

Branding en Marketing Natuur & Landschap Zeeland

Waar staan we?

Onze ambitie voor 2025

Inwoners én bezoekers genieten bewust van de karakteristieke natuur en landschappen in Zeeland doordat deze overall een vanzelfsprekend onderdeel zijn van het verhaal van Zeeland.

Onze doelen voor 2025

- Natuur en landschap dragen bij aan een gewaardeerd leefklimaat voor inwoners.
- Een toenemend aantal inwoners voelt zich betrokken bij natuur en landschap, vertelt hier trots over en laat het zien in hun activiteiten.
- Natuur en landschap zijn één van de top redenen voor toeristen en recreanten om (heel) Zeeland te ontdekken.
- Bezoekers van natuur en landschap hebben een positieve ervaring m.b.t de Zeeuwse natuur & landschappen (tevredenheid & waardering).
- Realisatie van strategische spreiding van bezoekers in ruimte en tijd.

Dit vertaalt zich ook in duurzame waardering én zorg voor natuur en landschap.

Campagne-uitingen 2022



Betrokken partijen sinds 2019

De Zeeuwse Natuur: Het Zeeuwse Landschap, Natuurmonumenten, Staatsbosbeheer, Landschapsbeheer Zeeland, Nationaal Park Oosterschelde, IVN, Terra Maris, UNESCO Geopark Schelde Delta i.o., Kenniscentrum Kusttoerisme, Provincie Zeeland.



Belangrijke resultaten 2019 – 2022

MARKETING & COMMUNICATIE

- 2019: Gezamenlijke ontwikkeling van de positionering en het verhaal van Natuur & Landschap. Belofte: 'verrassend contrastrijk'. Waarden: dynamisch, pionieren, robuust, uitgesproken, vindingrijk.
- 2019: Merkguids en workshops voor alle partners hoe dit verhaal te gebruiken bijvoorbeeld in eigen teksten en beelden.
- 2020 - 2022: Awareness/branding campagne 'Altijd Open' met als doel om de diversiteit en rijkdom van de Zeeuwse natuur en het landschap zichtbaar te maken richting bewoners en bezoekers. Ingevuld met voorbeelden vanuit strategische spreiding van bezoekers in ruimte en tijd.
- 2021 - 2022: Activatiecampagne 'Ommetjes' met als doel om bewoners en bezoekers naast inspiratie ook echt te activeren om de lokale natuur te bezoeken (deels corona, deels strategische spreiding van bezoekers in ruimte en tijd). Landingspagina's: natuurinzeeland.nl/ommetjes (voorjaar- en najaarvariant)
- 2020 - 2022: voor beide campagnes brede inzet van online en offline/outdoor media binnen en buiten Zeeland en toolkits voor partners voor gebruik in eigen kanalen. Alles in nauwe afstemming met Team Zeeland Marketing bij de provincie.
- 2021: realisatie van een 6-delige televisieserie Natuurlijk! via Omroep Zeeland.
- 2022: voorbereidingen mbt Zeeuwse input voor bioscoopfilm en televisieserie De Wilde Noordzee via Provincie Zeeland (release 2024).

BEZOEKERSMANAGEMENT

- 2020: ontwikkeling spreidingskaart met kleurcodes die aangeven welke natuurgebieden wel / niet meer druk aankunnen. Deze kaart wordt gebruikt als basis voor communicatie en activiteiten.
- 2021: gezamenlijke verkenning van (bij ons merk passende) methoden voor druktemeting en bezoekersspreiding.
- 2022: verankering natuur- & landschapsvragen in onderzoeken Kenniscentrum Kusttoerisme: inwonersonderzoek, bezoekersonderzoek, pilot meetinstrument druktemeting.

INSPIRATIE & ACTIVITEITEN AANBOD

Geclusterd overzicht van de activiteiten van alle organisaties op natuurinzeeland.nl (landingspagina op ZeelandVisit.nl).

BEWUSTWORDING & BETROKKENHEID

- Aantallen groene vrijwilligers, gastheren en ambassadeurs van het landschap in kaart gebracht.
- Het verhaal over de diversiteit van natuur & landschap is geïncorporeerd in de gastheren & vrijwilligersnetwerken van alle organisaties en het verdere werk van IVN op het gebied van educatie, bewustwording en betrokkenheid.

GEZAMENLIJKE ORGANISATIE

- Kwartaalmeetings met de partnergroep voor updates en inspiratie.
- Plan van aanpak verankerd in meerjarige strategie De Zeeuwse Natuur.
- Betrokken organisaties vinden elkaar sneller en bouwen op zeer positieve manier samen aan de positie van Natuur & Landschap in Zeeland.

ENKELE CIJFERS

- 2022: Natuur & Landschap is #1 reden om voor Zeeland te kiezen (bron: Bezoekersonderzoek).
- 2022: Bereik campagne Altijd Open: social campagne: uniek bereik 457K, weergaven 2,6 mio, klikken 89K; google campagne: weergaven 52 mio, klikken 22K; A58 billboard: 1,7 miljoen passanten, 75,6K vertoningen; outdoor (driehoeksborden/Ao): verspreid over alle Zeeuwse gemeenten tussen juli en december.
- 2022: Bereik campagne Ommetjes: social campagne: uniek bereik 194K, weergaven 999K, klikken 24K.

Campagne-uitingen 2021-2022



Belangrijkste elementen plan 2023

- Voortzetting awareness campagne Altijd Open met steeds weer nieuwe beelden en prikkels rond minder bekende elementen van de Zeeuwse natuur & het landschap (keuze voor consistentie en doorbouwen op een campagne die nog steeds heel succesvol is).
- Nieuwe invulling activatiecampagne: periodiek een onbekend gebied van een van de partners centraal stellen aangevuld met 'boswachtersblog'.
- Update spreidingskaart met drukte indicaties voor alle natuurgebieden in Zeeland.
- Ontwikkeling 'activiteitenkaart' met de belangrijkste activiteiten van de verschillende partners rond de natuurgebieden met als doel overzicht te krijgen, kalenders af te stemmen en 'gaten' in het aanbod te vullen.
- Plan van aanpak om maximaal gebruik te maken van de film De Wilde Noordzee die uitkomt in 2024 (promotie, educatie etc.).
- Versterken link met aanpalende initiatieven als Bestemming 2030, Toeristische Marketingstrategie Zeeland, Zeeland beweegt mee en UNESCO Geopark Schelde Delta i.o.
- Actieve deelname aan relevante netwerken en netwerkbijeenkomsten bv de Toeristische Ontmoetingsdag in november 2023.



Waterdunen, Andy Troy Multimedia