

Voorjaar op Voorne-Putten: een **Buitenkansje**.



Participatiemogelijkheden
voor accommodatie ondernemers



Trek de aandacht van internationale gasten

Wil jij dit voorjaar de aandacht trekken van nieuwe Nederlandse, Belgische of Duitse gasten?

Dat kan laagdrempelig via onze aankomende voorjaarscampagne!

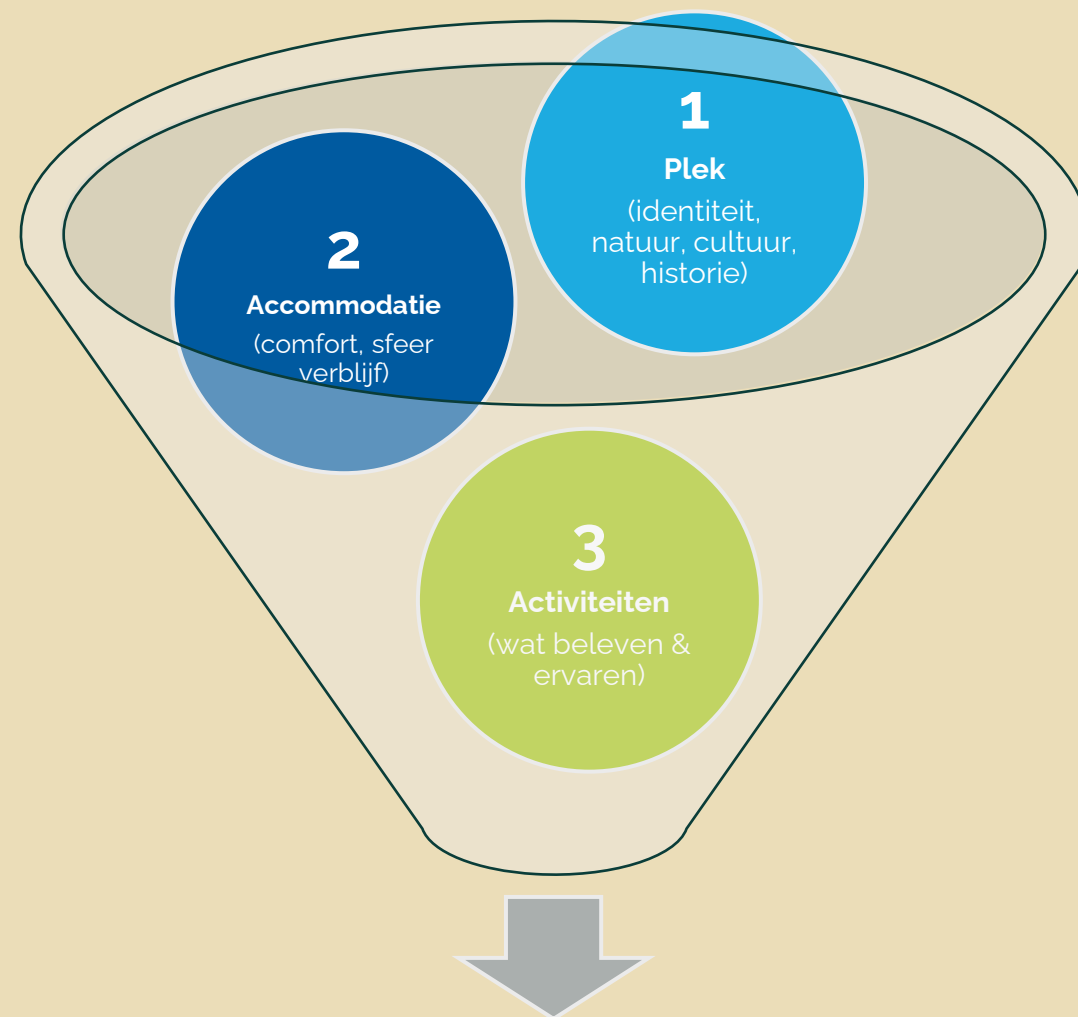
Vakantiekeuze = combinatie van factoren

Toeristen maken de keuze voor hun volgende vakantie op basis van drie factoren in ook de volgende volgorde:

1. **Plek** – *op basis van identiteit, natuur, cultuur & historie van de plek.*
2. **Accommodatie** – *bepaald het comfort en sfeer van het verblijf.*
3. **Activiteiten** – *wat is er te beleven/ervaren.*

Binnen onze voorjaarscampagne focussen we sterk op de combinatie van deze drie factoren.

Doe jij als accommodatie mee?



Vakantiekeuze

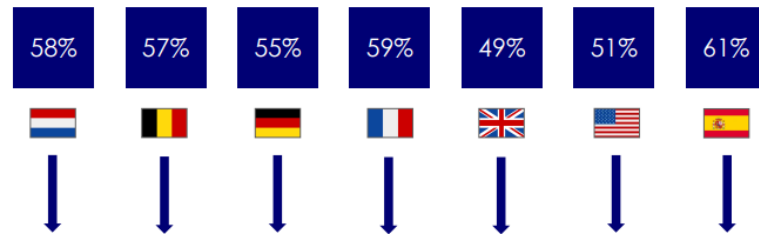
Veel toeristen oriënteren zich op vakantie in het voorjaar



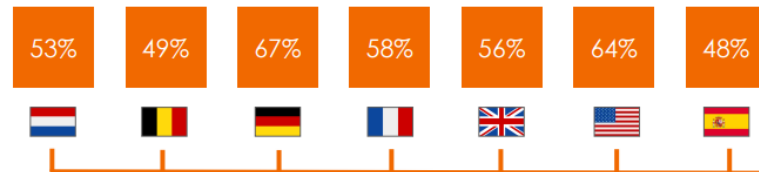
Gemiddeld 56% heeft een vakantie intentie voor 2025 maar moet nog boeken. Van deze groep die nog moet boeken, is gemiddeld 56% zich aan het oriënteren op een vakantie. Daarbij wordt momenteel het meest gekeken naar de maanden april en mei (beide gem. 15%), gevolgd door juni en juli (beide gem. 14%).



Vakantie-intentie maar moet nog boeken



Aan het oriënteren op vakantie



Maand van vertrek:							
Januari	7%	4%	4%	6%	5%	8%	6%
Februari	7%	9%	7%	8%	6%	15%	7%
Maart	9%	6%	9%	7%	14%	14%	10%
April	13%	18%	12%	13%	20%	13%	16%
Mei	20%	15%	16%	14%	15%	13%	13%
Juni	12%	14%	18%	13%	10%	17%	12%
Juli	14%	20%	13%	17%	11%	9%	15%
Augustus	10%	7%	12%	17%	8%	4%	14%
September	6%	4%	8%	4%	6%	2%	5%
Oktober	1%	2%	2%	1%	2%	1%	1%
November	0%	1%	0%	0%	1%	1%	2%
December	3%	0%	1%	1%	1%	2%	0%
Aantal	N=324	N=308	N=391	N=366	N=280	N=349	N=306

Veel interesse in vakantie in april & mei

Uit recent onderzoek van NBTC blijkt dat 53% van de Nederlanders, 49% van de Belgen en maar liefst 67% van de Duitsers zich aan het oriënteren is op een volgende vakantie.

Er is veel interesse in een vakantie in april en mei.

De campagne

Doelstellingen

- Doelgroep(en) inspireren om Voorne-Putten als vakantiebestemming te boeken in het voorseizoen
- Onderscheidend en breed inzetbaar

Doelgroepen

- NL: stellen zonder kinderen 50+
 - *sub: 50 + actief fietsen/historie*
 - *sub: jonge avonturiers / actieve reizigers die graag in natuur zijn (waaronder gezinnen kinderen 0-4 jr)*
- BE: 50 + camperaars actief
- DE: recreatieve fietser

Periode

- Aankomst periode: eind maart t/m juni
- Looptijd campagne:
 - *NL: half maart t/m half juni (incl. pinksteren)*
 - *BE: half maart t/m half juni (incl. pinksteren)*
 - *DE: 10 maart 2025 – looptijd 6 weken (Komoot)*



Overzicht voorjaar campagne

Nederlandse markt



Doelgroep

Actieve 50+ers
(+ jonge actieve
natuurliefhebbers)

Betaalde campagne via:

Facebook, Instagram,
Pinterest, Web, E-mail &
Margriet magazine

Accommodaties

Vakantiepark, hotels, B&B

Belgische markt



Doelgroep

Belgische campers

Betaalde campagne via:

Facebook, Instagram,
Pinterest, Web, E-mail

Accommodaties

Campings

Duitse markt



Doelgroep

Duitse recreatieve fietsers

Betaalde campagne via:

Komoot

Doe jij mee?



Nederlandse campagne

voor hotels, vakantieparken & B&B's

Jouw accommodatie op campagne landingspagina:

- + Korte tekst ✓
- + Foto ✓
- + Doorlink naar jouw website ✓
- + Ruimte om een speciale aanbieding te doen ✓

Betaalde campagne -> campagne landingspagina:

- > Facebook ✓
- > Instagram ✓
- > Pinterest ✓
- > Website ✓
- > E-mail ✓
- > Margriet magazine (Er op Uit gids: voorjaar) ✓

Voorbeeld landingspagina (NL)

Belgische campagne

voor campings

Jouw accommodatie op campagne landingspagina

- + Korte tekst ✓
- + Foto ✓
- + Doorlink naar jouw website ✓

Betaalde campagne -> campagne landingspagina:

- > Facebook ✓
- > Instagram ✓
- > Pinterest ✓
- > Website ✓
- > E-mail ✓

Voorbeeld landingspagina (BE)

Profiteer mee van deze campagne



Neem contact op
via [e-mail](#) of [telefoon](#).

