



Communicatie Overzicht Bestemming Benelux!

- Communicatie inzet van Bestemming Benelux!:
 - Naamsvermelding en redactionele aandacht op: www.kampeerencaravanjaarbeurs.nl (totaal 860.000 pageviews)
 - Beursplattegronden
 - Nieuws exposanten op website (aanmelden via: nieuws@kampeerencaravanjaarbeurs.nl)
 - Beursnieuws verspreid via Digitale perskamer
 - Redactionele vermelding in glossy beursmagazine (oplage 20.000)
 - Vermelding digitale nieuwsbrief (oplage circa 35.000)
 - Bestemming Benelux als primeur en rode draad in persberichtgeving
 - Gegarandeerde media-aandacht via advertorial in de volgende media:

Mediaoverzicht advertorials Bestemming Benelux

titel	uitgever	omvang	Oplage
Kampeer & Caravan Kampioen	ANWB	1/1 full colour	118.000
De Kampeerauto	NKC	1/1 full colour	17.000
De Caravan	NCC	1/1 full colour	
Zin Reisspecial Herfst	Sanoma	1/1 full colour	30.500
Libelle Reisspecial Herfst	Sanoma	1/1 full colour	454.500
Margriet Reisspecial Herfst	Sanoma	1/1 full colour	273.000
Viva Reisspecial Herfst	Sanoma	1/1 full colour	30.000
Flair Reisspecial Herfst	Sanoma	1/1 full colour	90.000
Totaal titels:			1.013.000

De totale media inzet voor KCJ 2010 ziet er als volgt uit:

Radio

Periode: 11 t/m 24 oktober 2010
 Actieve weken: Week 41 en 42
 Zenderkader: ORN (alle regionale zenders)
 Actieve dagen: Maandag t/m zondag
 Tijvak 07.00 t/m 19.00 uur
 Totaal spots ca. 860

Op de zenders Radio Gelderland, Radio Noord-Holland, Radio West, Radio Rijnmond en Omroep Brabant zullen we de mediadruk verhogen.

Print

1. Regionale dagbladen

Periode: 14, 16 en 19 oktober 2010

Formaat: 1/8e pagina + 1 steunkleur

Bladen: BRp Dagbladen > Noordhollands Dagblad, Haarlems Dagblad, IJmuider Courant, De Gooi- en Eemlander, Tubantia, De Gelderlander, Barneveldse Krant, AD, Brabants Dagblad, BN DeStem, Eindhovens Dagblad

Oplage: 1,6 miljoen

Bereik: 4,4 miljoen

De landelijke inzet middels regionale dagbladen wordt aangevuld met de Sanoma Reisspecial Herfst waarmee we in het reisumfeld de primaire en secundaire doelgroep extra kunnen bedienen op hun interessesniveau en het thema: bestemming Benelux.

2. Reisspecial Herfst

Versijnt: 17 september 2010

Oplage: ca. 1.200.000 exemplaren bij Libelle 454.000, Margriet 273.000, ZIN 90.500, Flair 109.000, Viva 90.000

Doelgroep: Vrouwen 20 t/m 69 jaar

Informatie: In deze special staat informatie over zon en strand, steden, rondreizen, cultuur, kamperen, bungalows en aanbiedingen.

3. Kampeer Tijdschriften

Uiteraard zullen er advertenties en artikelen geplaatst worden in de KCK, De Kampeerauto en De Caravan. Via onze samenwerking met ANWB Ticketing zal de KCJ ook worden aangekondigd in De Kampioen, Touractief en ANWB Onderweg.

Internet

De online campagne van KCJ heeft de afgelopen jaren een belangrijke rol gekregen in de totale campagne.

In 2010 zullen we dus wederom fors inzetten in een online campagne:

- **Google Adwords**

In 2009 zijn de advertenties in totaal iets meer dan 6,5 miljoen keer vertoond en hebben er in totaal 42.950 mensen op de links geklikt. De campagne heeft geleid tot 2.823 kaart bestellingen.

- **Gesegmenteerde EDM campagne KCJ** (digitale nieuwsbrieven naar onze eigen Dbase) In totaal worden er 7 EDM's verstuurd in de periode 5 augustus tot en met 21 oktober. Op basis van de bij ons bekende profielgegevens (bezit kampeermiddel) worden de nieuwsbrieven gesegmenteerd verstuurd (caravan, camper, overig)
- **Overige nieuwsbrieven** > ACSI, ANWB, Campinglife en Kampeerezaken
- **Bannering op websites** > ANWB, NKC, Kampeerezaken, Campersite.nl (en rest van ISN netwerk) en Campinglife

TV

Via Campinglife TV wordt in 2 uitzendingen aandacht aan de Kampeer en caravan Jaarbeurs besteed.

Periode: 16 en 23 oktober

Bereik: 750.000-1.000.000 kijkers per aflevering (incl. herhaling)