



NBTC
Holland Marketing



PERSBERICHT

Den Haag, 1 juli 2013

Themajaar 2014: Fietsen

Nederland Fietsland in de schijnwerpers

In 2014 staat de promotie van Nederland in binnen- en buitenland in het teken van fietsen. NBTC Holland Marketing en het Landelijk Fietsplatform trekken gezamenlijk op om Nederland Fietsland (inter)nationaal nog beter op de kaart te zetten. Met dit themajaar worden de unieke fietsmogelijkheden in Nederland onder de aandacht gebracht bij potentiële bezoekers. Doel is om internationale toeristen te verleiden een (extra) bezoek aan Nederland te brengen en het unieke (fiets)aanbod te ontdekken en te ervaren.

UNIEKE FIETSMOGELIJKHEDEN

Het thema Nederland Fietsland biedt een brede kapstok voor de promotie van Nederland als veelzijdige en aantrekkelijke bestemming. Conrad van Tiggelen, directeur Marketing NBTC: "Fietsen versterkt het merk Holland. Uit ons Holland Imago Onderzoek blijkt dat ruim 40% van de internationale toeristen 'Nederland fietsland' als positief kenmerk noemt. Daarnaast fietst bijna 30% van de internationale vakantiegangers tijdens de vakantie in Nederland. Voor ruim 11% is het zelfs de belangrijkste ondernomen activiteit. Mede daarom verwerken we volgend jaar het onderwerp fietsen in al onze thema's. Door de unieke fietsmogelijkheden internationaal bekender te maken, verleiden we buitenlandse toeristen tot een (extra) verblijf in Nederland."

NEDERLAND FIETSLAND

Eric Nijland, directeur Landelijk Fietsplatform: "De fietsmogelijkheden in Nederland zijn internationaal gezien van het allerhoogste niveau. Alleen al in het landelijk gebied beschikken we over ruim 100.000 km aan paden en wegen waar kan worden gefietst, inclusief veel vrijliggende fietspaden. Uniek daarbij is ons landsdekkende netwerk van LF-routes en knooppuntroutes, bij elkaar ruim 30.000 km. Dit bewegwijzerde netwerk is speciaal ontworpen om Nederland met de fiets te ontdekken – van langeafstand fietstocht tot kortere tocht in de regio."

MARKETINGAANPAK

Per herkomstmarkt verschilt de marketingstrategie waarmee NBTC Nederland onder de aandacht brengt bij de doelgroep. De NBTC-kantoren in het buitenland geven zelf invulling aan het thema fietsen binnen de Holland-promotie. "We zetten met name (inter)nationale pers en online tools in om Nederland Fietsland in de schijnwerpers te zetten. Daarnaast voeren we in de buurlanden België en Duitsland een consumentencampagne rondom fietsen in (landelijk) Nederland. Dit themajaar fungeert als aanjager om vanaf 2014 een structurele samenwerking aan te gaan met de fietsbranche en met partners die gelieerd zijn aan de thema's gezondheid en duurzaamheid. Geïnteresseerde partijen kunnen zich uiteraard ook bij ons melden", aldus Van Tiggelen.

NBTC Holland Marketing is verantwoordelijk voor de branding en marketing van de bestemming Nederland. NBTC Holland Marketing is actief in 13 markten waar zij opereert als NBTC Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen.

EEN STAP VOORUIT

In een gezamenlijk initiatief hebben SP, PvdA en CDA vrijdag 28 juni de startnotitie 'Een stap vooruit' gepresenteerd. In de notitie doen SP-Kamerlid Paulus Jansen, PvdA-Kamerlid Duco Hoogland en CDA-Kamerlid Sander de Rouwe voorstellen om het Nederlandse potentieel aan wandel- en fietsmogelijkheden beter te benutten. NBTC en het Landelijk Fietsplatform steunen en onderschrijven deze voorstellen van harte. Het thema Nederland Fietsland sluit naadloos aan bij het voorstel om de routestructuren herkenbaarder te vermarkten, met name ook in het buitenland.

Noot voor de redactie:

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met:

NBTC Holland Marketing

Thérèse Ariaans

Woordvoerder

M: 06 – 113 883 74

E: tariaans@holland.com

Stichting Landelijk Fietsplatform

Anita Bakker

Coördinator voorlichting & promotie

T: 033 465 36 56

E: abakker@fietsplatform.nl