

Nominaties Marketing Innovatie Award in de leisure sector

28-10-2016 09:07

In het steeds groter wordende concurrentieveld van de vrijetijd is het strijden om de aandacht van de consument. De afgelopen jaren zien we dat er steeds meer aandacht komt voor ludieke acties en campagnes. Bedrijven in de leisure sector die daarmee het beste weten te scoren, maken sinds vorig jaar kans op de Marketing Innovatie Award. Onlangs werden de 9 genomineerden voor 2016 bekend gemaakt.



De genomineerden (in willekeurige volgorde):

Layover with a local KLM introduceerde de 'Layover with a local' app. Reizigers die tijdens een overstap langer dan 6 uur op Schiphol moeten wachten, krijgen de kans om met een local Amsterdam te verkennen. De reiziger krijgt de treinreis en het eerste drankje in een Amsterdams café gratis, terwijl de local, die zich vrijwillig aan kan melden, de reiziger mee kan nemen om Amsterdam te bekijken. Een nieuwe stap in marketing om een bestemming te promoten en tevens KLM als een social airline neer te zetten. ([artikel op pretwerk](#))

<https://www.youtube.com/watch?v=825xE9II4Ws>



Bloggershuis Den Haag Eind maart werd het eerste bloggershuis van Nederland geopend: een speciaal strandhuis voor reisbloggers en -vloggers uit binnen- en buitenland. Midden in de natuur, tussen zee en duinen en toch slechts een half uur verwijderd van alle attracties die de stad te bieden heeft. Gedurende het strandseizoen is dit bloggershuis open voor bloggers en vloggers uit alle windstreken. Het strandhuisje is publicitair een groot succes met meer dan 300 publicaties en ruim 100.000 interacties. ([artikel op pretwerk](#)) <http://denhaag.com/nl/blog> **Adrenalin ohne Ende** Walibi Holland besloot deze zomer op de Veluwe reclame te maken, specifiek gericht op de Duitse toerist. Er reden namelijk vijf bussen in de regio rond met daarop de tekst 'Adrenalin ohne Ende'; de Duitse variant van

#HARDGAAN. Walibi Holland is zich al langer bewust van de Duitse toerist. Naast de busreclame had Walibi een Duitse radiospot en een online campagne met video in de deelstaat Nordrhein Westfalen lopen.

<https://www.walibi.nl/nl/persberichten/adrenalin-ohne-ende-walibi-holland-richt-zich-op-duitse-markt>

BrabantNacht Tijdens de eerste editie van BrabantNacht op 17 september werkten acht iconen uit Brabant (Efteling, Safaripark de Beekse Bergen, Van Gogh Brabant, 's-Hertogenbosch, Tilburg, Breda, Eindhoven, Nationaal Park de Biesboch en Provincie Noord-Brabant) samen om Brabant nationaal en internationaal op de kaart te zetten. Die partners hebben op eigen initiatief en vanuit eigen financiering, ieder een bijzonder arrangement samengesteld, met een exclusief aantal plekken. De Nacht is ook gekozen om meerdaags verblijf te stimuleren. BrabantNacht is een initiatief van Visitbrabant. www.visitbrabant.nl **SnapTravellers bij WOW air** De IJslandse lowcost luchtvaartmaatschappij WOW air gaf haar Snapchat-account drie maanden uit handen aan de vier meest originele, creatieve en interessante Snapchatters. Deze zogenaamde SnapTraveller mochten WOW-bestemmingen bezoeken en hun reiservaringen delen via social media. snaptraveler.wowair.com **Share the Vibe** In januari 2016 lanceerde Eindhoven een nieuwe merkcampagne Share the Vibe. Daarbij werden beeldmakers uit de stad gevraagd om hun visie op Eindhoven te geven. Eindhoven365 heeft in feite haar merk, de drie vibes, aan videokunstenaars gegeven en die mochten er vrijelijk wat mee doen. De campagne sluit goed aan bij het citymarketingbeleid van Eindhoven dat nieuwsgierig wil maken en aansluit in de tijd van contentmarketing en social media. www.eindhoven.video **Kusttram Toeristisch Limburg** Toerisme Limburg vzw pakt uit met een opvallend charmeoffensief aan de Belgische Kust. De rest van het jaar pendelt er een 'Limburgse kusttram' tussen Knokke en De Panne. Die moet lokale bewoners, dag- en verblijfstoeristen inspireren om een vakantie in Limburg te boeken. "Limburg is het hele jaar door een ideale dichtbijbestemming. Waar beter die boodschap overbrengen dan aan de Belgische Kust, waar de mensen openstaan voor nieuwe vakantieprikkels", zegt Igor Philtjens, gedeputeerde van Toerisme, Cultuur en Erfgoed én voorzitter van Toerisme Limburg vzw. www.toerismelimburg.be **Online platform voor kids** De Efteling heeft een nieuwe en meertalige digitale omgeving speciaal gericht op kinderen gelanceerd:

www.efteling.com/nl/kids Deze vrolijke en reclamevrije website voor kids is een veilige omgeving waar kinderen zich altijd en eindeloos kunnen vermaken met content van het pretpark. In de nieuwe kindvriendelijke omgeving kunnen kinderen aan de hand van hun favoriete bewoner van park in Kaatsheuvel, zoals Pardoes, Jokie of Roodkapje met veel beeld, grote knoppen en weinig tekst de wereld van de Efteling ontdekken.

www.efteling.com/nl/kids **Rijksmuseum campagne #hierteekenen** We kijken tegenwoordig snel, vluchtig, oppervlakkig. We zijn snel afgeleid. Het zou mooi zijn als we ietsje beter kijken. Daarom is Het Rijksmuseum de campagne #hierteekenen gestart, waarmee men iedereen uitnodigt tekenend de museumzalen in te gaan. Om de missie te ondersteunen kwam het museum met een TV commercial die is mogelijk gemaakt door

hoofdsponsor ING. www.rijksmuseum.nl/nl/hierteekenen **De prijsuitreiking van de Marketing Innovatie Award 2016** Ook dit jaar is er een professionele jury die zich in de komende weken over de genomineerden buigt:

Martin van Kranenburg (betrokken bij o.a. Micazu – Vakantie Boulevard en grondlegger van TravelNext), Patrick Mulder (verkeersbureaus.info), Ruud Steenhuisen (Pleasureworld International) en Susanne Giesbers (auteur van het boek Innovatie in Marketing). De prijsuitreiking vindt plaats op maandag 14 november tijdens de Nationale Netwerk Lunch met als thema "Onze buurlanden & waar komen onze gasten vandaan?". De uitreiking vindt plaats tijdens de vakbeurs Welcome te Gorinchem van 14 t/m 16 november 2016. **Waarom de Marketing Innovatie Award?** De Marketing Innovatie Award is een initiatief van Pleasureworld en past binnen hun campagne om de totale vrijetijdssector naar een hoger marketingniveau te tillen. Naast de Award kwam dit jaar ook al het handboek Innovatie in Marketing uit en worden momenteel diverse Masterclasses door het land georganiseerd. De Marketing Innovatie Award wordt dit jaar voor de tweede keer georganiseerd. Winnaar van vorig jaar was journalist en filmmaker Daisy Scholte die voor Expedia Pionier een jaar door Nederland reisde en haar ervaringen deelde via social media. Meer informatie: <http://pleasureworld.nl/marketing-innovatie-award/> Bewaren