

# Marketingplan Kop van Noord-Holland 2025

verdiepen  
&  
verbreden



**Ontdek en beleef De Kop van Noord-Holland.**

In dit misschien wel mooiste en meest authentieke stukje Nederland vind je wonderschone en vaak nog ongerepte natuur. Goed voor vele kilometers wandel- en fietsroutes door oer-Hollands laagland. Langs de drie kusten die Noord-Holland zo uniek maken, ga je over de duinen van zilt naar zoet. Door polders en over dijken langs de bijna eindeloze, in het voorjaar uitbundig bloeiende tulpenvelden. Via oude dorpjes wandel je kleinstedelijke stadskernen binnen. Veelal met een rijke maritieme of nautische historie en altijd vol verhalen.

Het allermooiste in De Kop? De rust, de ruimte. Het hele jaar door. Mooi om er te zijn. Heerlijk vertrouwd om naartoe terug te keren. Een rijkdom om er te wonen, te groeien, te werken, te onthaasten, vakantie te vieren.

**Welkom!**

[visitkopvanholland.nl](http://visitkopvanholland.nl)



**Inhoud**

1  
2  
3  
4  
5  
6

|                      |    |
|----------------------|----|
| Inleiding            | 5  |
| Gebiedsiconen        | 9  |
| Merk- en Kernwaarden | 11 |
| Leefstijlen          | 15 |
| Vakantie Trends      | 21 |
| Campagne 2025        | 24 |



# 1. Inleiding

## ■ Bestemmingsmarketing voor De Kop van Noord-Holland 2025

De Kop gemeenten, **Den Helder, Hollands Kroon, Schagen en Texel**, hebben in september 2024 opdracht gegeven tot het opstellen van een marketingplan voor de Kop van Noord-Holland voor het jaar 2025. Een en ander als vervolg op en in aansluiting met het marketingplan 2024.

De plannen en activiteiten voor 2024 stonden primair in het teken van de lancering van de nieuwe website voor de Kop, **visitkopvanholland.nl** (live per 17 april 2024), het terug op de kaart en op de breinladder van de bezoeker krijgen van de Kop van Noord-Holland en het (re)activeren van oude, bestaande en nieuwe bezoekersdoelgroepen.

2025 - met een horizon die doorloopt tot 2027 - staat in het teken van **'verdiepen en verbreden'**.

We doen dat inmiddels vanuit een solide uitgangspositie. De resultaten van de bestemmingsmarketingactiviteiten in 2024 hebben de verwachtingen in alle opzichten overtroffen en een stevige basis gelegd om de campagnestrategie - gecontroleerd - verder te verdiepen en te verbreden. In dit marketingplan uiteraard meer over het hoe, waarom en waarmee. Goed om vooraf de uitgangspunten voor 2025 nader te duiden.

■ De huidige campagne voor de Kop (*in woord, beeld, sfeer en vormgeving*) wordt in 2025 ongewijzigd voortgezet. De focus blijft primair gericht op de gebiedsiconen, steeds geplaatst in de context van relevante seizoenen en daarbij behorende activiteiten.

■ Passend bij **'verdiepen en verbreden'** - de uitgangspunten voor 2025 en volgende jaren - is een andere kijk op de bezoekersdoelgroepen voor de Kop. Die vinden we in het nader typeren, duiden en vertrekpunt te kiezen vanuit de



belevingswereld van huidige (en toekomstige) bezoekers. Dus minder generiek vanuit bijvoorbeeld de huidige leeftijdscategorieën, maar veel meer vanuit bezoekers-profielen waarin de belevingswereld (ratio en emotie) centraal staan.

■ Als de belevingswereld van bezoekers aan de Kop centraal staat in de bestemmingsmarketingactiviteiten is het tegelijkertijd juist en logisch om ook de merk- en kernwaarden van de Kop tegen het licht te houden. Die vormen immers de basis voor dat wat we verwoorden en verbeelden in campagnes. Ook binnen dat kader is gezocht naar verdieping, verbreding en actualisatie.

■ Vanuit de campagne- en communicatiestrategie is ervoor gekozen om de gebiedsiconen meer thematisch, inhoudelijk en logisch op elkaar af te stemmen en te clusteren. Vanaf 2025 is dat geconcretiseerd en werken/communiceren we vanuit drie geclusterde groepen met gebiedsiconen:

## WATER & KUST (inclusief Texel, Wadden) NATUUR HOLLANDSE CULTUUR & HISTORIE

■ Aanscherpen (verbreden en verdiepen) van de propositie en positionering van de Kop. Centraal daarin staan:

**De Kop als unieke, waterrijke regio**  
(o.a. de 3 kusten).

**De Kop als natuurrijke regio**

(met o.a. het grootste aaneengesloten bloembollengebied ter wereld)

**De Kop als de meest authentieke Holland regio**

■ Binnen het thema '**verdiepen en verbreden**' past de breed gedragen ambitie om de website **visitkopvanholland.nl** overtuigend uit te bouwen en te laten (uit)groeien tot het meest relevante communicatieplatform voor de Kop van Noord-Holland. Voor toerist, (potentiële)bezoekers, fans, bewoners en niet in de laatste plaats, voor ondernemers. Vanuit welk perspectief of motief dan ook, je kunt niet om **visitkopvanholland.nl** heen. Toonaangevend goed geïnformeerd, grootste doelgroepbereik, samenwerkingsplatform, elkaar vindend, verbindend en... overtuigend.

■ In 2025 staat de 'toeristische agenda voor de Kop' op de ambtelijke agenda. Het is uiteraard de intentie om inhoudelijk samenhang te zoeken en waar mogelijk of noodzakelijk de koers aan te passen. We bevelen aan om bij het tot stand komen van die toeristische agenda, die overigens een verder gelegen horizon kent dan dit marketingplan, nadrukkelijk te kijken naar o.a. de merk- en kernwaarden van de Kop, de benoemde gebiedsiconen en de doelgroep typeringen.

Over een reeks van jaren (sinds 2017) is zorgvuldig aan een stevig imago voor de Kop gebouwd. Daarin is fors geïnvesteerd o.a. vanuit de gelden voor ‘De Kop Werk!’ Inmiddels mag de Kop zich overtuigend verheugen in de belangstelling van doelgroepen die in de Kop van Noord-Holland vinden en beleven waar ze naar op zoek zijn (of waren) en... waar ze zich thuis voelen en graag naartoe terugkeren.

Belangrijk is dat we voor de Kop de positionering en propositie verder willen uitdiepen en voor de doelgroep als keuze willen bevestigen. Waarmee gezegd is dat we niet primair inzetten op meer toeristen en bezoekers in kwantitatieve zin. Veel nadrukkelijker ligt de focus op kwalitatieve en verantwoorde groei. Dus meer op de bezoekerstypen bij wie de Kop als bestemming het beste past en die de Kop graag verwelkomt.

Mensen die op andere momenten in het jaar de Kop willen bezoeken. Mensen die de authentieke beleving en unieke waarden van de Kop nog niet kennen. Die toeristen/bezoekers willen we ‘duurzaam’ in onze regio verwelkomen.

focus op  
kwalitatieve  
groei

## 2. Gebiedsiconen

### ■ Iconen, bezoekmotieven, activiteiten, momenten

Uit analyse van fysieke en online bezoekcijfers, deskresearch en trendonderzoeken weten we *waarom, waarvoor en wanneer* ‘onze’ doelgroepen de Kop bezoeken. In de kern gaat het daarbij om de combinatie van **gebiedsiconen, activiteiten/thema’s, seizoen en reismomenten**. Die zien we in 2024 (her)bevestigd en vormen daarom voor 2025 en volgende jaren de vaste basis voor de on- en offline campagnestrategie.

In de gemaakte verdiepingsslag voor 2025 is gekozen voor een compactere en meer eenduidige indeling en benadering van de gebiedsiconen in de Kop. We gaan terug van zes naar **drie geclusterde groepen gebiedsiconen**. De ‘etalage’ wordt daardoor minder vol en tegelijkertijd overzichtelijker. Beoogd resultaat is dat keuzes tijdens de oriëntatiefase bijna intuïtief logisch lijken. In de etalage vindt een potentiële bezoeker nadrukkelijker dan ooit steeds verrassende, inspirerende combinaties van iconen en thema’s.

Wat we proberen is voorbij “...wat leuk, wat mooi, maar eigenlijk wist ik dat al wel” te gaan en in te zetten op **het verrassende, het onverwachte** als in “...wat leuk, wat bijzonder, goh, dat heb ik nooit geweten, dat wil ik zien, daar wil ik meer over weten, daar wil ik naartoe...” Hierin ligt letterlijk de aansluiting met en betekenis van het thema **‘verdiepen en verbreden’** besloten. Als ‘onderlegger’, de voor- en achterkant van het gelijk, zijn er de merk- en kernwaarden van de Kop. Die vormen het ‘karakter’ van de Kop en dat wat de Kop het onderscheidend vermogen geeft.

Vanuit de aangescherpte visie op bezoekersdoelgroepen - denken, doen en communiceren vanuit de belevingswereld - worden vraag en aanbod (en vice versa) beter en selectiever op elkaar afgestemd.

#### **We zetten in op:**

### ■ **WATER & KUST** (incl. Texel en Wadden)

o.a. de 3 unieke kusten (van Zilt naar Zoet), marine, maritieme historie, havens, visserij, scheepvaart, zee, strand, duinen, het wad, ...

**wateractiviteiten** o.a. wandelen, wadlopen, zeilen, (kite)surfen, suppen, foilen, (sloep)varen, kanoën, zwemmen, vissen, fietsen, eten&drinken, overnachten, recreëren, kamperen, eco/natuur toerisme, back to basic, natuurtochten, educatie, ...

### ■ **NATUUR**

o.a. duinen, duinmeren, duinvalleien, wadden, polders, bossen, natuurgebieden, tulpen- en bloemenvelden (voorjaar), jaarrond een communicatie icoon, agri en foodkwekerijen, kassen, visserij, streekproducten, ...

**natuuractiviteiten:** o.a. fietsen, wandelen, vogel spotten, ontdekken, beleven, avontuur, bezoek kassen, kwekerijen, stalletjes, kookworkshops, eten&drinken, expo's, events, eco/natuur toerisme, back to basic, natuurtochten, educatie, ...

### ■ **HOLLANDSE HISTORIE en CULTUUR**

o.a. de authentiek Holland propositie, erfgoed, folklore, musea, markten, winkelen, historische kernen, molens, 'echte' Holland producten (o.a. kaas, vis, koolsoorten, knoflook), ...

**Holland activiteiten:** o.a. fietsen, wandelen, winkelen, cultuur snuiven, museumbezoek, erfgoed, marktbezoek (WF), oude ambachten, ...



## 3. Merk- en kernwaarden

### ■ **Propositie en Positionering 2025**

*De Kop van Noord-Holland is een veelzijdige, onderscheidende regio waar bezoekers kunnen genieten van een steeds opnieuw verrijkende mix van natuur, cultuur, historie en duurzaamheid. Omringd door drie totaal verschillende kusten en achterland dragen Den Helder, Hollands Kroon, Schagen en Texel, met elk hun eigen karakter bij aan de identiteit. Het maakt de Kop van Noord-Holland tot een unieke bestemming voor bewuste reizigers, gezinnen, cultuurliefhebbers en avonturiers.*

### **De Kop van Noord-Holland**

■ → **Authentiek, historisch** De Kop van Noord-Holland kenmerkt zich door een authentieke, oer-Hollandse sfeer.

Geworteld in agrarische en maritieme tradities. Met historische havengebieden, dorpscultuur, Westfrieze folklore biedt de regio een puur en historisch karakter waar bezoekers het traditionele (Noord-)Holland op een bijzondere manier kunnen ontdekken en beleven.

■ → **Natuurrijk, ruimtelijk, ecologisch bewust** Van de brede stranden en duinen, de drie zo verschillende kusten tot de uitgestrekte polderlandschappen en natuurreservaten. De Kop van Noord-Holland biedt een ruimtelijke en natuurrijke omgeving die uitnodigt voor rust en ontspanning. Met een sterke focus op natuurbehoud en ecologisch verantwoorde recreatie spreekt de regio bezoekers aan die rust, ruimte en natuur centraal stellen.

■ → **Duurzaam, toekomstgericht** De Kop zet zich in voor duurzaamheid en innovatieve oplossingen. Van milieuvriendelijke accommodaties tot duurzame landbouw en innovatieve maritieme technieken. De Kop biedt een bewuste, toekomst-gerichte ervaring die aantrekkelijk is voor de bewuste reiziger die waarde hecht aan ecotoerisme en milieubewustzijn.

■ → **Belevingsgericht met een diepe natuurconnectie** De Kop van Noord-Holland nodigt uit om te leren en te beleven. Met natuur- en maritieme musea, boerderijbezoeken, en natuuractiviteiten zoals wadlopen en zeehondentochten biedt de regio unieke educatieve ervaringen. De focus op natuur en cultuur biedt bezoekers, van gezinnen tot natuurliefhebbers, een verrijkende reiservaring die hen dichterbij de (Noord-)Hollandse natuur en historie brengt.

■ → **Gezinsvriendelijk, kleinschalig, gastvrij** Toegankelijk en veilig, de Kop is de ideale bestemming voor gezinnen die willen genieten van een veilige, kleinschalige, gastvrije sfeer. Met gezinsvriendelijke accommodaties, natuuractiviteiten voor jong en oud, en kindvriendelijke musea biedt de regio een ontspannen, gezinsvriendelijke omgeving waar families zich thuis voelen.

■ → **Veelzijdig, avontuurlijk** De Kop van Noord-Holland biedt een veelzijdig palet aan belevenissen, van maritieme avonturen tot fietstochten door de duinen en culturele festiviteiten. De diversiteit maakt de regio aantrekkelijk voor zowel avonturiers als rustzoekers, die hier een unieke mix van ontspanning, avontuur en cultuur kunnen (of willen) ervaren.

### ...ke(r)nmerkende waarden voor de Kop van Noord-Holland

- Het 'echte' (authentieke) Holland
- 3 unieke kusten 'van Zilt naar Zoet'
- Rust en ruimte
- Natuurrijk, de 'Groene regio'
- Preserveren flora & fauna
- Belang leefomgeving prevaleert boven economisch belang toerisme
- Schone stranden
- Veilig, betrouwbaar
- Kleurrijk, avontuurlijk
- Belevingsgericht
- Individueel, niet voor iedereen
- Puur, nuchter, robuust
- Geen massatoerisme
- Kind-/gezinsvriendelijk
- Gastvrij, gemoedelijk
- Ondernemend, open, onafhankelijk
- Eindeloos fietsen en wandelen (veel routes), het hele jaar
- Compacte, veelzijdige regio, alle iconen op korte reisafstanden van elkaar
- Ideale bestemming voor jaarrond verblijf (kort en lang)





“Als je hier toch bent,  
bezoek, doe, proef,  
ontdek, beleef dan ook...”

## 4. Van doelgroepen naar leefstijlen

### ■ Focus op bezoekersdoelgroepen voor de Kop

Uit enquêteresultaten, deskresearch en diepgaande analyse van on- en offline resultaten van de destiniatiemarketingactiviteiten blijkt eens te meer dat we ons met succes op specifieke bezoekersdoelgroepen hebben gericht. In het **toeristisch regioprofiel en marketingplan voor de Kop (mei 2017)** hebben we de doelgroepen vastgelegd en weloverwogen gekozen voor bezoekersprofielen in de categorie: **‘Uitbundig Geel’, ‘Gezellig Lime’ en ‘Rustig Groen’**.

Zeven jaar later kunnen we vaststellen dat het medialandschap revolutionair veranderd is, vandaag communiceren we met een mondiger, kritischer, bewuster maar ook impulsiever kiezende consument. Een consument die vaker dan ooit kiest en koopt vanuit impuls en emotie en veel minder vanuit ratio. Vast staat dat ook dat wat je in de ‘etalage’ zet, nadrukkelijker dan ooit moet passen bij de persoonlijke belevingswereld.

En in het huidige social media tijdperk geldt meer dan ooit: **wees vooral eerlijk en transparant.**

We weten dat bezoekers een bewuste keuze maken voor de Kop als bestemming voor een kort of lang verblijf. We weten ook steeds beter waarom en waarvoor ze - vaak meer dan een keer per jaar - de Kop van Noord-Holland bezoeken. Uit de resultaten van de marketingcampagnes weten we inmiddels ook beter hoe, waarmee en wanneer we onze doelgroepen moeten inspireren en vooral in beweging richting de Kop kunnen krijgen.

Passend bij **‘verdiepen en verbreden’** is gekeken naar de bezoekersprofielen van onze bezoekers en is voor de 2025 campagne gekozen om te werken vanuit leefstijlprofielen. We baseren ons daarbij op de **Leefstijlvinder™** van MarketResponse.

### ■ De Leefstijlvinder Vakantie en Vrije Tijd

De leefstijlvinder is een marketing- en segmentatie-instrument (**Leefstijlvinder™** by MarketResponse) dat helpt om doelgroepen beter te begrijpen door ze in te delen op basis van hun **leefstijl, interesses, waarden en voorkeuren**. Dit hulpmiddel is speciaal

ontwikkeld voor de toeristische sector om inzicht te krijgen in wie de bezoekers zijn en hoe deze het best te bereiken.

### ■ Welke leefstijlen zijn er

De Leefstijlvinder werkt met verschillende leefstijlen, die onderscheidend zijn qua gedrag, waarden en behoeften met betrekking tot vakantie en vrije tijd. Er zijn zeven leefstijlen binnen de Leefstijlvinder: **Avontuur-, Plezier-, Harmonie-, Verbindings-, Rust-, Inzicht en Stijlzoekers**. Voor de Kop van Noord-Holland hebben we bepaald dat **Rustzoekers, Harmoniezoekers en Avontuurzoekers** qua levensstijl en typering het beste bij de Kop passen en andersom, het aanbod in de Kop het past bij, sluit aan op de beleveingswereld van deze groepen.

### ■ Drie leefstijlen

→ **Rustzoekers** De Kop van Noord-Holland heeft een overvloed aan rustige natuurgebieden, stranden en duinen – ideaal voor mensen die aan de drukte van het dagelijks leven willen ontsnappen. Bekende locaties zoals de rustige stranden van Groote Keeten, de uitgestrekte polders in Hollands Kroon en de natuurgebieden bij Callantsoog bieden precies de serene

omgeving waar rustzoekers naar verlangen. Met kleinschalige accommodaties zoals vakantiehuisjes, boerencampings en afgelegen B&B's sluit de regio perfect aan bij hun wens voor eenvoud en natuur.

→ **Harmoniezoekers** Deze doelgroep komt vooral om tijd door te brengen met het gezin, vrienden, familie. De regio biedt tal van gezinsvriendelijke activiteiten, zoals Land van Fluwel, het Marinemuseum in Den Helder, en de gezinsvriendelijke campings en vakantieparken rond Julianadorp en Callantsoog. Voor harmonie-



zoekers draait het om een gezellige, ontspannen sfeer met voldoende voorzieningen, waar iedereen in het gezelschap zich kan vermaken.

→ **Avontuurzoekers** De Kop van Noord-Holland heeft veel te bieden voor mensen die op zoek zijn naar actie en avontuur. Bekende activiteiten zijn o.a. kitesurfen in Callantsoog, kanoën rondom Julianadorp en mountainbiken door het Robbenoordbos. Accommodaties zoals safaritenten, strandhuisjes en campings aan zee bieden een avontuurlijke twist die deze doelgroep aanspreekt. Voor hen is de natuur een speelveld, en de regio biedt

volop mogelijkheden om fysiek actief te zijn en nieuwe ervaringen op te doen.

### ■ Sociale context naar leefstijl

→ **Rustzoekers** Doorgaans mensen die bewust kiezen voor een eenvoudige, ongerepte vakantiebeleving. Het zijn vaak natuurliefhebbers die rust en stilte waarderen en geen behoefte hebben aan overvolle attracties. Voor hen is vakantie een moment van opladen en tot rust komen.

**Activiteiten** (Rustige) wandelingen door de duinen, vogelspotten, boswandelingen, ontspannen aan rustige stranden, museumbezoek, cultuur.

→ **Harmoniezoekers** Veelal gezinnen of vriendengroepen die samen willen genieten van een ongedwongen sfeer. Deze groep zoekt plaatsen waar ze zich comfortabel en welkom voelen, met voldoende faciliteiten voor jong en oud. Harmoniezoekers hechten veel waarde aan quality time en vinden het belangrijk dat iedereen zich vermaakt.

→ **Activiteiten** Winkelen, stranddagen, picknicks, speurtochten in de natuur, en familieattracties zoals kinderboerderijen, museumbezoek, interesse in erfgoed en cultuur.

**Media** De rust- en harmoniezoeker maakt gebruik van diverse mediaplatforms, waarbij de voorkeuren doorgaans variëren per leeftijdscategorie. Van oud naar jong zien we dat gebruikers actief zijn op platforms zoals Facebook, Instagram, YouTube en TikTok. Het gebruik van het ene platform sluit echter het andere niet per definitie uit; deze indeling dient voornamelijk als een algemene richtlijn. Bij het ontwikkelen van content wordt deze altijd zorgvuldig afgestemd op de specifieke kenmerken en gebruikersdoelgroepen van elk platform.

**Leeftijden** De rust- en harmoniezoeker valt doorgaans in de leeftijdsgroep **40 jaar en ouder**, met een sterke concentratie in de bandbreedte **50 tot 70 jaar**. Dit leeftijdsbereik komt overeen met enkele typische kenmerken en behoeften van deze doelgroep:

■ **40 - 50 jaar** In deze leeftijdscategorie zijn het vaak mensen met wat oudere kinderen of mensen die hun werk-privébalans proberen te verbeteren. Zij hechten aan kalmte en rust, maar zoeken ook bestemmingen die geschikt zijn voor zowel ontspanning als gematigde activiteiten die hen tot rust brengen.



■ **50 - 70 jaar** Deze groep bestaat vaak uit mensen die op zoek zijn naar ontspanning, natuur, rust en weg van de drukte en hectiek van het dagelijkse leven. Velen bevinden zich in een levensfase waarin ze waarde hechten aan sereniteit en reflectie, en hebben vaak geen dringende verplichtingen zoals werk of de zorg voor jongere kinderen. Ze zoeken bestemmingen waar ze tot rust kunnen komen en ontspannen activiteiten kunnen ondernemen, zoals wandelen, fietsen of wellness.

■ **70 jaar en ouder** Ook bij ouderen boven de 70 vinden we rust- en harmoniezoekers. Mensen die graag in een rustige, natuurvriendelijke omgeving verblijven en in hun eigen tempo willen reizen.

→ **Avontuurzoekers** Mensen die op zoek zijn naar fysieke uitdagingen en nieuwe ervaringen. Voor hen gaat vakantie om actieve beleving en het verleggen van grenzen. Vaak reizen ze met vrienden of als stel, en vinden ze het belangrijk dat er een breed scala aan outdoor activiteiten beschikbaar is.

**Activiteiten** Kitesurfen, foilen, paragliden, parachutespringen, kanoën, mountainbiken, wandelen in een natuurgebied of op het strand, trekking, hardlopen.

**Media** Deze groep vinden we vooral op Instagram, TikTok en outdoor-gerichte fora. Sluit echter de andere kanalen niet uit, ook hier is de doelgroep aanwezig. Ze houden van korte, energieke video's en foto's van mensen die actief zijn in de natuur. Ook reviews, reisverhalen en sportieve hashtags op social media kunnen helpen om hen te bereiken.

**Leeftijden** De leeftijdsbandbreedte van de avontuurzoeker is breder dan bij sommige andere profielen, omdat de kenmerken niet sterk gebonden zijn aan een specifieke levensfase. Over het algemeen bevinden avontuurzoekers zich echter vaak binnen de volgende leeftijden:

■ **20 - 40 jaar** Dit is de kernleeftijd voor avontuurzoekers. Mensen in deze groep zijn doorgaans fysiek fit, flexibel en in staat om risico's te nemen. Ze hebben vaak minder verantwoordelijkheden en zijn op zoek naar intense ervaringen die hen uitdagen.

Deze leeftijdsgroep bestaat uit o.a. jonge professionals, studenten, en mensen die reizen combineren met persoonlijke ontwikkeling en zelfontdekking.

■ **40 - 55 jaar** In deze leeftijdsgroep zijn avontuurzoekers vaak nog even gepassioneerd over actieve reizen, maar kiezen soms voor iets minder intensieve activiteiten of juist goed voorbereide avonturen. Er is vaak veel interesse in natuur, sportieve uitdagingen en nieuwe culturen, maar wel vaak met iets meer aandacht voor comfort en veiligheid.

■ **55 jaar en ouder** Hoewel deze groep kleiner is, zijn er ook avontuurzoekers die ouder zijn en nog steeds genieten van activiteiten zoals wandelen, duiken, en culturele ontdekkingen, zij het vaak op een rustiger of beter voorbereide manier. Avontuurlijke reizen worden dan vaak iets comfortabeler en meer afgestemd op de fysieke mogelijkheden.

■ **gezinnen met jonge kinderen (0 t/m 12)** vormen in alle campagnes een belangrijke kerndoelgroep voor de Kop. Het gaat dan doorgaans om **ouders in de leeftijd 25 - 35 (40) jaar** met jonge kinderen. Qua belevingswereld vinden we die in **alle benoemde leefstijlen** en zijn de activiteiten en keuzes voor het type vakantie e/o verblijf vooral afgestemd op de gezinssamenstelling en leeftijdsfase.



## 5. Vrijetijd & Vakantie Trends 2025

In het kader van het marketingplan voor de Kop van Noord-Holland 2025 is nader onderzocht welke aspecten van invloed kunnen zijn op de toeristische bewegingen in Nederland en met name binnen de Kop regio. Het betreft trends en ontwikkelingen waar bestuurders, bewoners en ondernemers met een toeristisch product rekening mee kunnen (of zouden moeten) houden of hun voordeel mee kunnen doen.

### ■ Inkomend toerisme 2025

In 2025 zullen naar verwachting ongeveer **16 miljoen buitenlandse** verblijfsgasten ons land bezoeken. Ten opzichte van 2024 is dit een geringe groei. De eerdere prognoses voor 2024 zijn naar beneden bijgesteld, van 16 naar tussen de 15,5 en 15 miljoen. De gematigde groei wordt veroorzaakt door o.a. stijgende kosten en toenemende aandacht voor duurzaamheid in de sector.

### ■ Binnenlands toerisme 2025

In 2025 zullen naar verwachting ongeveer **29 miljoen Nederlanders** op enig moment in Nederland op vakantie gaan. Dit is ongeveer gelijk aan 2024 (definitieve cijfers nog niet bekend). Ongeveer een kwart van de Nederlanders overweegt een vakantiepark in Nederland als bestemming, terwijl korte vakanties (1-3 nachten) blijven toenemen in populariteit. Korte tripjes/vakanties zijn vooral populair onder gezinnen en koppels.

### ■ Op vakantie in 2025

Naar schatting is **82%** van de Nederlanders in 2025 van plan om minstens één korte vakantie te ondernemen met bestemming Nederland. Genoemd worden:

**vakantieparken / campings** in natuurlijke omgevingen zoals de Veluwe, de kuststreek, of Friesland.

**stedentrips** grote steden zoals Amsterdam, Rotterdam en Maastricht blijven populair blijven populair voor culturele en culinaire uitstapjes.

**regio's met unieke landschappen** Nationaal Park De Hoge Veluwe, de Waddeneilanden, of Limburg met zijn heuvelachtige gebieden.

**51% van de Nederlanders** heeft al een vakantie voor 2025 geboekt (*cijfers november 2024*). Een groot deel van de boekingen richt zich op het voorjaar waarbij vooral de maand april populair blijkt. Deze cijfers wijzen op een stijgende interesse in vroegtijdige vakantieplanning, deels beïnvloed door trends zoals spreiding van vakanties en de voorkeur voor betaalbaarheid buiten het hoogseizoen.

### ■ Duurzaam toerisme

Ongeveer **51%** van de Nederlanders geeft aan dat duurzaamheid een belangrijke rol speelt bij de keuze voor een vakantie. En dan gaat het met name om milieuvriendelijke accommodaties, transport en bestemmingen. Bij jongere generaties speelt duurzaamheid een nog grotere rol. Zij zoeken vaker naar reisopties met een lage ecologische impact, zoals reizen met de trein en verblijven in eco-vriendelijke accommodaties. Hotels en vakantieparken met een **ecolabel**, zoals **Green Key** of **Travelife**, worden steeds vaker gekozen door milieubewuste reizigers en blijken steeds vaker een doorslaggevend selectiecriterium tijdens het proces van zoeken en boeken.



### ■ Vakantie sentiment

**Zomer** Van alle Nederlanders heeft **56%** een vakantie geboekt die in de komende 12 maanden plaatsvindt (cijfers juli 2024). De **maand juli** is het populairst als vertrekmaand voor de eerstvolgende vakantie.

**Extreem weer** Gemiddeld **37%** geeft aan dat toenemende extreme weersomstandigheden hun vakantiekeuzes beïnvloeden. Voor het eerst is in 2024 onderzocht waar zij liever niet meer of juist wel naartoe gaan. Het blijkt dat Nederlanders nu minder of niet meer van plan zijn om naar Zuid-Europa op vakantie te gaan en meer geneigd zijn om in eigen land te blijven. Ruim een derde geeft aan het belangrijk te vinden dat de vakantiebestemming dichtbij huis is.

**Gestegen prijzen** Van alle ondervraagden geeft **46%** aan genoodzaakt te zijn het vakantiegedrag aan te passen als gevolg van stijgende prijzen. Het vermijden van het hoogseizoen blijkt een belangrijkere maatregel dan vorig jaar. Nederlanders geven vooral aan minder vaak op vakantie te gaan en te zoeken naar een goedkoper verblijf.

**Eigen land** Eigen land blijft een geliefde vakantiebestemming te zijn voor Nederlanders. Zo kiest **22%** van de Nederlanders ervoor de eerstvolgende vakantie in eigen land door te brengen. De keuze voor vakanties dichterbij huis is niet alleen een reactie op de toenemende extreme weersomstandigheden, maar kan ook een bewuste keuze zijn voor duurzaamheid. Ook worden meer vakanties buiten het hoogseizoen geboekt.

### Bronnen

- Vakantie Sentiment Monitor Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen NBTC
- NVTO (Nederlands Vrijetijds Onderzoek)
- CBS (Centraal Bureau voor de Statistiek)
- ANWB

## 6. Campagne 2025

De bestemmingsmarketingactiviteiten voor de Kop van Noord-Holland worden ook in 2025 primair online uitgerold. Dit betekent dat in principe geen print(advertenties) ingekocht worden, de budgettaire ruimte is daarvoor te beperkt. De onlinecampagne in 2024 wijst bovendien uit dat een onlinecampagne op hoge frequentie, mits goed getimed, ingezet via brede (online)kanalen, en vooral qua content actueel relevant, meer, beter en direct resultaat oplevert.

Als bewijs, de oorspronkelijke doelstelling was om eind 2024 **100 - 150 duizend** bezoekers op **visitkopvanholland.nl** geregistreerd te hebben. Per ultimo december 2024 staat de teller inmiddels op een overtuigende **645.000 bezoekers**. Aan die winnende formule willen we vasthouden en dus zetten we voor 2025 in op een actiematig ingestoken campagne.

### ■ Resultaten 2024 (periode 17 april - 31 december 2024)

|                          |                                                                                                                    |
|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ■ website                | 517.000 unieke gebruikers<br>645.000 bezoeken<br>1.002.000 paginaweergaven<br>2:41 minuten (gemiddelde sessieduur) |
| ■ device                 | Mobiel 76%, Desktop 15%, Tablet 9%                                                                                 |
| ■ herkomst               | Nederlanders 390.000 (182.000 regio, 208.000 buiten regio)<br>Duitsers 90.000, overig 37.000                       |
| ■ nieuwsbrief (abonnees) | van 20.120 (april) naar 27.201                                                                                     |
| ■ nieuwsbrief (geopend)  | 51,1% (juli), 37,7% (augustus), 42,3% (september), 41,1% (oktober)                                                 |
| ■ Google Ads             | 5,8 miljoen weergaven<br>251.000 kliks                                                                             |

|              |                                                                                                            |
|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ■ Meta       | advertenties op Facebook en Instagram<br>16,5 miljoen weergaven<br>250.000 kliks                           |
| ■ Facebook   | organische posts<br>bereik 70.000 (individuele personen)<br>2.000 volgers                                  |
| ■ Instagram  | organische posts<br>bereik 3.515 (individuele personen)<br>775 volgers                                     |
| ■ Plusonline | <b>nieuwsbrief 26 juni 2024</b><br>369.714 ontvangen<br>123.227 geopend → 33,4%<br>9.784 kliks → 7,94%     |
|              | <b>nieuwsbrief 10 november 2024</b><br>368.079 ontvangen<br>107.028 geopend → 29,1%<br>11.008 kliks → 8,4% |

|             |                                                                                              |
|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| ■ WINACTIES | → DAGJE UIT<br>Land van Fluwel<br>looptijd t/m 28 augustus (1,5 week)<br>inschrijvingen: 576 |
| ■ winactie  | De Nollen<br>looptijd t/m 11 september (1,5 week)<br>inschrijvingen: 581                     |
| ■ winactie  | Dierenpark Hoenderdaell<br>looptijd t/m 26 september (1,5 week)<br>inschrijvingen: 2.836     |
| ■ winactie  | Fort Kijkduin<br>looptijd t/m 17 oktober (1,5 week)<br>inschrijvingen: 1.928                 |



# fietsen in de KOP

- **winactie** → **GROTERE WINACTIES**  
**Midweek familiehuis**  
looptijd 7 juni t/m 14 juli  
inschrijvingen: 6.842
- **winactie** **Lodgetent en diner**  
looptijd 15 juli t/m 9 augustus  
inschrijvingen: 4.098
- **winactie** **Weekend Den Helder**  
looptijd 30 oktober t/m 14 december  
inschrijvingen: 5.830 (tot nov. 2024)

## ■ TOP 10 BEZOCHTE WEBPAGINA'S

- |                         |        |
|-------------------------|--------|
| 1. Met het gezin        | 63,1 k |
| 2. Home                 | 59,2 k |
| 3. Duitse strand pagina | 57,2 k |
| 4. Agenda               | 44,2 k |
| 5. Wandelen             | 42,4 k |
| 6. Fietsen              | 34,6 k |
| 7. Dagje uit            | 30,2 k |
| 8. Overnachten          | 25,1 k |
| 9. Locatie overzicht    | 22,0 k |
| 10. Kust                | 18,9 k |

## ■ Uitgangspunten campagne 2025

- → **Doelgroepen** volgens de leefstijlprofielen: Rustzoekers, Harmoniezoekers, Avontuurzoekers
- → **Gebiedsiconen**  
**WATER & KUST** (incl. Texel, Wadden)  
**NATUUR**  
**HOLLANDSE CULTUUR & HISTORIE**
- → **Activiteiten (seizoensrelevant)** o.a. fietsen, wandelen, kamperen, overnachten, eten&drinken, varen, watersport, museumbezoek, cultuur, bezoek in- en outdoor evenementen etc.
- → **Seizoenen** We blijven inzetten op het stimuleren van jaar-rond toerisme (kort en lang verblijf) door per seizoen, op leefstijlprofiel, per gebiedsicoon en naar activiteit het aanbod onder de aandacht te brengen en de gebiedsiconen specifiek naar activiteiten die horen bij het seizoen te positioneren.

- → **Doel** Traffic naar de thematische e/o actiewebpagina's op **visitkopvanholland.nl** (*ontdekken, doen&beleven, bezoeken, regio's, wandel- en fietsroutes etc.*), **activeren** tot feitelijk bezoek en/of herhaalbezoek e/o bezoek/vakantie tijdens de z.g. schouderseizoenen.
- → **Locaties** Het consequent duiden van de destinatie 'De Kop van Noord-Holland' en de weg wijzen binnen de regio's (**Schagen, Hollands Kroon, Den Helder en Texel**) zijn essentiële basiselementen in de campagne uitingen.
- → **Samenwerken en verbinden** In 2024 zijn in samenwerking met o.a. MO's en lokale ondernemers een aantal succesvolle winacties uitgerold (*zie Winacties op pag. 25*). Die genereren traffic, rumour around the brand en zorgen ervoor dat we met nieuwe bezoekers/toeristen in contact komen. Dat smaakt uiteraard naar meer en qua soort acties om een nog specifiek aanbod dat is afgestemd op de belevingswereld van de beoogde bezoekers. Voor 2025 zoeken we nadere samenwerking met o.a. **Visit Wadden**, niet in de laatste

plaats omdat het ‘aanbod’ van de *Wadden zee UNESCO Werelderfgoed* bij alle drie de leefstijlgroepen zo perfect aansluit.

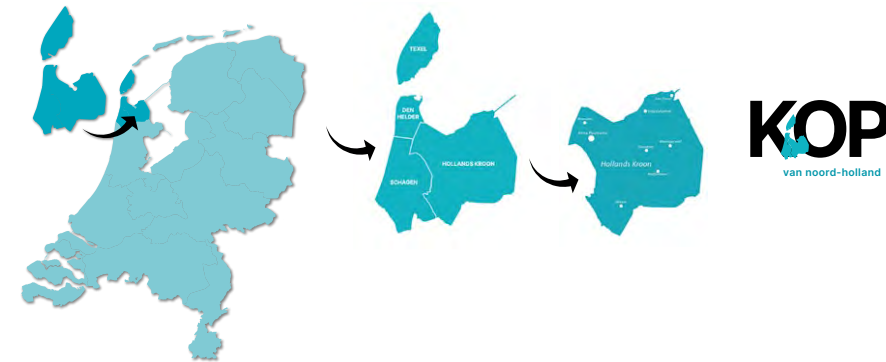
### ■ Communicatiestrategie

In de campagne verbinden we de gebiedsiconen aan het seizoen, de leefstijldoelgroep(en), de locatie('s) en aan de activiteiten en/of thema's die daar het beste bij passen maar in of door de combinatie, ook weer heel verrassend zijn. Strategie is ook om steeds ‘meervoudig’ aan te bieden; oftewel te inspireren om meer of juist heel andere dingen te doen, te zien, te beleven of te proeven dan oorspronkelijk de intentie was; ***‘Als je hier toch bent, doe dan ook eens...’***

### ■ Duiding van de Kop

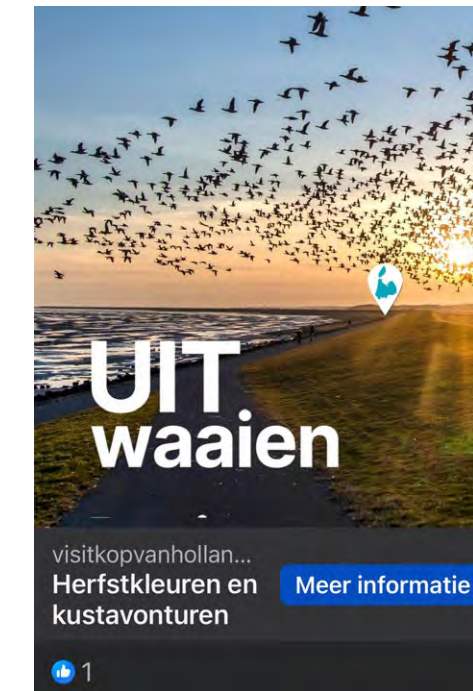
In de communicatie uitingen blijft aandacht uitgaan naar duiding van de bestemming de Kop van Noord-Holland en daarbinnen de plaatsen, locaties, gebieden etc. Voor die de weg nog niet kennen of gewoon helemaal nieuw zijn. We laten zowel visueel als virtueel steeds zien waar in Nederland de Kop van Noord-Holland ligt. Nog specifieker zijn we op de pagina's van plaatsen, locaties, gebieds-

iconen of activiteiten. We tonen de kaart en zoomen in op locaties of gebieden.



### ■ On- en offline strategie

→ **Verdiepen van content** In 2024 is de basis gelegd voor de huidige websitecontent. Voor 2025 ligt de focus op storytelling en het delen van echte verhalen. De Kop krijgt daardoor een persoonlijker en authentieker karakter. Een en ander houdt in dat we dieper ingaan op de unieke ervaringen en belevingen die de regio biedt. Zoals verhalen van locals, ondernemers en bezoekers. Dit biedt een uitgelezen kans voor ondernemers met een toeristisch product om onderling nauwer samen te werken, kennis, ervaringen en verhalen te delen en bijvoorbeeld bij



acties nauwer met elkaar op te trekken. De (ver)binding is die met de Kop, het doel is het gastvrij ontvangen van bezoekers, de verbindende factor is het gezamenlijk communicatie platform **Kop van Noord-Holland**.

→ **Geïntegreerde online zichtbaarheid** Bezoekers die via één kanaal binnenkomen, worden op andere kanalen herhaaldelijk aangesproken, wat leidt tot een z.g. crosschannel benadering. Het doel is om bezoekers intensiever te binden aan de website, aan de social media kanalen, feitelijk aan de Kop in brede zin. Mensen moeten de website meer en meer zien als een vaste, altijd verrassende inspiratiebron.

→ **Organische vindbaarheid** Met de focus op het verdiepen van de content worden we organisch steeds beter gevonden. Het doel is om met hoogwaardige en toegesneden content op natuurlijke wijze bezoekers aan te trekken. Dat zal uiteindelijk de autoriteit van de Kop verder versterken. In 2025 werken we gericht aan de organische vindbaarheid en vergroten we de focus op diepgang en authenticiteit. Met als beoogd resultaat, meer

en beter organisch vindbaar via de website (via Google), en via de social media kanalen (bijvoorbeeld door gebruik van hashtags).

→ **Betaalde vindbaarheid** Voor het vergroten van de zichtbaarheid en het directer bereiken van doelgroepen (leefstijlen) zetten we ook betaalde campagnes in. Hiermee spreken we gericht en opnieuw bezoekers aan die eerder interesse toonden. Betaalde campagnes vullen de organische activiteiten aan en zorgen ervoor dat we de zichtbaarheid van Kop in de breedte groeit. Denk hierbij aan bezoekers op de website, via social media kanalen, mailings of via externe blogs en/of vakbladen.

In algemene zin is het onze inzet om ons structureel meer te richten op organische vindbaarheid. Zodoende kunnen we het marketingbudget duurzamer inzetten en tegelijkertijd de bekendheid/betrokkenheid van en met de Kop verhogen.

→ **Always on** We zetten campagnes in rond thema's, activiteiten en gebiedsiconen die het hele jaar relevant zijn, zoals fietsen, wandelen, natuur, zee en strand etc. Dat zorgt voor continue zicht-

baarheid van de regio en maakt het mogelijk om het merk consistent en herkenbaar in de markt te zetten.

→ **Seizoensgebonden** Rond specifieke periodes richten we seizoensgebonden campagnes in, bijvoorbeeld gericht op het tulpenseizoen, de herfst- en kerstvakanties, en activiteiten zoals suppen en zwemmen in de zomer. Deze campagnes spelen in op de specifieke behoeftes en interesses van de doelgroep in bepaalde seizoenen, wat zorgt voor relevantie en verhoogde betrokkenheid.

### ■ Contentaanpak leefstijlen

De doelgroepen volgens de leefstijlen (**de rust-, harmonie- en avontuurzoekers**) spelen een centrale rol in de contentstrategie, we bieden verschillende contentlagen aan die aansluiten bij specifieke bezoekersprofielen.

**Algemene laag** We presenteren de Kop de ideale bestemming voor fietsers, wandelaars, rustzoekers en weekendjes weg.



**Diepere laag – Rustzoeker** Content met een focus op rustige natuurgebieden en sereniteit. Verhalen die benadrukken waarom de Kop de ideale plek is om tot rust te komen.

**Diepere laag – Harmoniezoeker** Inhoud gericht op bijvoorbeeld gezinsfietsvakanties, ondersteund door verhalen van bloggers of influencers die hun ervaringen delen. Deze content inspireert bezoekers en kan ook worden ingezet in onze campagnes.

**Diepere laag – Avontuurzoeker** Content met een focus op lange afstand fietstochten, mountainbike- weekenden, surfen, foilen, thematische wandelweekenden.

### ■ Media en middelen

Evenals in 2024 wordt de campagne in 2025 hoofdzakelijk uitgerold via online media en kanalen. Bericht/onderwerp, tekst, beeld, timing, doelgroep, actualiteit, gebiedsicoon, locatie of regio worden uiteraard zorgvuldig afgewogen. Essentieel is dat de boodschap (inhoudelijk) 1 op 1 op de belevingswereld van de beoogde doelgroep is afgestemd. Uiteraard worden resultaten nauwlettend gemonitord en wordt het soort

bericht e/o online kanaal zo nodig heroverwogen. Primair doel van de onlinecampagne activiteiten is het generen van verkeer naar de website en bezoekers te inspireren en te activeren tot daadwerkelijk bezoek. We streven naar volledige online zichtbaarheid door een geïntegreerde aanpak waarbij alle kanalen aan elkaar gekoppeld zijn. Focus ligt op de kanalen waar de beoogde leefstijldoelgroepen te vinden zijn.

## ■ Kanaalkeuze

→ **Meta (Facebook en Instagram)** Om brede vindbaarheid te garanderen, zowel organisch als via betaalde campagnes. Dit vertaalt zich in content die kort en krachtig is (short form video's), gebruikmaakt van User Generated Content (UGC) en echte verhalen uit de regio, wat zorgt voor een sterke emotionele connectie met de doelgroep.

→ **Google (Zoeknetwerk, Display netwerk en YouTube)** Om brede zichtbaarheid te waarborgen, zetten we verschillende campagnes in via het Google Ads Netwerk. Dit omvat onder andere short-form video's op YouTube, zoeknetwerkcampagnes gericht op zoekintenties naar Noord-Holland/de Kop en displayadvertenties



over miljoenen websites binnen het netwerk. Al deze campagnes zijn specifiek afgestemd op de drie focusdoelgroepen.

→ **TikTok** Ook hier vinden we de leefstijldoelgroepen die we volgen, respectievelijk over de regiogrenzen willen hebben. Daarom voegen we TikTok dit jaar toe aan de campagne media. Ook om een brede vindbaarheid te garanderen, zowel organisch als via betaalde campagnes. E.e.a. vertaalt zich in content die kort en krachtig is (short form video's), gebruikmaakt van User Generated Content (UGC) en echte verhalen uit de regio, wat zorgt voor een sterke emotionele connectie met de doelgroep.

→ **E-mailcampagnes** gericht op de beoogde leefstijldoelgroepen om bezoekers actief te houden en te betrekken. Vragen naar waar interesses of voorkeuren liggen worden in 2025 vast onderdeel van de nieuwsbrieven. Doel is om content meer af te stemmen op daadwerkelijke interesses. Geheel in lijn met het campagnethema voor 2025 'verbreden en verdiepen'.

→ **Advertorials, pers en PR** Deze worden ingezet om extra zichtbaarheid te genereren en de website en de Kop van Noord-Holland te promoten. In samenwerking met o.a. de MO's en ondernemers worden de mogelijkheden onderzocht om (weer) persreizen te organiseren. In de campagneplanning worden z.g. persmomenten (o.a. persbericht, pakket, etc.) ingepland om vaker en bij voorkeur volgens een vaste regelmaat de Kop onder de aandacht te brengen.

→ **Website** Een sterke, actuele, steeds verrassende website waar de overkoepelende campagnes naar verwijzen. Focus op rijke en diepe content, gebaseerd op en passend bij de belevingswereld van de beoogde doelgroepen.

→ **Storytelling en winacties** Het integreren van storytelling en winacties speelt een sleutelrol in het vergroten van de betrokkenheid en het versterken van de merkbeleving. Deze verhalen (o.a. in de vorm van influencer marketing) en acties worden op strategische plekken en momenten op de website en in campagnes geïntegreerd of gelanceerd.

## ■ Trends in online

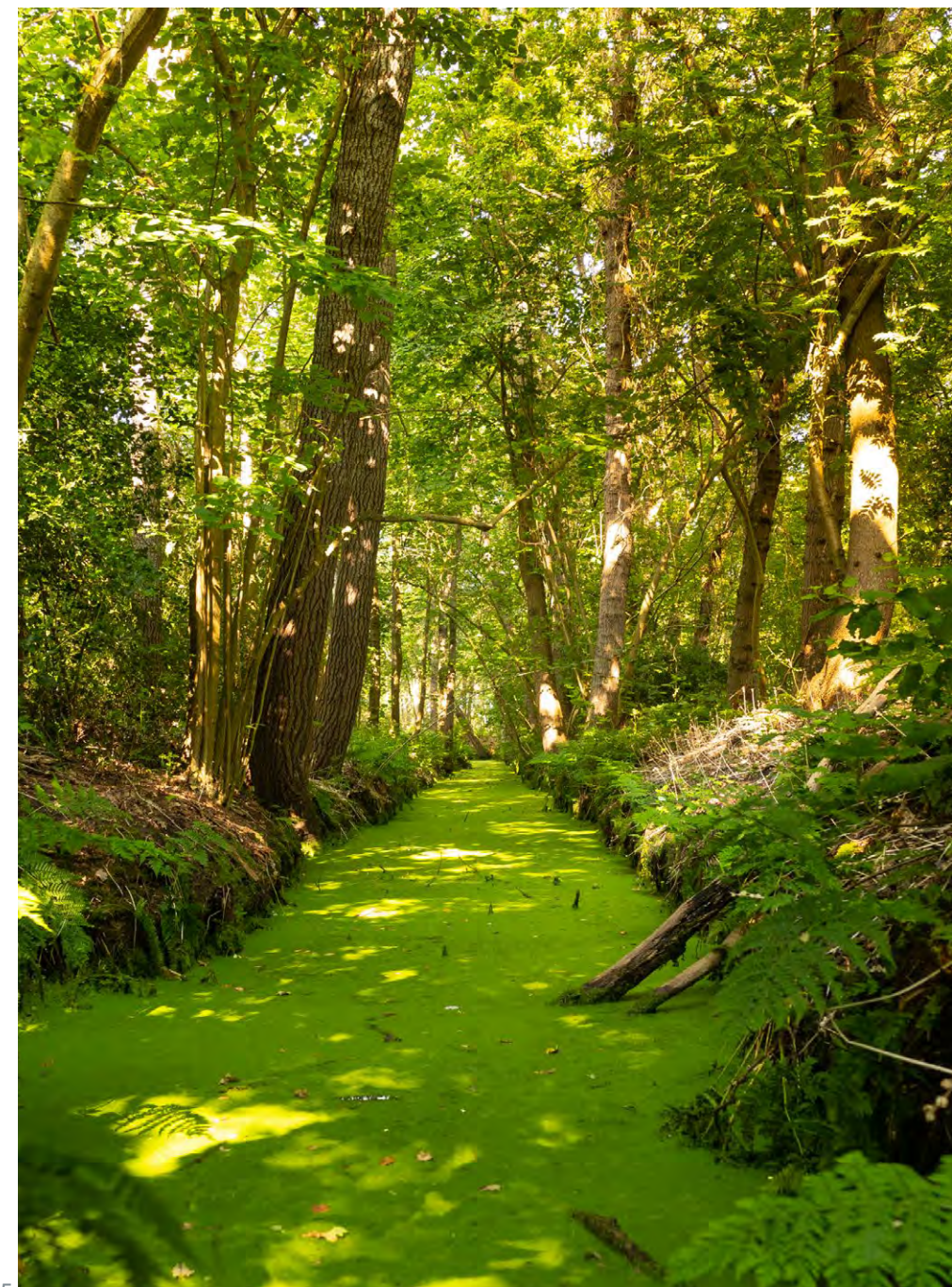
→ **Online video** blijft een dominante trend in 2024 en de verwachting is dat short-form video's in 2025 nog verder zullen groeien. Mensen besteden dagelijks uren aan het kijken van korte video's op platforms zoals TikTok, YouTube, Instagram en Facebook. Door deze groei in populariteit biedt short-form video een uitstekende kans voor bedrijven om hun merkbekendheid te vergroten. Het inzetten op korte video's is daarom een effectieve strategie voor branding, waarmee bedrijven op een laagdrempelige en visueel aantrekkelijke manier hun doelgroep kunnen bereiken.

→ **User-generated content (UGC)** blijft in 2024 groeien en zal naar verwachting in 2025 nog belangrijker worden. Door in te spelen op sponsordeals, influencers en acties die gebruikers aanmoedigen om content te delen, zoals winacties, kunnen bedrijven hun bereik aanzienlijk vergroten. UGC zorgt niet alleen voor meer interactie, maar creëert ook authentieke merkbeleving doordat consumenten zelf bijdragen aan de content. Dit type content werkt als een vorm van sociale bewijskracht en kan daarmee de geloofwaardigheid en aantrekkingskracht van een merk versterken.



→ **SEO search trend** Steeds meer mensen gebruiken social media als zoekmachine, waardoor SEO op social media kanalen aan belang wint. Platforms zoals TikTok, Instagram en YouTube zijn niet alleen voor entertainment, maar ook voor informatie en productontdekking. Door zoekwoorden strategisch te gebruiken in posts, hashtags en beschrijvingen, kunnen bedrijven beter vindbaar worden op deze kanalen. Een goede social SEO-strategie helpt merken om organisch bereik te vergroten en om gebruikers te bereiken die actief op zoek zijn naar specifieke producten of informatie.

→ **AI** is niet meer weg te denken in het bedenken, schrijven of maken van content. Evenals in 2024 is het ook in 2025 een belangrijke tool. De kracht van AI ligt in efficiëntie, snelheid en schaalbaarheid, maar we benadrukken daarbij het belang van de menselijke maat. Het gevaar van AI-gegenereerde content is dat het veelal generiek en voorspelbaar wordt. Juist daarom zetten we in op creativiteit en verdieping, zodat onze content zich onderscheidt. AI ondersteunt ons in het proces, maar het menselijk brein blijft cruciaal. Op die manier zorgen we voor authentieke en unieke boodschappen die écht impact maken.



■ 3 campagneperiodes

De bestemmingsmarketingactiviteiten vinden in 2025 tijdens 3 campagneperiodes plaats met als **startdatum 1 februari**.

**VOORJAAR → 1 februari- 30 juni** - campagne op hoge frequentie (ontdekken, doen & beleven, bezoeken en verblijven)

**ZOMER →1 juli - 30 september** - campagne op medium frequentie, vooral op impuls, inspiratie, dagje uit etc., op warmen najaar (herfst- en en kerstvakantie)

**NAJAAR → 1 oktober - januari '26** - campagne op hoge frequentie (ontdekken, doen & beleven, bezoeken)

Voor wat betreft de budgetverdeling wordt de campagne gericht op: **66% nationaal, 14% regionaal** (de Kop, voormalig HbA-gebied) en **20% internationaal** waarbij we ons voornamelijk (ook online) richten op Duitsland.



■ Campagne 2025 doelen

→ **Gerichter websitebezoek** Aantrekken van relevante bezoekers die **langer** op de website blijven en **meer interactie** vertonen. De ogenschijnlijk wat geringere groei t.o.v. de cijfers over 2024 wordt voornamelijk beïnvloed door de verandering naar **meer organisch** en **minder betaald** verkeer. In samenhang daarmee kiezen we dus voor een meer kwalitatieve en minder kwantitatieve campagne doelstelling.

De doelstellingen voor 2025 zijn:

- **525.000 unieke gebruikers** - (517.000 in 2024)
- **660.000 bezoeken** - (645.000 in 2024)
- **1.055.000 paginaweergaven** - (1.002.000 in 2024)
- **gemiddelde sessieduur: 2:41 minuten** - (2:41 min. 2024)

**Doelgroepgerichte kanalen** Creëren en optimaliseren van online kanalen waar bezoekers sneller en eenvoudiger kunnen vinden naar dat wat ze zoeken. Doel is om bezoekers, daar waar het voor hen relevant is, direct door te laten klikken naar de websites van ondernemers.

→ **Verbinding en samenwerking versterken** Bevorderen van een nauwere samenwerking tussen onder-nemersverenigingen, gemeenten en marketingorganisaties, zodat de regionale marketing gezamenlijk wordt gedragen en versterkt door alle betrokken partijen.

→ **Meer inzicht** Campagnes worden nog doel- en doelgroep gericht ingezet en getimed. Daarbij worden de resultaten waar mogelijk nog fijnmaziger gemeten om tijdig en inhoudelijk te kunnen sturen op de boodschap, beoogde doelgroep en uiteraard het gekozen communicatiekanaal.



## Campagneplanning



| 2025                                                                                                                                                                         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Focus doelgroepen: Rustzoekers, Harmoniezoekers, Avontuurzoekers                                                                                                             |
| Activiteiten   thema's i.c.m. gebiedsiconen, seizoen                                                                                                                         |
| <b>campagne</b>                                                                                                                                                              |
| <b>Nationaal</b>                                                                                                                                                             |
| Online Advertising - van buiten naar binnen<br>Meta (Instagram en Facebook), Google (Search, Display, Video), TikTok o.b.v. doelgroepprofielen, thema, iconen, seizoen       |
| <b>Regionaal Kop regio, Noord-Holland-Noord</b>                                                                                                                              |
| Online Advertising - bewoners, bezoekers, N-Z-O-W<br>Meta (Instagram en Facebook), Google (Search, Display, Video), TikTok o.b.v. doelgroepprofielen, thema, iconen, seizoen |
| <b>Internationaal</b>                                                                                                                                                        |
| Online Advertising (Duitsland)<br>Meta (Instagram en Facebook), Google (Search, Display, Video) o.b.v. doelgroepprofielen, thema, iconen, seizoen                            |
| <b>Overig / diversen</b>                                                                                                                                                     |
| <b>WIN- &amp; kortingacties</b><br>(o.a. slapen, midweek, toegang, fiets, kamperen, eten & drinken, varen e.a.)                                                              |
| WINactie <a href="https://www.visitkopvanholland.nl">visitkopvanholland.nl</a> (zoeken, vinden, winnen)                                                                      |
| <b>Influencers</b><br>Ontdekken, doen, beleven, proeven, gericht op beleevingswereld doelgroepen                                                                             |
| <b>Online: SOCIALS</b><br>Contentplanning o.b.v. doelgroep, iconen/seizoen/activiteit/plaatsen<br>Meta (Instagram en Facebook), TikTok, Youtube                              |
| <b>Nieuwsbrieven</b><br>Nieuwsbrieven - B2C<br>Nieuwsbrieven - B2B                                                                                                           |
| <b>Pers</b><br>Persbericht n.a.v. actualiteit (ad hoc uitvoeren/inplannen)<br>Samenstellen Pers & PR pakket (NL, DUI, ENG)                                                   |

### Marketingplanner voorjaar, zomer, najaar 2025

| MAAND | FEBRUARI                                                                                                                                                   |   |   |   | MAART |    |    | APRIL |    |    |                                                      | MEI |    |    |    | JUNI |    |    |    | JULI |    |                                                                                                                                                                                               |    | AUGUSTUS |    |    |    | SEPTEMBER |    |    |    | OKTOBER                                                                                                                                                                                                   |    |    |    | NOVEMBER |    |    |    | DECEMBER |    |                      |                  | JANUARI |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|-------|----|----|-------|----|----|------------------------------------------------------|-----|----|----|----|------|----|----|----|------|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----------|----|----|----|-----------|----|----|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|----|----------|----|----|----|----------|----|----------------------|------------------|---------|----|----|----|---|---|---|---|---|------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| WEEK  | 6                                                                                                                                                          | 7 | 8 | 9 | 10    | 11 | 12 | 13    | 14 | 15 | 16                                                   | 17  | 18 | 19 | 20 | 21   | 22 | 23 | 24 | 25   | 26 | 27                                                                                                                                                                                            | 28 | 29       | 30 | 31 | 32 | 33        | 34 | 35 | 36 | 37                                                                                                                                                                                                        | 38 | 39 | 40 | 41       | 42 | 43 | 44 | 45       | 46 | 47                   | 48               | 49      | 50 | 51 | 52 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       | O.a. Tulpen   Fietsen   Wandelen   Watersport   Strand   Natuur   Dagje uit   Overnachten   Attracties   Musea   3 kusten<br>Periode: 1 FEBRUARI - 30 JUNI |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    | O.a. Fietsen   Wandelen   Watersport   Strand   Natuur   Dagje uit   Overnachten   Attracties   Musea   Vakantie najaar   3 kusten   Folklore   Evenementen<br>Periode: 1 JULI - 30 SEPTEMBER |    |          |    |    |    |           |    |    |    | O.a. Fietsen   Wandelen   Natuur   Dagje uit   Overnachten   Attracties   Musea   Culinair-Streekproducten   Uitwaaien   3 kusten   Vakanties 2026 - Kerst(sfeer)<br>Periode: 1 OKTOBER - 31 JANUARI 2026 |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       | VOORJAARS CAMPAGNE                                                                                                                                         |   |   |   |       |    |    |       |    |    | 48% budget                                           |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    | ZOMER CAMPAGNE                                                                                                                                                                                |    |          |    |    |    |           |    |    |    | 17% budget                                                                                                                                                                                                |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      | NAJAARS CAMPAGNE |         |    |    |    |   |   |   |   |   | 35% budget |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       | MEDIUM                                                                                                                                                     |   |   |   | HOOG  |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    | MEDIUM                                                                                                                                                                                        |    |          |    |    |    |           |    |    |    | HOOG                                                                                                                                                                                                      |    |    |    |          |    |    |    |          |    | MEDIUM               |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       | MEDIUM                                                                                                                                                     |   |   |   | HOOG  |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    | MEDIUM                                                                                                                                                                                        |    |          |    |    |    |           |    |    |    | HOOG                                                                                                                                                                                                      |    |    |    |          |    |    |    |          |    | MEDIUM               |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    | opwarmen, fietsen, wandelen, (kort) verblijf, in DUI |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    | dagje uit (Duitsers verblijvend in de Kop)                                                                                                                                                    |    |          |    |    |    |           |    |    |    | o.a. kort verblijf, dagje uit, fietsen, wandelen, 'zeit zu zweit' (in DUI)                                                                                                                                |    |    |    |          |    |    |    |          |    | o.a. voorjaar/tulpen |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|       |                                                                                                                                                            |   |   |   |       |    |    |       |    |    |                                                      |     |    |    |    |      |    |    |    |      |    |                                                                                                                                                                                               |    |          |    |    |    |           |    |    |    |                                                                                                                                                                                                           |    |    |    |          |    |    |    |          |    |                      |                  |         |    |    |    |   |   |   |   |   |            |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

### Vakantie en feestdagen 2025

#### Voorjaarsvakantie NOORD

#### Voorjaarsvakantie Midden/Zuid

#### Pasen

#### Koningsdag

#### Meivakantie

#### Bevrijdingsdag

#### Hemelvaartsdag

#### Pinksteren

- 15 feb - 23 feb  
- 22 feb - 2 maart

WK 8

WK 9

- 18 t/m 21 april  
- 26 april  
- 26 april - 4 mei  
- 5 mei  
- 29 mei  
- 8 t/m 9 juni

WK 16 -17

WK 17

WK 18

WK 19

WK 22

WK 24

#### Zomervakantie NOORD

#### Zomervakantie MIDDEN

#### Zomervakantie ZUID

#### Herfstvakantie NOORD/MIDDEN

#### Herfstvakantie ZUID

#### Kerstvakantie

- 12 juli - 24 augustus  
- 19 juli - 31 augustus  
- 5 juli - 17 augustus

WK 29 t/m 34

WK 30 t/m 35

WK 28 t/m 33

- 18 oktober - 16 oktober  
- 11 oktober - 19 oktober  
- 20 december - 4 januari 2026

WK 43

WK 42

WK 52 t/m 01



De bestemmingsmarketingactiviteiten in 2024 voor de Kop van Noord-Holland zorgden voor een vliegende start. Met de introductie op 17 april 2024 van de compleet nieuwe website [visitkopvanholland.nl](https://www.visitkopvanholland.nl) is in krap zeven maanden een boven verwachting hoog resultaat geboekt. De aanvankelijke scepsis dat het veel tijd in beslag zou nemen om bezoekers de weg terug te laten vinden en nieuwe bezoekers aan te trekken, heeft plaats gemaakt voor een stevig vertrouwen in de toekomst.

**Overtuigend** De 2024 resultaten zijn zelfs zo overtuigend goed dat besloten is om voor 2025 eigenlijk direct de verbredings- en verdiepingsslag in te zetten die pas voor later in de planning stond. Aanvankelijk stonden 2024 en 2025 primair in het teken van ‘terugwinnen en reactiveren’. Ingegeven door de situatie dat vanuit Holland boven Amsterdam in 2023 (en 2022) nauwelijks tot geen marketingactiviteiten meer werden ontplooid met als resultaat dat op 17 april 2024 de teller op nul stond.

**Verbreden en verdiepen** in 2025 staat voor een nog meer op de bezoekersdoelgroepen gerichte benadering met communicatieboodschappen die nog beter aansluiten op de beleavingswereld en nog meer de jaarrond-propositie van de Kop benadrukken en invullen. Met de aangescherpte doelgroep profielen en kernwaarden voor de Kop in de hand, rollen we een verrassende en inspirerende campagne uit via een slimme combinatie van on- en offline media, die moet aanzetten tot (verantwoord) fysiek bezoek.

**Klimaat** De toekomst is onzeker, en relevanter dan ooit is misschien wel de disclaimer ‘...resultaten uit het verleden....’. Tal van factoren zijn van invloed op het reisgedrag van consumenten, deels kunnen we die beïnvloeden, bijvoorbeeld met onze campagnes. Heel veel factoren kunnen we niet naar onze hand zetten. Zoals het weer. Een lang, koud en regenachtig voorjaar zorgt er voor er dit en volgend jaar minder bezoekers komen. Volgend jaar? Zeker, er is een grote groep die het zekere voor het onzekere neemt en onder de kerstboom in 2024 een ‘zonzekere’ vakantie boekt voor 2025. Wat we wel degelijk kunnen beïnvloeden is ons eigen klimaat, ... in de Kop. Politiek, financieel, organisatorisch staat ons voor 2025 (en volgende jaren) nogal wat te doen, er is werk aan de winkel, we moeten doelen en belangen duurzaam aan en met elkaar verbinden. ***Samen ondernemen!***



**visitkopvanholland.nl**

**redactie@visitkopvanholland.nl**

