

# Wie zijn wij?

**Wandel.nl is een initiatief van Koninklijke Wandelbond Nederland (KWbN). Het is de missie van KWbN om bij te dragen aan een gezonder, fitter en vitaler Nederland door zo veel mogelijk mensen in beweging te brengen via wandelen. Wij zijn ervan overtuigd dat regelmatig wandelen bijdraagt aan een gezonder en gelukkiger leven.**

Wandel.nl is het grootste wandelplatform en de grootste wandelcommunity van Nederland. Samen met onze aangesloten wandelorganisaties, partners en stakeholders bereiken we een groep van ruim 4 miljoen wandelaars. Wij willen zo veel mogelijk mensen inspireren om eropuit te gaan én met elkaar verbinden.

Onze grootste kracht ligt in het maken van relevante wandelcontent binnen de pijlers routes, evenementen, gezondheid, reizen en uitrusting. Daarnaast ontwikkelen we samen met partners wandelproducten, -reizen, (digitale) -evenementen en -spellen. Die brengen we op onze kanalen tot leven met crossmediale campagnes.



## PRINT

### Magazine Wandel.nl

Oplage	30.000, 4x per jaar (wordt verkocht in boek- en tijdschriftenwinkels)
Matdata	maart, juni, september, december
Printbereik	37.500
Beoordeeld met	8.2
58,5%	leest ieder magazine uitgebreid
78%	bekijkt de advertenties
53%	koopt wel eens iets naar aanleiding van een advertentie
63%	gebruikt QR-codes uit het magazine

Lezersonderzoek magazine april 2022, 500 respondenten

### Magazine Wandel.BE (via Wandelsport Vlaanderen)

Oplage	57.000, 4x per jaar (wordt verkocht in boek- en tijdschriftenhandels in Vlaanderen)
Matdata:	gelijk aan data Wandel.nl
Printbereik:	95.000

#### Commerciële opties:

Branded content, advertenties, editorials, inserts

## ONLINE KANALEN

### Website Wandel.nl

Wandelprofielen	2.200.000 profielen
Unieke bezoekers	255.000 per maand
Sessies	366.000 per maand
Sessieduur	90 seconden

#### Commerciële opties:

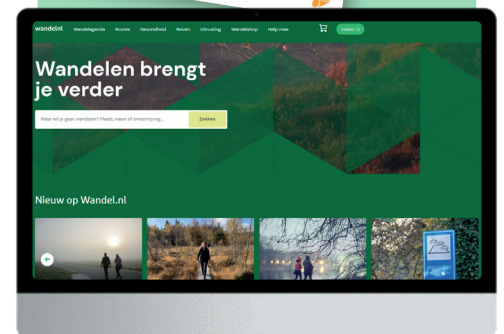
Branded contentartikelen en bannering (vast en dynamisch)

### Nieuwsbrief Wandel.nl (wekelijks op vrijdag verzonden)

Abonnees	111.000 (opt-in)
Openratio	40%
Clickratio	6-7%

#### Commerciële opties:

Nieuwsbriefitems, een banner of een dedicated mailing.



## Social Media Wandel.nl

Facebook 43.200 volgers  
 Facebook bereik 2.400.000 per jaar  
 Engagemetratio 4%

Instagram 41.200 volgers  
 Instagram bereik 422.600 per jaar  
 Engagemetratio 4%

**Commerciële opties:**  
 Organisch en advertising (targeting via onze first party data)

## Wandel.nl app

De app voor het bijhouden van alle wandelkilometers via (digitale) evenementen, routes en challenges, zowel persoonlijk als van anderen.

Actieve gebruikers per maand 12.000  
 Geregistreeerde wandelingen in 2023 200.000  
 Gedeelde wandelingen Social Media 2023 10.000

**Commerciële opties:**  
 Eigen digitale events, challenges of pushen contentartikelen

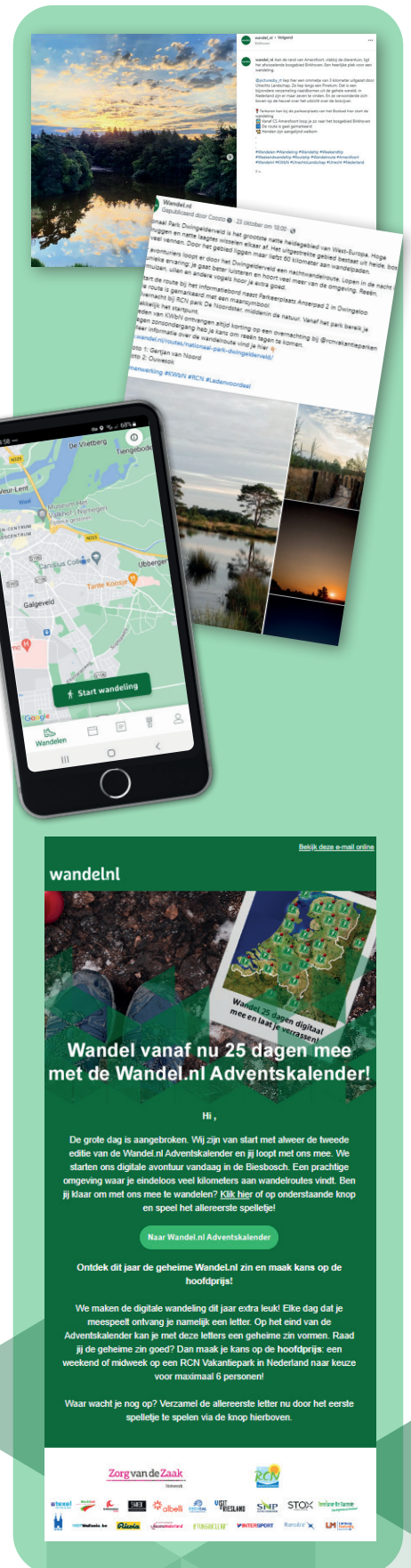
## Gamification via Leadfamly

De mogelijkheid om je eigen wandelspel te branden, bijvoorbeeld voor een winactie.

### Voorbeeld

#### De Wandel.nl adventskalender resultaten:

- 20 dagen gamification
- 98.000 bezoekers
- 6.000 unieke deelnemers



## DOELGROEP WANDEL.NL

De wandelaars die op Wandel.nl komen willen we zoveel mogelijk leren kennen om op die manier de meest relevante informatie op het juiste moment te tonen via onze kanalen. Hoe meer we weten van de interesses en voorkeuren, hoe beter we de wandelaar kunnen bedienen.

### Magazine

- Op de mat bij 27.000 leden
- 52% vrouw/ 46% man
- Gemiddelde leeftijd 59,5 jaar
- 30-49 jaar 18%
- 50-69 jaar 64%
- 70-89 jaar 18%

### Online kanalen

- 62% vrouw/ 38% man
- < 35 jaar 22%
- 35-44 jaar 11%
- 45-54 jaar 17%
- 55-64 jaar 24%
- 65+ 26%

## MOTIEVEN – PROFIELKENMERKEN

De wandelaars in onze database hebben verschillende motieven om te gaan wandelen.

### Wij verdelen ze grofweg in drie groepen:

1. De **gezondheidswandelaar** die wandelt om gezond te worden of te blijven (36K profielen)
2. De **recreatieve wandelaar** die wandelt om in contact te komen met anderen (sociaal) of om nieuwe plekken te ontdekken (170K profielen)
3. De **sportieve wandelaar** die wandelen ziet als een uitdaging om doelen te behalen (123K profielen)

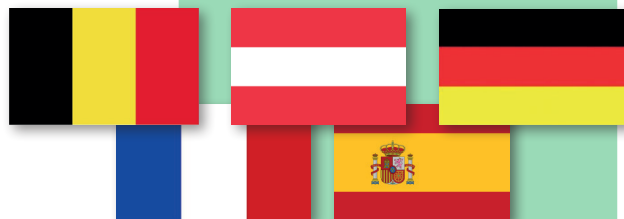


## ANDERE PROFIELKENMERKEN

### Interesse in land

• België	3.800
• Duitsland	3.000
• Oostenrijk	2.000
• Frankrijk	700
• Spanje	571

### Aantal profielen



### Interesse in specifieke wandeluitrusting:

• Accessoires	174.000
• Schoenen	89.000
• Kleding	70.000
• Rugzakken	18.000



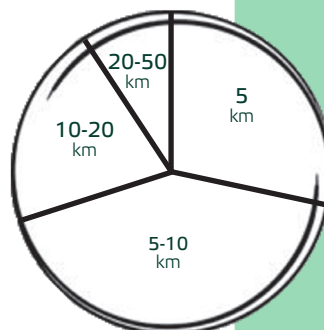
### Wandelmotivatie:

• Recreatie	89.570
• Natuur	79.271
• Ontspanning	61.801
• Ontdekken	52.500
• Gezondheid	36.076



### Interesse routekenmerken:

• Bosrijk	61.589
• Boerenland	41.288
• Cultureel erfgoed	29.017
• Meren, plassen en vennen	26.634
• Heuvels	25.367



### Afstanden:

• <5	37.771
• 5-10	79.845
• 10-20	85.502
• 20-50	46.071

### Wandelfrequentie:

• 1-3 keer per week	31.008
• 1 keer per week	12.161



# Tarieven 2024

## PRINT:

### Magazine Wandel.nl

1/1 pagina advertentie magazine Wandel.nl	€ 1200
2/1 pagina branded content magazine Wandel.nl	€ 2000
Insert in magazine Wandel.nl	Op aanvraag

### Doorplaatsing in magazine Wandel.BE

1/1 pagina advertentie in beide bladen	€ 3200
21/ pagina branded content in beide bladen	€ 5000

### Specials in magazines:

- Maart – Wandelschoenen
- Juni – Wandelen dichtbij huis
- September – de nieuwste wandeluitrusting/kleding
- December – Verrassende wandelgebieden

## ONLINE:

### Website Wandel.nl

Branded contentpagina (met eigen URL)	€ 750 (gratis bij afname nieuwsbriefitem)
Banner op website (7-10 dagen)	CPM 35

### Nieuwsbrief Wandel.nl

Item in nieuwsbrief Wandel.nl	CPM 25 (minimaal 40K mailadressen)
Banner in nieuwsbrief Wandel.nl	CPM 15 (minimaal 40K mailadressen)
Dedicated nieuwsbrief Wandel.nl	CPM 95 (minimaal 40K mailadressen)

### Socials Wandel.nl

Post op tijdlijn Facebook	CPM 36
Post op tijdlijn Instagram	CPM 36
Extra bereik via paid-campagne	Additioneel € 350

### Wandel.nl app

Eigen digitale challenge in de app	€ 2000
Eigen digitaal evenement in de app	€ 2000

### Gamification (Leadfamily)

Eigen gebrande wandelspel	Op aanvraag
---------------------------	-------------

# Waar zijn we goed in?

## 1. Een productreview voor en door wandelaars

Wij sturen een wandelaar uit de community of een professionele redacteur met een passie voor wandelen op pad om jouw product te testen. In plaats van dat het product door de ogen van het merk gepromoot wordt, is het de wandelaar zelf die zijn of haar ervaringen deelt over het product. De herkenbaarheid en geloofwaardigheid ligt veel hoger, doordat lezers zich kunnen associëren met deze wandelaar. Het product en het merk vallen beter op en het levert een hoge engagement op. Deze engagement is nodig om uiteindelijk wandelaars te overtuigen het product te kopen (conversie).

## 2. Inspirerende content gemaakt door een wandelinfluencer

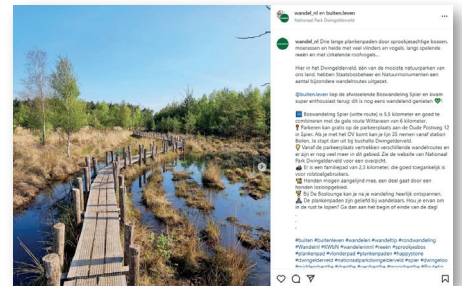
Samen met wandelinfluencers maken wij momenteel inspirerende content voor onze social-kanalen (Facebook en Instagram). Op Instagram plaatsen we enkel content over een route op onze tijdlijn. Deze content wordt gemaakt door micro-influencers die een passie hebben voor wandelen en oog voor de juiste foto op het juiste moment. Deze influencers kunnen ingeschakeld worden door ons om met jouw product op pad te gaan of om een specifiek gebied in binnen- en buitenland op een unieke manier vast te leggen.

## Onze garanties

- Professionele ondersteuning van de marketingafdeling van KWbN
- Het schrijven van de content en het bijwerken van afbeeldingen wordt gedaan door onze redactie
- Duidelijke rapportages met daarin alle belangrijke cijfers over jouw campagne
- Je creëert je eigen interessegroep (profielopbouw) binnen onze database die je later opnieuw kunt benaderen



Campagne Canon Nederland



Social post collab Buiten.leven + Wandel.nl