

EVALUATIE ONTVANGST 1 JUNE.BE

Isa-Bente Knijnenburg

12-15 maart 2026 | Rotterdam Partners



ROTTERDAM.
MAKE IT HAPPEN.

ROTTERDAM
PARTNERS



TONI DE CONINCK

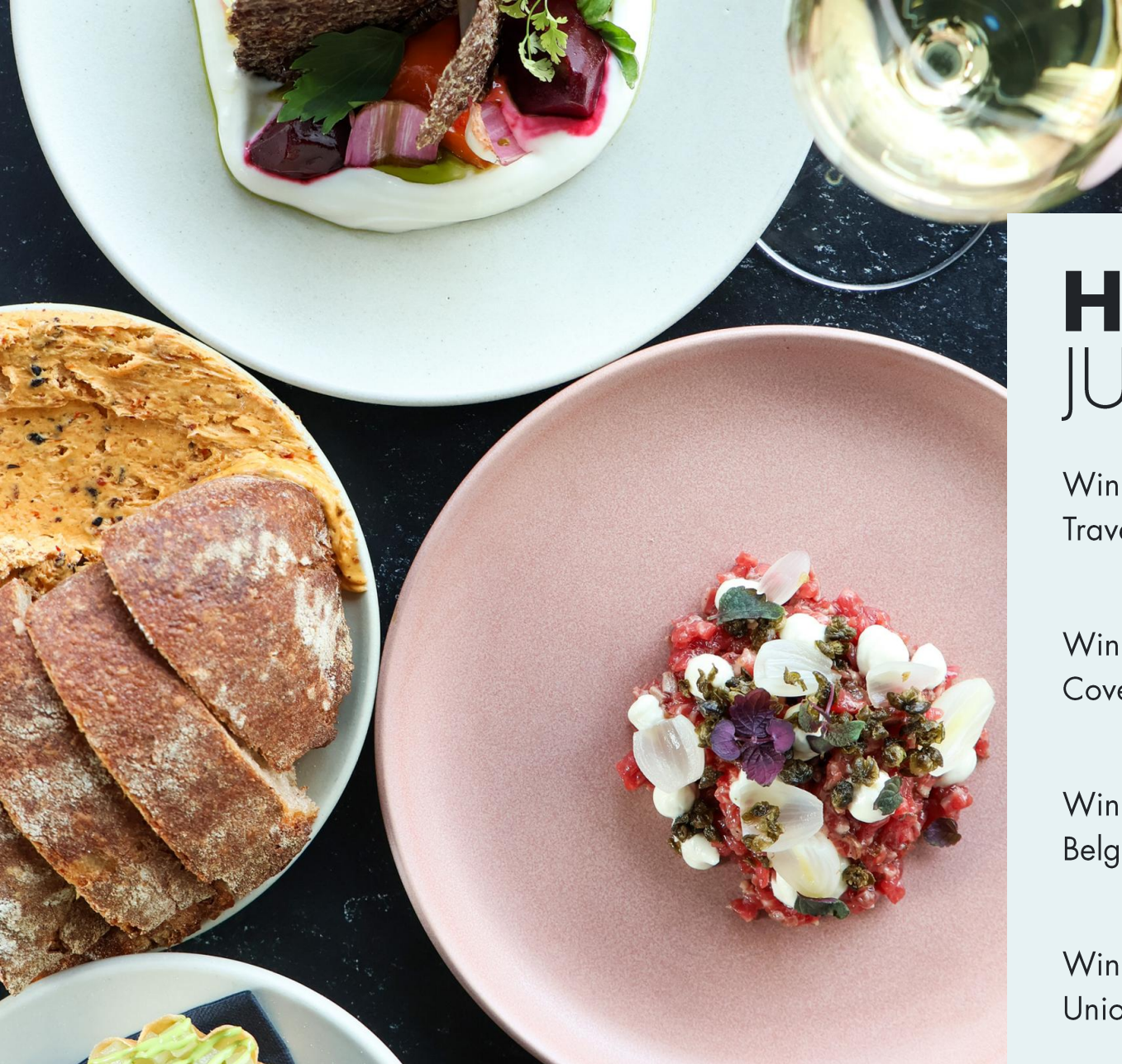
HOOFDREDACTEUR JUNE.

Toni De Coninck: oprichter van het Belgische online food- en reismagazine [June](#). June. is een uitgebreid 360° mediaplatform, met [June.be](#) als kern, waarbij content wordt gedeeld via de website, nieuwsbrieven en social media kanalen. Toni brengt meer dan dertig jaar ervaring mee als creator binnen de food- en reiswereld.

In zijn content draait het om beleving en ontmoeting. Toni laat niet alleen de locaties zien, maar geeft ook een podium aan de locals die de plek kleur en kraker geven.

Statistieken van June.:

- Website: 15.000 - 25.000 unieke maandelijkse bezoekers
- Nieuwsbrief: 10.250 abonnees
- Facebook: 19.500 volgers
- Instagram: 25K volgers (+90% in een jaar)
- TikTok: 2.500 volgers
- June. Foodie Top 100: 800,000 views



HALL OF FAME JUNE.

Winner of the 2025 Best Culinary Travel Story at the Belgian Travel Blog Awards

Winner of the 2023 Certificate of Excellence for Sustainable Travel Coverage, awarded by the German National Tourist Board

Winner of the 2020 Best Culinary/Cultural Travel Story at the Belgian Travel Blog Awards

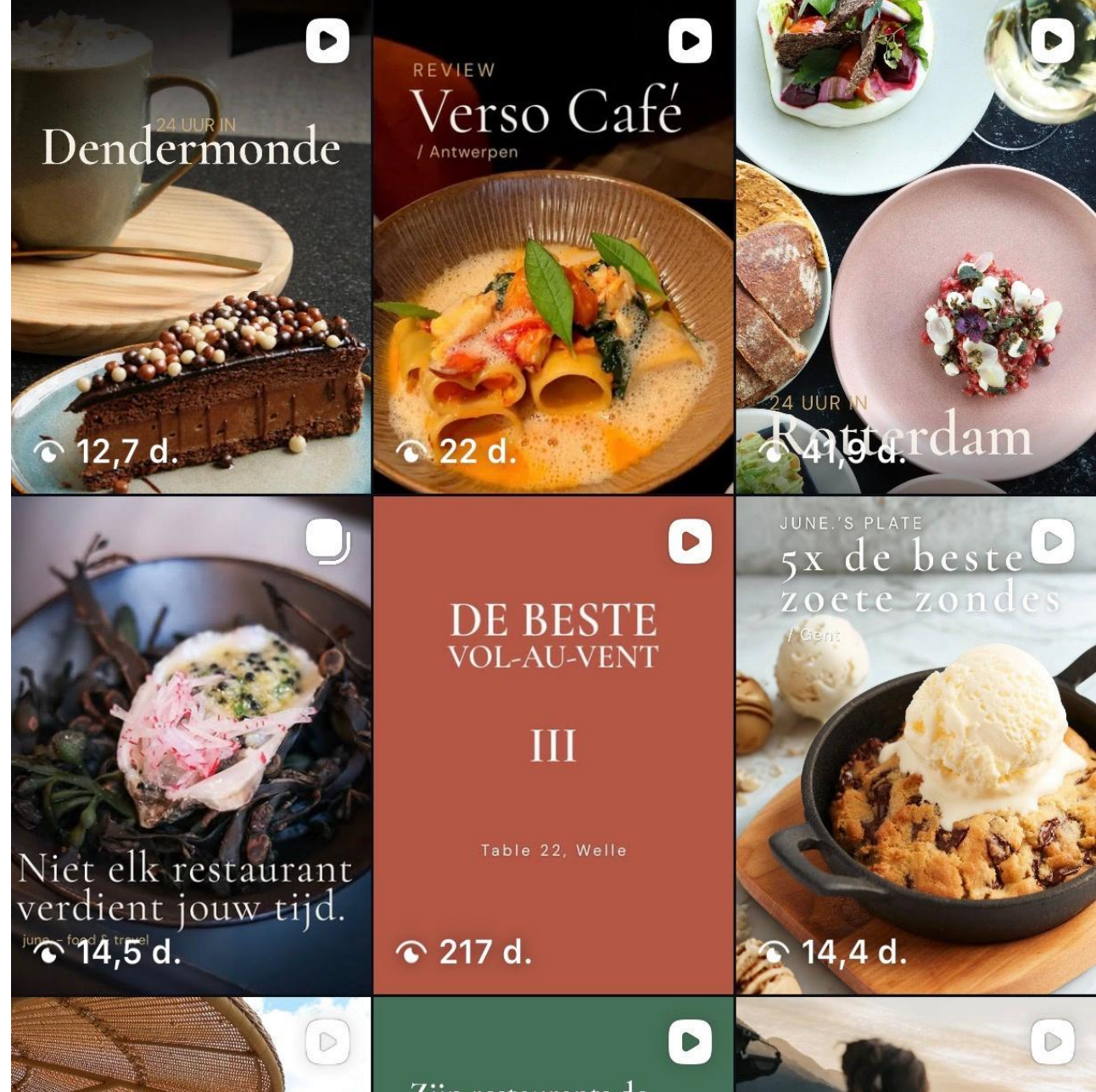
Winner of the 2016 overall Best Travel Story, awarded by the Union of foreign tourist boards

DOELGROEP JUNE.

De doelgroep bestaat uit bewuste levensgenieters: hoogopgeleid, maatschappelijk betrokken en met een sterke voorkeur voor duurzaamheid en authenticiteit.

85% is gevestigd in Vlaanderen en 60% bestaat uit vrouwen, die vaak de belangrijkste beslissers zijn op het gebied van reizen, dineren en lifestyle.

Daarnaast is er een evenwichtige verdeling over alle leeftijdsgroepen.





AMBASSADEURSHIP JUNE.

We zijn een ambassadeurschap aangegaan met Toni, wat betekent dat hij dit jaar 4x naar Rotterdam komt en structureel content deelt over de stad. Zo draagt het bij aan langdurige zichtbaarheid van Rotterdam.

Bezoek 1: 12 – 15 maart 2026

Bezoek 2: 3 – 5 juni 2026

Bezoek 3: 19 – 21 augustus 2026

Bezoek 4: oktober



PROGRAMMA ROTTERDAM

12 - 15 MAART 2026

Zijn eerste bezoek was een gezamenlijke ontvangst met Schiedam, waarbij hij één dag in Rotterdam en twee dagen in Schiedam verbleef.

12 maart

- 10:17: Aankomst Rotterdam Centraal Station
- 10:45: Inchecken Morgan & Mees Rotterdam
- 11:15: Reizen naar Kop van Zuid
- 12:00: Lunch Café Putaine
- 13:45: Lopen naar het Nederlands Fotomuseum
- 14:00: Ontmoeten Thibaud Ducoulombier - Algemeen directeur Qeet
- 14:30: Bezoek Nederlands Fotomuseum
- 16:30: Reizen naar Station Bergweg
- 17:00: Borrel bij Station Bergweg
- 19:00: Diner Restaurant & Bar Mies - Morgan & Mees Rotterdam



PROGRAMMA SCHIEDAM

12 - 15 MAART 2026

13 maart

- Ontbijt bij Le Petitjean
- Aankomst Schiedam Stadsvilla Mout
- Stadstour
- Lunch De Bakkerette
- Rondleiding Molen de Walvisch
- Diner Oniria
- Cocktailworkshop Copperclub

14 maart

- Ontbijt Stadsvilla Mout
- Sightseeing Stadsmarkt
- Lunch Brasserie Stadhuis
- Rondleiding Serious Bee



PROGRAMMA SCHIEDAM

12 - 15 MAART 2026

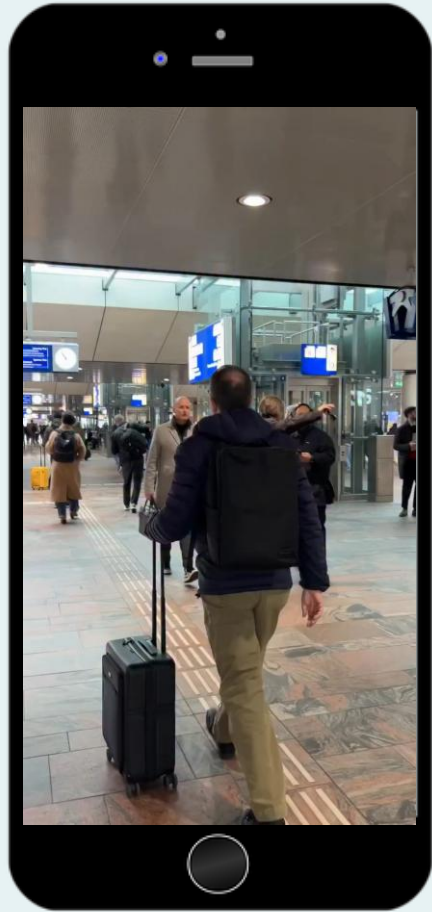
- Proeverij Bonte Koe
- Sightseeing Stadsmarkt
- Diner De Eenling

15 maart

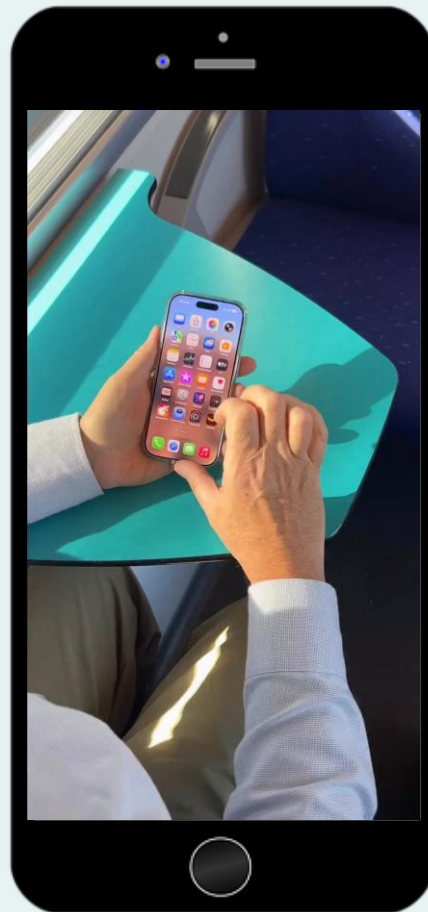
- Ontbijt Stadsvilla Mout
- Museumbezoek Stedelijk Museum & Monopole

CONTENT INSTAGRAM & TIKTOK

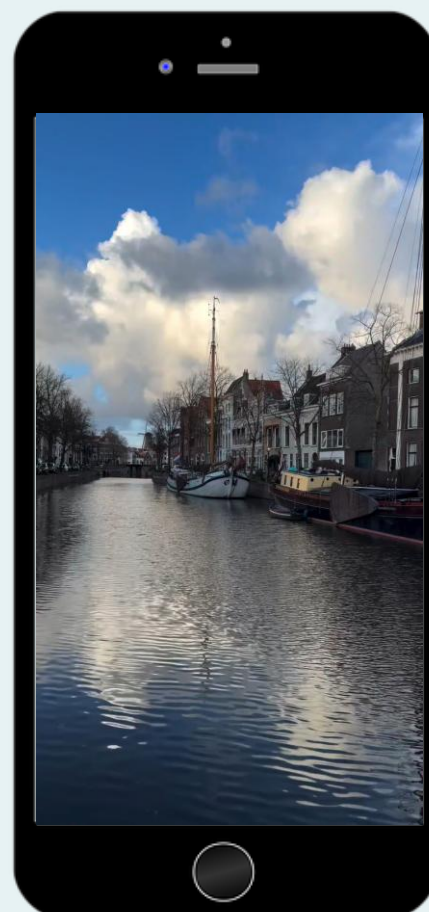
VIDEO'S



24 uur in Rotterdam Reel



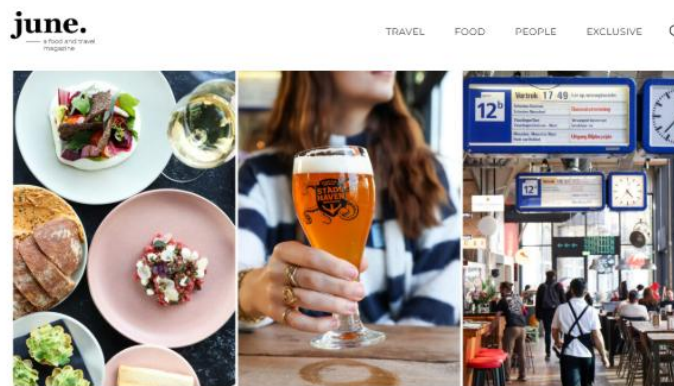
Rotterdam City Card Reel



Schiedam Reel

BLOGARTIKELEN

JUNE.BE



24 uur in Rotterdam: de wereld (in één) stad

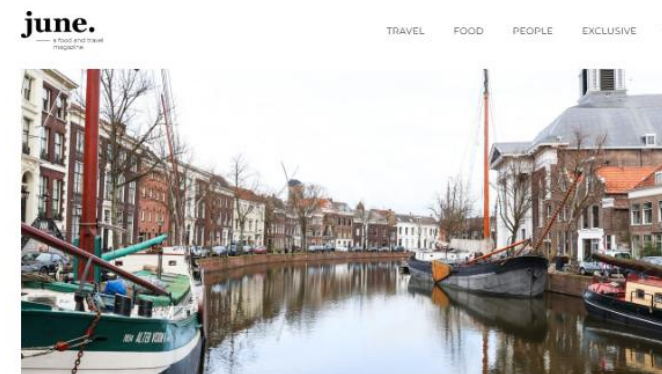
REPORTAGE - 20.03.2026

Rotterdam is de meest dichtbijge wereldstad. En je vindt er ook meteen de hele wereld in één stad. 24 uur zonnige lentetips.

(Kijk, dit is ook een prima plek om te eten in Rotterdam!)

12u – Wandel naar kop van Zuid, of beter nog, stap met je Rotterdam City Card op tram 3 van Rotterdam Centraal naar de Wilhelminapier die je na een klein kwartiertje bereikt. Dan is het nog vijf minuten stappen naar Café Putaine, het drijvende culinaire café dat sprankelt in pastelroze en diepblauw. De huisbereide negroni komt er met een fancy gepersonaliseerd ijsblok en van de kaart pluk je tartelette met witte biet en jalapeño, gerookte feta met wortel, za'atar, radicchio en lijnzaad of lekker klassiek steak tartar met ingelegde ui en kappertjes. Voor de grote honger is er black Angus entrecôte met beenmerg en een intense bordelaisesaus.

24 uur in Rotterdam: de wereld (in één) stad - June, a travel magazine



Ontdek Schiedam, the distillers dream

GESPOT - 16.04.2026

Schiedam ontwikkelt zich in de schaduw van grote broer Rotterdam tot een volwaardige citytripbestemming voor een weekendje weg. Zeker als je je ook nog eens in de jenever, gin en cocktails wil verdiepen.



Ontdek Schiedam, the distillers dream - June, a travel magazine

ROTTERDAM
partners

RESULTATEN INSTAGRAM



75.000

IMPRESSIES

53.000

BEREIK

3,8%

ENGAGEMENT RATE

430

NIEUWE VOLGERS (NA
PLAATSEN CONTENT)

Met 25K volgers op Instagram valt June. In de micro-influencer categorie.

Sterk bereik & impressies ten opzichte van profielgrootte: De content genereerde ongeveer drie keer zoveel impressies als het aantal volgers en bereikte ruim twee keer zoveel unieke accounts als de volgersbasis. Dit wijst erop dat de content goed is opgepikt door het Instagram-algoritme en ook buiten de vaste volgersgroep succesvol zichtbaar is geweest.

Bovengemiddelde engagement rate: 3,8% Ligt boven meerdere benchmarks voor micro-influencers en boven de gemiddelde engagement rate voor travel & hospitality content.

Kwalitatieve doelgroepmatch: De engagement laat zien dat June's volgers niet alleen kijken, maar ook actief reageren, klikken, opslaan of interactie aangaan.

Nieuwe volgers als extra waarde: 430 Nieuwe volgers komt neer op een groei van ongeveer 1,7%. Dit laat zien dat de content niet alleen bekeken werd, maar ook voldoende interesse opriep bij nieuwe mensen om June's kanaal te gaan volgen. Dit is waardevol aangezien Rotterdam op dit kanaal vaker terug zal komen door het ambassadeurschap.

RESULTATEN TIKTOK



3.700

IMPRESSIES

3.200

BEREIK

5,0%

ENGAGEMENT RATE

13,3%

VIDEO COMPLETION RATE

Aanvullend bereik via een groeiend kanaal:

TikTok is voor June. nog een relatief beginnend kanaal met circa 2.500 volgers. Met een bereik van 3.200 unieke accounts en 3.700 impressies, reikte de content verder dan de bestaande volgersbasis. Wat positief is.

Positieve engagement: Een engagement rate van 5,0% is positief, voor een klein creator-kanaal niet uitzonderlijk hoog maar wel solide.

Ruimte voor groei in kijktijd: De video completion rate van 13,3% en een gemiddelde kijktijd van 13 seconden laten zien dat er nog ruimte is om de content sterker vast te houden. Het wijst erop dat veel kijkers vroeg afhaken. Mogelijk speelt hierbij mee dat de content oorspronkelijk voor Instagram is ontwikkeld en vervolgens ook op TikTok is geplaatst. Hoewel dit extra zichtbaarheid oplevert, vraagt TikTok vaak om een eigen contentaanpak en format om de aandacht van kijkers langer vast te houden en optimaal te presteren binnen het platform.

RESULTATEN BLOGS



1.654

**PAGINA -
WEERGAVEN**

1.301

**UNIEKE
BEZOEKERS**

32 SEC

**AVERAGE
ENGAGEMENT TIME
ON PAGE**

60%

BOUNCE RATE

Relevant bereik: De blogartikelen van June. hebben een relevant nichebereik gegenereerd, met 1.654 paginaweergaven en 1.301 unieke bezoekers. Afgezet tegen de door Toni opgegeven 15.000 tot 25.000 unieke maandelijkse bezoekers betekent dit dat het artikel ongeveer 5% tot 9% van zijn gemiddelde maandbereik heeft bereikt, wat voor een specifieke bestemmingspublicatie een solide resultaat is.

Gezonde bounce rate: 60% Van de bezoekers is binnen 10 seconden vertrokken (bounce). Dit trekt de average engagement time omlaag. Van die 1301 hebben 520 bezoekers (40% van 1301) een geschatte average engagement time van 1m13s. Dus je hebt minder betrokken bezoekers, maar de kwaliteit van de 'overblijvers' is wel hoger dan gedacht. Daarnaast is een bounce rate van 60% is voor een blog normaal. Benchmarks voor content/blogs noemen vaak 55% tot 70% als goed en 70% tot 80% als gemiddeld.

Evergreen content: Travelblogs hebben vaak een lange start. De artikelen zijn evergreen en kunnen nog lang verkeer uit SEO halen, waardoor de huidige cijfers niet per se het eindresultaat van de publicatie hoeven te zijn.

RESULTATEN NIEUWSBRIEF



43,8%

OPEN RATE

0,62%

BOUNCE RATE

163

UNIEKE KLIKS OP
ROTTERDAM ARTIKEL

88

UNIEKE KLIKS OP
SCHIEDAM ARTIKEL

Hoge open rate: De nieuwsbrief is verzonden naar 10.250 abonnees en behaalde een open rate van 43,8%, wat een sterk resultaat is voor een mailinglijst van deze omvang.

Unieke kliks: De nieuwsbrief bevatte tien links naar artikelen op June.be en naar de socialmediakanalen van June.be. In totaal klikten 705 unieke lezers op één of meerdere links.

Lage bounce rate: Daarnaast wijst de lage bounce rate van 0,62% op een kwalitatief sterke mailinglijst en een goede afleverbaarheid van de nieuwsbrief.

Inzoomen op artikelen: Het artikel over Rotterdam presteerde bijzonder goed binnen de nieuwsbrief. Met 163 unieke clicks was het de derde best aangeklikte link van alle tien opgenomen links. Het artikel over Schiedam realiseerde 88 unieke clicks via de nieuwsbrief. Het verschil in prestaties kan deels worden verklaard doordat het Rotterdam-artikel prominenter zichtbaar was in de nieuwsbrief dan het Schiedam-artikel.