

Introductie PR & Influencer Marketing

03-12-2025



Marije
Commandeur
Social Media & PR
Marketeer





Wat gaan we doen?

Doelgroep

Het inzetten
van PR

Influencer
Marketing



Storytelling

Owned media

holland.com, eigen social media-kanalen

Earned media

user-generated-content (PR)

Paid media

on- en offline inkoop advertenties

Shared media

volgers die jouw content delen

Doelgroep: Sophie - Creatives

Geslacht:	Vrouw
Leeftijd:	35 (verschilt per markt)
Geboorteplaats:	Grote stad
Woonplaats:	Middelgrote stad, hippe wijk, leuk appartement
Opleiding & beroep:	Universitaire opleiding
Waarden:	Open & inclusief, creatief kosmopolitisch



Het inzetten van Public Relations (PR).

PR staat voor public relations en het houdt simpel gezegd in dat een je boodschap middels verschillende media wordt verspreid. PR levert voornamelijk zichtbaarheid en naamsbekendheid op.

PR algemeen

- Wie en wat wil je bereiken?
- Wat is het nieuws?
- Welke (sociale) media leest de doelgroep?
- Culturele verschillen bij PR-activiteiten



© Ferdy Francis



Mediagebruik doelgroep: Sophie



PR-middelen

PR-middel	Effectiviteit	Voordelen	Nadelen
Persbericht	+	Groot bereik	'Hagel schieten'
Nieuwsbrieven	+	Groot bereik	Kost veel voorbereiding
Individuele persreis	++	Levert vaak 1 of meerdere goede artikelen op	Kost veel voorbereiding voor 1 of 2 publicaties
Groepsperseis	+++	Levert vaak per journalist meerdere (positieve) artikelen op.	Kostbaar
Perswebsite	+	Altijd consulteerbaar	Onderhouden
Persdatabase	+	AVG	Kostbaar, zeker als je het in meerdere landen hebt.
Monitoring	++	Metten is weten - wat levert mijn investering op? Wat is het bereik?	Vaak dure systemen



Wat doen onze buitenlandse PR-managers?

- Het primaire NBTC contact voor journalisten in het buitenland
- PR in buitenland voor NBTC campagnes en thema's
- Organiseren van individuele persreizen naar Nederland
- Organiseren en begeleiden van groepsreizen naar Nederland
- Organiseren van persevents in het buitenland voor Nederland of bijwonen van persevents georganiseerd door derden
- Schrijven van persberichten, nieuwsbrieven en persdossiers
- Monitoren buitenlandse media en rapporteren
- Onderhouden perswebsite



Kort overzicht over verschillen in markt interesses

DE (groot medialandschap):

- Traditionele media (print) prominente rol
- 80% van de Duitsers leest dagelijks een krant
- Digitale content groeit
- Onze doelgroep: grote interesse in slow travel en fietsen

BE (klein medialandschap)

- Drie grote mediagroepen:
 1. DPG Media – grootste speler in print, online, commerciële tv en radio
 2. Mediahuis – print, regionale tv en commerciële radiozenders
 3. Roularta Mediagroup – marktleider in tijdschriften
- Influencers / content creators zijn onmisbaar geworden in de toeristische sector
- Onze doelgroep: grote interesse in slow travel en gastronomie



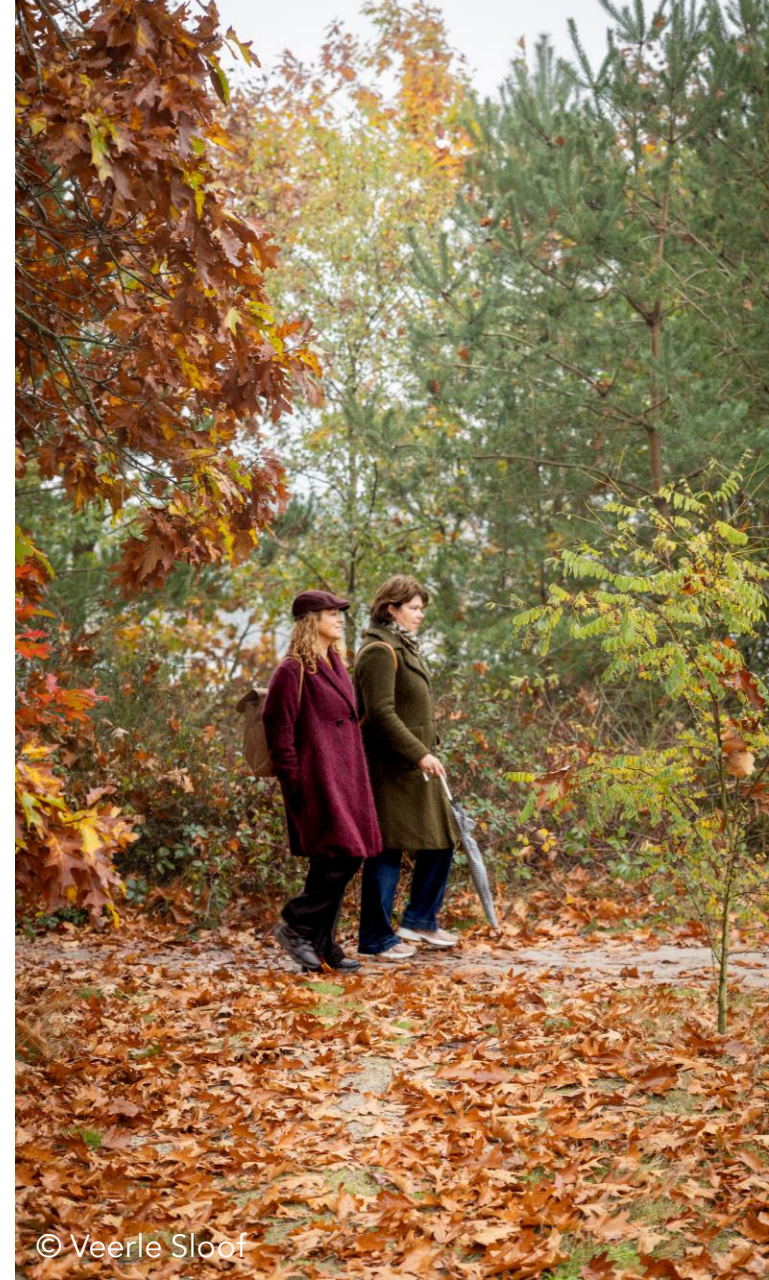
UK (groot medialandschap)

- Minder bloggers, meer influencers & content creators
- Grote spelers: BBC en breed gerespecteerde kwaliteitskranten: The Guardian, The Times, The Daily Telegraph, Financial Times
- Onze doelgroep: grote interesse in kunst, cultuur en stedenreizen



Monitoring en rapportage

- Clippingsdiensten: kostbaar, maar waardevol
- Google News
- Vraag link aan journalist
- KPI's: Opportunity To See (OTS) vs. oplage of mediabereik



© Veerle Sloof

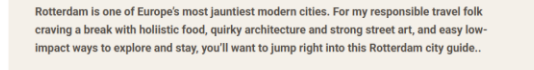


Publicaties van journalisten



LAST UPDATED: 17th November 2025

By Vanessa



Planning a responsible trip to Rotterdam starts with one simple question: what kind of adventure are you in the mood for? Maybe you want to see how a city tackles climate challenges, find places that support local makers, or fill your days with clever design and conscious dining. Rotterdam is perfect for travellers who love cities with personality.

A lot of people tell me they want to travel more sustainably but aren't sure where to begin. Maybe you've felt that too. It's easy to miss the cool projects hidden in plain sight or to get lost in vague "eco-friendly" claims. That's why I'm sharing the things that stood out to me. I enjoy meeting the people behind the ideas and seeing how their work makes a difference to the city. I've explored Rotterdam's green innovations, circular food spots, neighbourhood initiatives, and fun low-impact activities so you can plunge straight into the good stuff.

This **Rotterdam City Guide** gives you practical tips and plenty of inspiration to plan a trip that feels exciting and meaningful.



Fietsen is leuker wanneer je door een historische omgeving kan rijden. Een historische omgeving zoals de rivier de Vecht, waar ooit rijke stedelingen enorme kastelen, buitenplaatsen en theekoepels lieten bouwen. Ontdek de Vecht, bij de Nederlandse stad Utrecht, en ga fietsen tussen kastelen en landhuizen.

De rivier Vecht start in Utrecht, en eindigt in het IJmeer, bij Amsterdam. In de Middeleeuwen was de rivier een belangrijke vaarroute tussen beide steden. Schuiten met handels- en voedingswaren voeren over de rivier en brachten inkomsten in de vorm van belastingen in voor de steden en dorpen langs de Vecht.

In de achttiende eeuw, de zogenaamde Gouden Eeuw van Nederland, bouwden rijke Amsterdammers kastelen en buitenplaatsen op de oevers van de Vocht. Vooral in de zomer kwamen die Amsterdammers genieten van het zachte klimaat en de groene omgeving. Om in stijl thee te kunnen drinken, hadden verschillende kastelen en buitenplaatsen kleine priëlen op hun grondgebied. In deze theehuizen, of theekoepels, dronk de adel thee terwijl ze kaken hoe het plébs op de rivier werkte.

EL-Ausflugstipp: Ein Tag „büten“ – Rund um den Hafen am Naturschutzgebiet arbeiten kleine Anbieter zusammen – Bootstouren und Survival

Van Fellekens, Eelhardt

Loesewarden (EU) – „Büsten heißt drücken – und genau das wollten wir hier zeigen: raus aus der Stadt, raus aus Wasser rein in die Natur“, sagt Kapitän Richard Propere, der das historische Seilboot Des Nieuwe Liedje steuert. Raus aus den kleinen Häfen am Naturgebiet „Grote Wolden“ haben sich mehrere lokale Betriebe zusammengeschlossen. Die Idee: Wer als Gruppe kommt, kann sich einen ganzen Tag nach eigenen Wünschen zusammenstellen – ohne weiße Vorlege, aber mit viel Abwechslung.



Die blaue Eislaufkreise – das Elfteden-Monument mit den Skulpturen der Schiffsbahlfahrer.

Sollt man von Eisenstein laufen, erinnert man sich an die legendäre Tour über die elf russischen Städte, die nur bei klarem Wetter stattfinden kann. „1997 war das letzte Mal, dass die Elbrussteige gefahren wurde – ein Südfranzösischer, der hier sichtbar bleibt“, bemerkt



Kapitän Richard Propers führt die Gäste mit sicherer Hand über die friesischen Kanäle.



Für das Catering sorgt Antra
bäck und frische Süßigkeiten.

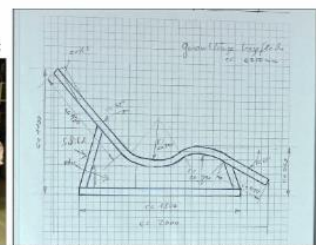
Achtklässler bauen mit Profis ein „Waldsofa“ – Lob von Kreishandwerkerschaft

Van Pelt et al., Flehman



Aufbau der Generationenwerkstatt bei Stagggenburg: Schüler, Betriebe, Schule und Kreisjugendwerkstatt ziehen gemeinsam an einem Strang.

nieß von Stefan Längs, was die Holzarbeiten stattfinden. Die Projektleitungsdirektin Anna Mader (links) und die Projektleitungsfachkraft Barbara Kersch (rechts) besichtigen jeden Mittwochabend wird im Betrieb gearbeitet – mit echtem Holzbeizt, klarem Alkalizoll und Teakbaum. Warum? „Weil wir es so schön finden, die Jugendlichen selbst zu sehen, wie sie es gut, das wir hier im Handwerk erlernen können. Später möchte ich auch beruflich in den Bereich Alkalizoll gehen“, sagt Längs. Marie Hagenberg (ganz hinten) hat sehr intensiv an handwerklichen Arbeiten gelernt und weiß, handwerklich arbeiten und in der cool, hier eine Öffnung zu bekommen.“ Für Anna Mader ist das Projekt, soziet interessant. „Ich möchte ausprobieren, ob ich das auch und ich glaube, das wird es.“ Lukas Plaggenberg (hinten zweites von links) sieht, zweites von der Teamarbeit. „Ich möchte etwas gut lernen, das ich hier in der Ausbildung nicht lerne“, sagt Lukas. „Ich möchte gerne handwerklich die Sachen und bin gespannt

[illegible]

Voorbeeld persreis Achterhoek & Friesland

NRZ - Thema der Woche



Unerwarteter Boom

Ödeste Region der Niederlande? Der Achterhoek wird plötzlich cool

Hinter der deutschen Grenze liegt eine verschlafene niederländische Region voller Bauernhöfe – der Achterhoek. Seit Corona entwickelt sie sich zu einem begehrten Ausflugsziel.

Von Jonas Erlenkämper



REISGOESTING
Voor wie de wereld echt wil ontdekken

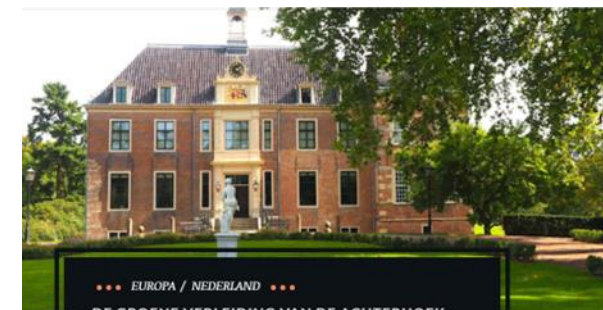
Reizen voor beginners Europa v Azië v Afrika v Amerika v

Bezoek Friesland en de Waddenzee

Friesland is een van de noordelijke provincies van Nederland, maar eigenlijk is het een land op zich. Het heeft zijn eigen taal, zijn eigen cultuur, zijn eigen ritme. Het leven is er wat trager dan in de rest van Nederland. Wat meer gericht op de natuur.

Je kan Friesland niet loskoppelen van de Waddenzee, een van de mooiste natuurgebieden van Nederland. Friesland is weliswaar keurig ingedijkt, maar kan de ontembare Waddenzee niet helemaal buitenhouden. Je proeft de zee in de wind, je hoort ze in het krijzen van de meeuwen.

Je neemt best je tijd om Friesland te bezoeken. Niet alleen omdat er veel te zien en te doen is, maar vooral om even tot rust te komen. Om te genieten van de zon, de wind, de zee. Om te genieten van Friesland.



... EUROPA / NEDERLAND ...

DE GROENE VERLEIDING VAN DE ACHTERHOEK

November 09, 2025 - Dichtbij & Ver Weg

Indrukwekkende bocagelandschappen gevormd door natuur en landbouw, bossen en velden doorspekt met slingerende landweggetjes, kabbelende beken en ellenlange dreven: de Achterhoek is de groenheid zelf. Herbronnen is het mantra van dit mooie stukje Gelderland tussen de IJssel en de Duitse grens, een bestemming voor wie wil onthaasten en waar levensgenieters volop aan hun trekken komen.

LEES MEER»

Publicaties persreis Achterhoek





Newsroom

Von Blumen und Kulinarik über Weltklasse-Museen bis hin zu kulturellen Ikonen - lassen Sie sich inspirieren und entdecken Sie, was die Niederlande alles zu bieten haben. Wir helfen Ihnen Ihre Leser zu begeistern. Der nächste Artikel schreibt sich dann fast von allein!

Lesen Sie hier unsere Presseberichte



Samenwerking met het NBTC voor een groepstrip

- Leg de datum ruim van tevoren vast in samenspraak met het NBTC
- Leg hotelkamers vast (pas 2 weken voor de trip start weet het NBTC definitief aantal kamers)
- Programma dient zo duurzaam mogelijk te zijn
- Voor het uitnodigen van de deelnemers heeft het NBTC een ruwe planning nodig
- Het programma dient minstens 1 week voor vertrek in detail klaar te zijn
- Vooraf wordt de groepstaal vastgelegd (NL, DU of ENG), belangrijk voor de gidsen
- De maaltijden zoveel mogelijk met lokale producten, voorkeur voor vegetarisch
- Denk na over vastleggen van lokaal vervoer voor een grote groep
- NBTC verantwoordelijken vergezellen de groep
- Belangrijk dat er iemand van de provincie/regio/ stad tijdens de trip meegaat

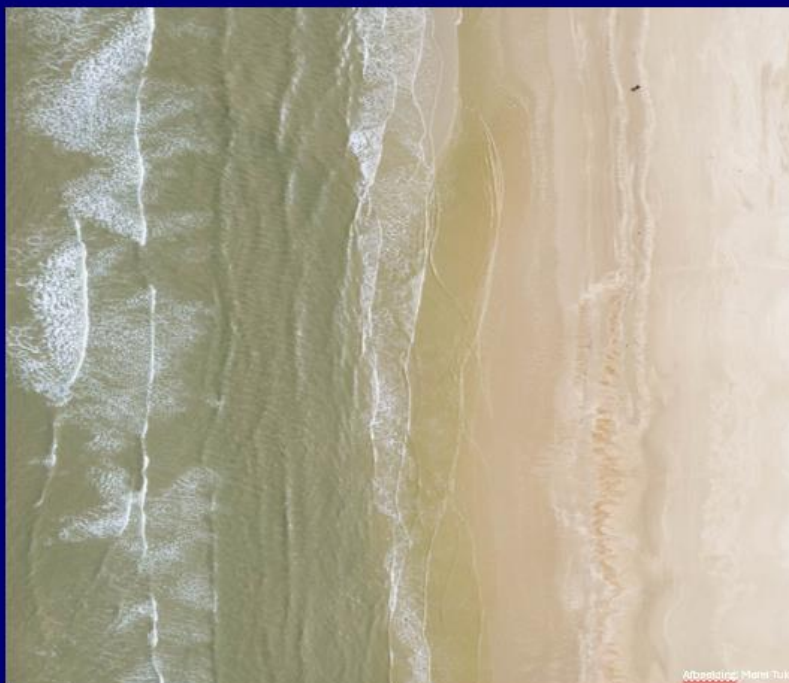


16 – 18 juni 2025

SLOWLANDS – Groepsreis voor de pers

Ontdek de Nederlandse gezelligheid in Friesland

Deze reis neemt je mee naar de Slowlands – de rustige regio's van Nederland waar duurzaam en bewust reizen centraal staat. Friesland betovert met zijn uitgestrekte natuur, regionale cultuur en authentieke ervaringen – van wadlopen tot het traditionele Fierljeppen. Ontdek hoe ontspannend en inspirerend slow travel kan zijn.



Netherlands



WELKOM IN DE SLOWLANDS

Ver weg van de toeristische trekpleisters nodigen schilderachtige landschappen, idyllische fiets- en wandelroutes en duurzame accommodaties je uit om even rustig aan te doen en bewust van de natuur te genieten.

Meer informatie:

- [Slow travel door Nederland: de gids voor reizen zonder haast - Holland.com](#)
- [Wadlopen - Wadlooptochten naar de Waddeneilanden - Holland.com](#)
- [Leeuwarden in Friesland: de culturele hoofdstad van Europa - Holland.com](#)

Social media:
[@visitnetherlands](#)
[#visitnetherlands](#)

Belangrijke contactgegevens:
Esther Rijke,
erijke@holland.com
+32 472 50 38 55

Barbara Driessen,
bdriessen@holland.com
+49 (0) 1794661483



Netherlands

Maandag, 16 juni

Friesland

11:14	Aankomst Leeuwarden Station
12:30 – 14:00	Welkom en lunch bij Zuid4 Food & Drinks Adres: Zuiderplein 4-6, 8911 AJ Leeuwarden
14:00	Terug naar het station en vertrek met de bus Adres: Koolemans Beynenstraat 80, 6521 EW Nijmegen
14:15 – 15:00	Met de bus naar WEC, Werelderfgoedcentrum Waddenzee Adres: Haven 2, 9976 VN Lauwersoog
15:00 – 16:30	Bezoek aan WEC, Werelderfgoedcentrum Waddenzee
16:30 – 16:40	Verzamelen bij de bus en naar Park Baayvilla's Lauwersoog <u>Dutchen Officiële Website</u>
16:40 – 18:15	Inchecken en klaarmaken voor diner
18:15 – 18:30	Verzamelen
18:30 – 19:00	Met de bus naar het restaurant (22 minuten rijden)
19:00 – 21:00	Diner bij <u>Grand Café, Hotel van der Meer</u> Adres: Woudweg 1, 9101 VH Dokkum
21:15 – 21:45	Terugrit naar de accommodatie (22 minuten rijden)
22:00	Einde dag 1



Netherlands





Stellingen over PR



Het mediaklimaat in
verschillende landen
beïnvloedt welke PR-
strategieën werken; wat
in Duitsland effectief is,
hoeft dat in het VK of
België niet te zijn.



PR-managers mogen
zelf bepalen wat
journalisten publiceren.

Opbouw persbericht





Opbouw persbericht

Het belangrijkste staat bovenaan in de titel

"Het Rijksmuseum presenteert grootste Vermeer-tentoonstelling ooit"

Begin met de meest belangrijke en unieke informatie

"Meesterwerken uit de hele wereld maken de reis naar Nederland – nooit eerder waren zoveel van zijn schilderijen op één plek."

De vijf w-vragen in de eerste alinea:

Wie? Wat? Wanneer? Waar? Waarom?

Het belang van de informatie neemt af van boven naar beneden

Voeg een korte paragraaf toe met achtergrondinformatie voor de lezer

- **Tentoonstelling:** biografie kunstenaar, betekenis en de tijd.
- **Geografische details:** waar ligt de genoemde plek? Welke provincie? Hoe ver van de Duitse grens? Makkelijk bereikbaar?
- **Wordt er een organisatie of politieke partij** genoemd? Wat is de functie? Wat doen ze? Waar staan ze voor?





Is er een verband met de markt, bijvoorbeeld Duitsland?

- Was er ooit een tentoonstelling van de kunstenaar in Duitsland? Waren er werken te zien?
- Bestaat iets dergelijks in Duitsland?
- Is het aantrekkelijk voor de Duitse bezoeker en waarom? Zijn er samenwerkingen tussen de musea?

Beeldmateriaal

- Bij een persbericht horen altijd foto's in liggend formaat en in een goede resolutie (min 3 MB).
- Credits vermelden!

Extra tips!

- Vertaal een persbericht niet 1 op 1 (let op NL komt niet 100% overeen met het Vlaams), laat best checken door een native speaker.
- Duitsers zijn zeer gevoelig voor de correcte aanspreektitel (Dutzen)
- Nederlanders houden van afkortingen, voor de buitenlandse markten moet dit altijd uitgelegd worden.



Wat is Influencer Marketing?

Influencer marketing betekent dat een bedrijf of organisatie samenwerkt met iemand die invloed heeft op een groep volgers, meestal via platforms zoals Instagram, YouTube, TikTok of LinkedIn, om een boodschap, merk of product te promoten.

Je kunt het vergelijken met mond-tot-mondreclame, maar dan digitaal.

Voordelen en nadelen inzetten influencers

Voordelen:

- Vergroot bereik en zichtbaarheid (bij de juiste doelgroep)
- Hoge engagement & impact
- Authentieke content
- Influencers kunnen verhalen versterken die traditionele media niet oppakken.

Nadelen:

- Het inzetten van influencers is kostbaar
- Als de doelgroep niet goed aansluit, is het vaak weggegooid geld
- Er bestaat risico op nepvolgers en fake engagement, wat het moeilijk maakt om kwaliteit te beoordelen.



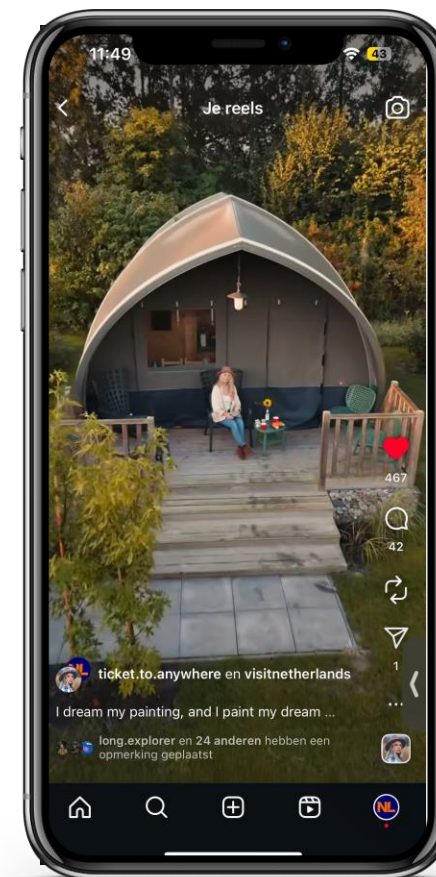
Voorbeeld samenwerkingen influencers



Samenwerking met
Vlaamse Influencer



Samenwerking met
influencer uit de UK



Samenwerking thema Van
Gogh met partners &
Duitse influencer



Hoe ga je op zoek naar passende influencers?

- Gebruik hashtags en locatie-tags zoals #DutchTravel of #FoodieNL om relevante influencers te vinden.
- Focus op engagement: let op reacties en interactie, niet alleen het aantal volgers.
- Controleer of hun stijl, tone of voice en content passen bij jouw merk.
- Wees alert op fake volgers en nep-engagement; analyseer hun profiel zorgvuldig. Met deze [tool](#) kun je kwaliteitsverhouding tussen het aantal volgers en de betrokkenheid testen.



3 tips om te beginnen met influencer marketing

Bepaal de media die je gaat inzetten om je doelgroep te bereiken

- Kies de kanalen: waar jouw doelgroep écht actief is (bijv. Instagram, TikTok, YouTube of blogs).
- Type content: Denk na over het type content dat daar goed werkt: korte video's, reels, vlogs of foto stories.

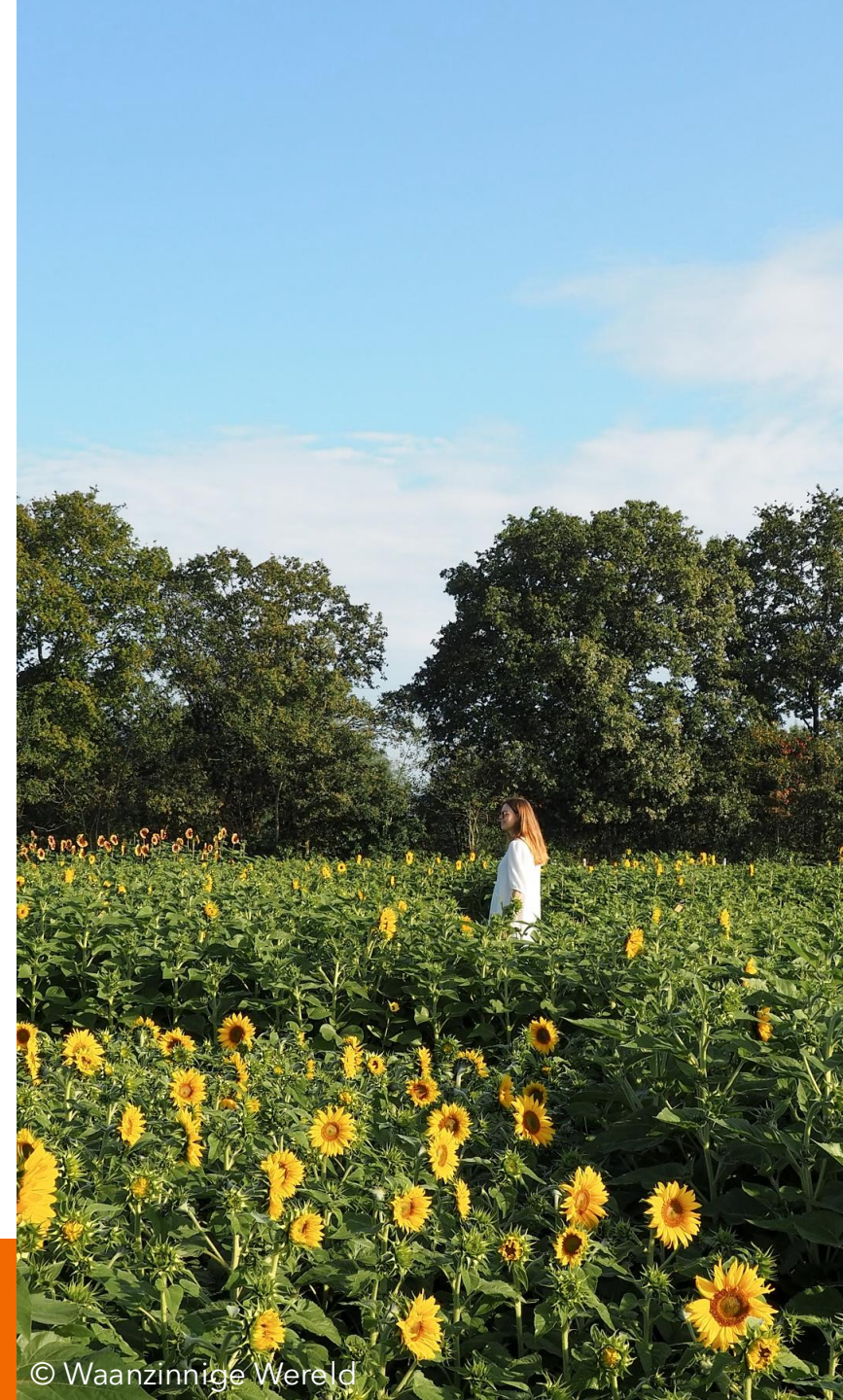
Vind de juiste influencer om mee samen te werken

- Match met je merkwaarden: past de influencer en de content van diegene echt bij wat jij wilt uitstralen?
- Engagementrate: hoeveel likes/reacties t.o.v. volgersaantal?

Maak duidelijke afspraken en geef creatieve vrijheid

- Bespreek verwachtingen: aantal posts, contentvormen, timing en hashtags.
- Geef de influencer ruimte: om het op zijn/haar manier te brengen, dat maakt het geloofwaardig.

Blijf up to date met alle trends door websites zoals [Frankwatching](#) & [Social Media Today](#)





Stellingen over Influencer Marketing



Influencer marketing
werkt het best wanneer de
gekozen influencer
authentiek aansluit bij de
waarden en doelgroep
van het merk.



Een klein, betrokken
publiek is waardevoller
dan miljoenen volgers
zonder interactie.

Mail of connect:

Marije Commandeur
Social Media & PR Marketeer
mcommandeur@holland.com

www.nbtc.nl

