

visitveluwe

Themacampagne

Beleef de herfst op de Veluwe

Vlaanderen – september / oktober 2023



Beleef de herfst op de Veluwe

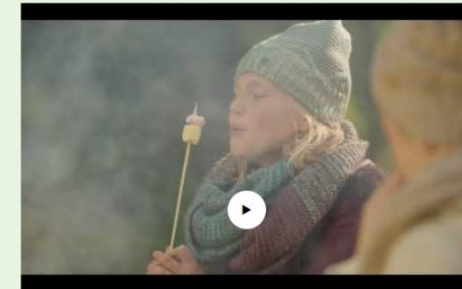
In algemene zin heeft Nederland in België een positief imago. Nederland is relatief dichtbij en goed bereikbaar. Ondanks de geringe afstand biedt het, ook net over de grens, een andere beleving dan België. Bezoekers aan de Veluwe geven nog al eens aan dat men positief verrast wordt door alles wat er te doen is in Nederland. De Gelderse Nederlander wordt daarnaast gezien als nuchter en gastvriendelijk. Deze campagne focust op een verblijf van een weekend, of langer, op de Veluwe. Met de focus op 'beleef de herfst op de Veluwe'. De Vlamingen voelen zich aangesproken tot de volgende thema's:

- fietsen van de gebaande paden,
- uitgebreid dineren midden in het groen (streekgerechten);
- winkelen.

In deze campagne stonden de segmenten creatives en socializers uit het Glocalities-model centraal. De campagne vond plaats in september en oktober 2023. We hebben een speciale campagnepagina aangemaakt, een online artikel geplaatst op feeling.be en campagne gevoerd via social media.



GENIETEN OVER DE GRENS



De Veluwe in de herfst is fascinerend! Eindelooze veel kleuren sieren de bossen en heidevelden. Fantastisch om doorheen te fietsen en wandelen. En wat is er fijner dan om na zo'n inspanning lekker neer te ploffen in een leuk cafeetje of restaurantje en te genieten van de lokale (wild)specialiteiten? Ook de cultuurliefhebber kan zijn hart ophalen op de Veluwe: het imposante [Palais Het Loo](#) heeft recent haar deuren weer geopend na een intensieve verbouwing. Bezoek een van de pittoreske Hanzesteden of een van de verrassende musea. Kortom: zoveel te doen dat een dag eigenlijk niet genoeg is. Blijf dus vooral slapen in de midden van de mooie Veluwe natuur!

Samenvatting resultaten

- Meer dan 90.000 personen zijn geïnspireerd om naar de Veluwe te komen om er de herfst te beleven.
- Er zijn ruim 4.200 unieke bezoekers op de landingspagina geweest.
- Het artikel op feeling.be had 2.971 page views.
- De campagne op social media is erg goed verlopen met 221.785 impressies en een bereik van ruim 83.000 mensen.

Themacampagne	Totaal bereik
Campagnepagina	4.268
Feeling.be	2.971
Social media	83.065
TOTAAL	90.304

* Hiernaast zijn met de awareness-campagne van Gelderse streken – waarop deze campagne mooi aansloot – nog eens ca. 3 miljoen mensen bereikt.

Externe media inkoop – Feeling.be

Feeling.be is er voor de stijlvolle en ambitieuze vrouw die kwaliteit en verfijning zoekt. Alle lifestyle-thema's komen aan bod met focus op mode, beauty, uitgaan en reizen. Daarnaast is er ook aandacht voor gezondheid, psychologie en relaties. De aanpak is praktisch met veel concrete tips en shopping. Dankzij de website en de socials is de Feeling-vrouw permanent op de hoogte van de laatste nieuwe trends en de beste adresjes. Qua doelgroep is dit platform vergelijkbaar met Libelle.be en Plusmagazine.be

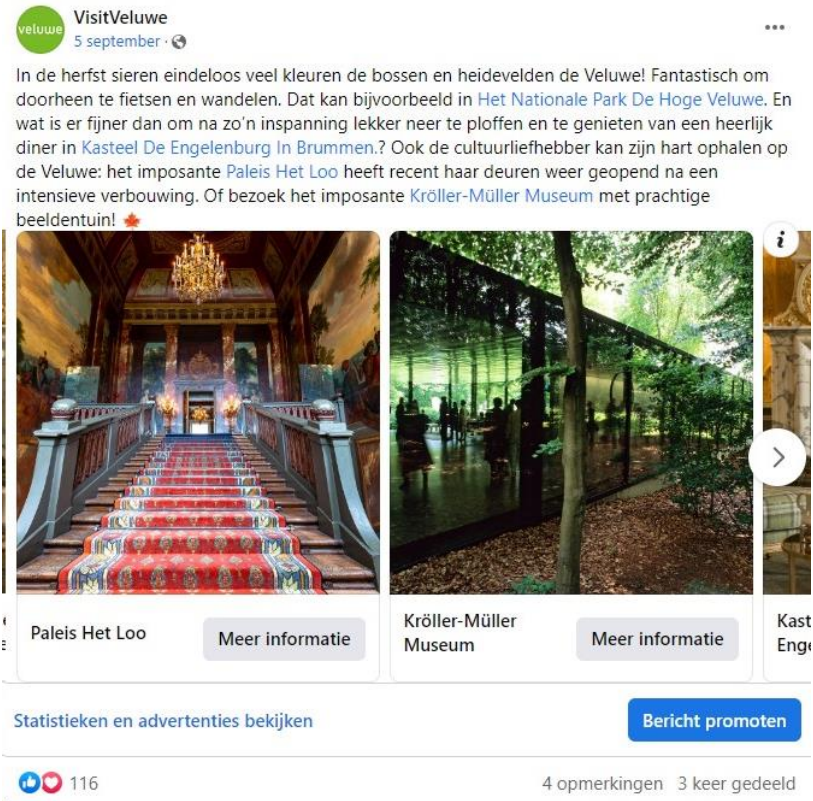
- Het artikel op feeling.be stond online van 9 tot en met 29 oktober
- In die periode waren er 2.971 weergaven op het artikel (doelstelling 2.600 page views).
- De gemiddelde leestijd is 1:00.

The screenshot shows the 'feeling' website interface. At the top, there is a navigation bar with categories: MODE, BEAUTY, LIFESTYLE, CITYGUIDE, SHOP WITH FEELING, FEELING+, and MEER RUBRIEKEN. The main content area features a large image of a person cycling on a path in a park with autumn foliage. Below the image is the article title: '7 redenen waarom een uitstap naar de Veluwe een must is deze herfst!' and the date '06 okt 2023'. The article text describes the beauty of the Veluwe in autumn and suggests activities like cycling and hiking. To the right, there is a sidebar titled 'Meest gelezen' (Most read) with three featured articles: 'BEAUTY: 10 x budgetvriendelijke gezichtsreinigers van de apotheek', 'PSYCHO & RELATIE: Horoscoop: dit staat er jou te wachten in december', and 'MODE: Morgen werkdag? 10 x stijlvolle kantoorlooks om dit weekend te dragen'.

Social media

- Voor de campagne zijn de deelnemende partners en de landingspagina gepromoot via Facebook en Instagram. Hierbij zetten we budget in en targetten we specifiek op de doelgroep van de campagne.
- In totaal zijn er **221.785** impressies behaald met een bereik van ruim 83.000 mensen (doelstelling 40.000).

	Resultaten
Aantal posts	2
Weergaven	215.007
Bereik	83.065
Klikken op link	1.628
Likes	114
Reacties	4
Gedeelde en opgeslagen berichten	18



VisitVeluwe
5 september · 🌐

In de herfst sieren eindeloos veel kleuren de bossen en heidevelden de Veluwe! Fantastisch om doorheen te fietsen en wandelen. Dat kan bijvoorbeeld in [Het Nationale Park De Hoge Veluwe](#). En wat is er fijner dan om na zo'n inspanning lekker neer te ploffen en te genieten van een heerlijk diner in [Kasteel De Engelenburg in Brummen](#)? Ook de cultuurliefhebber kan zijn hart ophalen op de Veluwe: het imposante [Paleis Het Loo](#) heeft recent haar deuren weer geopend na een intensieve verbouwing. Of bezoek het imposante [Kröller-Müller Museum](#) met prachtige beeldentuin! 🍁

Paleis Het Loo Meer informatie

Kröller-Müller Museum Meer informatie

Kast Eng Meer informatie

Statistieken en advertenties bekijken Bericht promoten

116 4 opmerkingen 3 keer gedeeld