrassen op de Grote Markt of het Koningsplein. Bitterballen of het nachos erbij en je zit voorlopig goed!



## Dag 2 | 11.00 uur – Museum Het Valkhof

Bezoek Museum Het Valkhof voor de tentoonstelling Rettet den Wald! Save the Forest! Red het bos! (t/m 5 december). Deze laat zien hoe kunstenaars zich wereldwijd inzetten voor de bedreigde natuur. Het startte ooit met eco-kunstenaar Beuys maar nu de problemen urgenter worden volgen velen in zijn voetsporen. De kunstwerken zijn divers maar hebben allemaal een duidelijke boodschap: we staan niet boven de natuur. We zijn er afhankelijk van.

## Dag 2 | 13.30 uur – De natuur in

Na al die mooie kunstwerken bekijken te hebben wil je natuurlijk zelf de natuur in. Bossen, heide en uiterwaarden, het Rijk van Nijmegen heeft het allemaal. Wandelen is heerlijk en de gloednieuwe wandelnetwerken in de gemeente Druten, Lingewaard en Overbetuwe maken het ook nog eens super gemakkelijk. Wandel een van de gemarkeerde routes of stel zelf je route samen aan de hand van de keuzevelden.



Bekijk [hier](#) nog veel meer leuke tips in het Rijk van Nijmegen.

Dit artikel is geschreven in samenwerking met Visit Nijmegen.

[Bourgondisch en hip: deze regio heeft alles!](#)  
[- 100%NL Magazine](#)  
[\(100pmagazine.nl\)](#)

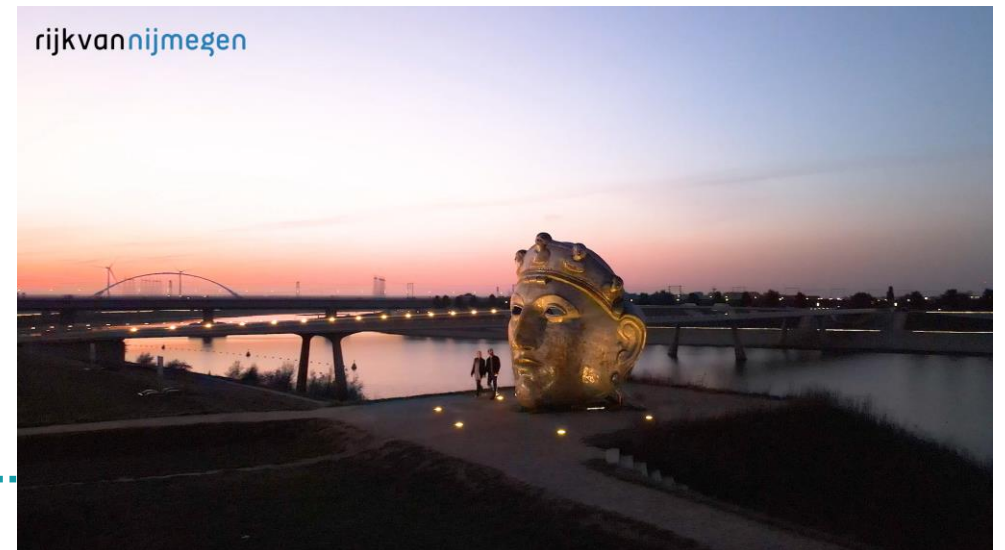
## Externe media inkoop – Video advertising

Voor het optimaal kunnen benaderen van de doelgroep is ervoor gekozen om een video te laten maken. Door twee versies te testen konden we nog beter inspelen op de behoefte van de doelgroep.

De video's zijn ingezet op social media (Facebook en Instagram) en via YouTube. Primair was de doelstelling awareness, secundair traffic naar de campagnepagina. De campagne heeft gelopen van 12 oktober t/m 12 november.

De onderste video (avondshot eerst) heeft beter gepresteerd qua uitkijkratio.

Op de volgende pagina staan de rest van de resultaten.



# Externe media inkoop – Video advertising

De resultaten zijn onder te verdelen in de campagne voor de awareness (zo lang mogelijk bekijken van de video) en het genereren van traffic (kliks naar de campagnepagina).

- Awareness

In totaal zijn er 634.537 mensen bereikt. Dit aantal, en de kliks en aantal vertoningen, is veel hoger dan verwacht door een instellingsfout op social media in voordeel van de campagne. Op YouTube is een overperformance behaald op zowel completed views (87%) als views (28%). Social heeft een hoog uitvallende CTR. Beide laten zien dat de doelgroep erg geïnteresseerd was in de video's.

- Genereren traffic

Er waren 2.026 klikken begroot maar de campagne heeft uitzonderlijk goed gescoord waardoor er 6.605 extra kliks zijn gerealiseerd (totaal 8.631)! Dit laat zien dat de doelgroep de advertenties ver bovengemiddeld interessant vond. De best presterende uiting staat hiernaast.

YouTube	
Bereik	175.881
Kliks	413
CTR	0,14%
Views	301.459
Completed views	126.426

Social	
Vertoningen	1.198.069
Bereik	458.656
Kliks	10.852
CTR	0,91%
Views	766.167

Social	
Vertoningen	274.024
Bereik	104.165
Kliks	8.631
CTR	3,15%





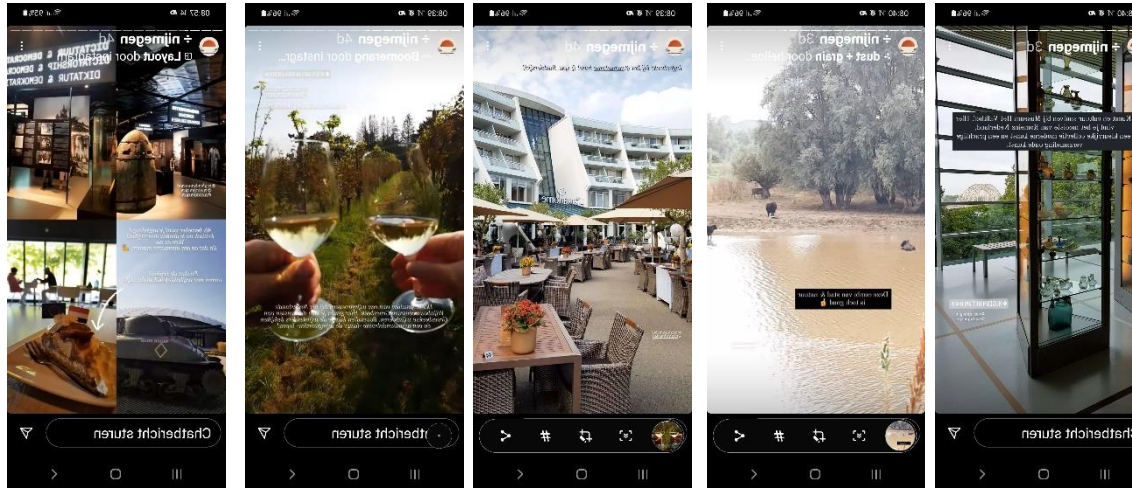
# Externe media inkoop – Influencer Map of joy



Programma:  
 Vrijheidsmuseum,  
 Wijnbouwcentrum,  
 Sanadome (incl  
 overnachting), Museum  
 Het Valkhof, Ooypoort  
 en De Waagh.

Publicaties:

- Blog op mapofjoy.nl: 128 views
- Instagram story (in highlights)
- Instagram post (3 x)

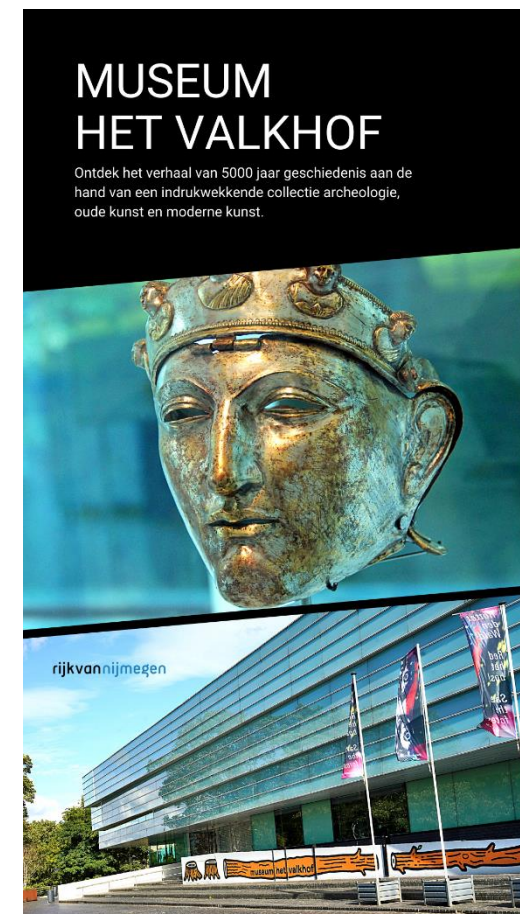




# SPECIAAL VOOR MUSEUM HET VALKHOF – Instastory

Speciaal voor Museum Het Valkhof is een Instagram story geplaatst en met budget aangejaagd onder de juiste doelgroep. Er zijn bijna 220.000 impressies uitgeleverd en ruim 77 duizend mensen bereikt.

22-10 t/m 31-10	
Totaal impressies	218.279
Aantal posts	3
Weergave organisch	598
Weergave betaald	217.681
Bereik organisch	598
Bereik betaald	77.127
Klikken	126



# Pers / PR



ANWB Kampeerkampioen, 7 pagina's Arnhem/Nijmegen. Oplage: 41.134

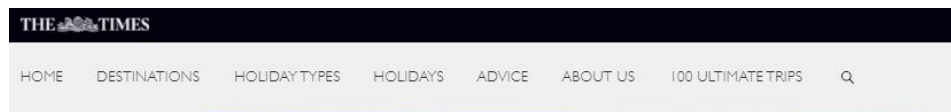


### Kastelenbezoek

Wist je dat Nederland ruim 700 kastelen telt? Een groot deel ervan vind je in Gelderland. Aan de meeste kastelen door kleven verhalen over bijzondere bewoners of gasten. Zoals Paleis Het Loo in Apeldoorn, waar de Cranjes onafscheidelijk aan verbonden zijn. En natuurlijk kent iedereen Slot Loerstein in de gemeente Zaltbommel, waar in de zeventiende eeuw Hugo de Groot gevangen was gesteld en per boekenkast ontsnapte.

Het leuke is dat veel Gelderse kastelen te bezoeken zijn. De ene om een expositie te bekijken, de andere voor kinderactiviteiten, waar je kind zich een prins of prinses kan wanen. Op de site Gelderesteken.nl vind je een overzicht van tientallen kastelen. Zo kun je zelf je ideale uitjes samenstellen en kom je de natte dagen wel door!

Vriendin. Oplage: 83.800



The Lentoper bridge on the Waal

## 6. Nijmegen, Netherlands

### For uplifting urban living

When it comes to showing how to care for the wellbeing of its residents, this Gelderland hub close to the German border is a hero at promoting a happier, healthier lifestyle. Declared European Green Capital 2018 in recognition for how it looks after its citizens, the Netherlands' oldest city is often upstaged by Rotterdam, which brags the world's first floating farm. Restaurant De Nieuwe Winkel was awarded one of the first Green Michelin stars for its plant-based ways and ingredients sensitively sourced from Groesbeek forest. The urban river park on the Waal shows Nijmegen's knack of marrying form, fun and forward-thinking function — this sociable pocket of nature doubles as a canny flood-defence system. The hospitality here also has a head and heart for sustainability: Guest House Vertoeft is a cool heat-pumped hostel converted from an office block.

The Times, Nijmegen duurzame destinatie.  
[12 sustainable destinations doing good for the planet](https://www.thetimes.co.uk/article/12-sustainable-destinations-doing-good-for-the-planet)  
- Times Travel ([thetimes.co.uk](https://www.thetimes.co.uk))

## BENTE OP AVONTUUR: IK LIEP DE MOOISTE TOCHT VAN NEDERLAND (N70 WANDELROUTE)



'Ik heb het nog nooit gedaan dus ik denk dat ik het wel kan.' Met deze quote van Pippi Langkous als Inspiratiebron, stapt online editor Bente uit haar comfortzone om op avontuur te gaan. Dicht bij huis en verder weg. Dit keer: de N70 wandelroute in Berg en Dal (Nijmegen).

Het is nog donker als ik uit bed stap. Ik kijk op de klok. 04:45 uur. Hoewel ik over een uur pas uit bed hoef, ben ik zo opgewonden dat ik niet meer kan slapen. Samen met mijn vader loop ik vandaag de N70 wandelroute in Berg en Dal, een dagtocht die al lang boven aan mijn verlanglijstje staat. Op elke website

<https://www.flowmagazine.nl/duurzaam-natuur/routes/bente-op-avontuur-ik-liep-de-mooiste-tocht-van-nederland-n70-wandelroute.html>

## Versterking wandelen in Arnhem Nijmegen met 4 netwerken

Wandelaars kunnen vanaf nu gebruik maken van vier lokale wandelnetwerken in de regio Arnhem Nijmegen. De netwerken bieden een combinatie van lokale wandelrondjes en keuzepunten waarmee je je eigen route kunt uitstippelen. De netwerken (350 km) liggen in de gemeenten Druten, Lingewaard, Overbetuwe en Zevenaar.

In iedere gemeente kun je op verschillende plekken starten. Zo'n startpunt heeft een informatiebord met een kaart van het netwerk in de directe omgeving. Wie tevoren zijn wandeling wil plannen kan gebruik maken van de routeplanners op [visitarnhem.com/wandelrouteplanner](https://www.visitarnhem.com/wandelrouteplanner) en [visitnijmegen.com/wandelrouteplanner](https://www.visitnijmegen.com/wandelrouteplanner). Er zijn ook gedrukte wandelkaarten verkrijgbaar.



Heel veel publicaties rondom de opening van de nieuwe wandelnetwerken in o.a. Druten en Overbetuwe.



# Externe media inkoop vanuit Gelderse streken



Vanuit het project Gelderse streken heeft er in het najaar een awareness campagne gelopen met hetzelfde thema. We hebben de iconen, passend bij het thema, in de etalage gezet. De themacampagne sloot hier qua inhoud, doelgroep en timing perfect op aan. Binnen de Gelderse streken campagne is het volgende gerealiseerd:

- Social media campagne op het kanaal Gelderse streken met 650.871 bereik binnen de doelgroep.
- 2/1 pagina in Enjoy!, het magazine van Transavia. Dit magazine ligt drie maanden lang in alle vliegtuigen. Transavia heeft veel reizigers die in het bijzonder stedentrips hoog waarderen. Het magazine heeft een bereik op van 1.800.000 passagiers
- OutdoorBloggers, beter bekend als de zes leukste outdoorvrouwen van Nederland, hebben een estafette door Arnhem, Nijmegen en de Veluwe gemaakt. Elke dag bewandelde een andere outdoorvrouw een ander traject en gaven zij het stokje aan elkaar door. De OutdoorBloggers hebben hun ervaringen vastgelegd in mooie blogs en op social media.

Totaal bereik van bijna **2,5 miljoen**.

