



IN EIGEN
LAND

mediakit 2022

Verbinding maken met Nederland
Verbinding maken met je passie
Verbinding maken met jezelf en je dierbaren

Dat is, in een notendop, de missie van *In Eigen Land*. Dankzij uitnodigende fotografie en toegankelijke tips kunnen lezers Nederland (her)ontdekken en **inspiratie opdoen voor bijzondere korte uitjes én lange vakanties in Nederland.** Verrassend, duurzaam en voor elk budget. Dichtbij, maar toch ver weg van het leven van alledag. Van de heidegronden van Drenthe en de meren van Friesland tot de creatieve broedplaatsen van Zuid-Holland en de wijngaarden van Limburg. Ook in deze moeilijke tijden – of misschien wel juist in deze moeilijke tijden – **verbindt *In Eigen Land* lezers met de landgenoten, cultuur en natuur die ons land zo uniek maken.**



Onze inhoud in een oogopslag

In elke editie staan 101 tips om Nederland weg van de massa te ontdekken. Daarmee is *In Eigen Land* **dé inspiratiegids voor Nederland buiten de gebaande paden**. Elke editie speelt in op de reisbehoeften, -plannen en -mogelijkheden **voor een specifiek seizoen: voorjaar, zomer en najaar**.

In elke editie komen vaste rubrieken terug:

- › uitgebreide **reisreportages** van onze prijswinnende fotografen en schrijvers over een specifieke regio
- › **wandelroutes voor de mooiste natuurgebieden** van ons land, inclusief foto's en kaarten
- › bijzondere **fietsroutes** met originele afstapplaatsen
- › de leukste activiteiten **met kinderen**
- › de beste **slaapplekken** weg van de massa
- › tips voor verrassende **citytrips**
- › hotspots voor **kunst en cultuur**



Gemaakt door experts Toegankelijk voor iedereen

In Eigen Land is een co-productie van:

- › **Columbus Travel** het nr. 1 reismagazine van Nederland
- › **Roots** hét natuurmagazine van Nederland
- › **FietsActief** het leukste fietstijdschrift van Nederland voor actieve, recreatieve fietsers

Doelgroep

Voor Nederlanders tussen de 30 en 65 jaar met een bovenmodaal inkomen die van **het buitenleven, culturele activiteiten en reizen weg van de massa** houden, maar die dat wel veilig en verantwoord willen doen. In *Eigen Land* schenkt extra aandacht aan **fiets- en wandelliefhebbers** en **ouders met schoolgaande kinderen**.

Kernfeiten

- › Maar liefst **148 pagina's** dik
- › **3 edities per jaar**: uit op 25 januari, 17 mei en 13 sep
- › Elke editie maar liefst drie maanden in de winkel
- › Oplage per editie: **20.000 exemplaren**
- › Online ondersteuning via de **website, nieuwsbrieven en social media** van Columbus Travel, Roots en FietsActief



Foto: Tim Bilman

voorjaarseditie 2022

Verschijnt op 25 januari

Ligt tot eind april in de winkel

Naast de vaste rubrieken van *In Eigen Land* kunnen lezers zich deze editie verheugen op een speciaal katern: de **ultieme eet- en drinkgids van Nederland**, met het allerbeste dat ons land op culinair vlak te bieden heeft. Per provincie worden de **beste restaurants, lekkerste regionale specialiteiten en leukste culinaire uitjes en activiteiten** uitgelicht. Hiervoor maakt de redactie gebruik van **de expertise van *delicious*, het nummer 1 kookmagazine** van Nederland, dat net als *In Eigen Land* onderdeel is van New Skool Media. De editie wordt vergezeld van een **uitgebreide online content- en marketingcampagne** op de kanalen van *Columbus Travel*, *Roots*, *FietsActief* en *delicious*. Een bijzonder onderdeel hiervan is een **online survey** waarin deelnemers **het beste biologische restaurant van Nederland en de lekkerste regionale specialiteit van Nederland** kunnen nomineren. De winnaars worden gepubliceerd in de zomereditie van *In Eigen Land* en kunnen rekenen op aandacht in de nationale media.

V.l.n.r.: 1, 2 & 3; Pura Vida. Foto: Jonathan Andrew // 4; Brouwerij Dockum // 5; Eetcafé Nootgedagt // 6; t Klein Oestertje. Foto: Peter-Jack Hiddema // 7; t Klein Oestertje. Foto: Aliëke Eising



zomereditie 2022

Verschijnt op 17 mei

Ligt tot augustus in de winkel

De tweede editie van *In Eigen Land* staat in het teken van de fijnste vakantieplekken en -ervaringen in de zomer van 2022. Als bonus vind je een extra dik katern: de **ultieme stad- en plattelandgids van Nederland**, met de culturele, culinaire en architectonische hotspots van de leukste Nederlandse steden en hun achterland. In deze guide is ook volop aandacht voor de **leukste uitstapjes net buiten de stad: fietstochten, wandelingen en andere korte uitjes op het platteland**. Ook is er volop aandacht voor de **spectaculairste landhuizen en landgoederen van Nederland** (die je zelf kunt bezoeken), en de **mooiste dorpjes en slaapplekken voor een village break**.

Voor de productie en promotie van het katern wordt **samengewerkt met *Seasons*, het nummer 1 magazine voor authentiek, landelijk leven**.

De editie wordt vergezeld van een **uitgebreide online content- en marketingcampagne** op de kanalen van *Columbus Travel*, *Roots*, *FietsActief* en *Seasons*.

Een bijzonder onderdeel hiervan is een **online survey** waarin deelnemers **het beste vakantieadres van Nederland** kunnen nomineren. De winnaars worden gepubliceerd in de najaarseditie van *In Eigen Land*.



Foto: Simone Wittgen

najaarseditie 2022

Verschijnt op 13 september

Ligt tot eind november in de winkel

De derde editie van *In Eigen Land* staat in het teken van de fijnste vakantieplekken en -ervaringen in het najaar van 2022. Als bonus vind je een extra dik katern: de **ultieme kunst- en cultuurgids van Nederland**, met een compleet overzicht van de beste musea, kunstcentra, theaters, muziekpodia en andere culturele instellingen. We voeren je naar **Nederlandse kunstwerken die je eens in je leven gezien moet hebben**, introduceren de **highlights van het nieuwe culturele seizoen**, en stippelen inspirerende **wandelingen en fietstochten uit langs de mooiste Nederlandse architectuur, openbare kunst en creatieve broedplekken**. Er is ook bijzondere aandacht voor Dutch design: **topadressen voor designliefhebbers**. Deze kunst- en cultuurgids wordt geproduceerd en gepromoot in samenwerking met **ZIN Magazine**.

De editie wordt vergezeld van een **uitgebreide online content- en marketingcampagne** op de kanalen van *Columbus Travel*, *Roots*, *FietsActief* en *ZIN Magazine*. Een bijzonder onderdeel hiervan is een **online survey** waarin deelnemers **de grootste cultuurschat van Nederland** kunnen nomineren.

Foto: Sabrina Gaudio



Multimediacampagnes

In Eigen Land biedt het hele jaar door Nederlandse reisinspiratie. Naast drie papieren edities, produceert de redactie online content. Deze content kan in opdracht van DMO's of andere partners worden ingezet voor innovatieve multimediacampagnes om een bepaalde regio, stad of thematiek onder de aandacht te brengen en de interactie met Nederlandse reizigers op te zoeken. Voor deze campagnes kunnen de volgende kanalen en formats worden gebruikt en naar believen worden gecombineerd voor optimaal bereik:

WEBSITE

Op de website van Columbus Travel vind je een **In Eigen Land landingspagina**. Op deze pagina worden **doorlopend nieuwe artikelen** en andere content gepubliceerd om uitjes en vakanties in Nederland te promoten. Er is ruimte gereserveerd voor advertenties en gesponsorde artikelen die in samenwerking met jouw organisatie kunnen worden samengesteld.

Traffic op jaarbasis: 200.000 pageviews

E-MAIL NIEUWSBRIEF

Creëer aandacht en conversie voor je bestemming, dienst of product met een **advertentie of gesponsorde artikelen in een nieuwsbrief van Columbus Travel**. Het is ook mogelijk om een nieuwsbrief te laten samenstellen die **geheel gewijd** is aan jouw bestemming, dienst of product.

Aantal nieuwsbriefabonnees: 70.000



Multimediacampagnes

SOCIAL MEDIA

Zet de social media van Columbus in, met in totaal **40.000 followers**, voor stand-alone posts, Stories of complete campagnes. We kunnen hiervoor samenwerken met **The HoneyGuide Project**, het toonaangevende online platform voor duurzame reiservaringen in Nederland, en **bekende influencers en Columbus-fotografen zoals Sjoerd Bracké**, die meer dan 74.000 followers heeft en is gespecialiseerd in social take-overs.

De redactie zet social media doorgaans in als **interactief onderdeel van een bredere campagne**.

In Instagram Stories worden voor DMO's bijvoorbeeld polls en quizjes gezet die **verder linken naar artikelen en wedstrijden op de online landingspagina** van *In Eigen Land*. Hiernaast zie je enkele voorbeelden:

- › Stories ter ondersteuning van een brede online contentcampagne ter promotie van de Wadden, inclusief een speciale Waddeneditie van *In Eigen Land*, een serie Waddenpodcasts en een fotowedstrijd;
- › Stories ter promotie van Leiden én de zomereditie van *In Eigen Land*;
- › Stories ter ondersteuning van een campagne ter promotie van roadtrips in Groningen, inclusief print en online artikelen en een fotowedstrijd.



Multimediacampagnes

QUIZZEN EN FOTOWEDSTRIJDEN

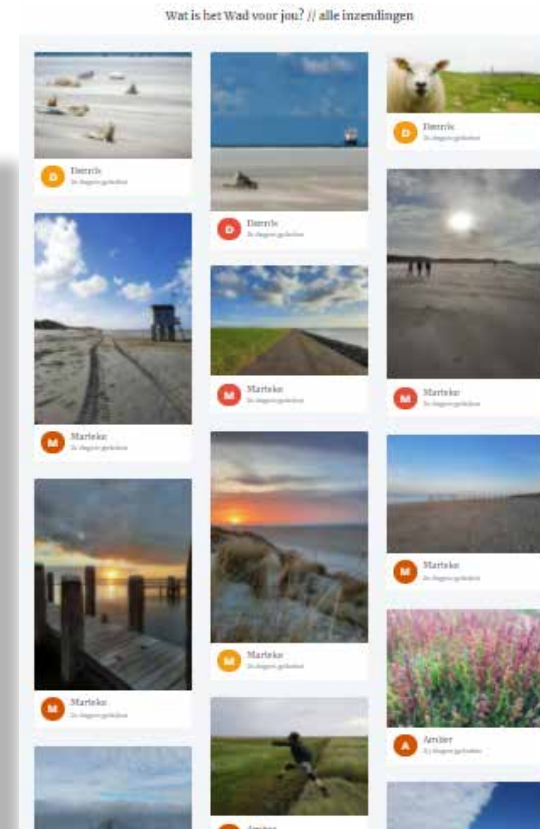
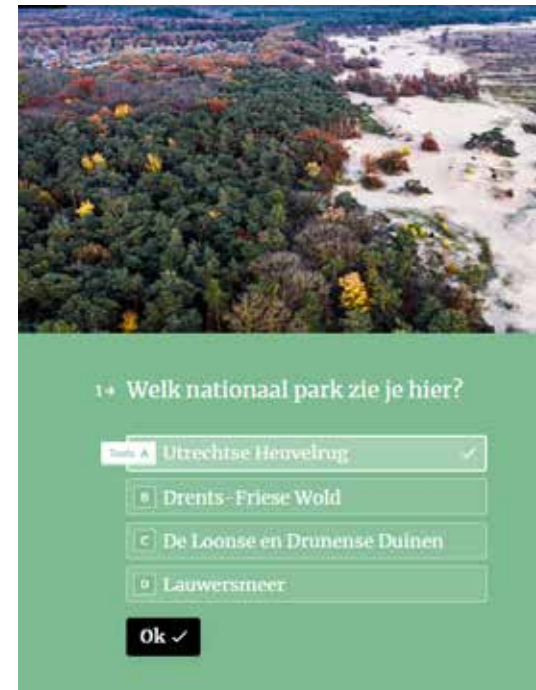
De redactie van *In Eigen Land* kan online quizen en fotowedstrijden samenstellen om je bestemming of dienst te promoten. Een quiz of fotowedstrijd is een **bijzonder informatieve en memorabele user experience** – iets wat je doelgroep bij zal blijven en uitnodigt om te delen. De **gemiddelde time on page voor een quiz of fotowedstrijd is maar liefst tien minuten!** Een quiz of fotowedstrijd kan tevens worden gebruikt voor **leadgeneratie**. Voeg vragen toe om contact- en profielinformatie te verzamelen die je kunt gebruiken voor vervolggcommunicatie. **Aantal pageviews per quiz of wedstrijd: 2.000-5.000**

PODCASTS

We bieden partners de mogelijkheid om **stand-alone podcasts over één specifieke bestemming of dedicated thema** af te nemen, als onderdeel van een grotere multimediale campagne. Deze podcasts neemt de Columbus-redactie op locatie of in de studio op.

VIDEO'S

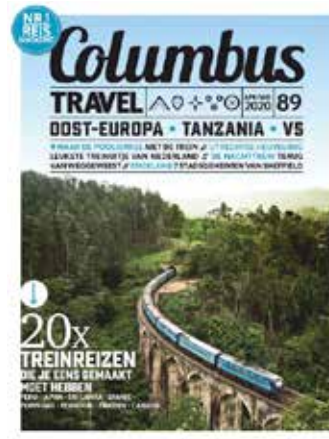
We kunnen **promotionele video's voor je bestemming of dienst** maken. De video's kunnen worden gecombineerd met online en print uitingen voor een complete 360° campagne.



Multimediacampagnes

SAMENWERKINGEN MET ANDERE TITELS VAN NEW SKOOL MEDIA

In Eigen Land is een co-productie van *Columbus Travel*, *Fiets Actief* en *Roots*, alle onderdeel van **New Skool Media**, een van de grootste bladuitgevers van **Nederland**. Als adverteerder kun je hierdoor niet alleen adverteren in de printeditie en online media van *In Eigen Land* maar ook gebruikmaken van de online en print mediakanalen van geheel New Skool Media om **je bereik te vergroten of een complete campagne op maat samen te stellen**. Onze salesmanagers denken graag met je mee over de media-oplossing die het beste aansluit op jouw wensen.



Tariefkaart en planning

Adverteren in het magazine

1/1 pagina: € 4.950 | 2/1 pagina: € 9.250

Afmetingen advertenties

Bladspiegel: 210x285mm + 3mm overvul aan alle kanten

2/1 pagina svp als 2 losse pdf's in het hierboven
vermelde formaat aanleveren.

voorjaareditie 2022

Publicatiedatum: 25 januari | Deadline advertenties:

30 dec 2021 | Deadline advertorials: 23 dec 2021

zomereditie 2022

Publicatiedatum: 17 mei | Deadline advertenties: 21 april

Deadline advertorials: 14 april

najaareditie 2022

Publicatiedatum: 13 september | Deadline advertenties:

18 augustus | Deadline advertorials: 11 augustus

Adverteren in nieuwsbrieven

Advertorial of advertentie in nieuwsbrief: € 1.250

Complete (*dedicated*) nieuwsbrief: € 5.495

Adverteren op website en social media

Op aanvraag

Voor vragen of offertes kun je contact opnemen met:

Mark Mackintosh, hoofdredacteur *In Eigen Land*

mark.mackintosh@newskoolmedia.nl

René Zaaijer, salesmanager *In Eigen Land*

rene.zaaijer@newskoolmedia.nl

