

Nederland heeft in 2017 bijna 5,2 miljoen vakantiegangers uit Duitsland mogen ontvangen. Daar mogen de vele Duitse dagbezoeken aan Nederland nog bij worden opgeteld. De verwachting is dat het inkomend toerisme de komende jaren blijft groeien, vooral uit de aangrenzende deelstaten Nordrhein-Westfalen en Niedersachsen. Om die reden investeren Gelderland en Overijssel gezamenlijk in de Duitse marktwerking in betreffende regio's. Zij presenteren zich onder de naam Das Andere Holland.



Binnen Das Andere Holland zijn een aantal grensoverschrijdende themaclusters geformuleerd. Er is samenwerking op de volgende vlakken:

- Holland Campings
- Dagtoerisme = Fronleichnam actieweekend en actie schoolreizen
- Citymarketing
- Blogportal grenzerlebnisse.de

PRODUCTONTWIKKELING



- Is het product klaar voor de Duitse gast?
- Tools: - E-learning
 - Cursussen
 - MKB-ondersteuning
 - Facts & figures

Meer info via merkleiders & regiocoördinatoren

MARKETINGCOMMUNICATIE

De marketingactiviteiten en campagnes van Das Andere Holland richten zich met name op de deelstaten Nordrhein-Westfalen en Niedersachsen. De focus ligt daarbij op de wat meer stedelijke en welvarende gebieden als Düsseldorf, Oberhausen, Köln, Essen en Dortmund en de aangrenzende buitenwijken en dorpen.

De thema's die voor Gelderland en Overijssel worden belicht, zijn: Hanzesteden, kastelen, water, sterrenrestaurants & streekproducten, attracties, verblijf, Nationale Parken, kunst, cultuur, shoppen en ANWB topcampings/ADAC Superplatz.

Deze thema's worden geprofileerd door inzet van diverse middelen binnen de campagnes van Das Andere Holland.

MIDDELENMIX

- Online:** dasandereholland.de, holland.com, online koppeling met booking.com en Belvilla, zoekmachine marketing (SEO, SEA, Adwords), bannering, contentintegratie, newsletter, applicatie en social media
- Offline:** specials/advertorials in relevante dagbladen en magazines, informatiemateriaal (flyers, routes e.d.), radio
- Pers & PR:** media-coöperaties, storytelling, lezersreportages- en acties, persberichten en -reizen

CAMPAGNES

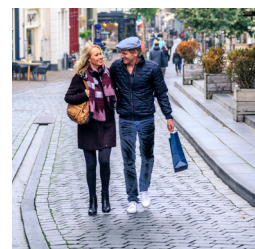
Lekker Radeln

- Thema's: Hanzesteden, kastelen en highlights Das Andere Holland
- Timing: april t/m juni 2018
- Doelgroep: Mary
- Regio: Nordrhein-Westfalen en Niedersachsen
- Inzet middelen: Pers & PR, online, offline en app



Zeit zu Zweit

- Thema's: kunst, cultuur, shoppen en wellness
- Timing: najaar 2018
- Doelgroep: Nora
- Regio: Nordrhein-Westfalen
- Inzet middelen: Pers & PR, online, offline en radio



Hanzesteden

- Timing: voor- en najaar 2018
- Doelgroep: Mary en Nora
- Regio: Nordrhein-Westfalen en Niedersachsen
- Integratie binnen Lekker Radeln, Pers & PR, online, offline en Travel Trade



Kastelen en Landgoederen

- Timing: voor- en najaar 2018
- Doelgroep: Mary en Nora
- Regio: Nordrhein-Westfalen en Niedersachsen
- Integratie binnen Lekker Radeln, Pers & PR, online, offline en social media



Buitenspelen

- Thema's: attracties en verblijf
- Timing: voor- en najaar 2018 en voorjaar 2019 (afwijkende Duitse schoolvakanties)
- Doelgroep: gezinnen met kinderen
- Regio: Nordrhein-Westfalen
- Doelstelling: Koppelen en boekbaar maken van dagrecreatief aanbod en verblijfsaccommodaties
- Aandachtspunten: productontwikkeling, online platform, herhaalbezoek en cross-selling
- Inzet middelen:
 - Pers & PR, online, offline en social media
 - Belevingskaart on- en offline (juni 2018?)
 - Influencers (mei-juni 2018)
 - Kinderreporters (mei-juni 2018)
 - Video's (mei 2018 opname, maart 2019 online promotie)
 - Verhalen op dasandereholland.de (promotie september-oktober 2018)

Er zullen vijf verschillende verhaallijnen worden ontwikkeld met daarin: dagrecreatie, dagattractie, verblijf en omgevingsbeelden.

Participeren in deze campagne?

Dat kan voor € 1.500,- excl. BTW.

Wat krijg je hiervoor terug?

- ✓ Video wordt geplaatst en gedeeld op dasandereholland.de en social media
- ✓ Beelden van uw eigen locatie uit de video in vorm van een trailer
- ✓ Voorrang op influencers & kinderreporters.



ACTIEWEEKEND: FRONLEICHNAM!

- Thema's: dagattracties, musea en evenementen gekoppeld aan verblijf
- Timing: 31 mei t/m 3 juni 2018
- Doelgroep: Mary en Nora
- Regio: Nordrhein-Westfalen
- Inzet middelen:
 - Pers & PR, online, offline
 - programmaflyer voor partners
 - direct mail naar Duitse gasten
 - free publicity
 - online promotie
- Aandacht voor productontwikkeling (met subsidiemogelijkheden)



Het weekend van Fronleichnam (Sacramentsdag) wordt er een groots grensoverschrijdend actieweekend georganiseerd aan beide zijden van de Nederlands-Duitse grens. Doelstelling is de deuren in Das Andere Holland massaal open te stellen voor onze Duitse burens (en vice versa). Dagattracties, musea en eventorganisatoren wordt gevraagd iets speciaals aan te bieden voor de Duitse gast, zodat ze zich extra welkom voelen. Kortom een weekend in Das Andere Holland waarbij alles in het teken staat van de Duitse gast, zoals speciale activiteiten in het Duits, kortingen voor de Duitse gast, Duitstalig gastheerschap en animatie. Het is tegelijkertijd dé gelegenheid om te zorgen dat de basis op orde is en om aan productontwikkeling te werken, zodat de beleving voor de Duitse gast straks optimaal is.

Mee doen en profiteren?

Zorg allereerst voor een Duitstalige website/landingspagina. Hiervoor zijn subsidiemogelijkheden beschikbaar vanuit het MKB-traject (zie onderstaand kader). Denk daarnaast ook aan bijvoorbeeld Duitstalige informatie, Duitse broodjes en Duitse kranten speciaal tijdens dit weekend. Meld je aan bij je merkleider/regiocoördinator en geef aan welke speciale actie je tijdens het actieweekend voor de Duitse gast wil gaan organiseren (dus bijv. Duitstalige audiotouren, rondleidingen, animatie of aantrekkelijke kortingsacties (tenminste 25%)).

Deadline aanleveren actie: 6 april 2018.

AL DAS ANDERE HOLLAND PARTNER?

Speciaal voor partners kost standaard deelname aan de campagne van Das Andere Holland € 150,- per jaar. Onderdeel van dit pakket is:

- Presentatie op dasandereholland.de middels een eigen profielpagina met informatie, foto's / film en doorlink (incl. vertaling).
- Toegang tot relevante grensoverschrijdende kennis en informatie met betrekking tot de Duitse markt.
- Toegang tot de aangeboden workshops, cursussen, scholingen en uitwisselingsprogramma's waar dieper wordt ingegaan op de specifieke invalshoeken om de Duitse markt te benaderen.
- Adviesgesprek vanuit een brede oriëntatie op de Duitse markt met mogelijkheid tot financiële ondersteuning.

MKB-traject:

Bedrijven die een start willen maken op de Duitse markt bieden we de mogelijkheid de investeringen in de Duitse toegankelijkheid van het bedrijf tot maximaal € 1.000,- incl. BTW in te dienen. Hiervan krijgt het bedrijf 50% gesubsidieerd. Denk aan vertaling website, flyer, menukaart, taalcursus personeel etc. Let op: gelimiteerd budget, op=op!