

Halfjaar

Travel Trade: Famtrip voor 14 Duitse en Vlaamse touroperators // 654 reisprofessionals via E-learning Friesland leren kennen // ITB Virtual Event – 30 touroperators // Travel day beurs // Co-marketing met Naturescanner, Traveldeal, Holidaycheck, Voordeeluitjes, Culturele Agenda, Natuurhuisje // Samenwerking FVW – bereik 415.000 Duitse reisagenten en touroperators // **Meet In Friesland:** Online Locatietour met Het Andere Friesland // 6 video's van zakelijke locaties // Publicaties zakelijke markt Meeting Magazine, Event Inspiration, Baaz, Conference Matters, Fonk, Travel360, Events.nl // Arcadia zakelijk campagne // Gastheer Frieslandstraat op Eventsummit // Samenwerking Friesland Convention Partners // www.Meetinfriesland.nl: 12500 unieke bezoekers // Online bereik via socials & search: 201.000 // **Online:** 14 social media kanalen in beheer // Online bereik van ruim 3,5 miljoen. (= zichtbaarheid vanuit Google betaald, FB/IG betaald en FB/IG organisch bij elkaar) zonder de kanalen van Arcadia // 987 nieuwe volgers op Instagram en 1.525 op Facebook (@visitfriesland kanalen) // 5 nieuwsbrieven verstuurd naar ruim 20k mensen (open rate van 39% en clickrate van 7%) // Bijna 25 SoMe campagnes voor Arcadia opgezet die ruim 1.5 miljoen keer bekeken zijn // Arcadia.frl ontwikkeld en in beheer // Samen met Dagrecreatieve Netwerken diverse nieuwe wandel- en fietsroutes en themapagina's ontwikkeld voor Friesland.nl (o.a. klooster claercampad en bonifatius kloosterpad, en 2 nieuwe fiets- en wandelpagina's) // 4 Arcadia 'routes' ontwikkeld op Friesland.nl, 24/48/72 uur in Friesland én een kidsroute langs familievriendelijke Arcadia projecten // 538.000 unieke bezoekers verwelkomd op Friesland.nl verdeeld over 737.000 sessies // 100 ingevoerde evenementen verwerkt // 200 ODP database accountaanvragen verwerkt // Promotie en advertizing aanjagen Review campagne // In samenwerking met Dagrecreatieve Netwerken: routepagina's geoptimaliseerd, koppelingen met Rustpunt, veerponten.nl, ODP detailpagina's geoptimaliseerd, toeristische Overstappunten pagina // 159 nieuwe foto's in de beeldbank // **Arcadia:** Programmamagazine ontwikkeld en verspreid (16.000 stuks) // Huis-aan-huis programmakrant Friesland, grensgemeenten Groningen, Drenthe (500.000 stuks) // 2 Arcadia outdoorcampagnes: bereik 4.121.467 // 4 volledige buswraps + 20 Arriva achterzides // TV én radio commercial: bereik 172.000 (tv) en 445.000 (radio) // 4 Arcadia inspiraties routes ontwikkeld voor friesland.nl // 10.000 programmafolders // UITagenda voor toeristen ontwikkeld voor tijdens de zomermaanden, kleine 10.000 in productie // Arcadia tone of voice toegepast op meer dan 160 programma teksten // Organisatie programmapresentatie 3 maart // Promotie en organisatie openingsweekend 6, 7, 8 mei // Persmoment lancering Arcadia-bussen met Arriva // **Pers & PR:** 91,7 miljoen bruto bereik // 15,1 miljoen euro mediawaarden // 50 persreizen // 12 influencers // 54 miljoen bruto bereik voor Arcadia // Friesland & Arcadia op TV: Denkend aan Holland, Eurosport Visit Friesland Elfstedenrace, Wunderschön (DE), Ivo op Zondag, Tijd voor Max, NOS // Friesland & Arcadia in print: NRC, Trouw, Volkskrant, het Parool, Algemeen Dagblad, Dagblad van het Noorden // Sentiment in media en interactie Arcadia: 96% positief // **Visit Wadden:** Samenwerking National Geographic: 1 social post, 1 online spread en 3 persweekenden met focus op wadengastronomie // 8 persreizen totaal // Samenwerking Holland National Parks gericht op NL, DE en BE (3 persbezoeken, publicaties in o.a. Kampioen 3 en 7) // Free publicity bereik 8.461.808 // 2 radio interviews en 1 radio + tv opname Omrop Fryslân // Toename volgers LinkedIn: + 265 volgers (totaal 1838) // Facebook: bereik van 1.254.047 - interacties van 23.431 // Instagram: bereik van 1.169.728 - interacties van 75.531 // Campagne Donkerte en Campagne Voel je Vrij met Traveller Magazine van National Geographic: online artikel: 3600 article views, Facebook post: 370.000 volgers, nieuwsbrief item: 90.000 abonnees, Insta story: 50.000 social reach, 2/1 artikel in NG Traveller Magazine: 185.000 lezers // Dag van het Wad: regionale advertenties en online bannerings, 500 Posters verspreid bij deelnemers/ondernemers, free publicity: artikel in LC (67.000) en NH Dagblad (98.000) // Sharing campagne: #deeljouwadden // Outdoorcampagne: 257 driehoeksborden en 2-signs // Samenwerking: Happinez: Facebook: 216.000 volgers, Instagram: 158.500 volgers, nieuwsbrief: 178.000 abonnees, bezoekers online platform: 426.000 bezoekers per maand, lezers Happinez Magazine: 397.000 // Bijeenkomst met 15 waddenregio's op 24 mei // 5 foldermarkten // 3 workshopsessies voor Ambassadeursprogramma // 3 bijeenkomsten voor Dag van het Wad op 25 juni // 3 expertsessies Wadengastronomie // Totaal mediabereik persbenadering: > 100.000 //

Cijfers

Visit Friesland: Frysk Toerisme Kongres // Participatie NBTC Waterlijn // Afronding NBTC Royal lijn // Samenwerking TAF – Reviewcampagne // Hoofdsponsorship Visit Friesland Elfstedenrace // Realisatie 4 huis-aan-huis kranten met de regiomarketingorganisaties // 4 'Broodje met...' -bijeenkomsten // 6 Operationele regiomarketing overleggen // Buitenwerken programma // Frysk taalprogramma (intern) // Partnership De Tocht // Vrijwilligersdag Bosk // **Watersport:** Opgeruimd Vaart Netjes actie – samen met Recreatieschap Marrekrite // Persmoment start watersportseizoen // 3 inspiratie reizen rond waterrecreatie // **11fountains:** Oplevering 11fountains magazine - 12.500 stuks // 2 Stadsgezichten video's (Leeuwarden en Workum) // Kletterdei campagne // Nieuw campagnebeeld // **Cultuur:** Fryske Evenementenagenda 2022 // 3 marketing sessies voor partnermarketeers Arcadia // Lobby voor Museumnacht Fryslân gevoerd (met succes: gaat plaatsvinden op 17 september 2022) // Samenwerking met Museumfederatie Fryslân //

HALFJAAR CIJFERS

FRIESLAND STYLE 

Het eerste half jaar van 2022 zit erop. Tijd om de tussentijdse balans op te maken. Daarom presenteren we met veel plezier onze halfjaarcijfers. Friesland Style.