



apeldoorn
partners

Voorjaarscampagne 2025
update
Apeldoorn Partners

doel van campagne

Apeldoorn bekend maken als de groene & royale hoofdstad van de Veluwe.

Door Apeldoorn bekender te maken en een herkenbaar profiel te geven, trekken we meer bezoekers, bewoners, bedrijven en congressen naar de stad. Deze zorgen voor extra bestedingen en daarmee versterking van de economie.

Totaal hebben we 10.768.328 contactmomenten gerealiseerd.

Lokaal hebben we de uitagenda extra onder de aandacht gebracht.

De campagne liep van 14 april t/m 8 juni 2025



doelgroep

Bewuste Pionier

De bewuste pionier is gebaseerd op de doelgroepsegmentatie van Mentality (Motivaction) en heeft overeenkomsten met de stijl- en inzichtzoeker (Leefstijlvinder). We kiezen bewust voor deze doelgroep, omdat deze past bij het DNA van Apeldoorn, maar ook omdat deze doelgroep uithuizig is, graag in de stad woont en besteedt, houdt van cultuur en nieuwe dingen beleven. Ook houdt ze van het groen dat Apeldoorn biedt.



(zakelijke) radio

Liep van 21-04-2025 t/m 05-05-2025

[Deze spot](#) draaide op Radio NPO 1, 2, 3FM, 5 en Omroep Gelderland. Hierdoor komt een grote groep mensen regelmatig in contact met het merk Apeldoorn.

[Deze spot](#) draaide op het podcast netwerk van BNR en de FD Mediagroep. Hierdoor kwam de economische doelgroep in contact met het merk Apeldoorn.

bereik

4.325.000 mensen



radio

[Deze spot](#) hebben wij vorig jaar ook gebruikt. Toen heeft STER een onderzoek gedaan naar de boodschapherkenning en associaties.

Toen scoorde we met een merkherkenning van 56% ver boven de benchmark van 40%. 76% van de luisteraars gaf aan te hebben onthouden dat Apeldoorn een unieke mix van stad en natuur biedt. 84% van de luisteraars dat Apeldoorn de groene & royale hoofdstad van de Veluwe is.



radio zakelijk

Online luisteraars van BNR hebben de spot rond allerlei programma's gehoord.

De top 5:

- Boekestijn en de Wijk
- Napleiten
- Ochtendnieuws
- De Wereld
- Proforma



digitale outdoor

Was zichtbaar van 21-04-2025 t/m 05-05-2025

Digitale out of home campagne op Rotterdam Centraal, Eindhoven Centraal, Den Haag CS, Utrecht CS en rond Haarlem Station.

Er is voor deze steden gekozen omdat hier de meeste websitesbezoekers vandaan komen en onze doelgroep ruim aanwezig is.

Daarnaast is er snelwegreclame ingekocht in deze regio. Onze reclame op de snelweg zal synchroon lopen met het uitzendschema van onze radiospot. Zo zien én horen mensen ons tegelijk.

Bereik: 3,7 miljoen



OCEAN



Onze snelweg reclame was zichtbaar op de momenten dat onze spot op de radio was

digitale outdoor



Voorbeeld van de video die zichtbaar was op stations

online

Liep van 14-04-2025 t/m 08-06-2025

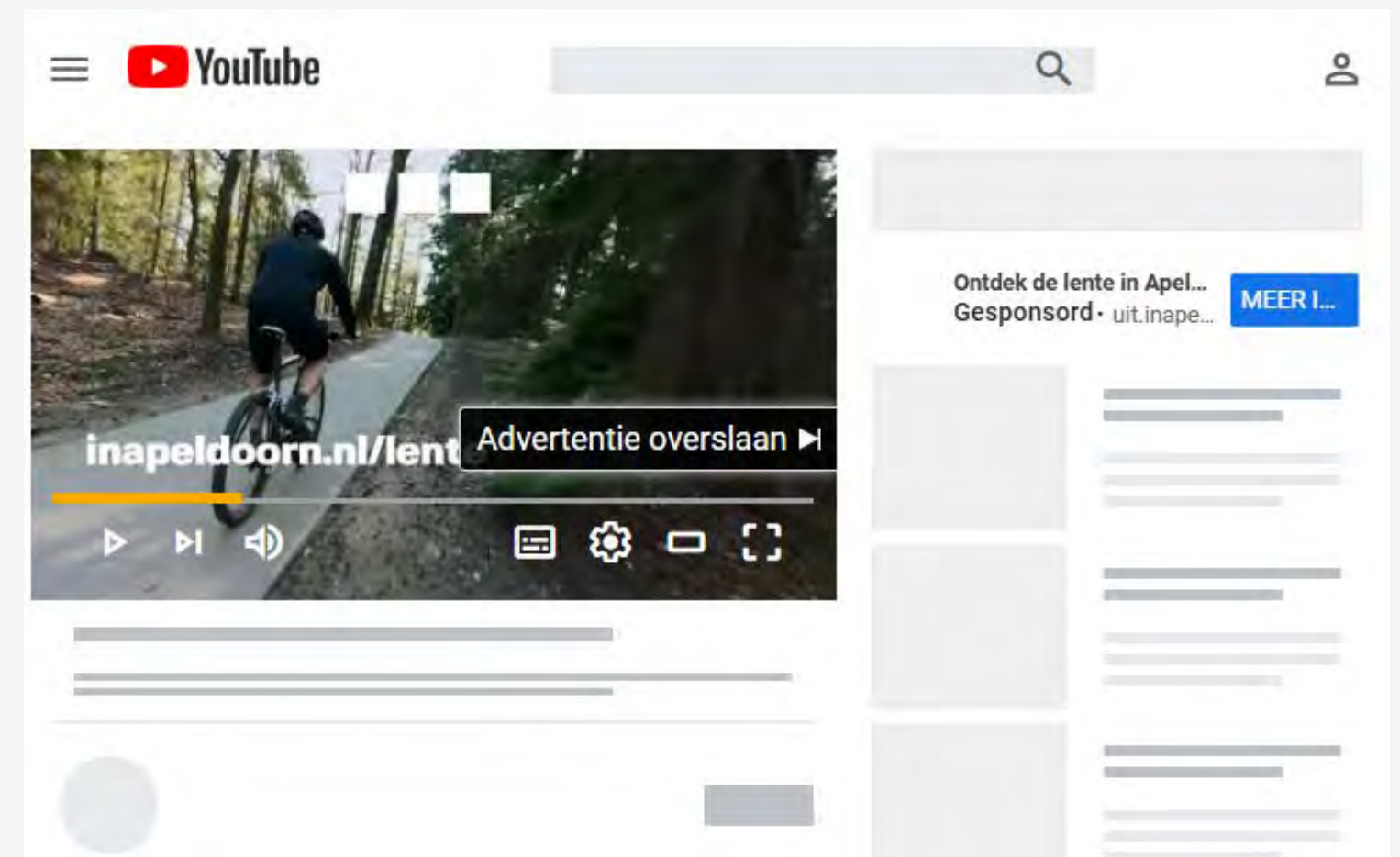
We draaiden een online campagne op Instagram, Facebook en YouTube. Hiervoor gebruikten we deze video's waarin de contrasten tussen 'groen & royaal' aan elkaar verbonden worden.

Op Google plaatsten wij zoekwoordadvertenties zodat mensen die zoeken naar Apeldoorn, onze advertenties zien en naar onze website worden geleid.

totaal bereik: 1.443.328 contactmomenten

Totaal aantal website klikken: 24.991

waarvan 15.763 naar inapeldoorn.nl/lente

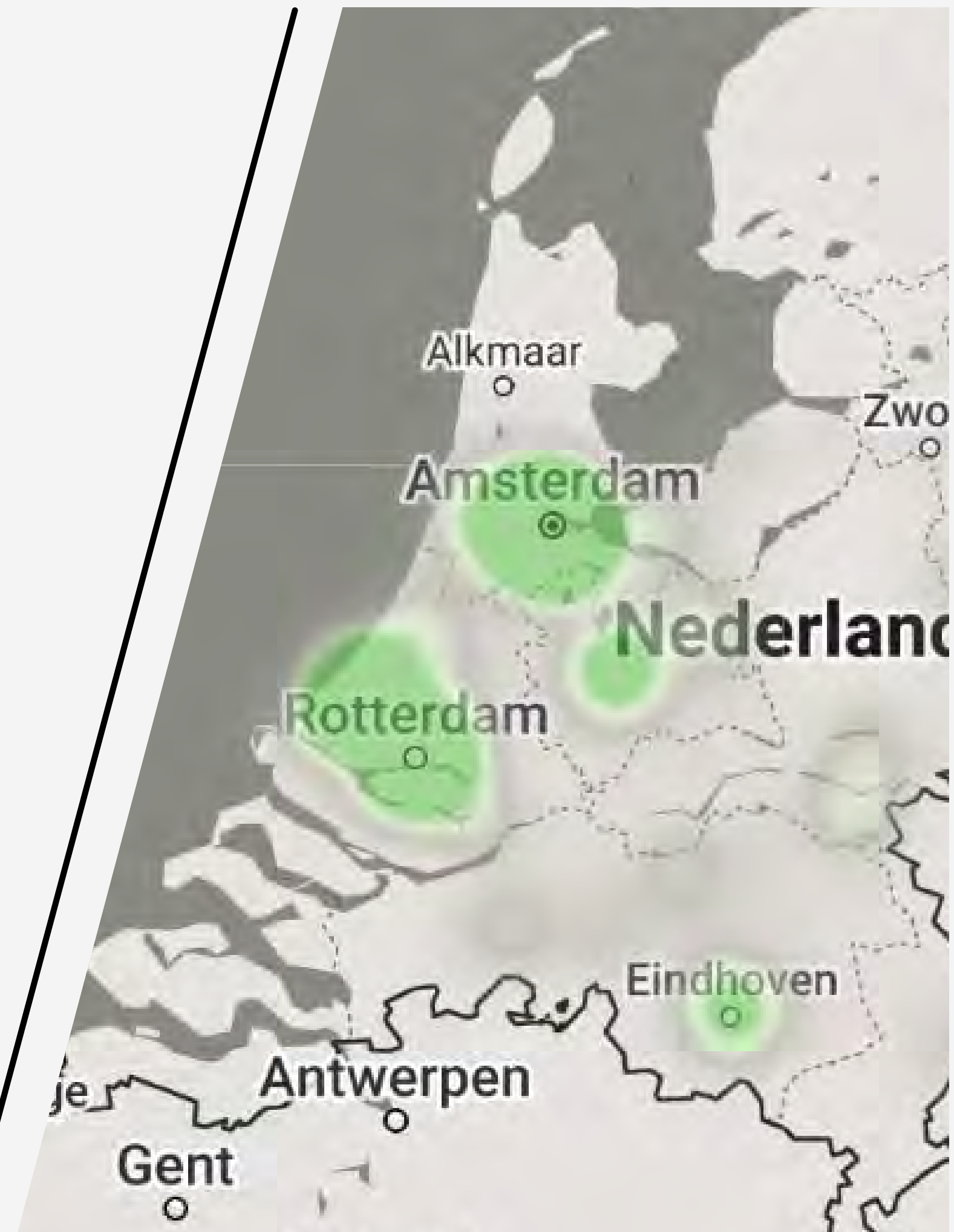


footfall campagne

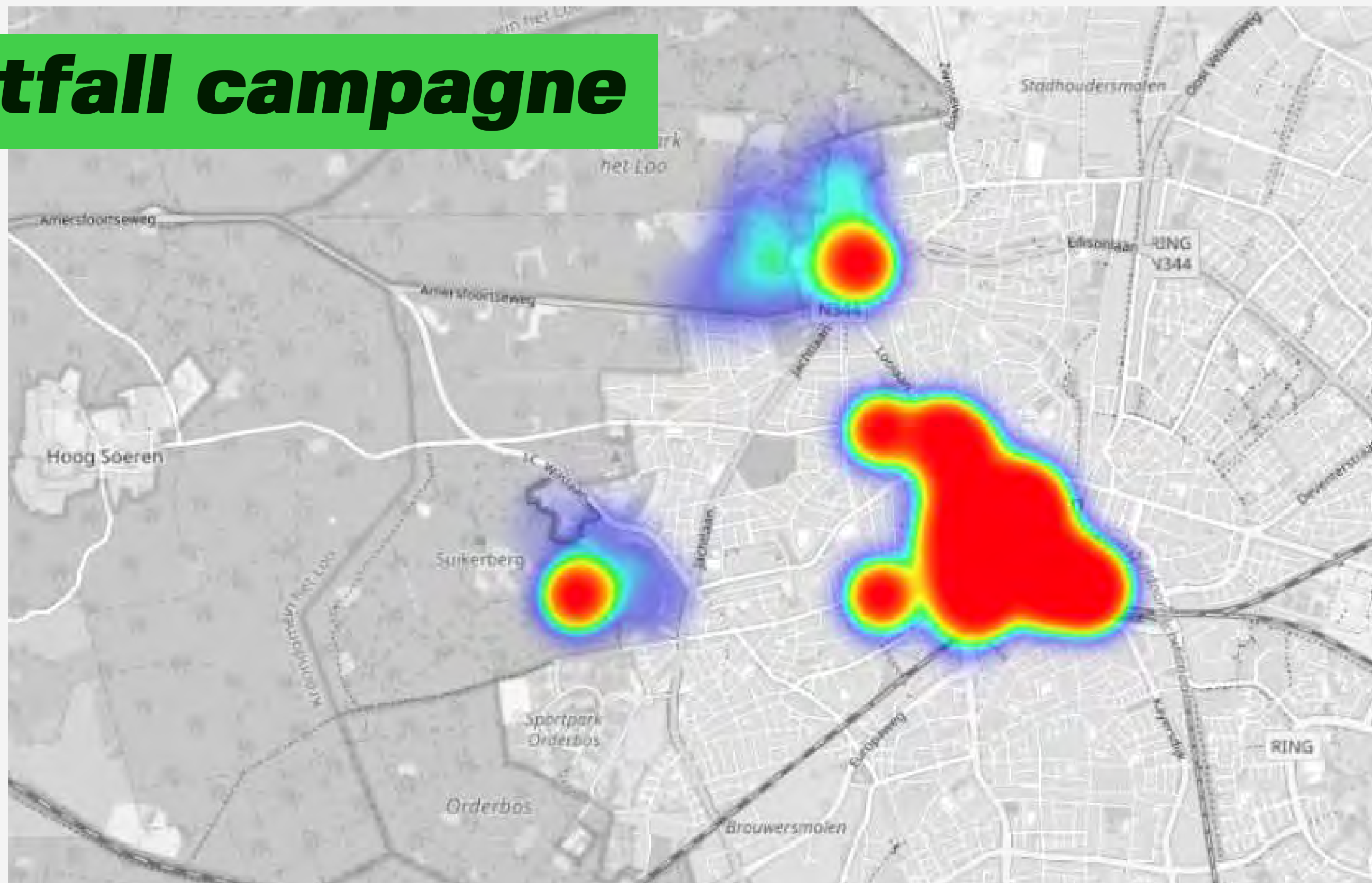
Heel 2025 loopt er een footfall campagne: meten en analyseren hoeveel mensen na het zien van online display advertenties een bezoek brengen aan Apeldoorn aan de hand van geanonimiseerde locatiegegevens van mobiele telefoons.

Resultaat tot juni 2025:

- **1,3 miljoen keer gezien**
- **4.500 website bezoeken. Dit is ruim boven benchmark**
- **17.490 gemeten bezoeken aan Apeldoorn. Na 5 maanden hebben we al 95% van het totale aantal verwachte bezoekers van 2025 bereikt.**



footfall campagne

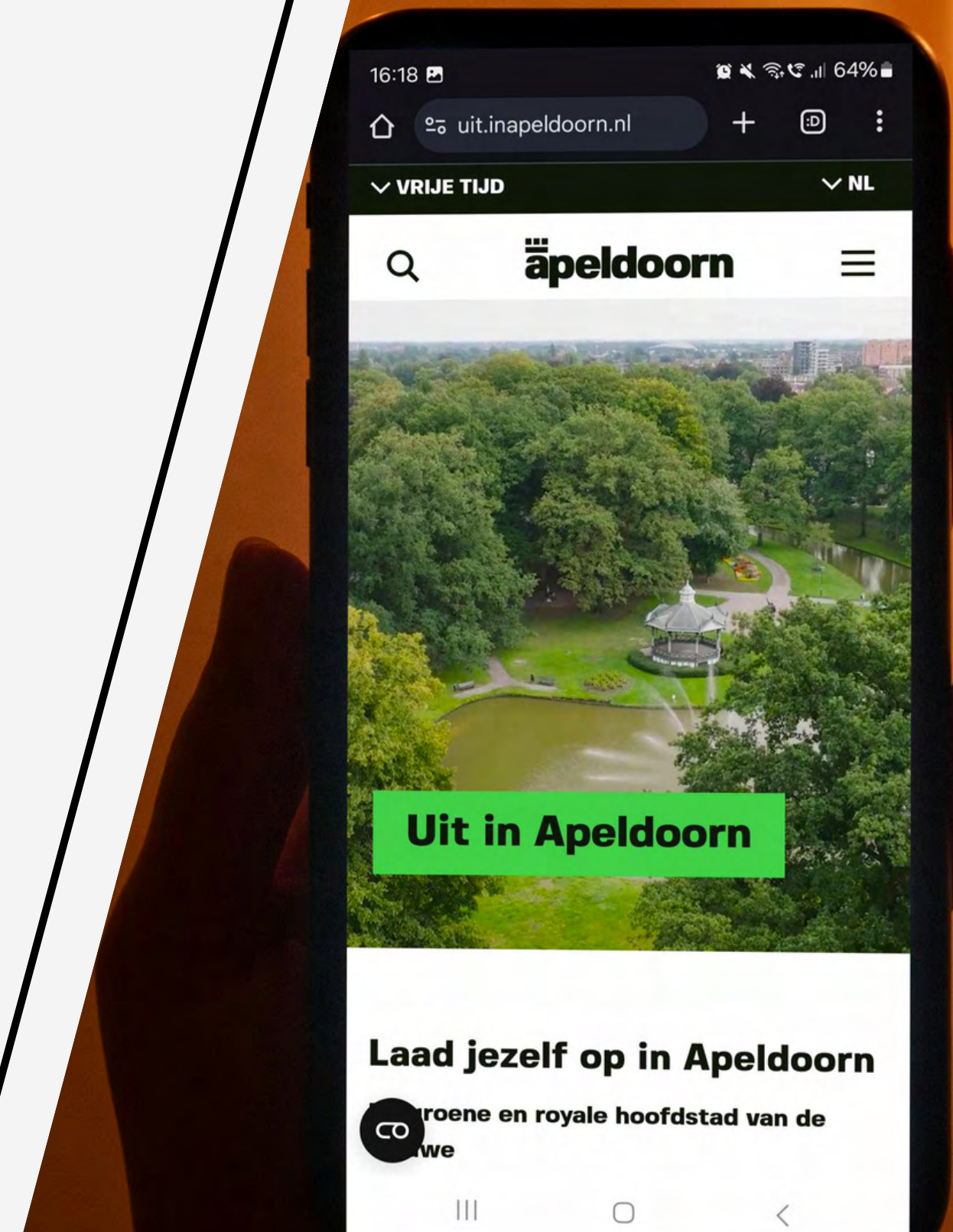


We meten de bezoekers rond Paleis Het Loo, Apenheul en de binnenstad.

website

Van 14 april t/m 8 juni heeft uit.inapeldoorn.nl de volgende resultaten behaald:

- 103.014 bezoekers. Stijging van 75% vergelijk met de periode hiervoor.
- 19.376 doorklikken naar websites van ondernemers of organisatoren. 4.108 mensen klikten door naar ondernemers, 15.268 naar organisatoren van activiteiten.
- Campagne landingspagina 15.788 keer bekeken.



vervolg

Laden van het merk 'Groene en royale hoofdstad van de Veluwe' en daarnaast de associatie met cultureel aanbod sterker maken

Hoe gaan we dit doen?

Voortbouwen op DE OPENING, cultureel aanbod koppelen aan groen. We nemen culturele weekendje-weg_pagina's op www.inapeldoorn.nl als leidraad.

Deze campagne loopt van 16 augustus 2025 t/m 30 september 2025





äpeldoorn

Groene & royale hoofdstad van de Veluwe