



Plopperdeplop

# Onthaasten en Kabouter Plop zijn hot in 2010

ASSEN – Begin april is de familiecampagne van Marketing Drenthe gestart. Een campagne gericht op onthaasten in de provincie en de opening van Plopsa Indoor Coevorden. 3 maanden lang zal de Nederlander middels TV commercials, snelwegreclame en printmedia wederom kennis maken met Drenthe als vakantiebestemming. Ook online marketing wordt ingezet om de doelgroep te bereiken en Drentse ondernemers te informeren.

In 2009 heeft Marketing Drenthe middels een landelijke campagne Drenthe gepositioneerd als de provincie om te wonen, werken en te recreëren. Door doelgroepgerichte campagnes werd Drenthe geprofileerd als dé plek waar de kwaliteit van leven nog hoog is. Uit recentelijk marktonderzoek blijkt dat de juiste weg is ingeslagen, maar dat er nog een lange weg te gaan is om het gewenste imago te bereiken. Door consistente communicatie, doorzettingsvermogen en het creëren van draagvlak binnen de provincie is het mogelijk om het imago van Drenthe positief bij te stellen.

De gekozen mediastrategie wordt daarom voortgezet in 2010. Uit hetzelfde marktonderzoek blijkt ook dat de doelgroep Drenthe het beste ervaart wanneer men een bezoek aan de provincie heeft gebracht. Om die reden zal de familiecampagne meer actiegericht zijn dan voorgaande jaren. De campagne moet mensen bewegen een verblijf in Drenthe door te brengen of een bezoek te brengen op de [drenthe.nl](http://drenthe.nl), zodat men wordt geïnformeerd over de toeristische mogelijkheden.

#### **Focus op kwaliteit van leven, Kabouter Plop en vrouwen**

De familiecampagne richt zich dit jaar op het onthaasten in de provincie, met als speerpunten de Drentse natuur en wellness, en de

opening van Plopsa Indoor Coevorden op 30 april aanstaande. Met deze tweevoudige insteek wordt de focus op de kwaliteit van leven in Drenthe voortgezet en aandacht gelegd op hoogwaardige activiteiten binnen de provincie.

Het actiematige karakter van de campagne krijgt vorm doordat accommodatiehouders mee kunnen doen middels het plaatsen van aansprekende arrangementen op [www.drenthe.nl](http://www.drenthe.nl). Daarnaast zijn er een tweetal acties bedacht om de aandacht op Drenthe en de opening van Plopsa Indoor Coevorden te vestigen. Zo worden Kabouters Plop verstoppt in Nederland en is er een landelijke tekenactie uitgeschreven onder de basisscholen. Deze acties, samen met de arrangementen, worden afwisselend gecommuniceerd in de campagneperiode.

De mediamix van de familiecampagne is afgestemd op vrouwen met opgroeiende kinderen, omdat uit onderzoek blijkt dat vrouwen in hoge mate beslissingsbevoegd zijn als het gaat om de keuze voor een vakantiebestemming. In maanden april, mei en juni verschijnen pagina advertenties in onder andere de Libelle, Magriet, Buitenleven en een 10-tal andere titels. Bovendien is er gekozen voor TV commercials op de publieke zenders en RTL in periode 12 april tot en met 2 mei.

Daarnaast worden in de eerste helft van april reclamemasten geplaatst langs de snelweg in Hoogeveen, Zevenhuizen en Schiphol en zal een online campagne er voor zorgen dat de doelgroep naar de actiepagina's van de website wordt geleid.

In alle uitingen wordt consequent verwezen naar de [www.drenthe.nl](http://www.drenthe.nl) om de doelgroep te informeren over en te activeren voor een verblijf in Drenthe. In totaal zullen dit voorjaar miljoenen Nederlanders wederom in contact komen met de provincie Drenthe als toeristische trekpleister.

#### **Kabouter Plop in de spotlights**

Om de provincie Drenthe als toeristische trekpleister beter onder de aandacht te brengen heeft Marketing Drenthe er voor gekozen gedeeltelijk mee te liften op de campagne van studio 100 voor de opening van Plopsa Indoor Coevorden. Hierdoor krijgt de familiecampagne een grotere attentie- en nieuwswaarde. Door het uitzetten van een zoekactie en een tekenwedstrijd rondom het bekende tekenfiguur Kabouter Plop probeert Marketing Drenthe de doelgroep te bewegen zich actief met Drenthe bezig te houden.

Gefaseerd worden tussen 12 april en 4 mei 20 Kabouters Plop in Nederland verstoppt. Door middel van Google Streetview en leuke tips op [drenthe.nl/plopsa](http://drenthe.nl/plopsa) kunnen

de Kabouters Plop gevonden worden. Degene die een Kabouter Plop vindt, heeft een leuke prijs gewonnen. Naast de zoekactie kunnen groep 1 tot en met 6 op de basisscholen mee doen aan de campagne door deel te nemen aan tekenwedstrijd. De mooiste tekening wordt beloond met een schoolreisje naar Plopsa Indoor Coevorden. Een commissie van 5 personen in Drenthe beoordeelt de inzendingen en maakt op 26 april de winnaar bekend op [www.drenthe.nl/plopsa](http://www.drenthe.nl/plopsa).

#### **Onthaasten in Drenthe**

Naast de Plopsa campagne zet Marketing Drenthe in op natuur en wellness als ontspanningsmogelijkheid binnen de provincie Drenthe. Marketing Drenthe legt daarmee de focus op de hoge kwaliteit van leven in de provincie en brengt de uitgestrekte natuurgebieden en vele wellnessfaciliteiten onder de aandacht van de doelgroep.

In aanvulling op de campagne heeft Marketing Drenthe in samenwerking met Staatsbosbeheer een natuurbrochure ontwikkeld. In deze brochure staan de natuurgebieden in Drenthe centraal en vertellen boswachters en mensen uit de natuurgebieden over hun bijzondere momenten die ze beleefd hebben in de natuur. Tot slot worden leuke activiteiten en bezienswaardigheden uitgelicht. Ondernemers in Drenthe kunnen

deze brochure gratis vertrekken aan hun gasten of koppelen aan een arrangement.

Omdat elke overnachtingaanbieder in Drenthe op steenworp afstand is gelegen van natuurgebieden en een wellnesscentrum is het voor iedere ondernemer mogelijk om deel te nemen aan de campagne.

#### **Twitteren voor interne marketing**

In de afgelopen jaren is duidelijk geworden dat veel partijen in Drenthe zich bezig houden met de activiteiten van Marketing Drenthe. Dat komt door intensieve samenwerkingsverbanden, maar ook doordat Marketing Drenthe als taak heeft het imago van de provincie positief bij te stellen. En dat gaat iedereen in Drenthe aan. Voor Marketing Drenthe is het dus van belang partijen goed te informeren.

Met de opkomst van "social media", zoals Twitter, LinkedIn en Hyves, is het mogelijk geworden om het Drentse netwerk realtime up to date te houden. Sinds eind maart heeft Marketing Drenthe daarom een eigen Twitter account, welke gekoppeld is aan een eigen LinkedIn account. Dagelijks zet Marketing Drenthe korte berichten over haar activiteiten op Twitter en LinkedIn.

[www.drenthe.nl/plopsa](http://www.drenthe.nl/plopsa)

*Drenthe*