

visitveluwe



**EINDELOZE
SCHOONHEID
VOLOP IN
DE KIJKER**

Dit figuur toont een overzicht van activiteiten en projecten die op dit moment worden uitgevoerd en een relatie hebben met VisitVeluwe:



Beste partner,

De Veluwe is onverminderd populair: naast de natuur en de vele dagattracties maakt de aanwezigheid van het water en de verscheidenheid aan accommodaties de Veluwe een zeer aantrekkelijke bestemming voor jong en oud. Dat is goed nieuws voor het toeristische bedrijfsleven en de gemeenten, maar het brengt ook uitdagingen met zich mee. Zo veranderen de wensen van bezoekers: we zien al enige tijd een trend dat bezoekers graag meer luxe en meer faciliteiten zien bij de accommodatie, ongeacht of het over een camping, hotel of vakantiepark gaat. Tegelijkertijd is er ook een groeiende, weliswaar kleinere, markt voor heel basic natuurkamperen waarbij de afwezigheid van WiFi en faciliteiten juist belangrijke voorwaarden zijn voor gasten. Voor onze partners brengen deze veranderingen in het consumentengedrag kansen, maar ook bedreigingen met zich mee: het is van belang om onderscheidend te zijn en te blijven. Wij vragen hier aandacht voor via de media en we adviseren onze partners op de Veluwe met dit soort informatie, zodat zij hun keuzes kunnen maken.

Een andere uitdaging is dat de Veluwe in de zomer veel bezoekers kan en mag ontvangen, maar dat is in de overige seizoenen veel minder. Dit patroon zorgt ervoor dat ondernemers veel seizoenwerkers inzetten en die zijn niet makkelijk te vinden in het huidige arbeidsklimaat. Een mooi voorbeeld zijn koks: sowieso al met een lampje te vinden in deze tijd, maar een tijdelijke inzet voor een aantal maanden in het jaar is zo goed als onmogelijk. Wij gaan vanaf 2020 onze marketingcommunicatie meer inzetten op andere seizoenen dan de zomer, zodat we ook bezoek stimuleren in de andere seizoenen. De uitdaging voor de Veluwe is om in die periode voldoende productaanbod te hebben voor bezoekers. Wij denken graag met onze partners mee over welk aanbod dat zou kunnen zijn.

Herre Dijkema

Directeur VisitVeluwe

VisitVeluwe is onderdeel van Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen

visitveluwe

PAG | ONDERWERP

- 2 > Voorwoord en inhoud
- 4 > Interview Gert van den Broek (De Paalberg)
- 6 > Hanzebeleving versterken
- 8 > Toerisme biedt kansen
- 10 > In gesprek met Willem Bijleveld
- 12 > Veluwe: 14 belevingsgebieden
- 14 > Routebureau Veluwe volop in ontwikkeling
- 16 > Succesvolle marketingcampagnes
- 19 > Nice to know
- 20 > House of Hospitality
- 21 > VeluweCongres
- 22 > In 24 uur dwars over de duurzame Veluwe
- 26 > Veluwe Remembers
- 28 > De Veluwe in campagne Gelderse streken
- 32 > Convention Bureau Gelderland
- 33 > Travel Trade
- 34 > Pers
- 35 > Partnerprogramma 2020

COLOFON

2019 © VisitVeluwe
T: 088 - 366.02.50
Postbus 156, 6660 AD Elst
partners.visitveluwe.nl

Drukwerk
Kollerie Advies & Reclame

Fotografie
Jurjen Drenth
Coverfoto: Jurjen Drenth

VisitVeluwe is onderdeel van Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen.

Interviews
Tekstbureau KVO

Ontwerp en vormgeving
Kingling.nl

De inhoud van dit magazine is met de grootst mogelijke zorg samengesteld. Alle informatie is aan wijzigingen onderhevig. Aansprakelijkheid ten aanzien van onvolledigheden of wijzigingen kan niet worden aanvaard.



HONDERDJARIGE PAALBERG VIERT FEEST!

OUDESTE RECREATIEPARK VAN DE VELUWE

VELUWS FAMILIEBEDRIJF

De Paalberg mag het oudste recreatiepark op de Veluwe zijn, camping De Bosrand is de allereerste locatie van het familiebedrijf van Van den Broek. Opa Gerrit van den Broek verbouwde daar in de jaren vijftig enkele kippenschuren tot vakantiehuysjes. Zijn zoon nam de business over en startte daarnaast een nieuwe camping in Ermelo: 'De Driehoek'. In 2006 nam Gert op zijn beurt de bedrijven van zijn vader over. Hij breidde het aantal recreatieparken uit en betrok zijn zoon Coen in het bedrijf, die op zijn zesde al wist te vertellen: "Ik ga later, net als mijn opa, mijn eigen camping beginnen." In korte tijd is VDB Holiday fors uitgebreid tot onder andere zeven restaurants, twee stranden, een reisbureau voor touringcar arrangementen, een klimbos en de verhuur, verkoop en bouw van recreatiewoningen. "Er staat de inmiddels geboren opvolger in de vijfde generatie iets moois te wachten als hij straks oud genoeg is", aldus Gert van den Broek.



Volgend jaar bestaat recreatiepark De Paalberg in Ermelo honderd jaar. Wat begon als een kleinschalig zomerkamp met houten barakken, is uitgegroeid tot een luxe en uitgestrekte vijfsterrenlocatie met alle mogelijke faciliteiten. Gert van den Broek, directeur van VDB Holiday en eigenaar van De Paalberg, is supertrots.

"Het park kent een opmerkelijke geschiedenis", aldus Van den Broek. In 1918 werd in Amsterdam de Algemene Maatschappij Voor Jongeren opgericht. Een vereniging die sport en vormingswerk hoog in het vrijzinnige vaandel had. "Toen de AMVJ van de gemeente Ermelo in 1920 een terrein in erfpacht kreeg," vertelt hij, "zette ze daar een recreatiekamp op. Ik meen zelfs dat de bouw een Amsterdams werklozenproject was. Op het kamp hebben talloze Amsterdamse jongeren fantastische zomervakanties doorgebracht."

GELDERSE TOP-CAMPING

In de decennia die volgden, werd het terrein uitgebreid en luxer gemaakt. Zo kwam er een zwembad en verdwenen de houten barakken. In 2008 verkocht de AMVJ het park aan een campinghouder en vier jaar later nam VDB Holiday De Paalberg over. Inmiddels beschikt het recreatiepark over binnen- en buitenzwembaden, tennisbanen, een basketbalveld, een sauna, een wasserette en nog veel meer. Niet voor niets is het een van de negen Gelderse TOP-campings, volgens de ANWB. Het terrein van ruim dertig hectare telt 350 plaatsen voor bungalows, stacaravans en huysjes en 250 toeristische plaatsen.

VELUWEPROMOTIE

De Paalberg is het hele jaar open. "In het hoogseizoen zitten we stevast helemaal vol", vervolgt Van den Broek. "De laatste jaren ontvangen we ook buiten

het seizoen een groeiend aantal gasten. Niet alleen Nederlanders, ook Duitsers en Belgen weten ons te vinden. Ik vermoed dat onze bekendheid is toegenomen mede dankzij de promotie door VisitVeluwe." Hij is dan ook enthousiast over hun inspanningen. "Doordat wij meerdere locaties op de Veluwe hebben, geloof ik niet in het promoten van afzonderlijke plaatsen. Ik geloof sterk in het streven om de Veluwe als geheel in de markt te zetten."

VOGELTJES EN EEKHOORNS

"Recreëren in rust en ruimte" – dat is het motto van VDB Holiday. Alle zeven recreatieparken die het bedrijf bezit in Gelderland, Overijssel, Flevoland en Noord-Holland, liggen dan ook in de natuur. De ligging van De Paalberg is werkelijk uniek: het grenst pal aan de Ermelosche Heide. "Wij zijn letterlijk een natuurcamping, midden in het bos. Nergens is een hek of omheining. Daar komt bij dat het terrein autovrij is. Je hoort de vogeltjes fluiten en ziet de eekhoorns over de paden springen."

DUURZAAM ONDERNEMEN

"We stimuleren diverse activiteiten in de natuur", vervolgt Van den Broek. "Naast het park ligt Klimbos Ermelo met zeven uitdagende parcoursen. Verder kunnen gasten bij de receptie wandelkaarten en fietsroutes verkrijgen." Ook op het gebied van duurzaam ondernemen is het park goed bezig. "Een van onze belangrijkste doelstellingen is het zo veel mogelijk ontzien van het milieu als gevolg van onze bedrijfsactiviteiten. Daarom hebben we zonnepanelen, warmtepompen, waterbesparende kranen, spaarlampen en lichtsensoren. Ook doen we aan afvalscheiding."

"HET WORDT SPECTACULAIR!"

Of het jubileum gevierd gaat worden? "Jazeker!", reageert Van den Broek prompt. "We gaan deze mijlpaal het hele jaar met onze gasten vieren. Er staan allerlei activiteiten gepland. Op 20 mei 2020 zal de aftrap van de festiviteiten plaatsvinden met een publieke bijeenkomst. Dan staat er ook iets speciaals op het programma, maar meer kan ik daarover nu nog niet zeggen", besluit hij geheimzinnig. "Maar ik verzeker je, het wordt spectaculair!"



HANZESTEDEN KLAAR VOOR DE TOEKOMST

Het gaat goed met de bekendheid van de Hanzesteden. We zien een duidelijke groei van aantallen bezoekers, met name vanuit Duitsland en Vlaanderen. Hoe gaan we daar in de toekomst mee om en wat zijn uitdagingen en aandachtspunten?

De ambitie, doelstellingen en de actie- en investeringsagenda's voor de periode 2020-2025 worden samen met de stakeholders van de Hanzesteden, waaronder Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen, vastgelegd in Perspectief Hanzesteden 2020-2025. Dit perspectief is de regionale doorvertaling van het landelijke Perspectief 2030 van de bestemming Nederland. In Perspectief 2030 staat de transformatiekracht van toerisme en de bijdrage

die deze sector levert aan de maatschappelijke opgaven van ons land centraal. De ambitie van de Hanzesteden en de stakeholders voor de komende periode is dat iedere Hanzestedeling in 2025 profijt heeft van toerisme. De Hanzesteden worden doorontwikkeld tot hotspots van cultuurerfgoed, die in alle seizoenen te bezoeken zijn en waar we met recht trots op zijn. Om dit waar te kunnen maken,

zijn de Hanzesteden nu samen met de stakeholders de puntjes op de i aan het zetten van het Perspectief Hanzesteden 2020-2025. Het wordt een integraal plan, waarin de nationale en internationale marketing, maar ook aanbodontwikkeling en branding van de Hanzesteden zijn meegenomen. Zo is ook de Hanze-productontwikkeling van de Interreg A subsidie (grensoverschrijdende samenwerking Hanzesteden), die begin dit jaar aan Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen is

toegekend, meegenomen in het plan. In september 2019 is het Perspectief Hanzesteden 2020-2025 gereed.

KANSEN VOOR HANZE PRODUCTONTWIKKELING

Veertien Hanzesteden in de Duits-Nederlandse grensregio hebben de handen ineengeslagen en zijn grensoverschrijdend gaan samenwerken. Sinds januari 2019 werken zij voor een periode van drie jaar samen met de destinationmarketingorganisaties Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen, MarketingOost, Achterhoek Toerisme en Niederrhein Tourismus, om invulling te geven aan het door het Interreg-programma ondersteunde project 'Grensoverschrijdende samenwerking: Hanzesteden - toen en nu'. Het gezamenlijke doel is de Hanze-

beleving bij zowel de bezoeker als de inwoner te versterken. Hiervoor worden onder meer nieuwe grensoverschrijdende producten ontwikkeld voor het toeristisch-recreatief bedrijfsleven, de steden en hun achterland.

HANZEBELEIVING VERSTERKEN

Om de combinatie van een bezoek aan een Hanzestad en het omliggende gebied te versterken, wordt onder meer een grensoverschrijdende fietsroute ontwikkeld langs de 14 steden. Deze verbindt de Hanzesteden in Nederland met die aan de Rijn in Duitsland. Hierbij wordt gebruik gemaakt van de bestaande knooppuntnummers aan beide zijden van de grens. Aan de fietsroute, in de steden en het achterland, wordt door middel van Augmented Reality de oude

Hanzehistorie in verhalen toegevoegd. Via een app of vensters in de stad kunnen men dan virtueel terug in de tijd reizen. Hoe leuk is dat! Dit gebeurt op basis van onderzoek van studenten van Radboud Universiteit Nijmegen naar storytelling en Augmented Reality.

Het project biedt kansen voor innovatie aan ondernemers (accommodaties, horeca en andere toeristische bedrijven) om nieuwe Hanzeproducten te ontwikkelen. Naast traditionele print- en online producten wordt er ook ingezet op de ontwikkeling van 'storytelling', zodat door middel van persoonlijke en authentieke verhalen de historie van de Hanzesteden tot leven komt.

TOERISME IS MEER DAN EEN INKOMSTENBRON

Toerisme lijkt vaak een doel op zich. Daarbij is het denken in economische waarde dominant. Wij zien toerisme echter vooral als een middel om bij te dragen aan het algemeen belang (welzijn en welvaart) van Nederland. Zo vergroot toerisme de leefbaarheid: op tal van plekken blijft het voorzieningenniveau, zoals winkels, openbaar vervoer en musea op peil dankzij bestedingen van bezoekers en recreanten. Daarnaast zijn wij als bewoners trots op onze prachtige provincie met zijn diverse natuur en cultuur: toerisme stimuleert ons om verhalen te vertellen over waar we vandaan komen en wie we zijn. We dragen zo actief onze waarden uit en laten zien waar we in geloven. Daarmee versterkt het onze identiteit en trots en ons imago.

VAN PROMOTIE NAAR BESTEMMINGSMANAGEMENT

Om de groei in het aantal bezoekers te kunnen beheersen en de kansen die toerisme met zich meebrengt te optimaliseren, moeten we nu in actie komen. In plaats van bestemmingspromotie is het tijd voor bestemmingsmanagement: hoe maken we het aanbod zo aantrekkelijk dat bezoekers die plekken in Gelderland gaan bezoeken waar nog ruimte is voor groei. Dat vraagt enerzijds kennis over de wensen en behoeften van de bezoekers en anderzijds een goed beeld van het aanbod van de provincie om dat vervolgens aan elkaar te koppelen. Op verzoek van het Ministerie van Economische Zaken en Klimaat heeft NBTC Holland Marketing daarom Perspectief 2030 opgesteld: een nieuwe visie op de bestemming Nederland. Wij zijn nauw betrokken geweest bij de totstandkoming van dit perspectief.

SAMENWERKING MET NBTC HOLLAND MARKETING

In mei hebben NBTC Holland Marketing en Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen hun strategische samenwerking voor de komende drie jaar bekrachtigd. Centraal in de samenwerking staat het stimuleren van herhaalbezoek. Jaarlijks reizen miljoenen bezoekers naar onze streek. Een steeds groter deel hiervan is afkomstig uit de ons omringende landen. De verwachting is dat het bezoek uit deze landen de komende jaren verder toeneemt. Duitsers en Belgen staan erom bekend dat ze vaker dan een keer onze regio bezoeken en dus kunnen we profiteren van deze groei. Om ruimte en richting te geven aan de verwachte groei en minder bekende plekken binnen de regio ook daarvan te laten profiteren, vinden wij het belangrijk dat we blijven investeren en ontwikkelen in aantrekkelijk toeristisch aanbod dat bij de regio past. De strategische samenwerking met NBTC kan daar een goede en belangrijke bijdrage aan leveren.

TOERISME BIEDT KANSEN

Het aantal bezoekers in en aan Nederland gaat de komende jaren sterk groeien. Die groei komt vooral vanuit het buitenland: de verwachting is dat Nederland in 2030 rond de 29 miljoen buitenlandse bezoekers gaat ontvangen, ten opzichte van 19 miljoen in 2018. Deze toename biedt kansen, zeker voor Gelderland, aangezien onze provincie nu slechts de 6e positie inneemt qua internationaal bezoek. Meer bezoek is goed voor de vrijetijdseconomie, maar tegelijkertijd brengt deze groei op sommige plekken ook uitdagingen met zich mee. We moeten toe naar een duurzame groei met aandacht voor de balans tussen recreatie en natuur en tussen bewoner en bezoeker.



Lees de nieuwe visie op toerisme op > perspectief2030.nl

IN 2019 BEN JE EEN JAAR AAN DE SLAG. BOEIENDE TIJD?

Willem Bijleveld: "Heel erg boeiend! Er gebeurde afgelopen jaar ongelooflijk veel, omdat een aantal zaken die lang waren voorbereid allemaal tot een einde kwamen. We hebben een routebureau op de Veluwe, er is een investeringsfonds opgezet voor vakantieparken en we stimuleren het plaatsen van laadpalen voor elektrische auto's. En het gaat maar door: de belevingsgebieden blijken aan te slaan en op bijna alle plaatsen wordt daarmee doorgewerkt. VisitVeluwe heeft hierin een belangrijke rol als koppelaar tussen vraag en aanbod, maar ook met het nieuwe House of Hospitality. Verder werken we aan een Veluwebreed programma, gericht op het versterken en verduurzamen van het herdenkingstoerisme: Veluwe Remembers."

AL DIE ONTWIKKELINGEN ZIJN GESTART VANUIT DE AMBITIES DIE TERUG ZIJN TE VINDEN IN DE VELUWEAGENDA, MAAR DIE IS ALWEER EEN PAAR JAAR OUD. MOET DIE NIET WORDEN AANGEPAST?

Willem Bijleveld: "Ja en nee! Enerzijds nee, omdat de basis die in de bestaande agenda staat nog zo solide is als een huis: koesteren wat we hebben op de Veluwe – natuur, landschap en erfgoed – en tegelijkertijd de beleving van al die parels versterken. Werken aan kwaliteit is van alle tijden en komt in alle agenda's. Anderzijds ja, omdat we merken dat de partners ook wel behoefte hebben aan het aanbrengen van accenten hier en daar. Daarbij vragen allerlei actuele ontwikkelingen om een vertaling naar Veluwse acties, zoals de landbouwtransitie en de veranderende kijk op toerisme. En in de vorige versie moesten we wat vaag zijn over bepaalde ambities omdat we het nog niet precies wisten. Intussen zien we steeds beter wat we willen en hoe we dat willen."

MAAR HET IS TOCH GOED OM MET STERKE AMBITIES AAN DE SLAG TE GAAN?

Willem Bijleveld: "Maak je geen zorgen, de ambities zijn er volop en worden alleen



● IN GESPREK MET WILLEM BIJLEVELD

"SAMEN VOOR DE BESTE VELUWE BELEVING"

Sinds de zomer van 2018 is Willem Bijleveld de onafhankelijke voorzitter van de VeluweAlliantie. De VeluweAlliantie is een bondgenootschap dat bestaat uit afgevaardigden van de 21 gemeentes op de Veluwe, recreatieondernemers, grote attracties, provincie, lokale belangenorganisaties en terreinbeheerders. Het doel hiervan is om door intensieve samenwerking de Veluwe-op-1 te houden.

Wij gingen met Willem in gesprek over zijn eerste jaar als voorzitter.

In 2018 is de landschapsbiografie voor de Veluwe uitgebracht

maar groter. De essentie van onze bijzondere samenwerking is nu juist dat er wordt gewerkt vanuit de ambities die de afzonderlijke partners willen bereiken. De VeluweAgenda biedt een context en biedt de samenhang die we met elkaar willen, juist om elk resultaat sterker te laten werken. Maar de VeluweAgenda is niet meer dan een middel. Het bijzondere van de Veluwe is nu juist dat we iets hebben bereikt dat sterker is dan welk beleidsplan dan ook: de wil om samen op te lopen. Er is een groeiend respect voor elkaars verschillende belangen. En dat maakt de VeluweAlliantie sterk."

DUS VELUWE-OP-1 MAAKT ZICH NOG STEEDS STERK VOOR HET AANTREKKEN VAN MEER TOERISTEN NAAR DE VELUWE?

Willem Bijleveld: "Veluwe-op-1 staat voor het streven naar de beste Veluwe-beleving. Dat betekent ook dat we op het gebied van natuur, landschap en erfgoed de nummer één willen zijn. Kwaliteit vóór kwantiteit past veel beter bij de Veluwe. Grotere groepen toeristen aantrekken zonder dat we ze goed kunnen laten genieten van waar we trots op zijn, gaat tegen ons werken. Daar is iedereen op de Veluwe zich goed van bewust."

WAT BETEKENT VELUWS PARTNERSCHAP VOOR JOU?

Willem Bijleveld: "Zonder de inzet van alle partners op de Veluwe, kunnen we helemaal niets. Ik ben altijd weer erg onder de indruk van hoe betrokken en gemotiveerd iedereen aan de slag is en hoe groot de liefde is voor 'onze' Veluwe. Klein nadeel van de Veluwe is wel dat het zo ontzettend groot is, waardoor het lastig is om vaker direct met iedereen in gesprek te komen. Dat vind ik jammer, de boeiendste verhalen komen uit de praktijk van de actieve werkers op de Veluwe. Of het nu gaat om een boswachter of een fietsverhuurder: ik hoor ze graag... Ik laat mij graag uitnodigen daarvoor."

INNOVATIE EN AANBODONTWIKKELING OP DE VELUWE

UITGELICHT BELEVINGSGEBIED: DE 'KONINKLIJKE VELUWE'

Een groep externe deskundigen heeft, samen met veel mensen uit de Veluwe, gezocht naar een manier om samenhang, samenwerking en focus in de regio te versterken. Zij zijn uitgekomen op een concept dat we 'belevingsgebieden' noemen. Dat is het beste te zien als een methode om tot versterking en een vraaggestuurde ontwikkeling te komen van nieuwe producten en diensten. Het uitgangspunt is dat ieder stukje Veluwe ook eigen accenten heeft om te beleven als bezoeker.

Begin 2019 hebben wij bijeenkomsten georganiseerd ('Veluwe Roadshow') in de verschillende regio's om mensen te inspireren aan de hand van de 'belevingsgebieden'. Vervolgens heeft de VeluweAlliantie ingestemd met de aanpak en werken nu kwartiermakers samen met mensen vanuit de Veluwe de 'belevingsgebieden' verder uit. Via belevingsgebieden.nl is de actuele status per belevingsgebied te raadplegen.

De Veluwe is een sterk merk, waarbij iedereen direct denkt aan de bekende aspecten: herten, rust, ruimte, bossen, zandverstuivingen en heidevlakten. Dit willen we graag zo houden, maar we willen ook graag aandacht voor de andere aspecten van de Veluwe die de moeite waard zijn. Hoe pakken we dat aan?

14 BELEVINGSGEBIEDEN OP DE VELUWE

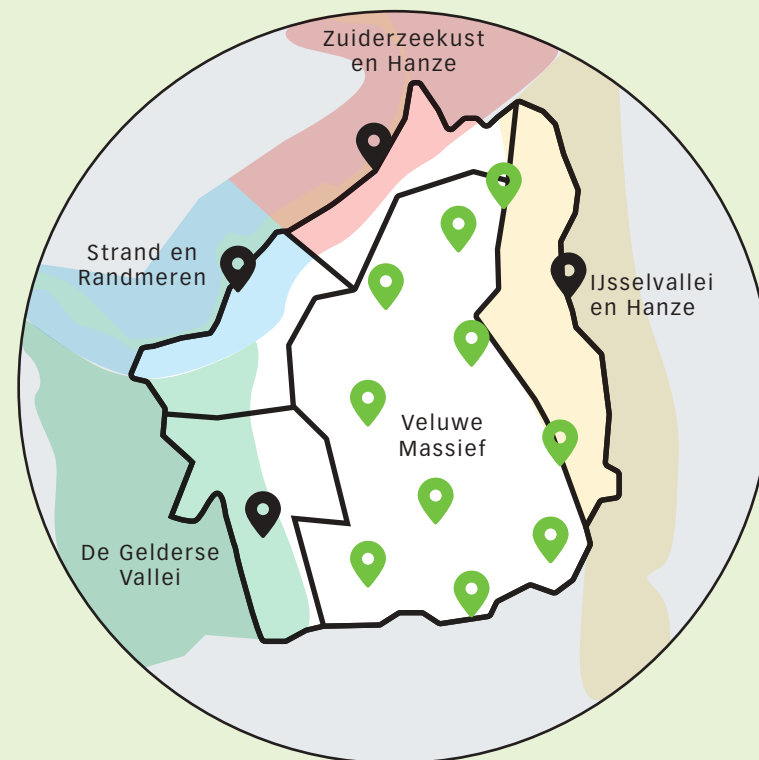
- VELUWEZOOM
- DE BEVOCHTEN VELUWE
- DE HOGE VELUWE
- DE SMAKELIJKE VELUWE
- DE STILLE VELUWE
- DE KONINKLIJKE VELUWE
- VELUWS VERLEDEN
- DE GEHEIME VELUWE
- DE AMBACHTELIJKE VELUWE
- DE INDUSTRIËLE VELUWE
- DE GELDERSE VALLEI
- DE IJSSELVALLEI & HANZE
- STRANDEN EN RANDMEREN
- OUDE ZUIDERZEEKUST & HANZE

ONTWIKKELEN VANUIT DE VRAAG

Bij de ontwikkeling van de 'belevingsgebieden' staat de vraag (doelgroep) centraal. Voor wie gaan we de beleving versterken? Voor de inwoner van de Veluwe of de bezoeker van buiten? Welke leefstijl heeft de doelgroep? Voor de binnenlandse markt maken we gebruik van de Leefstijlvinder als uitgangspunt. Een aantal 'belevingsgebieden' is ook geschikt om voor internationaal bezoek te ontwikkelen. Hier maken we gebruik van de doelgroepen die NBTC Holland Marketing heeft uitgewerkt.

INNOVATIE & AANBOD-ONTWIKKELING

Wij ondersteunen bij innovatie en aanbodontwikkeling op de Veluwe. Onze regio-coördinatoren vervullen een adviserende rol bij de ontwikkeling van de 'belevingsgebieden'. Zij hebben het overzicht op Veluwse schaal en zorgen voor focus, maar ook voor de gewenste samenhang. Vanuit het House of Hospitality worden inzichten gedeeld om te komen tot de juiste match tussen vraag en aanbod. Lees meer over het House of Hospitality op pagina 20.



Grensoverschrijdend belevingsgebied



Gemeente Apeldoorn, Toeristisch Platform Apeldoorn, Binnenstad Apeldoorn, Apeldoorn Marketing, Paleis Het Loo, NBTC Holland Marketing, VisitVeluwe en Veluwe-op-1 werken samen aan een ontwikkelprogramma richting 2021. Het jaar dat Paleis Het Loo naar verwachting heropend zal worden. In 2017 zijn de eerste voorbereidingen voor een duurzame ontwikkeling van de 'Koninklijke Veluwe' gestart. Meerdere bijeenkomsten met stakeholders hebben plaatsgevonden. Er is een breed draagvlak om gezamenlijke de beleving te versterken met het accent 'royaal genieten'. Breder dan de stad Apeldoorn. Kansen worden gezien in samenwerking met de dorpen Hoog Soeren, Uddel, Elspeet (gemeente Nunspeet) en Vaassen (gemeente Epe).

In het najaar van 2019 is er een (inspiratie)bijeenkomst waarbij de concrete ontwikkelmogelijkheden worden gedeeld. Mocht je hierbij aanwezig willen zijn, laat het je regiocoördinator weten.

Het Routebureau Veluwe is er namens de 21 Veluwse gemeenten om als netwerkorganisatie de Veluwse recreatieve routestructuren te beheren. Naast het beheren van het Veluwse fietsnetwerk houdt het routebureau zich namelijk ook bezig met een nieuw Veluws wandelnetwerk, ruiter- en mennetwerk en de ontwikkeling van mountainbikeroutes op de Veluwe en in de randgemeenten. Hoog tijd voor een update!

NIEUW WANDELNETWERK HOENDERLOO EN DE VELUWEZOOM

Via een gemeenschappelijk programma van gebiedspartners en overheden streeft het Routebureau Veluwe ernaar om bewoners en bezoekers kwalitatief hoogwaardig wandelproducten aan te bieden. Dit voorjaar zijn de eerste twee wandel-pilotprojecten van start gegaan in de omgeving van Hoenderloo (gemeente Apeldoorn) en op de Veluwezoom in de omgeving van Rheden (voor een groot gedeelte in Nationaal Park Veluwezoom van Natuurmonumenten). Daarbij is het idee om het aanbod aan wandelroutes naast beleving van natuur en landschap, ook te richten op de aantrekkelijke kant van dorpen en steden op de Veluwe met bijbehorende recreatievoorzieningen.

Op de Veluwe werken we de komende jaren aan integratie van routes, het verbinden van routes waardoor de wandelaar keuzes kan maken en het saneren van oude routes die niet goed meer worden onderhouden.

RUITERNETWERK

In 2019 is gestart met het in kaart brengen van de Veluwse ruiter- en mennetwerken. Het deel dat als eerste in kaart is gebracht, is de omgeving van Epe en Nunspeet. We zijn op dit moment in gesprek met de terreinbeheerorganisaties om dit ook voor de overige delen van de Veluwe te gaan doen. Tevens zal dit jaar de Veluwenorm voor het ruiter- en mennetwerk Veluwe worden vastgesteld. Het is de bedoeling dat in de komende jaren het nieuwe netwerk Noord-Veluwe wordt gerealiseerd en dat de bestaande netwerken Midden-Veluwe (Barneveld/Apeldoorn) en netwerk Epe (Epe/Heerde/Nunspeet) worden vernieuwd. Daarnaast wordt er al dit jaar

gestart met de realisatie van het nieuwe ruiternetwerk in Ede.

MOUNTAINBIKEVISIE

Ook op het gebied van mountainbiken zijn er mooie stappen gemaakt. Zo is er in het voorjaar van 2019 een mountainbikevisie opgeleverd waarin de algehele 'Veluwenorm' is bepaald. Gerealiseerde netwerken als het mountainbikenetwerk in Harderwijk, de vernieuwde routes in Epe en de routes op de Veluwezoom zijn hier inmiddels al op aangepast.

LANCERING ROUTEPLATFORM ROUTESOPDEVELUWE.NL

Een andere mijlpaal die we begin dit jaar hebben gevierd, is de lancering van ons nieuwe routeportal routesopdeveluwe.nl. De bezoeker kan op het routeportal eigenlijk alle informatie vinden die hij nodig heeft om een route op de Veluwe te plannen. Van startlocaties en interessante tussenstops tot kant-en-klare themaroutes en zelfs een knooppuntplanner. Ook worden er regelmatig artikelen geplaatst met nieuwe tips. Benieuwd naar de website? Kijk op routesopdeveluwe.nl.

WAT BRENGT 2020?

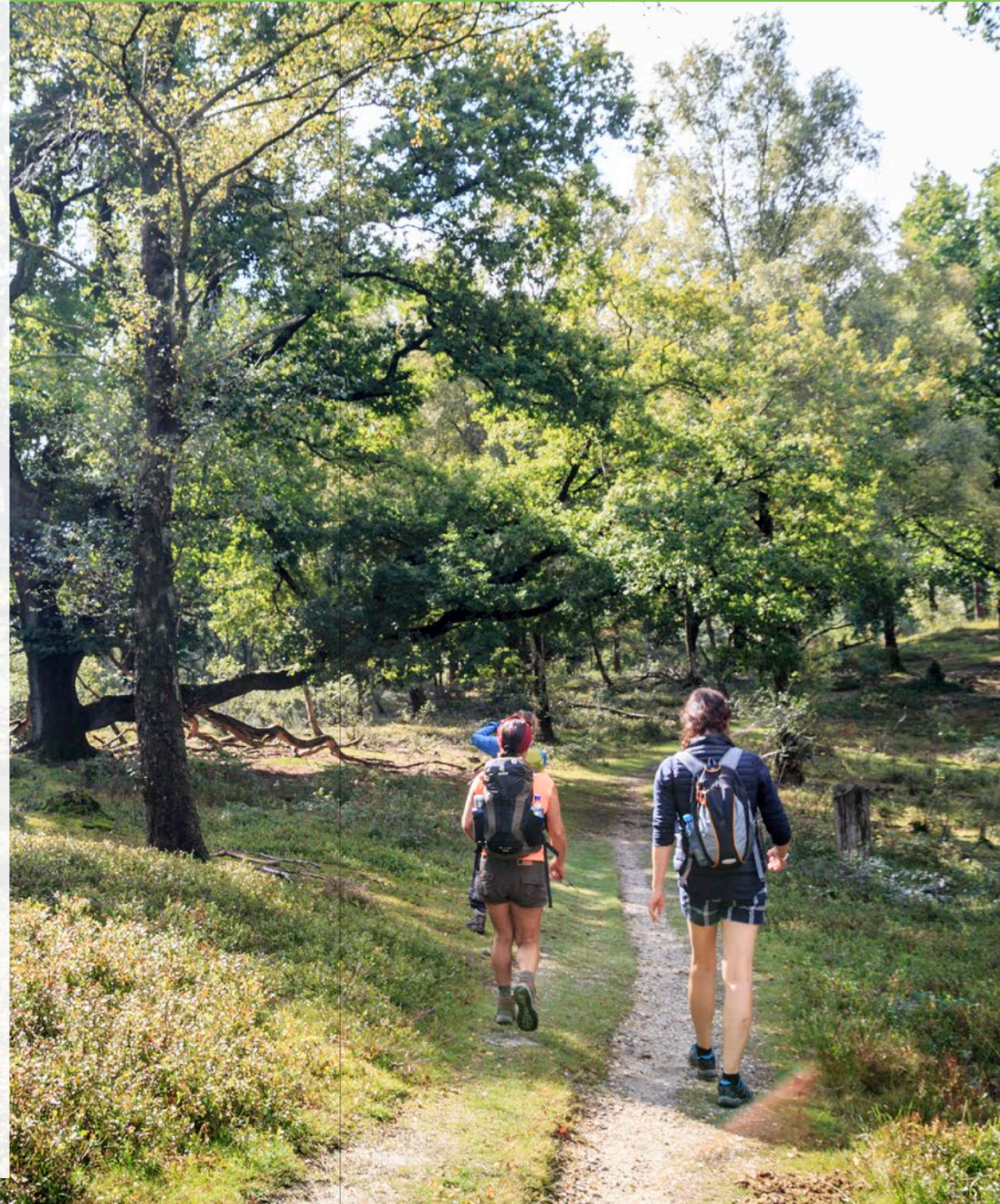
Het Routebureau Veluwe bevindt zich op dit moment in een echte transitiefase. De pilotprojecten zijn na deze zomer afgerond, zodat we beschikken over voldoende ervaring om gefundeerde keuzes te maken. In 2020 kunnen we de best practices die we uit deze pilotprojecten hebben meegenomen ook doorvoeren in andere opdrachten. Voorbeelden van projecten die er in het laatste kwartaal van 2019 en begin 2020 aankomen zijn: wandelnetwerken in de omgeving van Barneveld, Het Leesten en Putten-Ermelo. Ook starten we met de aanleg van de ruiter- en mennetwerken in de omgeving van Nunspeet en Epe.

ROUTEUREAU VELUWE VOLOP IN ONTWIKKELING



EVEN VOORSTELLEN: YORICK

Als echte natuurliefhebber is het promoten van (misschien wel) het mooiste natuurgebied van Nederland mij op het lijf geschreven. Sinds 2016 ben ik werkzaam bij Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen als marketeer. Gedurende de afgelopen periode heb ik kennis mogen maken met het Veluwse routenetwerk, en dit unieke gebied is nog veel diverser dan ik had verwacht. Sinds 2018 vervul ik de rol van Route marketeer vanuit de opdracht van het Routebureau Veluwe. Routes zijn de verbindende schakel tussen al het moois dat onze regio te bieden heeft en het is bijzonder om te zien dat in een relatief klein gebied zoveel verschillende landschappen te ontdekken zijn. Mijn uitdaging bij het Routebureau Veluwe ligt in het creëren van een vaste lijn van handzame routeproducten die niet alleen praktisch zijn voorafgaand of tijdens een route, maar ook aansluiten op het verhaal en de identiteit van het gebied.



SUCCESVOLLE MARKETING- CAMPAGNES

Samen zetten wij ons in voor bezoekers die langer verblijven, meer uitgeven en die nog een keer terugkomen. Met oog voor de balans tussen bezoekers en bewoners én tussen natuur en recreatie. Nationaal en internationaal promoten we de Veluwe en onze partners in vele projecten en campagnes.

HET VERHAAL VAN GELDERLAND

In de jaren 2014-2016 hebben wij samen met Erfgoed Gelderland en het Nederlands Openluchtmuseum succesvol samengewerkt in het project 'Het verhaal van Gelderland'. Die samenwerking heeft in 2018 en 2019 een vervolg gekregen. De campagne neemt Gelderse cultuurhistorische iconen als uitgangspunt om het publiek naar de provincie te trekken. In 2019 zijn dat:

- Kastelen en landgoederen
- Hanzesteden
- Tweede Wereldoorlog
- De Veluwe
- Romeinen

Er worden tal van online en offline producties uitgebracht die de iconen onder de aandacht van het publiek brengen.

De drie samenwerkende partijen willen met het project ook deskundigheid bij de achterban bevorderen en vernieuwend aanbod creëren. Zo kunnen de Gelderse erfgoedsector en met de thema's werkende toeristische bedrijven scherper in de markt worden gezet. Bovendien beoogt de campagne een nieuwe doelgroep te bereiken, namelijk de hippe, jonge, grootstedelijke bevolking.



MACHT & PRACHT

Sinds vorig jaar bundelen ruim veertig kastelen in de Gelderse streken hun krachten om meer toeristen te trekken. Wij verzorgen hierbij de coördinatie en promotie. Niet alleen Nederlanders, maar ook Duitsers en Belgen, worden met de nieuwe promotiecampagne uitgenodigd een bezoek te brengen aan één of meerdere deelnemende kastelen. En niet alleen om een kasteelmuseum te bezoeken of een kasteeltuin met landgoed te bekijken, maar ook om te overnachten in een kasteelhotel en te eten in een heus kasteelrestaurant. In 2019 ligt de focus van de campagne op het verbeteren van de online zichtbaarheid en het presenteren van (nieuwe) Gelderse fietsroutes rondom een kasteel of landgoed. Ook social media, persontvangsten, promotie van video's, radio en diverse offline artikelen worden weer ingezet om de unieke macht & pracht in de Gelderse streken onder de aandacht te brengen.

ICOON HET NATIONALE PARK DE HOGE VELUWE

Binnen de context van de beleavingsgebieden is Het Nationale Park De Hoge Veluwe één van de meest ontwikkelde karakters met nationale en internationale uitstraling, mede door het Kröller-Müller Museum. In 2019 is er een concrete aanleiding om NPDHV te benoemen als 'icoon' door de opening van een nieuw publieksgebouw. Wij hebben de opdracht gekregen om zowel B2B als B2C de communicatieactiviteiten rondom het icoon uit te voeren. De campagne is gestart met lokale communicatie rondom het tv-programma De Grote Tuinverbouwing, waarin Lodewijk Hoekstra elke uitzending Het Nationale Park De Hoge Veluwe bezoekt. Ook is er een online presentatie op visitveluwe.nl gecreëerd waar onder andere arrangementen te vinden zijn en is er een mooi artikel verschenen in het bezoekersmagazine. Daarnaast zijn er social media, een outdoor-campagne op de NS-stations, radiospots en advertenties in de recreatiekrant ingezet.



BUITENVOORSTELLINGEN

Wegens enorm succes van de buitenvoorstellingen vorig jaar zijn wij gevraagd, in opdracht van de VeluweAlliantie, om wederom de communicatie voor de buitenvoorstellingen van de film WILD én andere films te verzorgen. De campagne bestaat onder andere uit de inzet van social media, advertenties in de recreatiekrant, flyers, posters en het versturen van persberichten.

BELEEF DE HERFST OP DE VELUWE

In de VeluweAgenda staat de actie om het aanbod en de kwaliteit van Veluwebrede evenementen, gericht op seizoenverlenging, te versterken. Wij hebben, net als in 2018, de opdracht gekregen om een campagne te voeren rond de activatie van een Veluwebreed najaarsprogramma van herfstactiviteiten. De focus ligt op een aantal (grote) herfstactiviteiten die plaatsvinden.

Kijk voor meer informatie over onze projecten en campagnes op partners.visitveluwe.nl/projecten-campagnes



THEMACAMPAGNES

In 2019 zetten we elke maand een ander thema in de etalage waarin we de Veluwe promoten. Elke paar weken staat een ander onderwerp centraal: op onze website, in artikelen, social media en (online) advertising. Jij kunt daar met je bedrijf of product extra onder de aandacht worden gebracht van de (potentiele) bezoekers. Voor elke campagne kiezen we een doelgroep uit de Leefstijlen.

De resultaten van de afgelopen campagnes zijn positief: de artikelen worden goed gelezen, social media realiseert een hoog bereik en er zijn diverse soorten kanalen en externe media ingezet in de content van de thema's onder de juiste doelgroep te verspreiden. Dit ten gunste van de zichtbaarheid van de regio.

In 2020 kiezen we voor vier thema's. Meer informatie hierover kun je vinden in het partnerprogramma 2020.

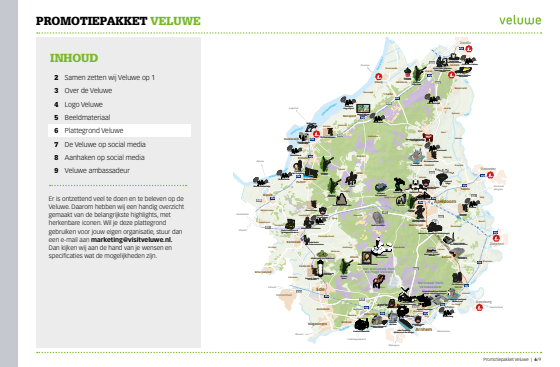
SAMENWERKEN AAN EEN STERKE MERKBELEVING

De Veluwe is het sterkste streekmerk van Nederland! Een prachtige beloning voor een geweldig, mooi gebied, met een grote verscheidenheid aan natuur, attracties, horeca, cultuur, erfgoed en verblijfsrecreatie. Elke dag werken we allemaal aan de beste Veluwebeleving voor de binnen- en de buitenlandse bezoeker.

W e helpen je graag om je bezoekers zo goed mogelijk te bedienen. Jij bent namelijk – samen met de andere toeristische ondernemers op de Veluwe – onze belangrijkste ambassadeur. Samen staan we als regio sterker om een (inter)nationaal publiek te bereiken.

Wij hebben verschillende promotiepakketten samengesteld die door partners en pers kunnen worden gedownload. Zo bouwen we met elkaar aan een gelijklopend gezicht, dat voor alle bezoekers herkenbaar is. Met als doel samen het toerisme in de regio te bevorderen. Deze promotiepakketten zijn voorzien van een gebruiksinstructie voor het beeldmerk, beeldmateriaal, logo's en lettertypes. Ook wij hanteren deze huisstijl in alle uitingen. Niet alleen in regiobrede producten, maar ook voor producten die voor verschillende plaatsen op de Veluwe worden gemaakt.

Daarnaast hebben we afgelopen jaar een prachtige brandingvideo van de Veluwe ontwikkeld, waarin alle thema's van de Veluwe naar voren komen. Deze video is door partners van VisitVeluwe rechtstreeks te gebruiken op de eigen kanalen. Download de video op partners.visitveluwe.nl.



NIEUW PUBLIEKSGBUW HOGE VELUWE GEOPEND

Op 21 juni 2019 is het nieuwe Park Paviljoen van Het Nationale Park De Hoge Veluwe geopend door Zijne Majesteit Koning Willem-Alexander. De nieuwe, duurzame bebouwing is opgetrokken uit lichte houtsoorten die passen in de natuurlijke omgeving. Het Park Paviljoen biedt onderdak aan het Parkrestaurant, de Parkwinkel en ontvangstruimten. Er is meer ruimte voor interactieve educatie en de vergaderfaciliteiten zijn uitgebreid. Nadat het centrumgebied vernieuwd is, worden de drie Park-entrees gemoderniseerd voor een vlottere afwikkeling van bezoekersstromen.

● HOUSE OF HOSPITALITY DRAAGT BIJ AAN SAMENHANG OP DE VELUWE

TOERISTISCHE ONTWIKKELING EN INNOVATIE STIMULEREN

Vanuit de VeluweAlliantie heeft VisitVeluwe de opdracht gekregen om kwartier te maken voor een 'House of Hospitality Veluwe'. Waar in Amsterdam het House of Hospitality vooral is gericht op het aantrekken van voldoende arbeidskrachten voor de branche, en in Den Haag het werken aan gastvrijheid de boventoon voert, staat op de Veluwe het stimuleren van de toeristische ontwikkeling in de regio voorop. Bastiaan Overeem, programma manager bij VisitVeluwe, licht het toe.

KENNIS & INZICHT

Het House of Hospitality is het centrum dat de toeristische ontwikkeling en innovatie op de Veluwe moet stimuleren. "We hebben het gebouwd op drie pijlers", licht Bastiaan het model toe. "Het begint met kennis en inzicht: hoe staat de Veluwe er toeristisch voor, wat wil de bezoeker van morgen, waar zit de vraag en hoe zit het nu met de leefstijlen?" Sinds kort vervult Pim Nouwens de rol van Market Intelligence Analyst bij VisitVeluwe om hier uitvoering aan te geven.

PRODUCTONTWIKKELING & INNOVATIE

In de tweede pijler van het House of Hospitality moet met productontwikkeling en innovatie het aanbod beter aansluiten op de toekomstige vraag. "Dat doen we niet overal op de Veluwe op dezelfde manier", vertelt Bastiaan. Hij vindt dat het goed is om accenten te leggen binnen de basiskwaliteiten rust, ruimte en dieren, die voor de bezoekers belangrijk zijn en overal terugkomen. "We willen op de Veluwe samenhang, maar ook focus en we maken dus heldere keuzes", stelt hij resoluut. "Zo zie je overal in het gebied de koninklijke familie terugkomen, maar het zwaartepunt ligt wel bij Paleis Het Loo. Militaire geschiedenis kom je in het hele gebied tegen, maar als je iets wilt ontwikkelen rond dat thema kun je dat het beste bij Arnhem en Oosterbeek doen als de bevochten Veluwe. En zo hebben we meer 'belevingsgebieden' zoals de industriële Veluwe met watermolens en papierindustrie of Veluws verleden, de geheime Veluwe, de stille Veluwe en de

ambachtelijke Veluwe." In de eerste helft van 2019 is duidelijk geworden dat er enthousiasme is voor deze aanpak. De coördinatie van de 'belevingsgebieden' in 2020 zal gewaarborgd worden via deze pijler van het House of Hospitality.

VELUWE ACADEMY

De derde pijler onder het House of Hospitality is de Veluwe Academy, want we streven ook naar excellente gastvrijheid. "De eerste stappen zijn gezet. Mbo-professionals met hun diploma op zak kunnen vanaf september hun loopbaan in de gastvrijheidssector starten met een traineeship bij de VeluweAcademy", licht projectleider Theo de Bruin toe. "Het ontwikkelprogramma biedt trainees de kans om vanuit een betaalde baan te ontdekken waarin ze zichzelf verder willen ontwikkelen om ambities waar te maken." De volgende stap is het ontwikkelen van een businessplan voor een Veluwebrede Academy. "De afgelopen periode heb ik gesproken met tal van stakeholders, zoals het onderwijs en het toeristische bedrijfsleven. De urgentie is duidelijk: op dit moment werk ik aan een advies voor de bekostiging en organisatie van de Academy", vertelt Theo, die toelicht dat zijn opdracht is om aan het einde van het jaar duidelijk te hebben wat het businessplan is voor een Veluwebrede VeluweAcademy.

Lees op het kennisplatform van PleasureWorld NRIT het complete interview met Bastiaan Overeem over het House of Hospitality.

Meer info via: partners.visitveluwe.nl/house-of-hospitality



AMBASSADEURSDAG 2020

Zet 31 maart 2020 vast in je agenda, want dan vindt de volgende Ambassadeursdag plaats. Ieder jaar organiseren we deze informatieve en gezellige dag om front-officemedewerkers te informeren over ontwikkelingen in onze regio's. We lichten toe welke campagnes we voeren en welke ontwikkelingen spelen bij onze partners. Komend jaar vindt de Ambassadeursdag plaats in Apenheul.

Op de informatiemarkt geven zo'n veertig toeristische attracties een inkijkje in hun plannen voor 2020.



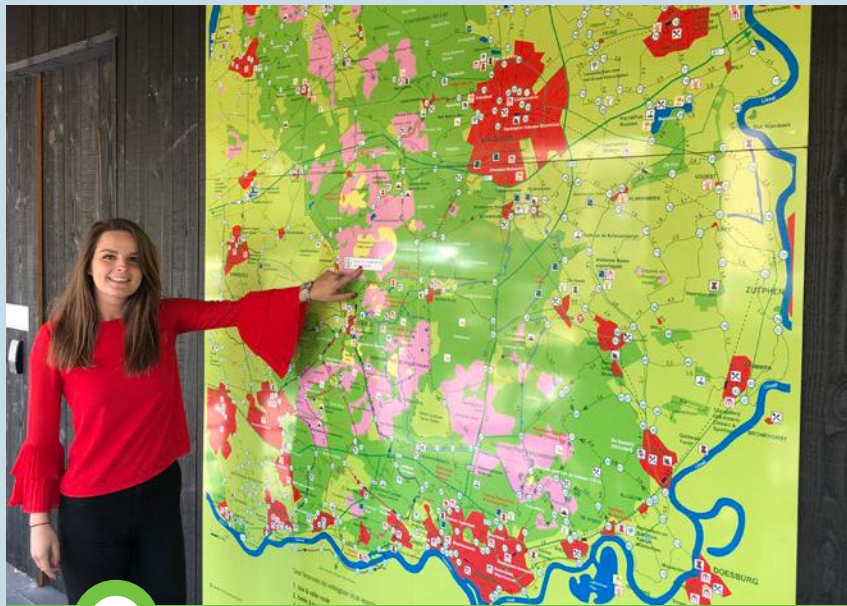
PRAAT MEE OVER DE TOEKOMST VAN DE VELUWE

Op de Veluwe werken we met vele partijen samen om gezamenlijke doelen te realiseren, waaronder het versterken van de vrijetijdseconomie. Een keer per jaar wordt het VeluweCongres georganiseerd, waar Veluwegpartners samenkomen voor kennisuitwisseling en netwerken, aan de hand van workshops en presentaties. Op het congres worden actuele thema's gedeeld en is er ruimte om mee te praten over de toekomst.

In maart 2019 was het congres in Van der Valk Hotel Apeldoorn. Circa 250 partners zijn bijgepraat over de laatste stand van zaken met betrekking tot de Veluwse ambities en de verschillende programma's en projecten, waaronder: het Routebureau Veluwe, recreatiezonering, Vitale Vakantieparken, recreatieve bebording en de marketingactiviteiten.

De vijfde editie van het VeluweCongres staat op 12 maart 2020 gepland. Zet hem alvast in je agenda!





PER TREIN EN HUURFIETS

Woensdagochtend, 11.30 uur. Rosa komt aan op station Nunspeet. Hier haalt ze bij de fietscarroussel haar KeoBike op, die ze eerder via haar smartphone heeft gereserveerd. Vlak bij het station ligt het Veluwetransferium Nunspeet. Dit is het ideale vertrekpunt voor een dagje Veluwe. En ook op het terrein zelf is van alles te doen, zoals de uitkijktoren van dertig meter beklimmen. Vanaf hier kijk je over de omgeving van Nunspeet tot ver in de Flevopolder.

NATUURWANDELING IN NUNSPEET

Rosa fietst naar het Bezoekerscentrum Nunspeet, dat op het Veluwetransferium ligt. Daar heeft ze afgesproken met Lennard Jasper, boswachter bij Staatsbosbeheer. Samen volgen ze het Natuurpad: een korte wandelroute door het licht heuvelachtige bos achter het bezoekerscentrum. Ondertussen vertelt Jasper over het project recreatiezonering waarbij hij betrokken is. "Hierbij worden natuurgebieden ingedeeld in zones. Per zone wordt de intensiteit vastgesteld van de recreatie die er mag plaatsvinden."

LUNCH IN ELSPEET

Na de boswandeling vervolgt Rosa haar weg naar Elspeet. Ruim een half uur later stapt ze af bij de zaak van Bakker Piet. Ze geniet er van een heerlijke lunch met Puur Veluws brood. De ingrediënten zijn afkomstig uit een straal van twintig kilometer rond de bakkerij. Eigenaar Ronny vertelt Rosa dat hij zich onlangs ook heeft aangesloten bij de plattelandscoöperatie Boerenhart, die ambachtelijke streekproducten levert aan de horeca. Inwendig gesterkt begint Rosa aan haar fietstocht naar Otterlo. Onderweg valt het haar op hoe goed verzorgd de paden eruitzien en hoe duidelijk de bewegwijzering over het algemeen is. Ze heeft haar gps nauwelijks nodig.



IN 24 UUR DWARS OVER DE DUURZAME VELUWE

Dit is Rosa Pulles. Rosa is 25 jaar en werkt als content marketeer bij Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen in Elst. Net als haar leeftijdgenoten van de Generatie Z vindt Rosa duurzaamheid superbelangrijk. Ze stelt gebruik boven bezit. Eet gezond. Is actief op zoek naar ervaringen die haar leven verrijken. En probeert haar ecologische voetafdruk zo klein mogelijk te houden. Ook als het om vakantie gaat.

Rosa is hierin niet de enige. Uit onderzoek blijkt dat de Generatie Z en de Millennials (de generatie geboren na 1980) zoeken naar duurzame activiteiten op hun reisbestemming.

Sowieso zijn steeds meer reizigers kritisch op hun manier van vervoer en de duurzaamheid van hun accommodatie. Zo is duurzaamheid langzamerhand een serieus onderwerp in de toerismesector geworden. Hoe spelen de Veluwse recreatieondernemers en de beheerders van natuurterreinen hierop in? Rosa gaat op pad en steekt in 24 uur dwars de Veluwe over.

Welke duurzame projecten komt ze tegen?



VELUWETRANSFERIUM NUNSPEET

Door de ligging aan het NS-station en de A28 ontwikkelt het transferium zich tot de 'poort naar de Veluwe'. Vanaf hier starten bezoekers te voet of per fiets hun natuurtocht. Op het transferium kunnen ze een fiets huren of e-bike opladen. Bovendien is er een grote parkeerplaats met tientallen laadpunten. En in het bezoekerscentrum vinden ze routekaarten en andere informatie. Verder is brasserie Het Stationshuisje bij uitstek geschikt als (koffie)start of culinaire afsluiting van een dagje Veluwe.



RECREATIEZONERING

Op de Veluwe is veel aandacht voor optimale beleving van de natuur, het landschap en het erfgoed. Een goed middel om bewoners en bezoekers te laten genieten van de Veluwe is het opzetten van routes. Hierbij wordt rekening gehouden met de verschillende deelgebieden op de Veluwe. Op plekken waar de natuur niet veel verstoring kan verdragen, leggen we geen routes aan. Op andere plekken weer wel. Zo willen we de wandelaars, fietsers en ruiters verleiden om bepaalde gebieden juist wel te bezoeken en andere te mijden. Uiteindelijk leidt dat tot een zoneringskaart. Alleen op deze manier kunnen we onze economische ambities (recreatie versterken) en onze ecologische ambities (biodiversiteit versterken) met elkaar verenigen.

ERKEND VELUWSE STREEKPRODUCTEN

Het Puur Veluws streekbrood van Bakker Piet is een **Erkend Veluws Streekproduct**. Dit betekent dat het product en de grondstoffen waarvan het product wordt gemaakt, van de Veluwe afkomstig zijn en dat de verwerking ervan ook op de Veluwe heeft plaatsgevonden. Hierbij gelden strenge eisen voor dierenwelzijn, duurzaamheid en gebruik van water en energie. Zo leveren de producenten een bijdrage aan de streek en het streekelijke cultuurlandschap. Er zijn inmiddels zo'n dertig Erkend Veluwse Streekproducten. Van kaas tot forel, van wijn tot wol.



RECREATIEVE INFRASTRUCTUUR

Veel mensen genieten van de Veluwe door er te wandelen, te fietsen en andere buitenactiviteiten te doen. Daarvoor is een goede recreatieve infrastructuur nodig, zoals paden, bordjes, bankjes en meer. De terreineigenaren onderhouden die voorzieningen, maar ontvangen er steeds minder geld voor van de overheden. Is het niet tijd dat diegenen die ervan gebruikmaken of ervan profiteren, ook eraan gaan meebetalen? Zoals de ondernemers, lokale overheden, recreanten en toeristen zelf? De VeluweAlliantie laat momenteel de mogelijkheden voor duurzame bekostiging van de recreatieve infrastructuur in kaart brengen en werkt tegelijkertijd aan pilots die extra inkomsten kunnen genereren. Daarnaast streeft de VeluweAlliantie ernaar om de recreatieve bewegwijzering in de nieuwe Veluwestijl te uniformeren en uit te breiden.



WELLNESS IN OTTERLO

Precies volgens de inschatting van de routeplanner komt Rosa anderhalf uur later aan bij Hotel De Sterrenberg in Otterlo. Dit wellnesshotel aan de rand van Het Nationale Park De Hoge Veluwe heeft duurzaam ondernemen hoog in het vaandel staan. "Ons hotel is in het bezit van het gouden Green Key-keurmerk", vertelt directeur Liset Huisman. "In de keuken werken we zo veel mogelijk met streekproducten, zoals asperges uit Otterlo en kaas uit Lunteren. Daarnaast kunnen onze gasten gebruikmaken van laadpalen om hun elektrische auto op te laden. En onze sauna's hebben een aan-uitknop bij de ingang om te voorkomen dat ze de hele dag aanstaan terwijl ze niet worden gebruikt."



'BROODJE AAP' IN APELDOORN

De volgende ochtend pakt Rosa de bus naar Apeldoorn en sluit ze haar rondje Veluwe af bij Apenheul. Dit park zet zich wereldwijd in voor natuurbehoud, om apen en hun leefgebieden te beschermen. En wie staat voor natuurbehoud, moet natuurlijk zelf het goede voorbeeld geven. "Daarom houden we bij alles wat we doen rekening met het milieu", vertelt Marlous ten Berge, content, PR & communicatie-medewerker bij Apenheul. "We gebruiken zo veel mogelijk duurzame materialen en onze dienstparkeerplaats is overdekt met zonnepalen. Ook hebben we onlangs ons horeca-assortiment vernieuwd. Zo komen onze broodjes nu van een biologische bakker en onze vleesproducten van boerderij Ecofields." Dat laat Rosa zich geen tweede keer zeggen. Met een biologisch 'broodje aap' achter de kiezen vertrekt ze aan het eind van de ochtend terug naar huis.



LAADPALEN OP DE VELUWE

Recreatieondernemers krijgen steeds vaker van hun gasten de vraag of ze een laadpaal hebben. Daarom heeft Veluwe-op-1 het initiatief genomen voor een groepsaankoop van laadpalen voor recreatieondernemers zoals vakantieparken, attracties, hotels, restaurants, campings, musea, en dagrecreatie. Door hun krachten te bundelen, is de aankoop van laadpalen organisatorisch en financieel aantrekkelijker. Bovendien kunnen ze zo samen de bezoekers van de Veluwe hoogstaande service blijven bieden en dragen ze tegelijkertijd bij aan de energietransitie.



GREEN KEY-KEURMERK

Vanuit de provincie Gelderland loopt een initiatief om meer bedrijven te laten certificeren via Green Key. Accommodaties met een Green Key voldoen aan strenge normen op het gebied van duurzaamheid, milieu en maatschappelijk verantwoord ondernemen. Kwaliteit en duurzaamheid gaan hand in hand. Bewust genieten, daar gaat het om – ongeacht waar dit is: op een camping of bungalowpark, in een hotel of restaurant, in de dierentuin of het zwembad. De Veluwe is het eerste gebied in Gelderland waar de provincie aan de slag wil gaan met de Green Key-certificering.



MEER WETEN?

Kijk dan op veluweop1.nl/projectenoverzicht. Daar staan alle Veluwe projecten op een rijtje. Ook bijvoorbeeld het kraanwaterproject van het VeluweFonds, dat in 2017 een van de winnaars was in de prijsvraag 'Hoe kunnen we de Veluwe nog mooier en aantrekkelijker maken?' Het VeluweFonds stimuleert restaurants in de regio om Veluws kraanwater te serveren in plaats van gebotteld water van elders. Daartoe werkt ze samen met krnwtr, een idealistisch bedrijf dat watertap-punten verzorgt.



● 75 JAAR VRIJHEID HERDENKEN, BESEFFEN, BELEVEN EN VIJREN

HERDENKEN, VIJREN EN BESEFFEN VAN VRIJHEID



Foto: David Elskamp

Foto: Cees Beumers

Het is alweer 75 jaar geleden dat de Veluwe werd bevrijd van de Duitse bezetting. Een goede reden om met veel energie actief bezig te zijn met herdenken en vieren, maar ook met het beseffen wat vrijheid op dit moment betekent. De Veluwe is nu geruime tijd vrij, maar dat geldt niet voor vele andere plekken op de wereld.

De Veluwe was 75 jaar geleden een plek waar veel gebeurde. De geallieerden deden een poging om een bruggenhoofd te slaan om zo door te kunnen stoten naar Berlijn. Dat liep vast bij de brug van Arnhem. Operatie Market Garden leverde niet de resultaten die men had gehoopt. Door de gevechten langs de Rijn werden veel bewoners daar geëvacueerd naar verschillende plekken op de Veluwe. En zo kon je als Apeldoornse familie zomaar negen maanden een Arnheems gezin hebben om onderdak aan te verlenen. Een ingrijpende periode voor iedereen.



GELDERLAND HERDENKT

De bevrijding liet op zich wachten, maar de Canadezen hebben met een kleine omweg het grootste deel van de Veluwe ontzet en iedere grote en kleine plaats op de Veluwe heeft daar eigen verhalen bij. In een groots programma, opgezet door de provincie Gelderland, getiteld *'Gelderland Herdenkt'*, wordt aandacht besteed aan het kroonjaar. Daarbinnen zijn verschillende regioprogramma's ontwikkeld; voor de Veluwe zijn dat zowel *'Veluwe Remembers'* als *'Airborne'*. In tal van projecten wordt stilgestaan bij de verschillende aspecten van oorlog en bevrijding.

'VELUWE REMEMBERS' IN DRIE VERHAALLIJNEN

'Veluwe Remembers' is te zien als leefbaar erfgoed, een onderdeel van de VeluweAgenda. Naast het vieren, herdenken en beseffen van vrijheid, wil de Veluwe graag dat bijzondere projecten ook na 2020 blijven bestaan. Voor zowel bezoekers van buiten als voor de eigen bewoners vinden we het beleven van de vrijheid een belangrijk onderdeel. Niet voor niets is er iedere keer weer heel veel belangstelling als de parachutisten landen op de Ginkelse Heide bij Ede. Aangezien er samenhang en focus nodig is bij een programma heeft de Veluwe gekozen voor drie verhaallijnen:

- De Joodse Geschiedenis op de Veluwe
 - Market Garden en de evacuaties
 - De Bevrijding door de Canadezen
- Daarnaast heeft Wageningen als stad van de vrijheid één van de drie provinciale grote icoonprojecten, een groots bevrijdingsevenement.

Via de website gelderlandherdenkt.nl of via de speciale app kunnen bezoekers het totale aanbod raadplegen. Daarnaast is er de afgelopen periode intensief contact geweest met internationale touroperators, voornamelijk in het Verenigd Koninkrijk. Wij hebben de samenwerking met een aantal van deze reispartners geïntensiveerd. De reisprogramma's waarin onze regio met dit thema is opgenomen, worden actief onder de aandacht gebracht bij reisagenten en wederverkopers. Het doel is onder andere dat na dit kroonjaar het verhaal van Gelderland Herdenkt ook nog te boeken valt.

Meer informatie op
> veluweop1.nl/project/remembers

● DE VELUWE IN CAMPAGNE GELDERSE STREKEN

VAN BREDE AWARENESS NAAR DE JUISTE BOODSCHAP VOOR DE JUISTE DOELGROEP



Met het programma *'Gelderland levert je mooie streken'* zetten we in 2019 wederom in op het vergroten van het bezoek aan de regio's in Gelderland. Binnen de multimediale campagne tonen we samen de kracht en diversiteit van de regio's. Het platform geldersestrekken.nl is het middelpunt van de campagnes. Hier staan verhalen in de vorm van artikelen, interviews, fotoreportages en video's centraal. Deze verhalen vormen de verbinding tussen de regio's en het toeristisch-recreatief bedrijfsleven, met als doel elkaar te versterken en zo langer verblijf te stimuleren. Naast de continue inzet van verhalen worden gedurende het jaar rondom een aantal thema's (deel)campagnes in de markt gezet.

SPRING OP DE FIETS

In week 17 t/m 21 stond de Randstad in het teken van *'Spring op de fiets in de Gelderse streken'*. In Den Haag, Haarlem en Rotterdam was het mogelijk om de Gelderse streken zelf te beleven, zonder daarvoor de stad uit te moeten. Door virtueel op de fiets te springen en de omgeving te ontdekken aan de hand van een VR-tour, fietste men onder andere door Het Nationale Park de Hoge Veluwe, Radio Kootwijk en het Middelpunt van Nederland. Naast deze groots opgezette

fietsactivatie is er een nieuwe editie van FietsActief verschenen, volledig in het teken van Gelderse streken. Verder is deze campagne ondersteund door snelwegmasten, radio en een speciaal ontwikkelde landingspagina. Met deze campagne hebben we een enorme PR-waarde gerealiseerd. We hebben het fietsen in de Gelderse streken breed aangejaagd en een hoog bereik gerealiseerd met social media (1,3 miljoen), radio (5 miljoen) en snelwegmasten (2,5 miljoen passanten).

GROOT GELDERS AVONTUUR

Tijdens de 'Groot Gelders Avontuur' campagne in week 26 t/m 32 draaide alles om een 'Gelderse streken-bucketlist': een lijst met verrassende kinderactiviteiten die je écht eens in de regio gedaan moet hebben. In verschillende fases speelden we in op de belevingswereld van kinderen en namen we hen mee op reis door de Gelderse streken. We participeerden in de magazines van Wild van Freek en NatGeo-Junior door middel van bucketlist-opplakkers en wekten zo de interesse in de regio. Kinderen konden zich op een landingspagina inschrijven om kans te maken op Meet & Greets met influencers. Vervolgens vonden de Meet & Greets plaats bij onder andere Apenheul, en om ook de ouders te bereiken met de boodschap maakten we (niet wegklikbare) pre-roll die werd uitgezonden op NPO start (100 GRP's).



BUCKETLIST

Deze zomer wil ik...

- EEN CACTUS-PIRAMIDE BEWONDEREN in Belevingspark Gaotusoase
- EEN AARDBEVING VOELEN bij GeoFort
- ZELF EEN TREIN BESTUREN bij Transit Oost
- EEN EIGEN UITVINDING DOEN bij De Uitvinderij
- EEN SELFIE MAKEN MET EEN GORILLA bij Apenheul
- TWEEHONDERD KEER VAN DE GLIJBAAAN in het Land van Jan Klaassen
- EEN RIDDERGEVECHT HOUDEN bij Slot Loevestein
- DOOR DE BUSH DWALEN in Burgers' Zoo
- EEN DROPPING DOEN op Campingpark Groene Elland
- PICKNICKEN IN EEN AFRIKAANS DORP in het Afrika Museum
- EEN SMAKELIJKE PANNENKOEK ETEN bij een van de pannenkoekhuizen
- OP BLOTE VOETEN DOOR DE NATUUR BANJEREN bij Erve Brooks

ONDERZOEK EFFECTIVITEIT CAMPAGNE 'GELDERSE STREKEN'

CAMPAGNE 'GELDERSE STREKEN' ZORGT VOOR MEER BEKENDHEID EN MEER BEZOEK

Marktonderzoeksbureau GfK heeft in opdracht van de Gelderse toerismebureaus de effectiviteit van de campagne 'Gelderse streken' onderzocht. Uit het onderzoek blijkt dat 38% van de doelgroep bekend is met de campagne en dat 73% van de doelgroep overweegt om één van de Gelderse streken te bezoeken. Belangrijkste aanbeveling is om te investeren in een groter bereik, zodat de bekendheid van de Gelderse streken verder toeneemt.



WANDELLEN IN DE GELDERSE STREKEN

Als de bladeren aan de bomen kleuren naar goudgeel, verandert het landschap van de zomer naar het goud van de herfst. Door middel van de cross-mediale campagne 'Kom wandelen in de Gelderse streken!' inspireren wij de (potentiële) bezoeker van de Gelderse streken in week 38 t/m 43 om te komen wandelen in onze prachtige regio's. Dit najaar organiseren we in samenwerking met MyAlbum een fotowedstrijd en roepen we bezoekers op om de mooiste herfstfoto in de Gelderse streken te maken. Om de fotowedstrijd en het wandelen in de Gelderse streken extra onder de aandacht te brengen, zetten we een aantal passende (online) platformen in. De campagne zal zichtbaar zijn op zowel social media als in de nieuwsbrief bij de titels Roots, Seasons, Zin en FietsActief. Daarnaast ontwikkelen we in samenwerking met Roots een uitneembare Gelderse streken streekgids, waarin het wandelen in Gelderland centraal staat.



THEMA'S VOOR- EN NAJAAR

In het voorjaar en najaar is er ook veel aandacht voor de thema's 'Lekker eten & ontspannen' en 'Cultuur proeven'. Per campagne bepalen we de middelenmix, op basis van de vraag van de bezoeker en het aanbod van het toeristisch bedrijfsleven.

WAAROM DIT ONDERZOEK?

Herre Dijkema, directeur Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen, licht toe: "In 2013 zijn de samenwerkende Gelderse toerismebureaus in opdracht van de provincie Gelderland gestart met de campagne 'Gelderse streken'. Doel van deze campagne is de naamsbekendheid van de Gelderse streken te vergroten en bezoek naar de Gelderse streken te stimuleren. De afgelopen jaren is de campagne verder doorontwikkeld naar themacampagnes. De slogan 'Gelderland levert je mooie streken' is al die jaren gebleven. De vraag was of onze campagnes de Gelderse streken Achterhoek, regio Arnhem en Rijk van Nijmegen, Rivierenland en Veluwe meer bekendheid en meer bezoek hebben opgeleverd. Uiteraard zijn wij tevreden met de resultaten waaruit blijkt dat de campagne effectief is. Daarnaast bieden deze uitkomsten mogelijkheden om de campagne verder door te ontwikkelen, waardoor het effect van de campagne nog verder kan worden vergroot."

BELANGRIJKSTE RESULTATEN

GfK heeft 1000 Nederlanders gevraagd naar de campagne 'Gelderse streken'. De campagne wordt door bijna vier op de tien herkend. Bijna 90% van deze groep vindt de boodschap van de campagne duidelijk. De mensen die de campagne herkennen, zijn bovendien veel bekender met de regio's. De overweging om de Gelderse streken te bezoeken is ook hoger onder degenen die de campagne herkennen. Herre Dijkema: "De herkenbaarheid van de Gelderse streken mag groter, zeker omdat de mensen die de campagne wél kennen relatief vaak overwegen om naar de Gelderse streken te gaan. We kijken nu hoe we met een andere opzet van de campagne en andere inzet van verschillende media, zoals tv, radio en online bereik kunnen vergroten. De keuzes die we daarin maken worden echter ook bepaald door het beschikbare budget."



CONVENTION BUREAU GELDERLAND ZET DE REGIO ZAKELIJK OP DE KAART

Het afgelopen jaar hebben wij ons weer veelvuldig in kunnen zetten om Gelderland als zakelijke bestemming nog beter op de kaart te zetten. De Veluwe beschikt over grote verscheidenheid aan mooie, bijzondere locaties op het gebied van Energie- en Milieutechnologie, Sport, Food en Health: dat moet gezien worden!

Onze experts geven onafhankelijk, persoonlijk en kosteloos advies aan meeting- en eventplanners. We promoten Gelderland als dé bestemming voor zakelijke en feestelijke bijeenkomsten, door het samenbrengen van de vraag en het veelzijdige aanbod aan zakelijke en feestelijke mogelijkheden. Daarnaast investeren we in vergroting van de vraag en trekken we relevante bijeenkomsten - door actieve benadering van organisatoren - naar de regio.

Voor het versterken van de Veluwe als aantrekkelijke bestemming voor de MICE-branche (meetings, incentives, conventions en exhibitions) wordt

sterk ingezet op marketing, management en ontwikkeling. Wij maken gebruik van verschillende communicatiekanalen om event- en meetingplanners te inspireren over de zakelijke mogelijkheden. Naast de website van Convention Bureau Gelderland waar veel informatie te vinden is over de bijzondere locaties in de regio, ontvangen bijna 1500 event- en meetingplanners tweemaandelijks een inspirerende nieuwsbrief met de nieuwste ontwikkelingen op zakelijk gebied in de regio. Daarnaast is er dit jaar ook een vernieuwde uitgave van **TO MEET** verschenen, met daarin onder andere handige tips en tricks en handvatten voor het organiseren van een succesvol evenement.



FOODVALLEY
De streek rondom Ede staat bekend als de agrofood kennisregio, ook wel Foodvalley genoemd. Met een groeiende wereldbevolking blijft onderzoek en innovatie op het gebied van voeding essentieel. Daar is de Foodvalley sterk in. Tal van partijen in de Foodvalley, waaronder de Universiteit van Wageningen en het bedrijfsleven, vinden het belangrijk hun kennis internationaal te delen. Daarvoor houden zij geregeld seminars, congressen en symposia.

EXPEDITIE APeldoORN
Donderdag 5 september organiseerden Convention Bureau Gelderland en Apeldoorn Congresstad een exclusieve expeditie voor meeting- en eventplanners. Tijdens de expeditie ontdekten de deelnemers de mogelijkheden van Apeldoorn als congresstad en doen zij inspiratie op voor aankomende evenementen en congressen. Het evenement vond plaats bij het industriële Zwitsal Apeldoorn, waar de deelnemers werden verrast met een theatervoorstelling die inzoomde op de grootste uitdagingen voor boekers en locatievertegenwoordigers tijdens het organiseren van een evenement.

WAAR KAN JE ONS VINDEN?
Uiteraard blijven we ook de komende tijd zichtbaar op verschillende beurzen en bijeenkomsten. Op dit moment staan de volgende activiteiten op de planning:

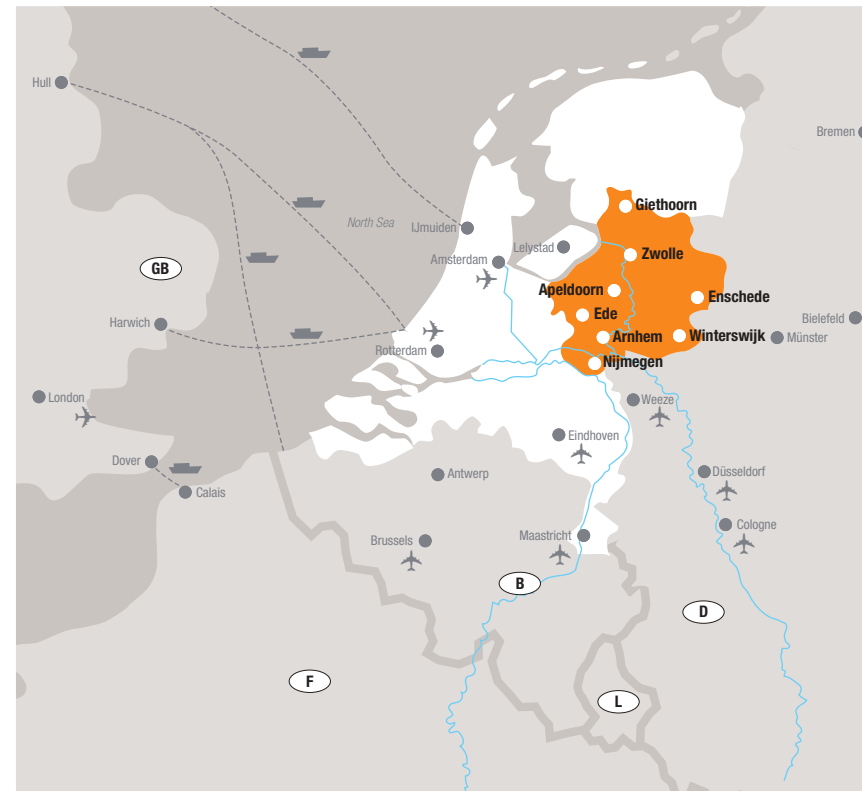
- Bijeenkomst directiesecretaressen en managementondersteuners: locatie is key
- 6 en 7 november 2019: beurs Festivak in Den Bosch
- 19-21 november 2019: IBTM Barcelona bezoeken om netwerk uit te breiden op de internationale markt

TRAVEL TRADE BEWERKING 'THE OTHER HOLLAND'

Vorig jaar hebben we samen met Marketing Oost en NBTC Holland Marketing de Global Travel Trade show georganiseerd in Zwolle. Aan deze samenwerking is een vervolg gegeven en samen met Achterhoek Toerisme werken we aan het internationaal op de kaart zetten van het oosten van Nederland bij touroperators en reisorganisaties.

Voor de Travel Trade bewerking gebruiken we visittheotherholland.com. Door de collectieve inspanningen van de afgelopen jaren is er aanbod van de Veluwe opgenomen in diverse reisprogramma's in Duitsland, België en het Verenigd Koninkrijk. Dit jaar zijn in Duitsland de Hanzesteden voor het eerst opgenomen bij een aantal 'wholers' zoals Alpetour, Service Reizen Giessen en Behringer Touristik.

Komend jaar ligt de focus op het opzetten van samenwerkingen met reisorganisaties en touroperators die zich richten op de 'Fully Independent Traveller' (FIT reiziger) uit Duitsland en België. Hierbij zien we ook mogelijkheden voor samenwerking met online reisagenten zoals Urlaubsguru. In afstemming met het team van Paleis Het Loo worden er ook voorbereidingen gedaan voor de heropening in 2021. Het doel is om het nieuwe aanbod in combinatie met andere locatie op de Veluwe onderdeel te laten worden van diverse internationale reisprogramma's.



DE VELUWE IN DE MEDIA

We zoeken regelmatig de publiciteit op. Met regelmaat versturen we persberichten en naar aanleiding daarvan worden veel artikelen gepubliceerd. Daarnaast zijn er geregeld persontvangsten van Nederlandse en buitenlandse journalisten. Samen met het toeristisch bedrijfsleven en overheden zetten we programma's op om de media een goed beeld te geven van de regio. Ook in 2019 mochten wij verschillende pers ontvangen.

LEKKER EROPUIT

Voor de themacampagne 'Lekker eropuit' is blogger TRVLMRK twee dagen de Veluwe komen ontdekken. Doel van het bezoek was het enthousiasmeren van het publiek voor een dagje, weekend of midweek op de Veluwe. Naar aanleiding van dit bezoek schreef zij een uitgebreid en inspirerend artikel over de regio.

BUITENLANDSE PERS

Ook in het buitenland zorgen we dat we zichtbaar zijn. In april 2019 heeft een journalist van het Vlaamse magazine Cycling.BE drie dagen lang de Veluwe bezocht en op een sportieve manier kennisgemaakt met de regio. Van dit bezoek verscheen een enthousiaste reportage van zes pagina's en een online doorvertaling. Het magazine heeft een oplage van 36.000 exemplaren.



Naar aanleiding van een bezoek van Duitse journalisten aan Kasteel de Vanenburg en Kasteel Cannenburg is een publicatie over de kastelen verschenen in de Duitse krant NRZ. De totale oplage van deze uitgave is 480.000 exemplaren.

WAT TE DOEN OP DE VELUWE?



Is het niet erg de Veluwe? De Veluwe is het mooiste gebied van Nederland met schitterende bossen, natuurwonderlijke zandvlaktes en prachtige heidevelden. De Veluwe staat zo hoog in de velden: Apeldoorn, Amstelveen, Wageningen, Ede en Harderwijk. In een van de rijkste en in een regio met op de Veluwe bevonden: Wandelen, fietsen, lekker uitzwaaien en genieten van de natuur? De Veluwe is in elk jaargetijde meer anders en goed daarvoor moet weeten. Maar wat kun je allemaal doen op de Veluwe?

Wat te doen op de Veluwe? In deze gids zijn de mooiste plekken op de Veluwe te vinden. Het Nationale Park De Hoge Veluwe
Bovendien is de Veluwe niet compleet zonder een bezoek aan het wereldberoemde Nationale Park De Hoge Veluwe. Dit is een natuurschap waar je veel dieren in het wild kunt spotten, maar moet voor klein wild zijn er 300 hectare, 160 meken. 50 wilde zwijnen en ongeveer 225 moeffons in het park aan het grazen. Het park is in totaal circa 5.400 hectare groot. Het Nationale Park De Hoge Veluwe is enorm populair met jaarlijks 400.000 bezoekers.

Wat te doen op de Veluwe? In deze gids zijn de mooiste plekken op de Veluwe te vinden. Het Nationale Park De Hoge Veluwe
Bovendien is de Veluwe niet compleet zonder een bezoek aan het wereldberoemde Nationale Park De Hoge Veluwe. Dit is een natuurschap waar je veel dieren in het wild kunt spotten, maar moet voor klein wild zijn er 300 hectare, 160 meken. 50 wilde zwijnen en ongeveer 225 moeffons in het park aan het grazen. Het park is in totaal circa 5.400 hectare groot. Het Nationale Park De Hoge Veluwe is enorm populair met jaarlijks 400.000 bezoekers.



EEN GOEDE BALANS TUSSEN NATUUR EN RECREATIE

De komende jaren zullen we steeds vaker de media opzoeken om (de samenwerking op) de Veluwe op de kaart te zetten en onze kennis, zoals de resultaten van onderzoeken en samenwerkingsverbanden, met een groter publiek te delen. Zo was directeur van VisitVeluwe, Herre Dijkema, begin juli te gast bij BNR's Big Five om over een actueel en belangrijke onderwerp te praten: hoe zorgen we voor een goede balans tussen natuur en recreatie nu steeds meer toeristen ons land bezoeken?

Een klein uur sprak Herre met radiopresentator Roelof Hemmen over dit belangrijke thema. "De uitdagingen van de Veluwe liggen bij het in stand houden of verbeteren van de biodiversiteit", legde hij onder andere uit. "Zo zie je bijvoorbeeld dat het op sommige plekken, zoals de Posbank, behoorlijk druk kan worden, terwijl de natuur rust nodig heeft om te herstellen. Waar wij als organisatie nu naar kijken, is hoe we bezoekers-stromen kunnen spreiden. Door bijvoorbeeld op drukke momenten bepaalde informatie over deze gebieden van onze site te halen. Ook onderzoeken we met andere partijen of we bepaalde wandel- en/of fietsroutes wellicht een tijdje moeten afsluiten zodat de natuur zich kan herstellen." Daarnaast sprak Herre over de samenwerkingsverbanden op de Veluwe. Wil je daarover meer horen? Luister de uitzending terug via bnr.nl.

SAMEN STAAN WE STERK!

De Veluwe is voor veel binnenlandse – en ook steeds meer buitenlandse bezoekers – een aantrekkelijke bestemming voor een lange of korte vakantie. Onze mooie regio is niet voor niets de bekendste en één van de meest gewaardeerde bestemmingen van Nederland. Maar elke ondernemer weet dat succes niet vanzelf voortduurt: we moeten blijven bouwen aan onze Veluwe om ervoor te zorgen dat we een aantrekkelijke regio blijven!

Hiervoor werken wij voor en samen met veel Veluwse ondernemingen in het toerisme en met de gemeentes. We hebben de afgelopen tijd geïnvesteerd in het slimmer maken van onze marketing door kennis te verzamelen over de (mogelijke) bezoeker aan onze regio en trends in bezoekgedrag bij binnen- en buitenlandse gasten. Die kennis heeft ook voor jouw bedrijf veel toegevoegde waarde. Wij hebben daarom ons partnerprogramma vernieuwd met activiteiten die jou als ondernemer nog beter kunnen helpen bij het bereiken van je (nieuwe) gasten.

Zo introduceren wij in 2020 ons online partnerplatform waar kennis en inzichten samenkomen met praktische content. Met het kennisprogramma leefstijlen creëren we inzicht in – en adviseren we je over – je doelgroep. Inspelend op de groei van inkomend toerisme uit voornamelijk Duitsland, België en het Verenigd Koninkrijk, hebben wij ons buitenlandse programma uitgebreid en daarnaast verbreden wij onze activiteiten op de MICE markt. Uiteraard blijven wij ook inzetten op onze toeristische websites en de vertrouwde bezoekersmagazines.



Het jaar 2020 wordt een mooi jaar, waarin de beste beleving voor de binnen- en de buitenlandse bezoeker centraal staat. Samen lukt ons dat! Neem een kijkje in ons partnerprogramma 2020 om te kijken hoe onze samenwerking er komend jaar uit gaat zien.

Je vindt hem op partners.visitveluwe.nl/deelnemen

EVEN VOORSTELLEN... ONZE REGIOCOÖRDINATOREN



SAM JANSSEN - Noord-Veluwe



RÉMON RIDDER - Zuid-Veluwe



MENNO FEITSMA
Arnhem & Veluwezoom



Gelderland levert je mooie streken... geldersestreken.nl

Veluwe | Regio Arnhem | Rijk van Nijmegen | Rivierenland | Achterhoek