

ECHT

//Campagne 2022 Musea Achterhoek



Twee campagnes in één:
focus op thema's kunst
en erfgoed

Achterhoek
TOERISME

En verder: Kunstmusea & galleries | Erfgoedmusea
Musea magazines | Offline & Online activiteiten | Radiocommercials
Abrixcampagne | OV media | Najaarscampagne **Gelderse Streken**

Campagne Musea Achterhoek

De Campagne Musea Achterhoek zet de Achterhoek als culturele trekpleister op de kaart. Maar liefst 30 musea zijn aangesloten en voeren samen een sterke marketingcampagne die het culturele aanbod lokaal, landelijk maar ook over de grens zichtbaar maakt. Het aanbod musea in de Achterhoek is groot en bedient verschillende doelgroepen. Om de juiste doelgroep voor de verschillende musea te enthousiasmeren belichten we de campagne aan de hand van de thema's erfgoed en kunst. Dit document geeft een overzicht van de activiteiten die tijdens de campagneperiode van 2022 zijn ondernomen.



//PRODUCTONTWIKKELING

Voor beide thema's werd in het voorjaar een nieuw magazine uitgebracht waarin zich de musea en galeries per thema aan de potentiële bezoeker presenteren. De brochures 'Kunstmusea & galeries' en 'Musea over erfgoed & historie' zijn gratis te verkrijgen bij VVV's, musea en toeristische ondernemers. De brochures kunnen ook online worden aangevraagd via de website musea-achterhoek.nl. Naast de brochure zijn er ook een reeks professionele foto's gemaakt van de deelnemende musea ter promotie van de campagne. Een selectie werd voor eigen gebruik ter beschikking gesteld aan de musea.

PRODUCT	OPLAGE	UITGAVEDATUM
Musea brochure Erfgoed	20.000 ex.	April 2022
Musea brochure Kunst	20.000 ex.	April 2022

//RADIO

Begin 2022 werd er een radiocommercial over de kunstmusea uitgezonden als bonus bij een TV Commercial die door Museum MORE is ingekocht. Mede dankzij de Gelderse Streken campagne was het in het najaar opnieuw mogelijk om zowel landelijk als regionaal een radiocampagne uit te zenden ter promotie van Musea in de Achterhoek. Deze radiocampagne had als doel om de Achterhoek met haar culinaire arrangementen en toonaangevende musea als een aantrekkelijke najaarsbestemming te promoten.



ZENDER	ACTIVITEIT	BEREIK	PERIODE
NPO Radio 1, 2, 3FM, 4 & 5	Tag-on Kunstmusea, 10 seconden, 27 spots (Bonus Museum MORE commercial)	2 mln. luisteraars	17 t/m 24 feb 2022
NPO Radio 1	Radiocommercial Wild Eten & Musea, 15 seconden, 91 spots	3,1 mln. luisteraars	26 september t/m 16 oktober 2022
ORN, 13 zenders op alle regionale omroepen	Radiocommercial Wild Eten & Musea, 15 seconden, 368 spots	1,7 mln. luisteraars	26 september t/m 16 oktober 2022

ACTIVITEITEN

//OFFLINE

Voor het thema Erfgoed ligt de focus op regionaal bereik, daar waar we bij het thema Kunst vooral op landelijk bereik inzetten. Daarnaast is er ook media geselecteerd die specifiek bij één van de thema's aansluit, zoals het Historisch Nieuwsblad voor het thema erfgoed, of de Kunstkrant voor het thema kunst. Vanuit de Gelderse Streken campagne hebben we in combinatie met Wild Eten in de Achterhoek extra publicaties in kunnen zetten waarin de Musea campagne in haar geheel wordt gepromoot.



MEDIA	ACTIVITEIT	OPLAGE/BEREIK	PERIODE
Achterhoek Geluksgids	4/1 advertorial	42.000 ex.	Februari 2022
Museumtijdschrift	1/1 advertentie	18.000 ex.	Februari 2022
Achterhoek Nieuws, 15 titels	1/6 advertorial	188.000 ex.	April 2022
Vakantiekant	1/1 advertentie	30.000 ex.	April 2022
Kunstkrant	1/1 advertentie	37.000 ex.	Mei 2022
KIJK UIT Recreatiemagazine Stedendriehoek	1/1 advertentie	50.000 ex.	Juni 2022
Museumtijdschrift	1/1 advertentie	18.000 ex.	Juni 2022
Vakantiekant	1/1 advertentie	30.000 ex.	Juli 2022
Vakantiekant	1/1 advertentie	30.000 ex.	Augustus 2022
Columbus Eigen Land magazine	2/1 advertorial	23.000 ex.	September 2022
Lonely Planet	1/1 advertorial	30.000 ex.	Oktober 2022
HP de Tijd	1/1 advertentie	21.794 ex.	Oktober 2022
Elsevier	1/2 advertentie	231.700	Oktober 2022
Het Parool	advertentie (104x45)	185.000	Oktober 2022
Tubantia (Zuid,Hengelo)	advertentie (130x186)	146.000 ex.	Oktober 2022
De Stentor (Zutphen-Lochem, Deventer-Salland)	advertentie (130x186)	101.000 ex.	Oktober 2022
De Gelderlander (Doetinchem, Arnhem)	advertentie (130x186)	185.000 ex.	Oktober 2022
Kunstkrant	1/1 advertentie	73.000 ex.	Oktober 2022
Maand van de geschiedenis bijlage Historisch nieuwsblad	1/1 advertentie	147.000	Oktober 2022
Margriet	1/1 advertorial	613.000	November 2022
Achterhoek Nieuws, 15 titels	1/6 advertorial	188.000 ex.	November 2022
Zin Magazine	1/1 advertentie	82.000	November 2022

ACTIVITEITEN

//ONLINE

De thematisering binnen de campagne Musea Achterhoek is ook online doorgevoerd. Op de website musea-achterhoek.nl zijn twee aparte landingsspagina's aangemaakt, één met kunstmusea & galleries en één met erfgoedmusea. Op facebook is er voor beide thema's een advertentie ingezet. Vanuit de Gelderse Streken najaarscampagne is er een aparte landingspagina ingericht op achterhoek.nl om van daaruit extra traffic te genereren naar de website van Musea Achterhoek. Deze najaarscampagne werd extra aangejaagd met een Google search campagne, een geotargeting banner campagne en een social media campagne. Ook via nieuwsbrieven en online advertorials van het Historisch Nieuwsblad, Elsevier, Columbus Eigen Land en de Groene Amsterdammer werd de campagne onder de aandacht gebracht.



MEDIA	ACTIVITEIT	PERIODE
musea-achterhoek.nl	Informer en inspireren	Doorlopend
Facebook en Instagram	Informer en inspireren	Doorlopend
Facebook Musea Achterhoek	Adverteren Kunstmusea	april t/m juli 2022
Facebook Musea Achterhoek	Adverteren Erfgoedmusea	april t/m juli 2022
Landingspagina najaarscampagne achterhoek.nl/herfst	Inspireren voor een weekend weg in het najaar	sept t/m dec 2022
Elsevier	Nieuwsbrief	oktober 2022
Historisch Nieuwsblad	Nieuwsbrief	oktober 2022
Columbus Eigen Land	Online advertorial	september 2022
Columbus Eigen land	Nieuwsbrief	september 2022
Groene Amsterdammer	Nieuwsbrief	oktober 2022
Google	Search campagne	26 sept t/m 23 okt 2022
Google	Geotargeting banner campagne	26 sept t/m 23 okt 2022
Facebook en Instagram Achterhoek	Social media campagne	26 sept t/m 23 okt 2022



ACTIVITEITEN

//MUSEA ACHTERHOEK OVER DE GRENS

Ook over de grens willen we de Achterhoek positioneren als bestemming voor een weekendje weg met heerlijke arrangementen en toonaangevende musea. Samen met de campagne Wild eten in de Achterhoek hebben we met Musea Achterhoek een sterke promotiecampagne neer weten te zetten die de Vlamingen en Duitsers inspireert tot een compleet verblijf in de Achterhoek.

//VLAAMSE MARKT

MEDIA	ACTIVITEIT	BEREIK	PERIODE
Facebook en Instagram	Adverteren	285.888	sept. t/m okt. 2022
Feeling Magazine	N.a.v. persreis 8/1 redactioneel	258.000	oktober 2022
Pasar Magazine	1/1 advertentie	25.000	oktober 2022
Pasar	online advertorial	75.000	oktober 2022
Pasar	nieuwsbrief	27.500	oktober 2022
Culinair Ambiance	2/1 advertentie	30.000	oktober 2022
Culinair Ambiance	online advertorial	315.000	oktober 2022
Culinair Ambiance	nieuwsbrief	100.000	oktober 2022
Libelle	nieuwsbrief en online advertorial	104.000	oktober 2022
Plus Magazine	1/1 advertentie	288.100	oktober 2022
Goodbye.be	Blog	72.000	november 2022

//DUITSE MARKT

MEDIA	ACTIVITEIT	BEREIK	PERIODE
Neue Ruhr/ Neue Rhein Zeitung	Persreis	350.000	oktober 2022
Das Andere Holland	Blog	354.000	juni 2022



MUSEA ACHTERHOEK



//OUTDOOR

Vanuit de Gelderse Streken campagne is er samen met Wild Eten campagne gevoerd onder de noemer "Toonaangevende musea en culinaire arrangementen". De online en offline campagne wordt nog eens extra zichtbaar door de abricampagne en OV-media in de Randstad waarmee in totaal circa 5,2 miljoen mensen bereikt worden.

MEDIA	ACTIVITEIT	BEREIK	PERIODE
Abricampagne	65 vakken, 2 uitingen, OV haltes in de Randstad	Ruim 1,7 miljoen contacten per week	26 sept - 9 okt
OV media	Achterklep opdruk 30 bussen, regio Haaglanden, A'dam en Rotterdam	Circa 1,8 miljoen impressies	26 sept t/m 6 nov

//GELDERSE STREKEN

Ter aanvulling op de individuele marketingactiviteiten voor Musea in de Achterhoek voeren we de campagne Gelderse streken. De campagne heeft als doel de juiste bezoeker te inspireren en te informeren en daarnaast thematisch het aanbod van de verschillende regio's in Gelderland te tonen. De focus ligt op de binnenlandse markt en op de buitenlandse markten België en Duitsland. Vanuit Gelderse streken hebben we in 2022 extra middelen ontvangen waarmee we veel extra activiteiten in print en online hebben gerealiseerd in Nederland, Vlaanderen en Duitsland.

HET GELUK VAN NEDERLAND



Copyright 2022© Stichting Achterhoek Toerisme, Marktstraat 1, 7271 AX Borculo, 0545 250 380, info@achterhoek.nl, www.achterhoek.nl

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden vervoelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. De uitgever is niet aansprakelijk voor schade, die het mogelijk gevolg zou kunnen zijn van verkeerde gegevens.