

Introductie nieuwe Zeeuwse campagne 'Niet normaal Mooi'

september 2020

Afscheid van onderscheidende campagne ‘Niet iedereen houdt van Zeeland. Mooi.’

- 3 jaar succesvol geweest: met verschillende deelcampagnes, thema's, doelgroepen, soorten uitingen
- door corona staat toerisme in een nieuw daglicht
- tijd voor reflectie: wat is relevant? Wat blijft, wat mag weg, wat komt erbij?



Tijd voor nieuwe onderscheidende campagne

merkbouwen =

blijf wie je bent, dichtbij
het Zeeuwse DNA en merkwaarden

onderscheidend van andere
bestemmingen

stoer, nuchter, recht voor z'n raap,
authentiek, Land in Zee

blijf uitgesproken, profiteer van wat
opgebouwd is

nieuw =

boodschap, tone of voice:
sympathiek, positief

kansen voor potentieel andere
bezoekers die verrast zullen zijn

Nederlanders die kiezen voor een
vakantie in eigen land

Zeeuwen die kiezen voor een
staycation in eigen provincie

verbinding NBTC Holland Marketing

met krachtige beweging ['Hier moet je zijn'](#)



Gebouwd op inzicht, gevormd tot overkoepelend campagne-idee

ZEELAND. MOOI.

MOOI=SUBJECTIEF=CONTRASTRIJK=ZEELAND

Wat de een mooi vindt, vindt de ander misschien wel spuuglelijk. Mooi is voor iedereen anders. Het roept vragen op en zorgt voor discussie. Zeker als we de grens op gaan zoeken van mooi, dan ontstaat er een scherp randje waarmee het nieuwe campagnethema gaat schuren zoals alleen het Zeeuwse zand dat kan doen.

SAMEN OP ZOEK NAAR DE SPANNENDE RUIMTE TUSSEN ZEELAND EN MOOI.



Start van onderscheidende campagne 'Zeeland. Niet normaal Mooi.'

ZEELAND. NIET NORMAAL MOOI.

Hier moet je zijn.

Dit is het Zeeuwse antwoord op het nieuwe normaal. Want van alle bestemmingen die je als toerist kunt kiezen is Zeeland niet normaal Mooi. Dit is het statement dat de provincie Zeeland samen met het VV Zeeland, ondernemers en alle Zeeuwen wil maken.

Vanuit het landelijke NBTC wordt in een hersteloffensief opgeroepen om niet naar daar te gaan, hier moet je zijn is de boodschap. Dan ga je andere provincies en toeristische bestemmingen niet aanvallen of afvallen, maar ga je uit van je eigen kracht. Door te laten zien hoe contrastrijk, uitdagend, oneindig, ongeremd en on-Nederlands mooi Zeeland is.

Zeeland. Niet normaal Mooi. Iedereen heeft het erover, maar Zeeland neemt geen genoegen met het nieuwe normaal. Dit is niet het ijkpunt. Zeeland is nooit normaal geweest. En dat is ook niet de positionering die Zeeland nastreeft. Dus roepen we mensen op: kijk om je heen, ga de steden in, ontdek de dorpen, de natuur en cultuur, alle bijzondere plekken en ondernemers die Zeeland rijk. Kijk er met andere ogen naar en ontdek dat Zeeland niet normaal mooi is.



Zeeland. Niet normaal Mooi.



ZEELAND
LAND IN ZEE

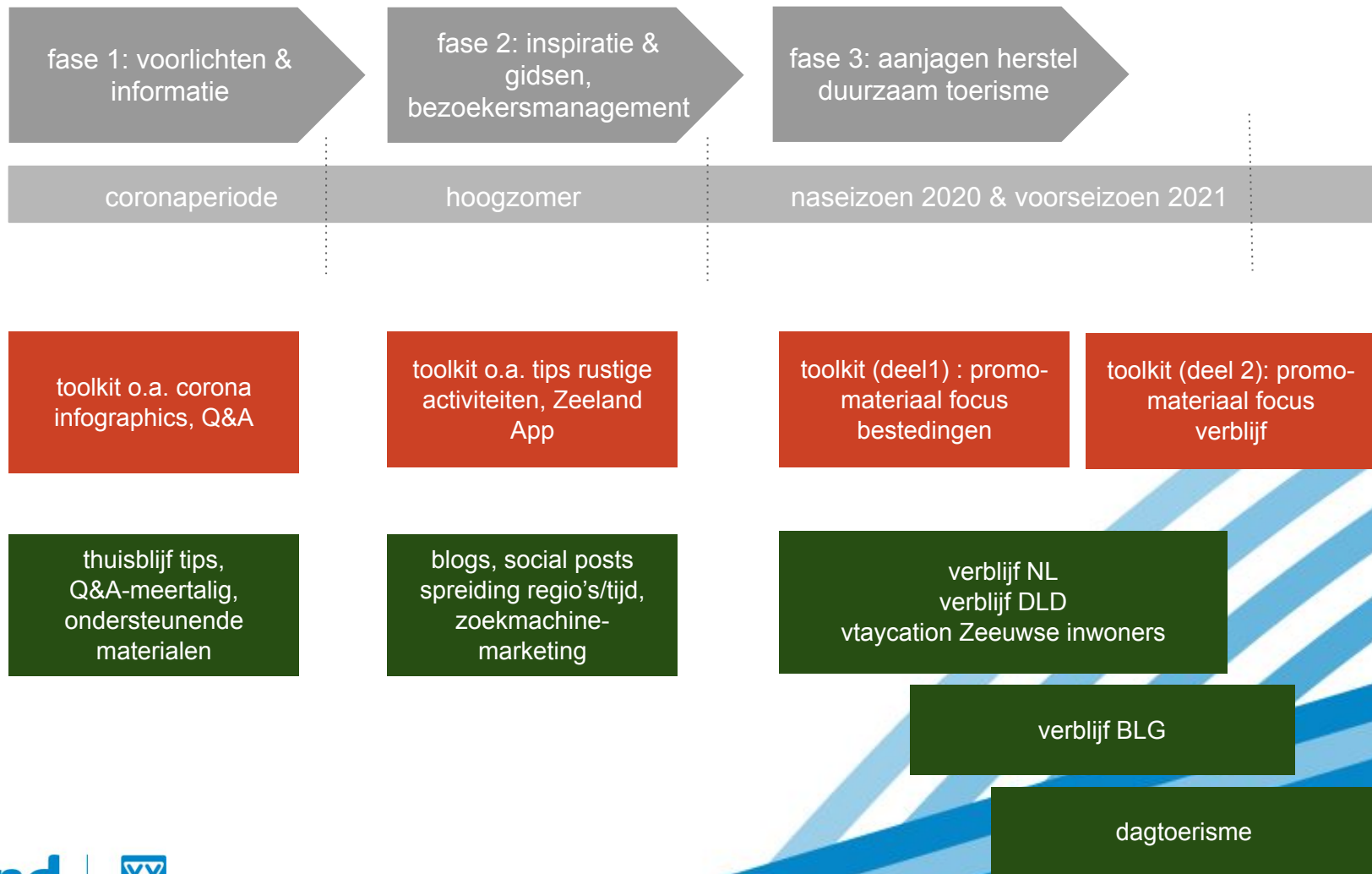
Met diverse invullingen op het 'hoe' van 'mooi': ter illustratie van het campagne concept



voor toerisme, wonen,
werken en ondernemen



Opzet toeristisch herstelloffensief



Toolkits ondernemers: middelen en tips

- gratis en rechtenvrij gebruik van de toolkits fase 1 t/m 3
- promotie toolkit fase 3
 - brede serie campagne-uitingen: deel 1 stimuleren van activiteiten, bestedingen en verblijf
deel 2 stimuleren van verblijf
 - universeel formaat 1080x1080 pixels voor online gebruik, bv. als Facebook- of Instagrampost, schaalbaar als banner op eigen website en voor e-mail
- tips voor gebruik:
 - gebruik bij teksten de toevoeging van de hashtags en tags: #zeelandnietnormaalmooi #hiermoetjzijn #hiermoetjzijninzeeland @vvvzeeland
 - sluit qua 'tone of voice' aan bij het Zeeuwse DNA en stem de boodschap af op uw doelgroep
 - **bekijk ook de overzichtspresentatie uit de toolkit voor andere inspirerende voorbeelden voor inzet in communicatie en productaanbod/-ontwikkeling**



fictieve voorbeelden
ter illustratie

Overige informatie

- Diverse marketingcampagnes via VVV Zeeland (t/m eind december 2020) en nieuwe Zeeuwse Marketing Organisatie (ZMO in oprichting, per 1 januari 2021)
 - Nederland: diverse media middelen en uitingen, waaronder online en social advertising en outdoor
 - Duitsland: doorvertaling naar lokale 'tone of voice', met online en redactionele/PR campagne
 - België: nog geen concrete doorvertaling van het 'Zeeland. Niet normaal Mooi.' concept. Wel een imagocampagne: ['culinaire campagne Vlaanderen'](#) (in overleg met NBTC en regiopartners verschoven naar verre najaar ivm code oranje)
- Aanhaken met andere uitingen of inzet via andere (media)kanalen? Op aanvraag, bijvoorbeeld:
 - toegespitste/thematische campagnes door ondernemerscollectieven of samenwerkende branches
 - afgeleide regio- en/of citymarketingcampagnes door (samenwerkende) gemeenten / lokale marketingorganisaties
 - individuele ondernemer uitingen

Zeeland. On-Nederlands Mooi.



ZEELAND

LAND IN ZEE