

# Recreatief Totaal; de marketingspecial

28-02-2017 08:40

*'Marketing wordt steeds persoonlijker', is de ondertitel op de voorpagina van Recreatief Totaal. In de eerste editie van dit vakblad van dit jaar staat het thema marketing centraal. Ben je ook nieuwsgierig naar de achtergrond van de Mr Wings campagne van CenterParcs? Of hoe Burgers' Zoo steeds meer gebruik maakt van Social Media en events in haar marketingmix?*

Het marketingthema krijgt vorm in vier artikelen: [caption id="attachment\_40361" align="alignright"



width="300"]

Mr. Wings[/caption] **Center Parcs**

**en de Mr Wings campagne** Wie regelmatig TV kijkt, en geïnteresseerd is in de recreatiesector, heeft ongetwijfeld de 'vreemde vogel' van Center Parcs in TV commercials voorbij zien komen; Mr. Wings. De campagne loopt inmiddels een jaar, en wordt wegens succes verlengd. We gingen op bezoek bij Andres Neira de Back, marketing director bij Center Parcs Europe, om eens wat meer te leren over de achtergrond van de campagne. **Veranderingen online recreatiemarketing in 5 thema's** Online verandert snel. Heel snel. De ontwikkeling van technologie, de maatschappelijke acceptatie en adoptie van apparaten als smartphones en smartwatches draagt hier natuurlijk aan bij. Waar in 2015 al meer zoekopdrachten via mobiel dan desktop plaatsvonden, optimaliseerde Google afgelopen jaar haar zoekmachine voor mobiel. Red Online stelde een top



5 op van ontwikkelingen die de markt (gaan) veranderen.

**Nieuwe marketing Burgers' Zoo met focus op social media en evenementen** Dat marketing sterk verandert merkt ook Tim Lammers, marketing manager bij Koninklijke Burgers' Zoo in Arnhem. In het verleden wist de dierentuin altijd veel media-aandacht te genereren op TV. Die hoofdrol is nu weggelegd voor sociale media kanalen en evenementen. Voordeel van deze 'nieuwe' kanalen is een grotere betrokkenheid van de geïnteresseerden bij het park. **Creatieve marketingkracht van familiebedrijf Hoge Hexel** Bungalowpark Hoge Hexel in het Overijsselse Wierden beschikt niet over de marketingbudgetten waarmee grote concurrenten als Landal en Center Parcs de markt benaderen. Doordat het bedrijf bewust kiest voor een nichemarkt en een persoonlijke benadering, weten ze zich toch goed te handhaven. De marketing wordt grotendeels door de eigen mensen uitgevoerd, maar voor de online benadering werd Prosuco ingeschakeld. Bedrijfsleider Gerri Weelink deelt graag haar ervaringen over de marketingaanpak. En verder in deze editie:

- Vakantiepark van de toekomst: recreatiebedrijven met de juiste mix overleven
- Interview met Bas Hoogland: Gastvrijheid met kleur en en ziel
- De Supermarkt verdwijnt van het bungalowpark
- PortAventura; in 2017 een bezoekje waard
- voorbeschouwing op vakdag; Het nieuwe dagje uit
- Indoor speelconcept bij Fort Fun in Duitsland
- Zij Nederlandse indoor speeltuinen niet veilig?
- Groeiambities van FEC De Voltage in Tilburg
- Meer rendement in de tent (blog Susanne Giesbers, @pleasureworld)
- Nederland is te vol met oude bungalowparken (blog Hans van Leeuwen @pleasureworld)

[Recreatief Totaal 1 - 2017 - de online editie](#)

Bewaren

Redactie