Partnerprogramma 2022 t/m medio 2024

Kastelen, Historische Buitenplaatsen en Landgoederen in het vizier

Netwerk – Kennis – Branding - Marketingcommunicatie

1 Introductie

Gelderland is rijk aan kastelen, historische buitenplaatsen en landgoederen. De Gelderse regio's werken samen aan een sterkere profilering voor dit zo belangrijke en beeldbepalende erfgoed.

Kastelen, historische buitenplaatsen en landgoederen (KBL) spreken tot de verbeelding en leveren een grote bijdrage aan de schoonheid en uniciteit van ons landschap. Ze bieden bovendien houvast en inspiratie voor onderwerpen als sociale cohesie, landschaps- en gebiedsontwikkeling, klimaatadaptatie, energietransitie en destinatiemanagement. Daarmee vertegenwoordigen ze een grote maatschappelijke relevantie.

Met het Uitvoeringsprogramma Gelderse KBL 2022-2024 werken kastelen, landgoederen en buitenplaatsen (KBL), provincie, gemeenten, destinatie-marketingorganisaties en andere stakeholders samen. Het doel is om de Gelderse KBL te verrijken via een krachtig netwerk, kennisdeling, branding en marketing. Achterhoek Toerisme, Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen en de stichting Kastelen, historische Buitenplaatsen & Landgoederen werken samen aan de uitvoering van dit programma.

Paleis het Loo

2 Uitvoeringsprogramma 2022 t/m 2024

De Gelderse kastelen, historische buitenplaatsen en landgoederen vertegenwoordigen gezamenlijk een sterk toeristisch product. Samenwerking tussen de toeristische marketingorganisaties en de KBL bij de uitvoering van destinatiemanagement en -marketing ligt dan ook voor de hand. De DMO's en sKBL willen daarom graag voortborduren op de goede samenwerking die de afgelopen jaren is ontstaan tussen kasteel-musea, kasteelhotels/restaurants, overheden en kennispartners. In 2021 is door Bureau Ruimte en Vrijetijd onderzoek gedaan naar de toeristische potentie van de KBL. Uit de onderzoeksresultaten en de analyse daarvan is dit uitvoeringsprogramma 2022-2024 voortgevloeid. Het uitvoeringspro-gramma omvat vier aandachtsgebieden, die hieronder kort worden toegelicht.

1. Netwerkvorming

De meerwaarde van onderlinge samenwerking tussen de Gelderse kastelen, historische buitenplaatsen en landgoederen zit in het bieden van inspiratie, het ontwikkelen en delen van kennis en ervaringen (best practices en lessons learned), het opbouwen van data en het toepassen van kennis. Tijdens thematische bijeenkomsten wisselen we kennis en ervaringen uit en brengen we deelnemers op de hoogte van relevante ontwikkelingen. Het jaarlijkse netwerkprogramma bestaat uit:

Netwerkbijeenkomsten

Jaarlijks organiseren we kennisbijeenkomsten op een deelnemende locatie. Het doel van deze bijeenkomsten is meervoudig:

- Het ontmoeten van de netwerkpartners;
- Gelegenheid tot het stellen van vragen/delen van uitdagingen en ervaringen;
- Het bieden van inhoudelijke inspiratie

Kijkje in keuken tour

Jaarlijks organiseren we een 'kijkje in de keukentour' met als doel om inspiratie te bieden en praktijkerva-ringen diepgaander met elkaar uit te wisselen. Denk bijvoorbeeld aan omgang met vrijwilligers, rondlei-dingen, ontvangst en routing van bezoekers, etc.
Het programma voor deze tours beslaat minimaal een dagdeel met 1 of 2 sprekers, een verdiepende rondlei-ding op de te bezoeken locatie, ruimte tot gesprek en netwerken.

2. Kennis en ontwikkeling

Iedere locatie is uniek en staat ook voor eigen uitdagingen. Binnen het in 2021 gehouden onderzoek onder ruim 20 KBL zien we ook dat er gedeelde vraagstukken zijn. Er zijn vier duidelijke thema's naar voren gekomen waarvoor we een kennisprogramma ontwikkelen. Deelnemers krijgen niet alleen kennis aangereikt, maar gaan ook met het gekozen thema aan de slag.

Elk programma omvat de volgende onderdelen:

- E-learning programma
- Twee inspirerende masterclasses
- Excursie naar locatie
- Advies op maat t.w.v. € 500,-
- Mogelijkheid voor cofinanciering om het advies op maat door te voeren

De volgende ontwikkelingsprogramma's worden gerealiseerd.

#1 Storytelling & beleving
'Hoe vertel ik mijn verhaal'
#2 Customer journey & marketing
'Hoe bereik ik mijn gast?'
#3 Blijft u nog even
#4 Duitse markt

Kennis delen

Naast de kennisprogramma's die hierboven zijn uitgewerkt, zijn er tal vraagstukken die samenhangen met de bredere context van de duurzame instandhouding van KBL en specifieke thema's binnen destinatiemanagement met aandacht voor kwaliteit, ensemble cultuur/natuur, samenwerking, verbinding door verhalen en maatschappelijk draagvlak. Om kennis te delen en op te doen faciliteren we de aansluiting en uitnodiging van de Gelderse netwerkpartners voor de thematische studiebijeenkomsten van sKBL en andere relevante organisaties. Thema's die aan bod komen zijn: Maatschappelijke relevantie, klimaatadaptie, energietransitie, duurzame leefomgeving, gevolgen coronapandemie en biodiversiteit. Maar denk ook aan Lusten en lasten in balans, Gelderland overal aantrekkelijk, gastvrijheid, bereikbaarheid / toegankelijkheid, seizoenspreiding, vraagonderzoek- en ontwikkeling, productontwikkeling, marketing en communicatie.

3. Branding

Een gezamenlijke herkenbaarheid van de KBL is essentieel en moet aansluiten op zowel de individuele merken van de partners als op de regiomerken (Achterhoek, Veluwe, Rijk van Nijmegen, regio Arnhem, Rivierenland). We investeren in de positionering van de regiomerken en verbinden daar de specifieke iconen aan. Dat geeft enerzijds ruimte voor de eigen identiteit van de iconen en de regio's, maar geeft anderzijds herkenbaarheid voor het verbindende verhaal van de KBL.

4. Marketing binnen- en buitenland

Om de juiste doelgroep te bereiken, maken we onderscheid op basis van de aard van de activiteiten van de locatie. Zo wordt voor de locaties met een museaal karakter een andere campagne ingericht dan de locaties waarbij de horeca centraal staat in de activiteiten. Met de campagnes zetten we in op het inspireren van (potentiële) bezoekers en het overtuigen een of meerdere KBL te bezoeken. Zoals eerder beschreven staan in alle uitingen de verhaallijn(en) van de KBL voorop. Maar we zoeken ook de verbinding tussen de KBL en het overige toeristische aanbod in de regio, om te profiteren van kruisbezoek. We gebruiken de beschikbare data over de bezoeker van de KBL en regio om slimme keuzes te maken in inzet van campagnecontent en -kanalen. Zo komt er een campagne voor locaties met een museale functie, maar ook met een horeca functie. Beide een eigen verhaal en eigen doelgroep. Vanzelfsprekend vinden de deelcampagnes wel aansluiting bij elkaar.

Internationale markt

We richten ons in de internationale campagne op pers/PR en content-samenwerkingen. Op de Duitse markt zetten we in op de locaties met een museale functie en op de Vlaamse markt de locaties met een horeca functie. Beide kunnen we combineren met KBL die een hybride functie hebben. Hierin kunnen we alle (participerende) KBL een plek geven in het juiste umfeld. We nodigen Duitse en Vlaamse pers en influencers uit om (meerdere) KBL te bezoeken en ontdekken en maken daar een totaal beleving van. We zoeken (betaalde) samenwerkingen met Duitse en Vlaamse media op om het verhaal van de KBL te kunnen vertellen. Met inspirerende verhalen werven we potentiële bezoekers voor de Gelderse streken die KBL gaan bezoeken.

Het uitvoeringsprogramma wordt mogelijk gemaakt door Provincie Gelderland, Gelderse gemeenten, DMO's, KBL en andere toeristische partners.

Kasteel Wijchen

3 Aanmeldingsformulier

Pakketten

Deelname pakketten			
	Pakket A	Pakket B	Pakket C
Netwerk			
Deelname jaarlijkse netwerkbijeenkomsten	*	*	*
Deelname 'Kijkjes in de keuken'		*	*
Aanbodontwikkeling			
Kennisprogramma bestaande uit: e-learning, twee inspirerende masterclasses en excursie	*	*	*
Advies op maat t.w.v. € 500,-	*	*	*
*50% cofinanciering t.b.v. locatiegebonden ontwikkeling***	*	*	*
Marketing			
Branding			
Onderdeel en mogelijkheid tot uitdragen gezamenlijk brand	*	*	*
Marketingcampagne Nederland			
Online vermelding geldersestreken.nl/kastelen - interactieve kaart met tekst, beeld en link	*	*	*
Drukwerk vermelding - POI op de kaart met naam en website vermelding	*	*	*
Online vermelding geldersestreken.nl/kastelen - vermelding		*	*
Drukwerk vermelding - vermelding in redactionele umfeld		*	*
Vermelding in extern ingekochte media		*	*
Drukwerk vermelding - uitgebreide vermelding in redactionele umfeld			*
Opname in advertorial in De Gelderlander			*
Ontwikkeling / productie video-tag on voor locatie			*
Zichtbaarheid in online campagne voor de video-tag on			*
Opname in blog/influencer/perstrip			*
Internationale marktbewerking			
Online vermelding		*	*
Vermelding in extern ingekochte media		*	*
Opname in blog/influencer/perstrip			*
Kosten per jaar	€ 495	€ 845	€ 1.245

* *De pakketten worden afgesloten voor de looptijd van het KBL programma 2022 t/m 2024. Facturatie vindt jaarlijks plaats.*

** *Budgetverdeling van maximaal €10.000,- per locatie gaat op volgorde van binnenkomst en is onder voorbehoud van beschikbaarheid van middelen.*

☐ Ik neem deel gedurende de looptijd van het uitvoeringsprogramma 2022 t/m medio 2024

Uw gegevens

Organisatie	
Contactpersoon	
Adres	
Postcode / plaats	
Telefoon	
E-mail	
Website	

Ondertekenen

Naam	
Datum	
Handtekening	

Wat u verder nog moet weten

Alle bedragen zijn excl. 21% BTW

Alle aangeboden diensten zijn onder voorbehoud. Bij onvoldoende financiering of andere zwaarwegende omstandigheden behouden betrokken partijen zich het recht voor om de activiteiten na voortijdige kennisgeving anderszins vorm te geven of te beëindigen.

Met het inleveren van dit formulier heeft u kennisgenomen en gaat u akkoord met de voorwaarden en tarieven zoals vermeld in dit formulier;

Iedere deelnemende organisatie verplicht zich tot betaling van het vastgestelde deelnametarief voor zijn gekozen vermelding binnen 14 dagen na ontvangst van de factuur.

Kasteel Cannenburch - Vaassen