

Visit Aalsmeer campagnes 2021

Credit: @kickfotos.nl



Campagnes 2021 realiseerden bereik van meer dan 5.5 miljoen mensen

In het tweede door Covid-19 getekende jaar met beperkende maatregelen voor toerisme en recreatie vervolgde Visit Aalsmeer de succesvolle 'Koop Meer Lokaal' campagne. Daarnaast werd in juli 2021 een awareness campagne gelanceerd, die was gericht op zowel inwoners als bezoekers. Hoofdingrediënt was de mini-documentaire Wild Aalsmeer die het natuurgebied in en rond de Westeinderplassen belicht, met commentaar van Aalsmeerder Gerard Joling. De twee campagnes en andere uitingen op de website en social mediakanalen realiseerden gezamenlijk een bereik van meer dan **5.5 miljoen** mensen (en ruim **8.2 miljoen** weergaven).

1.9 miljoen bereik en 2.1 miljoen weergaven via de social media-kanalen en de website

De website [VisitAalsmeer.nl](https://www.visitAalsmeer.nl) en de posts en stories op social mediakanalen Facebook, Instagram, LinkedIn en Twitter zijn belangrijk bij de promotie van Aalsmeer. Het totale bereik in 2021 van de website en social mediakanalen samen was 1.940.980. Het aantal weergaven schoot dik door de 2 miljoen heen met 2.127.874.



Credit: @kickfotos.nl

De post 'Zie ginds komt de boot vol seringen weer aan!' scoorde het best op Instagram met een bereik van 26.700.

Een schat aan free publicity

De documentaire met Gerard Joling leverde een schat aan free publicity op met publicaties in landelijke en vakmedia, waaronder [RTL Boulevard](#), [Telegraaf](#), [Story](#) en [Recreatief Totaal](#).



Credit: @erikhageman.nl

1.2 miljoen weergaven met 'Koop Meer Lokaal' campagnes

Verspreid over het jaar zijn in 2021 vier versies van de 'Koop Meer Lokaal' campagne uitgevoerd. De campagne, in samenwerking met Nieuw Ondernemend Aalsmeer, werd in 2020 voor het eerst gelanceerd als antwoord op de Covid-19 maatregelen en is erop gericht awareness en betrokkenheid te creëren voor de lokale middenstand en dienstverleners. De vier campagnes genereerden een bereik van **508.410** en **1.229.611** weergaven.



'Met deze crossmediale campagne Wild Aalsmeer zijn Aalsmeer, de Westeinderplassen en het unieke gebied met flora en fauna mooi onder de aandacht gebracht.' - **Wethouder Robert van Rijn**

3.1 miljoen bereik en 4.9 miljoen weergaven met Wild Aalsmeer campagne

Speerpunt voor Visit Aalsmeer in 2021 was de breed opgezette crossmediale marketingcampagne Wild Aalsmeer. In een mini-documentaire van 10 minuten vertelt Aalsmeer's bekendste inwoner Gerard Joling over de Westeinderplassen en omgeving. Medio juli werd de campagne gelanceerd. Naast de mini-documentaire en advertentiecampaagne werden op www.wildaalsmeer.nl inspirerende verhalen geplaatst van prominente inwoners over de natuur in Aalsmeer. De campagne met een

looptijd van drie weken omvatte online en offline activiteiten. Er werd met 16 influencers samengewerkt en een Instameet georganiseerd met 7 fotografen. Zij plaatsten de mooiste foto's en verhalen op hun eigen social mediakanalen. Er werden 4.9 miljoen weergaven geregistreerd.



Credit: @kickfotos.nl



Credit: @kickfotos.nl