

t **2019** Realise

rbtkan.nl





Onze organisatie

Met vernieuwende marketingactiviteiten, gastheerschap en kennis zetten wij de regio Arnhem en het Rijk van Nijmegen op de kaart als de bestemming voor de binnen- en buitenlandse bezoeker. Samen met bedrijfsleven en overheden streven we naar bezoekers, die langer verblijven, meer uitgeven en die nog een keer terugkomen. Met de ambitie om het toeristisch marktaandeel van de regio Arnhem, het Rijk van Nijmegen in het algemeen - en dat van de diverse deelgebieden in het bijzonder - te vergroten.

Wij steken veel tijd in onderzoek en kennisontwikkeling over marketing en toerisme, voor onszelf, maar vooral voor onze partners. Daarnaast bieden wij onze partners toegang tot een breed netwerk en zorgen we voor collectieve marketingactiviteiten op het gebied van recreatie, (zakelijk) toerisme en cultuur(historie). Nationaal en internationaal promoten we onze regio's én onze partners.

Binnen de regio Arnhem en het Rijk van Nijmegen verzorgen wij ook het gastheerschap met het merk VVV. Wij verlenen informatie, inspiratie en advies voor een optimale beleving van onze regio's, passend bij de interesses en behoeften van de bezoeker.

● WAAROM DOEN WIJ WAT WE DOEN?

Wij willen significant bijdragen aan versterking van de vrijetijdseconomie in ons werkgebied, regio Arnhem, Rijk van Nijmegen en de Veluwe.

● HOE DOEN WE DAT?

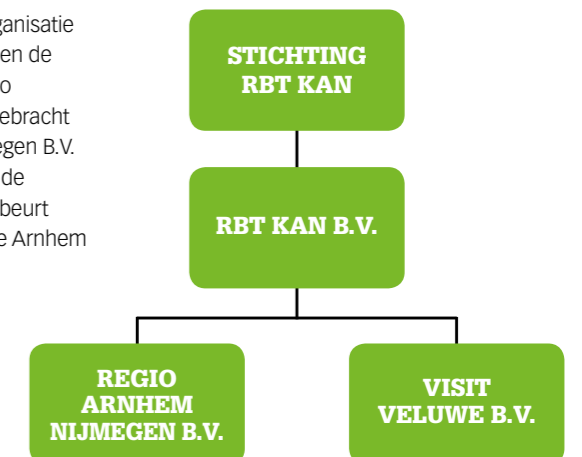
Als ondernemende verbinder activeren we hogere bestedingen, langer verblijf en herhalingsbezoek van bezoekers op een manier waartoe individuele spelers in de private en publieke sector niet in staat zijn.

● WAT MAKEN WE?

Wij doen dat door in samenwerking met onze partners producten, diensten en campagnes te ontwikkelen rond de pijlers natuur, cultuur, smaak, shoppen en relaxen. Als geen ander hebben we een visie op trends en weten wij gebiedsbrede projecten en campagnes te initiëren en te realiseren.

ORGANISATIESTRUCTUUR

RBT KAN B.V. is de (toeristische) marketingorganisatie voor de regio Arnhem, het Rijk van Nijmegen en de Veluwe. De marketingactiviteiten voor de regio Arnhem en het Rijk van Nijmegen zijn ondergebracht in de werkmaatschappij, Regio Arnhem Nijmegen B.V. Deze werkmaatschappij is 100% dochter van de holding RBT KAN B.V. De holding valt op haar beurt onder de Stichting Regionaal Bureau Toerisme Arnhem Nijmegen Veluwe.



ONS PLAN VOOR EEN COMPLETE MARKETINGAANPAK

Strategische marketingvisie

Samen sta je sterk. Dat is het uitgangspunt in ons jaarlijkse marketingactiviteitenplan. Hierin combineren we onze jarenlange expertise met kennis van de nieuwste trends en ontwikkelingen. Het doel: (potentiële) bezoekers inspireren en informeren, zodat we bezoekers mogen ontvangen die langer blijven, meer spenderen en terugkomen. Bezoekers die zó enthousiast zijn, dat ze zelfs fan worden van onze regio. Op deze manier vergroten we ons bereik steeds verder.

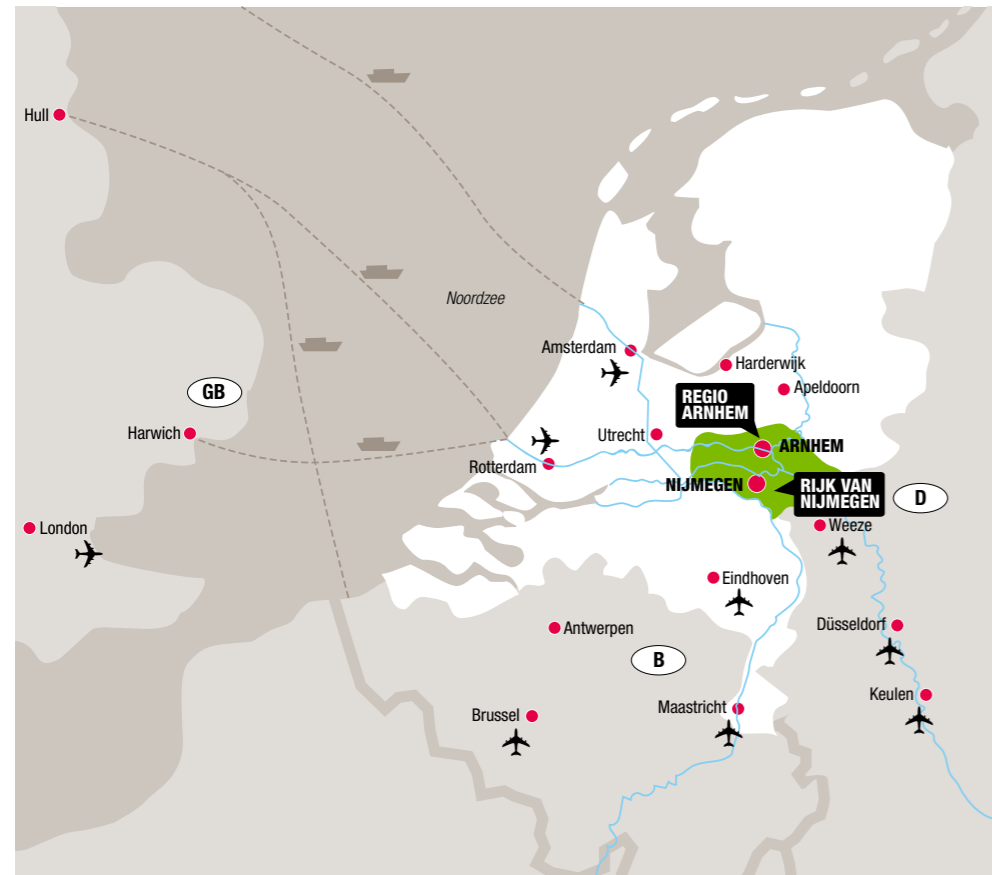
CAMPAGNES NATIONAAL ÉN INTERNATIONAAL

In Nederland en Vlaanderen profileren we onze regio's ook met de campagne *Gelderland levert je mooie streken*. In 2019 focust deze campagne zich op 4 thema's: 'eropuit met kinderen', 'actief in de natuur', 'cultuur proeven' en 'lekker eten & ontspannen'. We nodigen je graag uit mee te doen met de multimediale campagnes rond deze thema's. Neem daarvoor contact op met je regiocoördinator.

Internationaal focussen we ons – naast België (Vlaanderen) – op Duitsland (Noordrijn-Westfalen en Nedersaksen) en Groot-Brittannië. We profileren ons als *The other Holland* en - samen met de andere Gelderse streken en Overijssel - als *Das Andere Holland*. Daarnaast werken we op internationaal gebied samen met NBTC Holland Marketing.

GEOGRAFISCHE (MARKT)FOCUS

De marktfocus ligt op Nederland, België (Vlaanderen), Duitsland (Nordrhein Westfalen en Niedersachsen)



TOPTRENDS OM REKENING MEE TE HOUDEN

Wat brengt 2019 ons aan marketingtrends? Teveel om op te noemen. Wij houden de ontwikkelingen nauwlettend in de gaten.

In 2018-2019 verwachten we verdere groei in:

1. Verdere en verfijndere personalisatie: aanbod op maat
2. Meer video en de doorbraak van livestreaming
3. Vluchtige ('ephemeral') content die maar 24 uur online (be)staat
4. Location based marketing: waar is de dichtstbijzijnde espressobar?
5. Micro-influencers: beïnvloeders op social media op een specifiek onderwerp

Check voor meer informatie en de laatste trends rbtka.nl/trends.

TRAINING EN WORKSHOPS

Wij helpen onze partners graag om bezoekers zo goed mogelijk te bedienen. De toeristische ondernemers in onze regio, zijn namelijk onze belangrijkste ambassadeurs. Samen maken we onze regio aantrekkelijk en bekend. Daarom investeren wij in de ontwikkeling van kennis, door middel van:

- Online trainingen, bijvoorbeeld over 'Duitse gastvrijheid', 'Rivieren en natuur' of 'De WO II-historie in ons gebied'
- Uitgifte van de ambassadeurspas voor frontoffice medewerkers van het toeristisch bedrijfsleven. Zo kunnen zij zo'n 75 toeristische trekpleisters zelf ervaren.
- De organisatie van de jaarlijkse ambassadeursdag met workshops en presentaties, waar front-office medewerkers onze regio beter leren kennen en meteen kunnen netwerken.

WE COMMUNICEREN OP MEER NIVEAU'S

Op vier niveaus zoeken wij de aandacht van potentiële bezoekers. Internationaal, nationaal, regionaal en lokaal. Zo verzekeren we ons van een zo breed mogelijk publiek.



ZO MAKEN WE FANS VAN BEZOEKERS

We bieden onze bezoekers gedurende hun hele (klant)reis informatie en inspiratie. Vanaf het moment dat ze zich oriënteren en hun bestemming kiezen, tot het verblijf – en zelfs de terugreis naar huis. Zodat ze een volgende keer weer voor ons kiezen. In alle fases stimuleren we bezoekers bovendien hun ervaringen te delen via netwerken en social media.

BEZOEKERS NÓG BETER KENNEN

Ons doel is bezoekers trekken die meer spenderen, langer verblijven en terugkomen. Dan is het wel belangrijk om te weten wie die bezoekers nou precies zijn. Om welke redenen stappen ze in de auto, vliegtuig of trein om naar ons toe te gaan? Wat vinden ze interessant, mooi en wat zoeken ze in een regio?

Met gespecialiseerde bureaus doen we hier onderzoek naar. Die expertise combineren we met ons eigen onderzoek – naar mediagebruik bijvoorbeeld. Zodat we een goed en compleet beeld krijgen van onze (gedroomde) bezoekerspopulatie. Daar stemmen we dan onze activiteiten op af. Meer lezen over onze kennis van die doelgroepen? Kijk op rbtka.nl/doelgroepen.

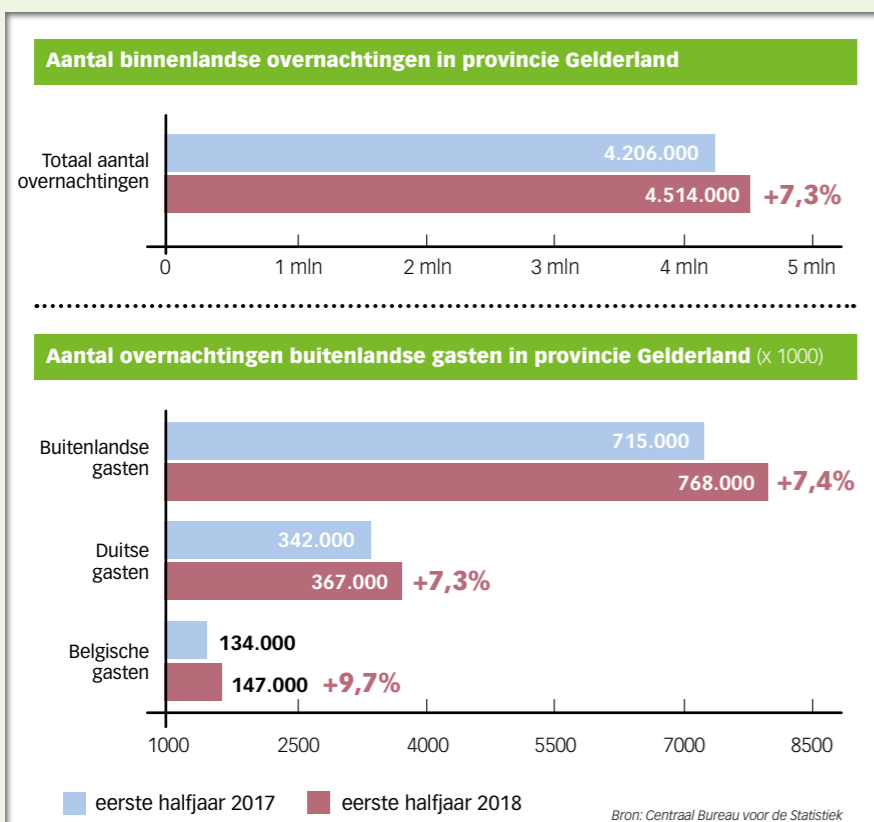


Toeristische marketing in binnen- en buitenland

In samenwerking met onze partners initiëren, ontwikkelen en realiseren wij producten, diensten, projecten en campagnes. Dit doen wij om (potentiële) bezoekers - uit binnen- en buitenland - te inspireren en informeren, zodat we bezoekers mogen ontvangen die langer blijven, meer spenderen en terugkomen.

(INTERNATIONALE) BEZOEKERS

Uit de voorlopige cijfers van het Centraal Bureau voor de Statistiek over het eerste half jaar van 2018 (vergeleken met het eerste halfjaar van 2017) blijkt dat het aantal gasten* in de provincie Gelderland met 7,4% is toegenomen. Het binnenlandse toerisme in onze provincie steeg met 6,5% naar 1.632.000 gasten. De grootste stijging is echter afkomstig van buitenlandse gasten, het bezoek steeg met 11,7% naar 314.000. De meeste buitenlandse gasten komen uit onze buurlanden Duitsland en België.



MARKTBENADERING

Met ruim 25 miljoen inwoners in Nordrhein-Westfalen en Niedersachsen en 7 miljoen inwoners in Vlaanderen zijn deze 'dichtbij' doelmarkten een groot potentieel voor onze regio's. Daarom profileren wij ons onder de merken 'Das Andere Holland', 'Gelderland levert je mooie streken' en 'The Other Holland' op respectievelijk de Duitse, Belgische en Engelse markt. Hierin werken wij samen met de andere Regionale Bureaus voor Toerisme in Gelderland en Overijssel, Euregio, het toeristisch-recreatief bedrijfsleven en NBTC Holland Marketing.

* Definitie 'gast' volgens het CBS: Bezoekers die één of meer nachten achtereen verblijven in een logiesaccommodatie.



Onze marketingactiviteiten

Wij hanteren in onze marketingactiviteiten een cross-mediale aanpak van online uitingen, drukwerken, beurzen, campagnes, PR activiteiten en lokaal gastheerschap. Daarnaast bewerken wij ook actief de (internationale) zakelijke markt en travel trade organisaties.

ONLINE

Afgelopen voorjaar hebben wij nieuwe websites voor bezoekers gelanceerd en een duidelijke splitsing gemaakt tussen regio Arnhem en het Rijk van Nijmegen. Ook de subregio's hebben een eigen online platform. Het doel van de websites is om (potentiële) bezoekers te informeren en te inspireren over tal van thema's, zoals fietsen, wandelen, shoppen, cultuur & historie en eten & drinken.

Voor de toeristische merken hebben we pagina's op Facebook, Instagram en Youtube.

We delen foto's, video's en artikelen om te inspireren en te informeren over de vele toeristische mogelijkheden. We richten ons op inwoners en bezoekers en proberen deze groepen aan ons te binden. Zodat zij ons ook weten te vinden als ze op zoek zijn naar tips. Inwoners zetten we tevens

in als lokale ambassadeurs. Zij maken authentieke foto's, hebben eigen tips en worden als geloofwaardig gezien.



JE VINDT DE REGIO'S OP SOCIAL MEDIA

- Visitarnhem.com (ook voor Duitse en Engelse bezoekers)
- Visitnijmegen.com (ook voor Duitse en Engelse bezoekers)
- Bezoekdeliemers.nl
- Bezoekveluwezoom.nl
- Bezoekdebetuwe.nl
- Bezoeklandvanmaasewaal.nl

Op onze inspirerende routeplatforms - via onze regio websites - kan de bezoeker terecht voor diverse wandel- en fiets(knooppunt)routes. Ook vind de bezoeker hier praktische informatie over o.a. parkeerlocaties en vaartijden van veerdiensten. Het wandelroutenetwerk Rijk van Nijmegen is ook online terug te vinden via wandelenrijkvan nijmegen.nl. Tevens wordt op Gelders niveau samengewerkt aan een sterkere profilering van Gelderland als fietsprovincie nummer 1 van Nederland.

DUKWERK

Aan het begin van het toeristische seizoen geven wij het toeristisch regiomagazine uit, bomvol bezoekersinformatie. Deze verschijnt in meerdere varianten: één voor de regio Arnhem en één voor het Rijk van Nijmegen (beide 20.000 exemplaren). Daarnaast maken we een internationale variant - met daarin beide regio's - in het Duits en Engels (40.000 exemplaren). De verspreiding vindt plaats in de regio en via consumentenbeurzen.

In 2019 verschijnt er een nieuwe editie van de tweejaarlijkse stadsgids. De stadsgids inspireert en biedt praktische tips - mét een overzichtskaart en de belangrijkste highlights, plus een historische stadswandeling langs belangrijkste locaties in het centrum. De stadsgids verschijnt voor de steden Arnhem en Nijmegen, in het Nederlands, Engels en Duits (30.000 exemplaren per stadsgids).

Overige drukwerken:

- **To Go:** Voor regio Arnhem en het Rijk van Nijmegen komen er twee routeboekjes - bedoeld voor fietsers - vol prachtige (thema) routes uit het gebied (20.000 exemplaren).
- **Centrumplattegronden:** De drietalige centrumplattegronden maken we voor Arnhem en Nijmegen (40.000 exemplaren per stad) en worden verspreid via VVV's, cruiseschepen en verblijfsaccommodaties.
- **Minimap:** De minimap is een handig, opvouwbaar overzichtskaart met de highlights van een gemeente/gebied. De minimap wordt in opdracht van (een) gemeente(n) gemaakt.



BEURZEN

Samen met de andere Gelderse regio's staan wij in 2019 op drie grote consumentenbeurzen in België, Duitsland en Nederland:

- *Fiets & Wandelbeurs Gent*, België (2 en 3 februari 2019)
- *Reise und Camping Essen*, Duitsland (20 t/m 24 februari 2019)
- *Fiets & Wandelbeurs Utrecht*, Nederland (1 t/m 3 maart 2019)

PERS EN PUBLICITEIT

Wij hanteren een actieve mediabenedering voor het scheppen en instandhouden van een goed imago en het creëren van media aandacht. Wij onderhouden contact met diverse media en versturen regelmatig persberichten. Daarnaast organiseren en begeleiden wij persreizen, blog- en vlogtrips en plaatsen wij advertenties, advertorials en lezersaanbiedingen. Dit doen we op de Nederlandse, Duitse, Belgische en Engelse markt.

CAMPAGNES

THEMACAMPAGNES

Nieuw in 2019 zijn onze themacampagnes. Elke maand brengen wij een thema onder de aandacht van (potentiële) bezoekers, passend bij de actualiteiten en het seizoen. Voorbeelden van de 12 campagnes zijn: 'De natuur ontwaakt', 'avondje uit', 'terug in de tijd' en 'kinderpret'. Onze partners ontvangen, als onderdeel van hun afgenomen marketingpakket, een vermelding in een campagne naar keuze. Eventueel kunnen partners extra exposure bijkopen. De themacampagnes worden breed opgezet, met een landelijk bereik. Dit om de doelgroep (passend bij het thema) naar de regio's te trekken, hun te stimuleren meer uit te geven en ook weer terug te komen.

INTERNATIONALE VERHAALLIJNEN

NBTC Holland Marketing presenteert Nederland als één grote stad en heeft hiervoor de HollandCity strategie opgezet. Dit doen zij om toerisme te spreiden over het hele land en de seizoenen. In deze strategie spelen verhaallijnen een grote rol, waarin plaatsen aan elkaar gekoppeld worden via een gemeenschappelijk thema. De komende jaren participeren wij in de internationale positionering en promotie van de verhaallijnen:

- *Kastelen en buitenplaatsen*;
- *Hanzesteden*;
- *Vincent van Gogh*;
- *Mondriaan & De Stijl*;
- *Liberation Route Europe*.

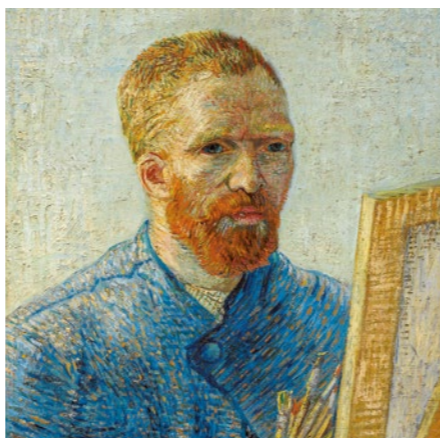
In 2019 wordt onderzoek gedaan naar de potentie van het water verhaal in Gelderland.

GELDERLAND LEVERT JE MOOIE STREKEN...

Vrijwel iedere Nederlander is door de commercials op radio en tv bekend met de campagne 'Gelderland levert je mooie streken...'. De awareness rondom de Gelderse streken is sinds de start van de campagne aanzienlijk vergroot. Van een traditionele zendcampagne is de focus geleidelijk steeds meer verlegd naar 'consumer engagement' en het creëren van fans. De thematische campagnes 'Spring op de fiets', 'Ontdek het Gelderse goud' en 'Het groot Gelders avontuur' worden ook komend jaar weer gecontinueerd in binnen- en buitenland. Inspirerende en herkenbare verhalen en ervaringen van anderen staan hierin centraal en er komt meer focus op content integratie te liggen. Dit doen we door optimaal gebruik te maken van de cross-mediale mogelijkheden, met als uiteindelijk doel het meerdaags bezoek aan de Gelderse streken te stimuleren. *Geldersestreken.nl*

MACHT EN PRACHT IN DE GELDERSE STREKEN

De komende jaren loopt onze campagne 'Macht en Pracht in de Gelderse streken'. Deze campagne is een provinciale doorvertaling van de internationale mediacampagne "Castles and country houses" van het NBTC. In Macht & Pracht bundelen ruim veertig kastelen in de Gelderse streken hun krachten om meer Nederlandse, Duitse en Belgische toeristen naar de regio te trekken. De cross-mediale marketingactiviteiten vinden plaats vanuit de thema's 'beroemde gasten en bewoners', 'bijzondere interieurs en kunstcollecties' en 'parken, tuinen en landgoederen'.



DE GELDERSE STREKEN: WAT EEN VERHAAL

De campagne 'Gelderse streken wat een verhaal' wordt voortgezet, waarmee het imago van Gelderland als aantrekkelijke provincie met cultuurhistorische rijkdom wordt versterkt. Hierin nemen wij Gelderse cultuurhistorische iconen als uitgangspunt om het publiek naar de provincie te trekken. De campagne laat erfgoedinstellingen anders naar hun aanbod kijken en ontwikkelt producten gericht op een nieuwe doelgroep: de hippe, jonge, grootstedelijke bevolking.

THEATER- EN MUZIEK VOORSTELLINGEN GELDERS ARCADIE

In een unieke samenwerking met vijf gemeenten (Arnhem, Renkum, Rheden, Rozendaal en Wageningen) en Theater De Plaats uit Arnhem, geven wij meer bekendheid aan landgoederenzoom Gelders Arcadië. Met diverse marketingactiviteiten promoten wij in 2019 en 2020 bijzondere theater- en muziekvoorstellingen op de verschillende deelnemende landgoederen. Zo creëren we meer aandacht voor - en trekken we meer toeristen en inwoners naar - de kastelen, buitenplaatsen en landgoederen binnen Gelders Arcadië.

EUROPEAN ROUTE OF INDUSTRIAL HERITAGE (ERIH)

Het industrieel erfgoed van regio Arnhem, het Rijk van Nijmegen, regio Achterhoek en Twente, wordt in deze campagne samengebracht met het industrieel erfgoed in Munsterland (Duitsland). De ERIH campagne ontsluit en verbindt erfgoedlocaties van nijverheid, industrie, handel, techniek, agrarische cultuur en infrastructuur in Oost-Nederland en Munsterland. Centraal staan de industriële ondernemingen met een educatief bezoekprogramma industrie & innovatie. Langs deze locaties worden routes uitgezet en zij worden opgenomen in de eigentijdse (digitale) marketingactiviteiten.

GRENSOVERSCHRIJDENDE SAMENWERKING HANZESTEDEN

In deze samenwerking staat de grensoverschrijdende ontwikkeling van nieuwe toeristische producten, langs de Hanzesteden in het Duits-Nederlandse grensgebied, centraal. Wij stimuleren toeristische ondernemers en instellingen nieuwe producten te ontwikkelen binnen het Hanze thema. Internationale bezoekers worden (spelenderwijs) aangetrokken door verschillende cross-mediale marketingactiviteiten, waaronder augmented reality.

GELDERLAND HERDENKT

Tijdens de kroonjaren 2019 en 2020 staat Gelderland uitgebreid stil bij *75 jaar Operatie Market Garden*, *75 jaar Operatie Veritable* en *75 jaar bevrijding*. Samen met diverse stakeholders, zoals Provincie en Stichting Versterking Herinnering WO2 Gelderland, werken wij aan een breed programma met evenementen, activiteiten en een uitgebreide, internationale marketing-communicatie campagne, waarin herdenken en het vieren van de vrijheid centraal staan. Afgelopen jaar zijn wij al gestart met de bewerking van de travel trade markt, om opname van speciale reisarrangementen in hun programma's 2019 en 2020 te stimuleren.

Het complete overzicht met al onze overige campagnes vind je op rbtkan.nl/projecten.

TRAVEL TRADE

Touropérateurs, rederijen en touringcarondernemingen in Duitsland, België en Groot-Brittannië benaderen we actief. Zo maken we onze regio vaker onderdeel van reisprogramma's en trekken we meer internationale bezoekers. We promoten onze regio via maatwerkprogramma's en verspreiden promotiemateriaal via zakelijke beurzen en netwerkbijeenkomsten. We doen gerichte acquisitie en spreken geïnteresseerden persoonlijk.

In 2019 gaan we naar deze beurzen:

- *ITB Berlijn*, Duitsland (6 t/m 10 maart 2019)
- *RDA Group Travel Expo Keulen*, Duitsland (9 en 10 juli 2019)
- *ETOA Global European Marketplace 2019 London*, Groot-Brittannië (november 2019)

Eind 2018 lanceren wij een nieuw online platform en een nieuwe travel trade brochure, met informatie, programma's, grote evenementen, highlights en promotiemateriaal.

ZAKELIJKE BEZOEKER

Convention Bureau Gelderland, onderdeel van RBT KAN, richt zich op de zakelijk-toeristische markt. Zij promoot ook de regio's Arnhem en het Rijk van Nijmegen, als bestemming voor zakelijke bijeenkomsten. Dit door het geven van onafhankelijk, kosteloos en persoonlijk advies aan (internationale) meeting- en evenementplanners. Bovendien worden relevante zakelijke bijeenkomsten door actieve acquisitie naar de regio getrokken.

Sterke Gelderse kennisthema's, zoals Food, Health, Energie en Milieutechnologie en sport, worden door Convention Bureau Gelderland zakelijk op de kaart gezet. Door middel van actieve promotie op social media (LinkedIn en Twitter), via online advertising, nieuwsbrieven en op landelijke (kennis)events, gezamenlijk met partners, zoals kennisinstellingen uit de sector.



KENNIS, ONTWIKKELING EN ADVIES

Wij zijn regionaal aanspreekpunt voor de ontwikkeling van toeristisch beleid door overheid en het (individueel) toeristisch bedrijfsleven. Zo geven wij advies over nota's vrijetijdseconomie en zijn wij actief in debatten, discussies, workshops en brainstormsessies. Ook organiseren wij zelf workshops en trainingen voor het bedrijfsleven. Hierin delen wij marktinzichten, geven wij handvatten voor het gebruik van doelgroepen en geven we tips op het gebied van gastheerschap en marketing, zoals 'Hoe ga je om met de Duitse gast'. Daarnaast houden wij onze partners, via ons online platform, ons Together magazine en via diverse (digitale) nieuwsbrieven, op de hoogte over ontwikkelingen in onze regio en over onze eigen activiteiten.

Voor de gezamenlijke promotie van onze regio stellen we communicatiemiddelen beschikbaar, zoals beeldmaterialen, teksten en huisstijlen.

GASTHEERSCHAP

Via onze regio websites, social media, de landelijke VVV website en de VVV app, kunnen bezoekers zich online eenvoudig laten informeren en inspireren voor hun (komende) bezoek aan de regio Arnhem en/of het Rijk van Nijmegen. Eenmaal aanwezig in het gebied, kan de bezoeker ook een beroep doen op één van de diverse VVV winkels, de toeristische informatiepunten of digitale informatiezuilen, verspreid over de regio Arnhem en het Rijk van Nijmegen, waarvan RBT KAN licentiehouders is.

TOOLKITS VOOR ONDERNEMERS

Voor de gezamenlijke promotie van regio Arnhem en het Rijk van Nijmegen, de subregio's en/of gemeenten, stellen we communicatiemiddelen beschikbaar, zoals een huisstijlhandboek met logo, beeldmaterialen en teksten.

TRAINING EN WORKSHOPS VOOR AMBASSADEURS

Via online trainingsplatform *regioambassadeur.nl* bieden wij basis- en thematische trainingen aan. Deelname aan de trainingen is gratis en bedoeld voor frontoffice medewerkers van toeristische organisaties. Zodat zij voldoende kennis hebben om op te treden als ambassadeur van de regio.

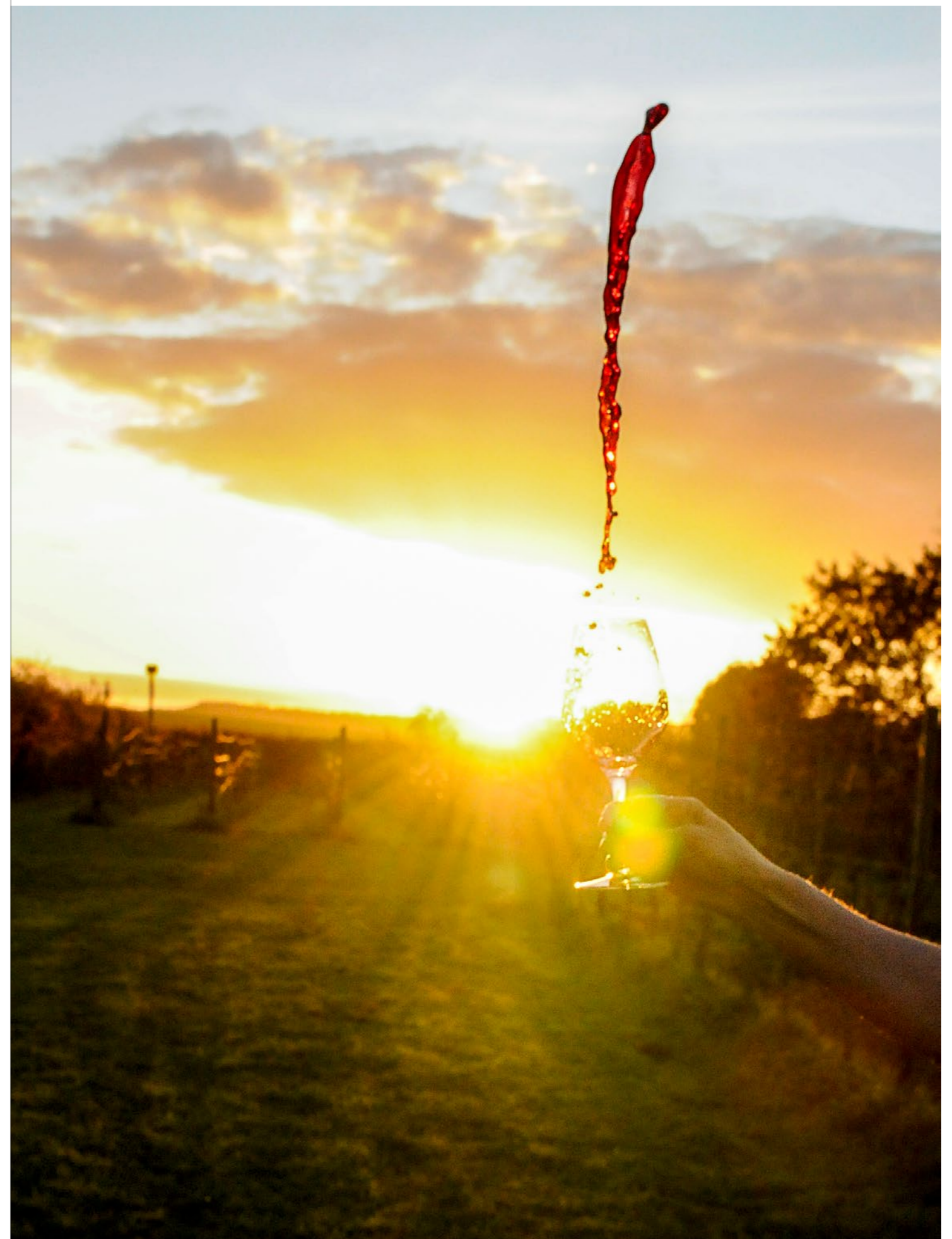
Ook de jaarlijkse ambassadeursdag draagt hier aan bij. Deze dag vol workshops en presentaties zorgt ervoor dat frontoffice medewerkers onze regio nog beter leren kennen. En met de persoonlijke ambassadeurspas kunnen zij ook zelf zo'n 75 toeristische trekpleisters ervaren.

VIERDAAGSEBED

Via de website vierdaagsebed.nl bemiddelen wij al jaren tussen de vierdaagse wandelaars die een slaapplek zoeken en de gastgezinnen die een bed in de aanbieding hebben.

TOERISTISCHE BEWEGWIJZERING

Voor een aantal gemeenten en ondernemers in de regio Arnhem en het Rijk van Nijmegen verzorgen wij de uitvoering en het onderhoud van de toeristische bewegwijzering (bruin-witte borden).





Regionaal Bureau voor Toerisme Arnhem Nijmegen

Dorpsstraat 14, 6661 EK ELST

Postbus 156, 6660 AD ELST

T 0481-366 250

E info@rbtkan.nl

rbtkan.nl

