Fontys online advertenties: overzicht per kanaal (sep 2025 tot sep 2026)

Oct 22, 2026

Samenvatting

Van sep 2025 tot sep 2026 stonden 144 betaalde campagnes live voor Fontys, met samen € 465.428 aan mediabesteding. Dat is 82 nationale campagnes (€ 353.051) en 62 internationale campagnes (€ 112.377, ongeveer 24%).

- **Always-on zorgt voor het grootste deel van het budget:** 46 campagnes, € 344.399 (74%). Dat zijn 15 grote, 27 middelgrote en 4 kleine campagnes.
- **Losse campagnes zijn talrijk maar klein:** 98 campagnes, € 121.028 (26%), waarvan 64 klein.
- **Grootte in totaal:** 68 klein (< € 1.000), 56 middel (€ 1.000 tot € 5.000) en 20 groot (≥ € 5.000). Van de 20 grote campagnes zijn er 15 always-on.
- **Advertenties:** 954 voor Meta en Google samen (Meta nationaal 349, Meta internationaal 272, Google 333). Voor Snapchat is dit aantal niet beschikbaar.

Uitgangspunten en indeling

Alleen campagnes die tussen 1 sep 2025 en 30 sep 2026 daadwerkelijk hebben gedraaid (met besteding) zijn meegeteld.

- **Bronnen:** Meta Fontys Hogeschool, Meta Fontys Internationaal, Google Ads (accounts Fontys NL, Venlo en FAA Internationaal) en een Snapchat-export uit Ads Manager.
- **Grootte:** klein < € 1.000, middel € 1.000 tot € 5.000, groot ≥ € 5.000, op basis van de besteding in de periode.
- **Always-on (AO):** campagnes met AO in de naam, plus twee Google-campagnes zonder einddatum die minstens 6 maanden leverden (Venlo Brand Search en PMax Infomaterial Lead Gen). Alle andere campagnes zijn losse campagnes met een einddatum.
- **Nationaal of internationaal:** internationaal is Meta Internationaal, Google Focus Internationaal (24 landen), Beethoven (12 landen) en het account FAA Internationaal.

- **Looptijd:** voor losse campagnes de geplande start tot einde, binnen de periode. Voor Snapchat is die niet te bepalen.

Totaaloverzicht per kanaal

Google nationaal is het grootste blok (€ 196.576), internationaal bestaat vooral uit Meta Internationaal en Google Focus Internationaal.

Blok	Campagnes	Besteding	Klein / middel / groot	Always-on (aantal, €)	Los (aantal, €)	Gem. looptijd los
Meta nationaal	35	€ 133.563	9 / 22 / 4	14, € 102.938	21, € 30.625	24 dagen
Snapchat	10	€ 22.912	7 / 1 / 2	2, € 17.961	8, € 4.951	onbekend
Google nationaal	37	€ 196.576	10 / 19 / 8	24, € 173.463	13, € 23.112	147 dagen
Totaal nationaal	82	€ 353.051	26 / 42 / 14	40, € 294.362	42, € 58.689	
Meta internationaal	9	€ 60.211	3 / 2 / 4	6, € 50.037	3, € 10.174	67 dagen
Google internationaal	53	€ 52.166	39 / 12 / 2	0	53, € 52.166	232 dagen
Totaal internationaal	62	€ 112.377	42 / 14 / 6	6, € 50.037	56, € 62.340	
Totaal alles	**144**	**€ 465.428**	**68 / 56 / 20**	**46, € 344.399**	**98, € 121.028**	

Google internationaal bestaat uit Focus Internationaal (24 campagnes, € 43.093), Beethoven (12 campagnes, € 4.050) en FAA Internationaal (17 campagnes, € 5.023).

Detail per kanaal

Meta nationaal (Fontys Hogeschool)

- 35 campagnes, € 133.563, 349 advertenties.
- Always-on: 14 campagnes (4 groot, 9 middel, 1 klein), € 102.938 (77%). De grootste is de leads-campagne PO-002190 met € 34.757.
- Losse campagnes: 21 (13 middel, 8 klein), € 30.625, gemiddelde looptijd 24 dagen. Het zijn vooral flights rond open dagen en voorlichtingen voor Kunsten, Educatie, Paramedisch en Venlo.

Snapchat

- 10 campagnes met besteding, € 22.912 (minimale gegevens uit de export).
- Always-on: 2 groot (€ 17.961): sales PO-002191 en awareness PO-002219.
- Losse campagnes: 8 (1 middel, 7 klein), € 4.951. Paramedisch 2026 staat twee keer in de lijst met dezelfde besteding en kan een dubbel zijn.

- Looptijd en aantal advertenties zijn niet bekend.

Google Ads nationaal (accounts Fontys NL en Venlo)

- 37 campagnes, € 196.576.
- Always-on: 24 campagnes (6 groot, 17 middel, 1 klein), € 173.463 (88%), gemiddelde looptijd ruim 12 maanden.
- Losse campagnes: 13 (2 groot, 2 middel, 9 klein), € 23.112, gemiddelde looptijd 147 dagen.
- Het aantal advertenties voor Google is 333 voor alle accounts samen (327 responsive search ads, 3 Demand Gen, 2 responsive display, 1 YouTube). PMax telt hier niet in mee.

Internationaal

- **Meta Internationaal:** 9 campagnes, € 60.211, 272 advertenties. Always-on: 6 campagnes (3 groot, 1 middel, 2 klein), € 50.037. Los: 3 campagnes, € 10.174, waarvan een verwijderd duplicaat van € 64. De gemiddelde looptijd is 67 dagen, gemeten als het aantal dagen met delivery bij de twee campagnes met data (119 en 14 dagen).
- **Google internationaal:** 53 campagnes, € 52.166, allemaal losse campagnes met gemiddeld 232 dagen looptijd. Focus Internationaal heeft 24 campagnes (een per land, PO-002487), Beethoven 12 (PO-002234) en FAA Internationaal 17 (€ 5.023).
- Voor Google staan de advertenties van de internationale campagnes in de 333 hierboven, zonder aparte telling.

Werkzaamheden voor het bureau per kanaal

Fontys is zelf verantwoordelijk voor tracking, strategie, budgetbepaling en de opmaak en aanlevering van alle content. Het bureau heeft op elk van die onderdelen een adviesrol en voert de campagnes uit.

Onderdeel	Fontys (eigenaar)	Bureau (adviesrol)
Tracking	Inrichting en beheer van GA4, pixels en conversies	Advies over tracking, UTM-structuur en conversiedefinities, en controle van de metingen
Strategie	Bepaalt doelen, doelgroepen en jaarplanning	Strategisch advies per kanaal en per instroommoment
Budgetbepaling	Bepaalt het budget	Levert het voorstel voor de budgetverdeling over kanalen, always-on en flights, met advies, en bewaakt de besteding per PO-nummer

Onderdeel	Fontys (eigenaar)	Bureau (adviesrol)
Content	Maakt, vormt op en levert alle content aan (beeld, video en teksten)	Advies over formaten en specificaties, copy, creatieve richting en testvarianten

Hieronder staat per kanaal wat het bureau uitvoert, naast de adviesrol.

Meta nationaal (35 campagnes, 349 advertenties)

- Campagnes opzetten per funnelfase (see, think, do) en per doelgroep: Hogeschool, Kunsten, Educatie, Paramedisch, Venlo.
- De door Fontys aangeleverde content (beeld, video, copy) in advertenties zetten, met controle op formaat en plaatsing voor feed, stories en reels.
- Dagelijks beheer: pacing, doelgroepen en plaatsingen bijsturen, advertentievermoeidheid aanpakken (frequentie bij de grootste campagne bijna 18).
- Flights starten en stoppen rond open dagen en online voorlichtingen, en gepauzeerde campagnes opschonen.
- Rapportage per flight en per maand.
- Advies: meetopzet voor leads en registraties, strategie rond instroommomenten, budgetverdeling tussen AO en flights, en welke creatives vervangen of getest moeten worden.

Snapchat

- Campagnes opzetten voor awareness en sales (AO en flights).
- De door Fontys aangeleverde video-creatives plaatsen en controleren op het juiste formaat.
- Beheer en optimalisatie van bereik en landingspagina-views, en controle op duplicaten.
- Rapportage per flight, met een export inclusief start- en einddatum en advertenties.
- Advies: pixel- en conversieopzet, rol van Snapchat in de funnel, budgetverdeling tegenover Meta en creatieve richting voor video.

Google Ads nationaal

- Zoekwoordonderzoek en structuur per opleidingsgebied en per vestiging (NL en Venlo/NRW).
- De door Fontys aangeleverde koppen, beschrijvingen en beelden verwerken in responsive search ads, Demand Gen en Display (NL en DE).
- Biedstrategie, negatieve zoekwoorden, zoektermenrapporten en beheer van PMax en Brand Search.
- Opschonen: 6 campagnes staan nog ingeschakeld na hun einddatum.

- Rapportage en vergelijking met GA4.
- Advies: conversiedoelen en het importeren van conversies uit GA4, copy en koppen, strategie per instroommoment en budgetverdeling tussen Brand, Search en PMax.

Internationaal (Meta en Google)

- Opzet per land: 24 Focus-campagnes, 12 Beethoven-campagnes en 17 FAA-campagnes in Google, plus 9 multi-country campagnes in Meta.
- De door Fontys aangeleverde meertalige content (NL, EN en landstalen) plaatsen, met landenspecifieke zoekwoorden.
- Beheer per land: budget per land bijsturen, landen die weinig leveren pauzeren en de status van AO-campagnes controleren.
- Rapportage per land en per PO-nummer (PO-002487, PO-002234, PO-002486, PO-002488).
- Advies: tracking over domeinen en talen heen, keuze van focuslanden, budgetverdeling per land en vertaling en aanpassing van content per markt.

Aandachtspunten en ontbrekende gegevens

- **Snapchat:** de datumrange is aangenomen als sep 2025 tot sep 2026 en nog niet bevestigd. De export bevat 33 van 73 campagnes, geen start- en einddatums, impressies of advertenties, en verwijderde campagnes zijn niet meegeteld. Snapchat is niet gekoppeld aan de data-connector, dus looptijd en aantal advertenties zijn pas te berekenen met een export met die gegevens.
- **Meta Fontys Kunsten:** dit aparte account zit niet in het overzicht.
- **Indeling internationaal:** Beethoven en het account FAA Internationaal zijn door mij als internationaal ingedeeld.
- **Meta Internationaal:** twee always-on campagnes staan op Actief zonder delivery sinds mei en juni 2026.
- **Google:** 6 campagnes staan nog ingeschakeld na hun einddatum.
- **Advertenties:** Google-zoekadvertenties en Meta-advertenties zijn niet 1 op 1 vergelijkbaar, en het aantal unieke creatives ligt lager dan het aantal Meta-advertenties.