

MARKETING

GRONINGEN



ER GAAT NIETS BOVEN GRONINGEN



ER GAAT NIETS BOVEN
GRONINGEN

ER GAAT NIETS BOVEN
VEENKOLONIËN

ER GAAT NIETS BOVEN
WADDENLAND

ER GAAT NIETS BOVEN
EEMS-DELTA

ER GAAT NIETS BOVEN
WESTERWOLDE

ER GAAT NIETS BOVEN
WESTERKWARTIER

ER GAAT NIETS BOVEN
OLDAMBT

ER GAAT NIETS BOVEN
MIDDEN-GRONINGEN



WADDENLAND



STAD



EEMS-DELTA



VEENKOLONIËN



WESTERKWARTIER



OLDAMBT



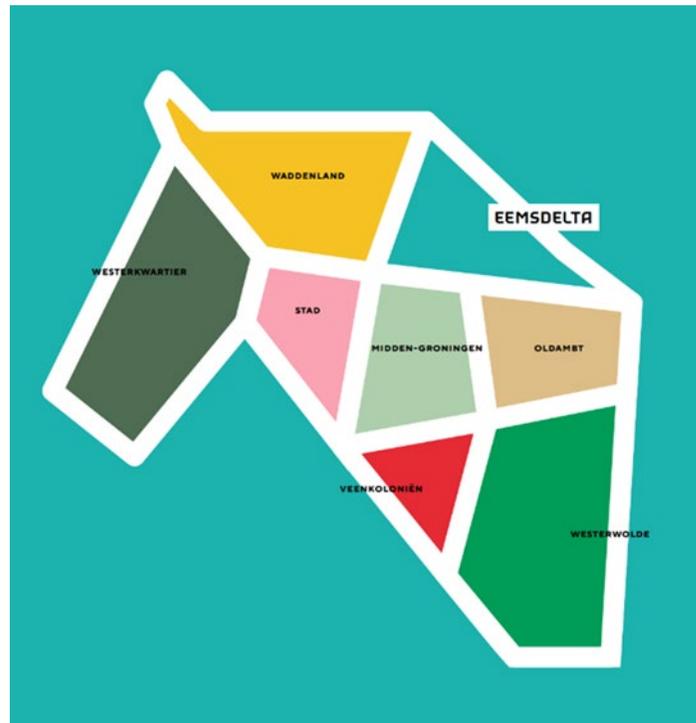
MIDDEN-GRONINGEN



WESTERWOLDE

SAMEN MAARTOCH EIGEN

Zusammen aber doch verschieden.



**DE KRACHT VAN SAMEN/die Kraft der
Zusammenarbeit**

ÉÉN VERHAAL/eine Erzählung

ÉÉN HUISSTIJL/ein Erscheinungsbild

Unieke samenwerking tussen / einzigartige
Zusammenarbeit zwischen
Marketing Groningen, regiomarketingorganisaties,
Groninger Gemeenten, Provincie Groningen



CONVENANT

Samen één gedeeld verhaal van Groningen
uitdragen voor toeristisch bestemming Groningen

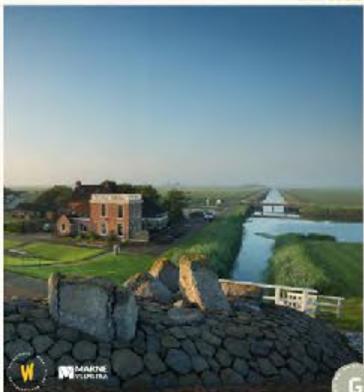


ONTOEK
BEDUM
In de voetsporen van een heide

GRONINGSE
BORGEN
Waar groen uitkijkt

AVONTUUR
OP HET WAD
Waddagen

WADDENLAND



MAKERS 2021



PUUR VAN
HET LAND
Streekproducten

HISTORISCH
AVONTUUR
Begin hier

DORPSE
IDVLE
Voor je thuis

WESTERWOLDE



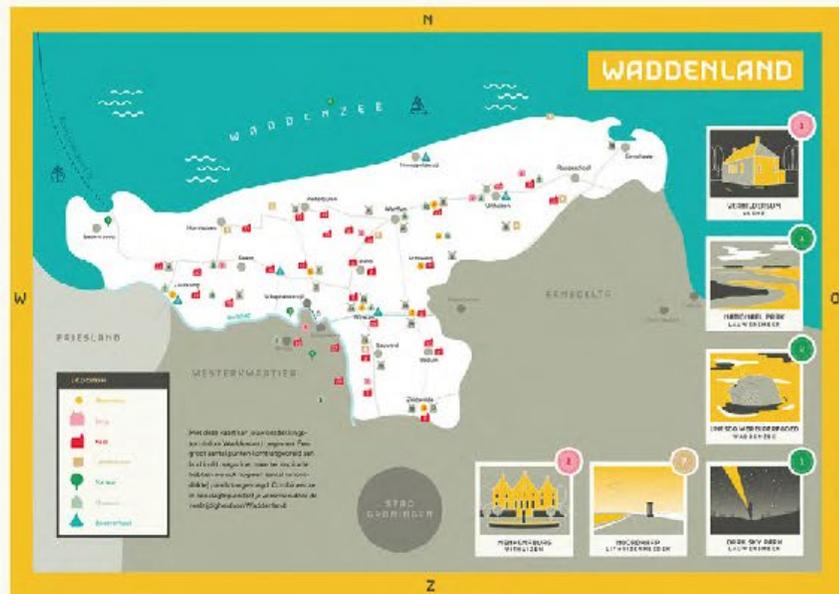
MAKERS 2021



MERKSTRATEGIE REGIO'S



NIENOORD
LEEK



MAKERS
OP HET LAND
Streekproducten

NAAR
DE DIJK
Buitenleven begint hier

DORPSE
IDVLE
In het oorspronkelijk

WESTERKWARTIER



MAKERS 2021



MAKERS
OP HET LAND
Streekproducten

NAAR
DE DIJK
Buitenleven begint hier

DORPSE
IDVLE
In het oorspronkelijk

MIDDEN-GRONINGEN



MAKERS 2021



MAKERS
OP HET LAND
Streekproducten

NAAR
DE DIJK
Buitenleven begint hier

DORPSE
IDVLE
In het oorspronkelijk

OLDAMBT



MAKERS 2021



MAKERS
OP HET LAND
Streekproducten

NAAR
DE DIJK
Buitenleven begint hier

DORPSE
IDVLE
In het oorspronkelijk

EEMSDDELTA



MAKERS 2021



MAKERS
OP HET LAND
Streekproducten

NAAR
DE DIJK
Buitenleven begint hier

DORPSE
IDVLE
In het oorspronkelijk

VEENKOLONIËN



MAKERS 2021





ÉÉN TOERISTISCH ONLINE PLATFORM VOOR GRONINGEN/eine touristische Website

REGIO'S

WESTERKWARTIER

WADDENLAND

EEMSDelta

STAD

MIDDEN-GRONINGEN

OLDAMBT

VEENKOLONIËN

WESTERWOLDE



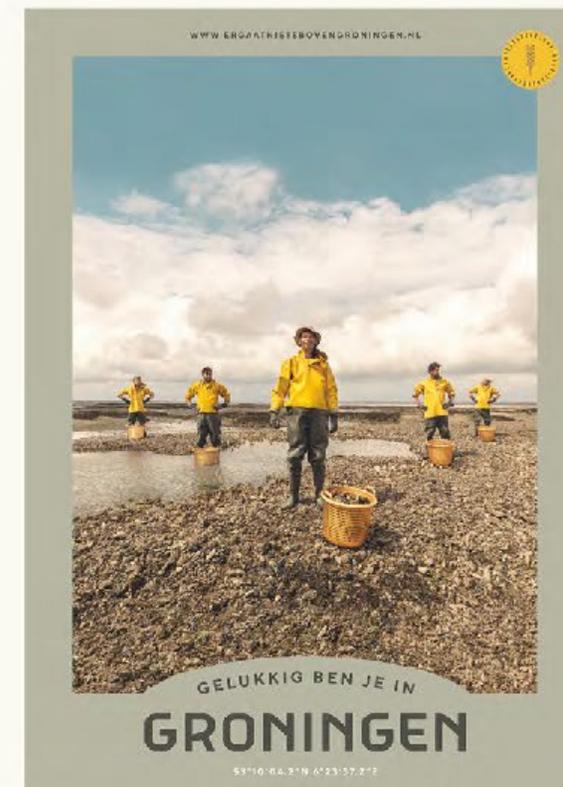
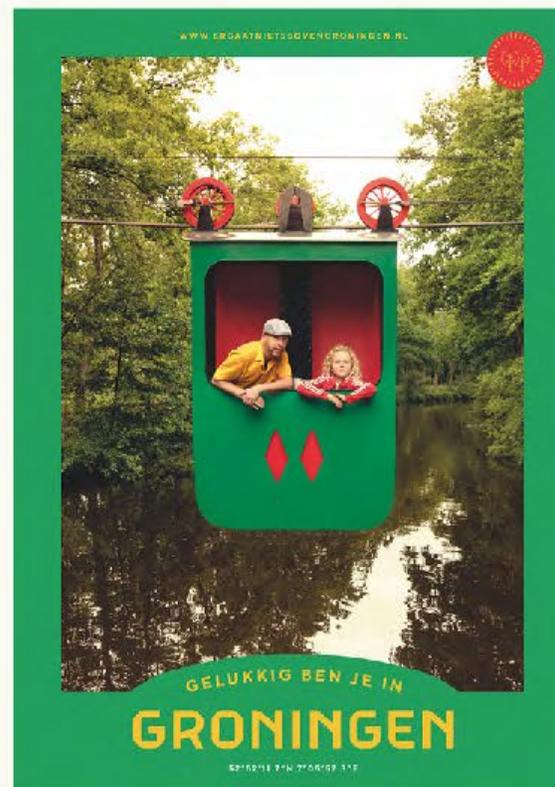
MIDDEN-GRONINGEN



Alle ruimte om jezelf te zijn

Stap binnen in de ruimte van Groningen. Het is overal. Achter een poortje in de stad. Op een bankje in een klooster. Tegen de wind in trap je tot aan de dijk of nog verder. Ver weg van afleidingen.

ÉÉN MARKTSTRATEGIE VOOR GRONINGEN



TRAVEL TRADE



• WAT IS TRAVEL & TRADE

„Travel Trade“ ist ein touristischer Begriff, der sich auf Reiseveranstalter, Reisebüros, Incoming-Agenturen und Großhändler bezieht. Diese Fachleute organisieren und kaufen Reiseprodukte, um sie an Gruppen oder Einzelpersonen zu verkaufen.

Durch unsere Travel Trade Aktivitäten werden wir auf dem nationalen und internationalen Reisemarkt als eines der Top-Reiseziele in den Niederlanden sichtbar. Nationale und internationale Travel Trade Partner sind sehr wichtige Partner, um unsere Zielgruppen zu erreichen. Ich lege den Fokus primär auf die wichtigsten Herkunftsländer Deutschland und Belgien. Hierbei bin ich der Vermittler zwischen dem Angebot in Groningen, den Regionalmarketingorganisationen und der nationalen und internationalen Reiseindustrie.



• WAT DOE IK? WAS MACHE ICH?

- Begeisterung und Bekanntmachung von Groningen bei Reiseveranstaltern, Reisebüros, OTA's & Buchungsplattformen, um den Tages- und insbesondere den Aufenthaltstourismus in der Provinz/Stadt zu fördern.
- Vermittler zwischen Regionalmarketingorganisationen, Hotels, Attraktionen & Aktivitäten und Reiseveranstaltern, OTA's, Buchungsplattformen & Großhändlern.
- Organisation maßgeschneiderter Fam(iliarisation) Trips.
- Unterstützung und Förderung der Erstellung von Gruppenreisen, Paketen und Produkten.
- Teilnahme an touristischen Messen (sowohl B2C als auch B2B), um Groningen als Reiseziel zu promoten.



• VOORDELEN VAN TRAVEL & TRADE/VORTEILE VON T&T

- Zusammenarbeit zwischen Marketing Groningen und Regionalmarketingorganisationen & touristischen Unternehmen.
- Messbare Ergebnisse (Buchungen, Reichweite).
- Die richtige Zielgruppe (Tourist) erreichen.
- Groningen wird als Reiseziel bei der nationalen und internationalen Reiseindustrie sichtbar.
- Das Wichtigste: Groningen wird als Reiseziel gefunden und gebucht, weil mehr buchbare Angebote verfügbar sind.



- STRATEGISCHE SAMENWERKINGEN/PARTNERSCHAFTEN

- Pitch Perfect (BE)

- Nicole Witte (DE)

- Pascal de Laet (DE)

- Stichting Travel Trade Holland



• VERMARKTING VIA TOUROPERATORS

Awareness:

Bekanntmachung der Region bei Reiseveranstaltern durch persönlichen Kontakt und Messebesuche.

Consideration:

Organisation von Webinaren, Treffen mit Reisebüros auf Messen (wie ITB), Organisation von Fam-Trips und Erstellung eines Travel & Trade Toolkits.

Planning:

(Online) Reiseveranstalter mit Hotels, Aktivitäten verbinden und bei der Erstellung von Programmen und/oder Paketen unterstützen.

Co-marketing:

Einrichtung von Marketingaktivitäten, um mehr Verbraucher zu erreichen und Buchungen zu generieren.

Reis je met ons mee?

Zaterdag 16 en zondag 17 december snuiven we de kerstsfeer op in het supergezellige Groningen 🇳🇱. Vertrek 7.30 uur aan de Reisboetiek/ Terugreis wordt aangevat om 17 uur. Inbegrepen: vervoer met luxe-autocar, overnachting en ontbijt in "The social hub" en stadswandeling met gids.

Meer info en inschrijving: 089/75 73 57 of info@dereisboetiek.be

BOEK VÓÓR 14 NOVEMBER EN GENIET EEN KORTING VAN 10 EURO PER PERSOON



KERSTSFEEER
Groningen
16-17
DECEMBER

WINTERWELVAART. SHOPPEN.
STADSWANDELING. GENIETEN.

VERVOER PER LUXE-AUTOCAR
OVERNACHTING IN THE SOCIAL HUB

184 EURO PER
PERSOON
(OBV 2-PERSOONSKAMER)

BOEK VÓÓR
14 NOVEMBER EN GENIET EEN
KORTING VAN 10 € PP

selectair  de reisboetiek

• FOCUSLANDEN

• NEDERLAND

Nederland blijft de belangrijkste doelgroep. De Nederlander boekt zijn reis over het algemeen via online kanalen. Dit is ook een van de redenen dat bijna alle reiskantoren zijn verdwenen de laatste jaren.

Zielländer

Niederlande: Die wichtigste Zielgruppe. Die Niederländer buchen ihre Reisen im Allgemeinen über Online-Kanäle, was auch ein Grund dafür ist, dass in den letzten Jahren fast alle Reisebüros verschwunden sind.

Deutschland: Mehr als 40% aller Reisen in Deutschland werden noch über ein Reisebüro gebucht. Quellen der Inspiration sind vor allem Reisemagazine und Broschüren von Reiseveranstaltern. Nicht in der Broschüre -> nicht buchbar -> keine Inspirationsquelle.

Belgien: Die Niederlande sind das zweitwichtigste Reiseziel für Belgier. Die meisten Urlaube in die Niederlande werden von Flamen gebucht (85%). Auch hier ist der Trend, dass viele Reisen über Reisebüros gebucht werden.

• DUITSLAND

Meer dan 40% van alle reizen in Duitsland worden nog geboekt via een reisbureau. Bronnen voor inspiratie zijn vooral reismagazines en brochures van touroperators. Niet in de brochure -> niet boekbaar -> geen bron voor inspiratie

• BELGIË

Nederland is de op één na belangrijkste bestemming voor Belgen. De meeste vakanties naar Nederland worden geboekt door Vlamingen (85%). Ook hier is de tendens nog dat veel reizen geboekt worden via de reiskantoren.



- BEURZEN & TRAVEL TRADE EVENTS



- REISBROCHURES



CTT Groepsreizen (Mouscron) Ben je een absolute natuurliefhebber 🌿? Ga dan zeker eens naar het UNESCO waddengebied in Nederland. Je zal er versteld staan van de ongerepte natuur vol unieke natuurfenomenen. Bewandel de wadden, spot zeehonden 🐬 langs de kustlijn of geniet van een wandeling waar de wind door je haren waait en het enige geluid de zang van de vogels is 🐦.

Maak nadien kennis met de heerlijke lokale keuken 🍴 en je zal je herboren voelen!

Ontdek het hier! 📄 <http://www.ctt.be> & <http://www.visitwadden.nl>

#visitwadden # groningen # fietstochten # groepsreizenopmaat # cttreismetonsmee



• CAMPAGNES



• SALESBEZOEKEN



MATTHIAS DE KLERCK • 1e

We helpen bedrijven om hun toekomst verder te ontwikkelen. Confiden...
1j • 🌐

This week, **Tom de Vries** from **Visit Wadden** is joining us for 1-to-1 meetings with Travel Professionals in Belgium. After a interesting day filled with good conversations and creating buzzzz.. for the beautiful Wadden region, we've earned our steak dinner.

#Saleslife #Destinationpromotion #partnersincrime #travel

Let us know if you want to meet up with Tom, he's coming back on December 1st 2022!

[Vertaling weergeven](#)



👍❤️ 58

8 commentaren • 1 repost



RESULTATEN

Bedrijf	Wat?	Contactpersoon	Wanneer	Aantal personen
Contour Travel	Incentive groep vanuit België	Wouter Claessens	24 -26 mei 2024	40
Conny Cars	Leisure groep i.v.m. Winterwelvaart	Sandra Vantongerloo	16-17 dec 2023	30
De Reisboetiek	Leisure groep i.v.m. Winterwelvaart	Goele Custers	16-17 dec 2023	25
FBAA	Studiereis Federatie van Autocar en	Matthias de Klerk	oktober 2024	50
Conny Cars	Leisure groep Groningen + Wadden	Sandra Vantongerloo	Zomer 2025	50
Zigeuner reizen	Prive groep (Loppersum)	Cory Brepoels	4-8 augustus 2024	30
Zigeuner reizen	Inschrijving in Brochure	Cory Brepoels	2-6 september 2024	inschrijving
Anton Graf Reizen	Leisure groep	Marieke Swieringa	3-5 mei 2024	50
De Meibloem	Leisure groep	Tom van Houtte	14-16 juni 2024	30
De Meibloem	Leisure groep	Tom van Houtte	21-23 juni 2024	40
De Meibloem	Leisure groep	Tom van Houtte	4-7 september 2024	40
All About Belgium	Leisure groep	Kathleen Vermeiren	6-10 oktober 2024	122
Contour Travel	Incentive groep vanuit België	Wouter Claessens	juni 2025	250
Ueberland Tecklenburg	Leisure groep	Christian Munch	maart 2025	300
CTS Reizen	Leisure groepen (6x)	Kerstin Clement	mrt, april, juni, aug, sept, okt 2025	240
Jempi Reizen	Incentive groep vanuit België	Griet de Lange	september 2024	16
Globus tours	Leisure groep (17x)	Simona Pipitone	april 2025 t/m september 2025	799



ER GAAT NIETS BOVEN

GRONINGEN