

t 2019 Realise





Onze organisatie

De Veluwe kenmerkt zich door de bijzonder mooie omgeving. Volgens onderzoeker Hendrik Beerda is de Veluwe het sterkste streekmerk van Nederland. Om deze titel te behouden en te versterken, werken verschillende partijen - in en met de Veluwe Agenda - samen aan de Veluwe op 1. Zodat we de hele wereld laten zien hoe mooi de Veluwe is. En de hele wereld laten genieten van onze mooie natuur, cultuur en lekker eten.

Wij steken veel tijd in onderzoek en kennisontwikkeling over marketing en toerisme. Daarnaast bieden we 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 de Veluwe én onze partners.

Door middel van samenwerking en (vernieuwende) marketinginspanningen, maken wij de regio sterker om een (inter)nationaal publiek te bereiken. Samen zetten wij ons in voor bezoekers, die langer verblijven, meer uitgeven en die nog een keer terugkomen. Met de ambitie om het toeristisch markt-aandeel van de Veluwe te vergroten.

- **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?**

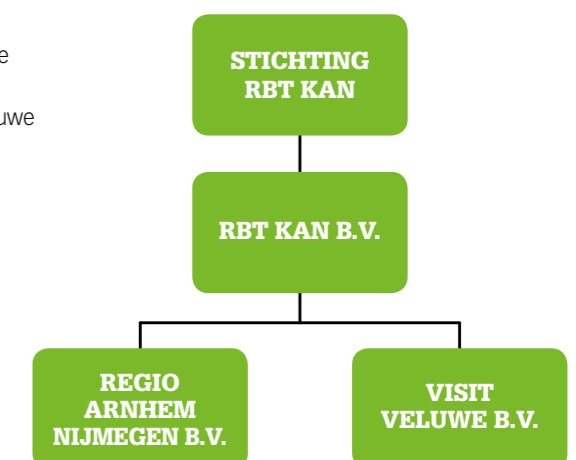
Als ondernemende verbinder activeren we hogere bestedingen, langer verblijf en herhalingsbezoek van bezoekers op een manier waartoe individuele spelers in de private en publieke sector niet in staat zijn.

- **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

VisitVeluwe is onderdeel van RBT KAN B.V. - de (toeristische) marketingorganisatie voor de regio Arnhem, het Rijk van Nijmegen en de Veluwe. De marketingactiviteiten voor de Veluwe zijn ondergebracht in de werkmaatschappij, VisitVeluwe B.V. Deze werkmaatschappij is 100% dochter van de holding RBT KAN B.V.



● 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. Dit doen wij met vele partners, samen werken we aan Veluwe op 1.

SAMEN WERKEN WE AAN VELUWEOP1

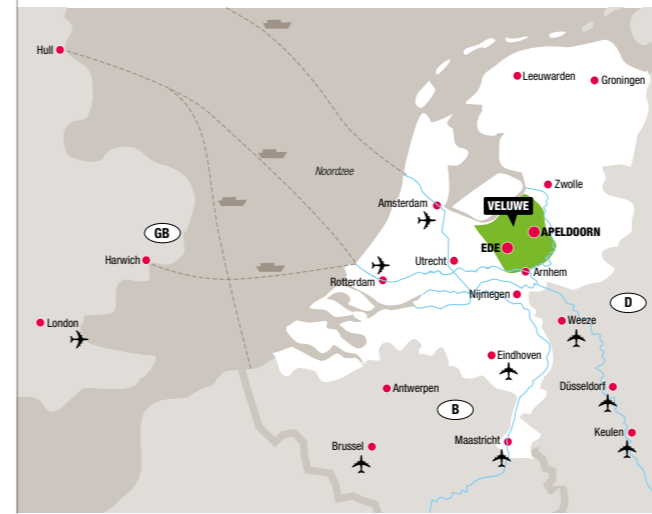
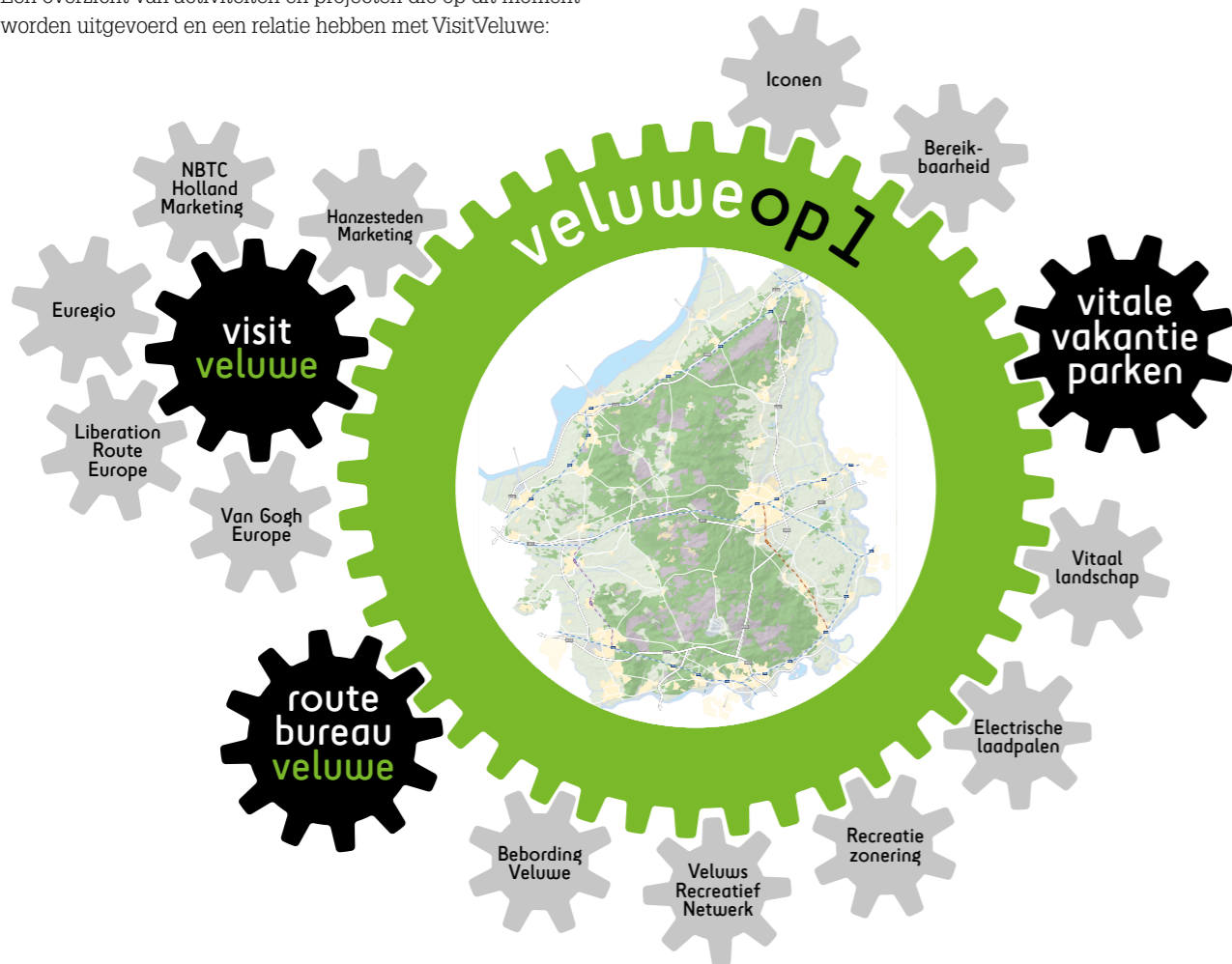
● WAT IS DE AMBITIE VAN VELUWEOP1?

De Veluwe blinkt uit als aantrekkelijk natuurgebied voor bezoekers en bewoners. Er is veel te beleven en de voorzieningen hebben de kwaliteit en duurzaamheid die past bij deze tijd. Natuur, landschap en erfgoed worden gekoesterd en versterkt omdat zij de Veluwe maken wat het is.

● WIE WERKEN ER AAN DE VELUWEOP1?

Er zijn tal van organisaties en instanties die de Veluwe willen beschermen en (nog) mooier en aantrekkelijker willen maken. Dit doen zij door samen te werken en het samen definiëren van acties en prioriteiten. Deze grondeigenaren, terreinbeheerders, toeristische ondernemers (bijvoorbeeld van recreatie en attracties), overheden en andere partijen, onderschrijven de ambities van Veluweop1 en gebruiken de VeluweAgenda als basis.

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



GEOGRAFISCHE (MARKT)FOCUS

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

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 partners.visitveluwe.nl/doelgroepen.

WE COMMUNICEREN OP MEER NIVEAU'S

Op 4 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.

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', 'Achtergrond Het Nationale Park De Hoge Veluwe' 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..

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

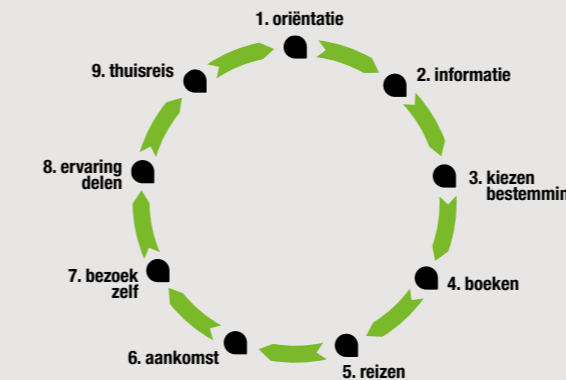
Check voor meer info en de laatste trends partners.visitveluwe.nl/trends.



Holland
The other Holland
Das Andere Holland

Gelderland levert
je mooie streken...

Veluwe focus op 4 pijlers:
active, culture, taste en relax.

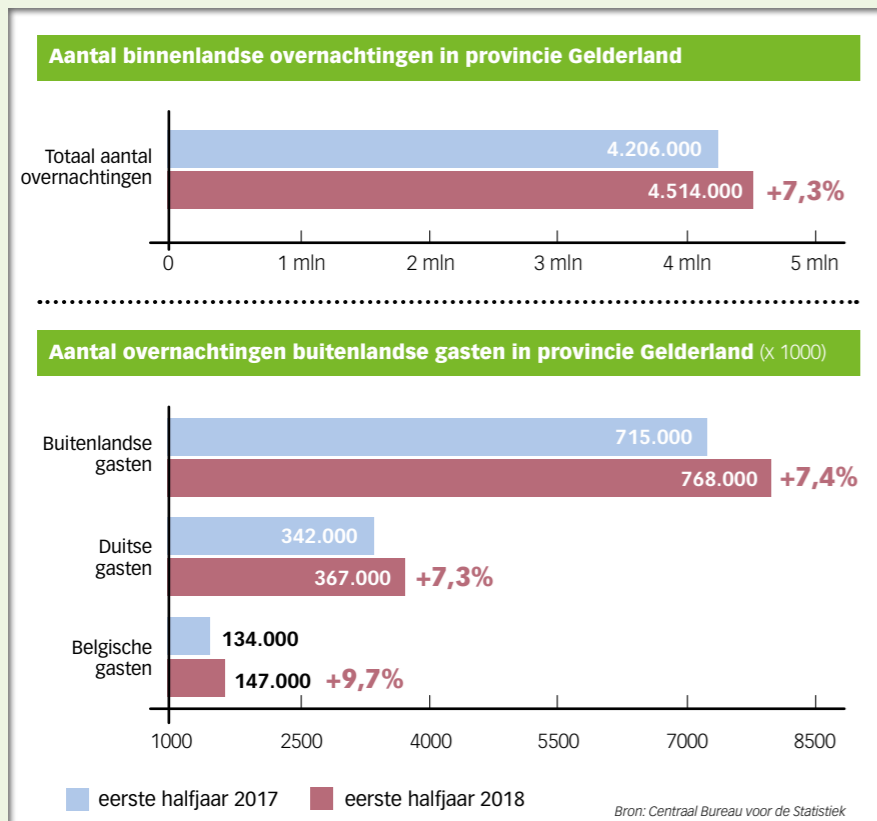


Toeristische marketing in binnen- en buitenland

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

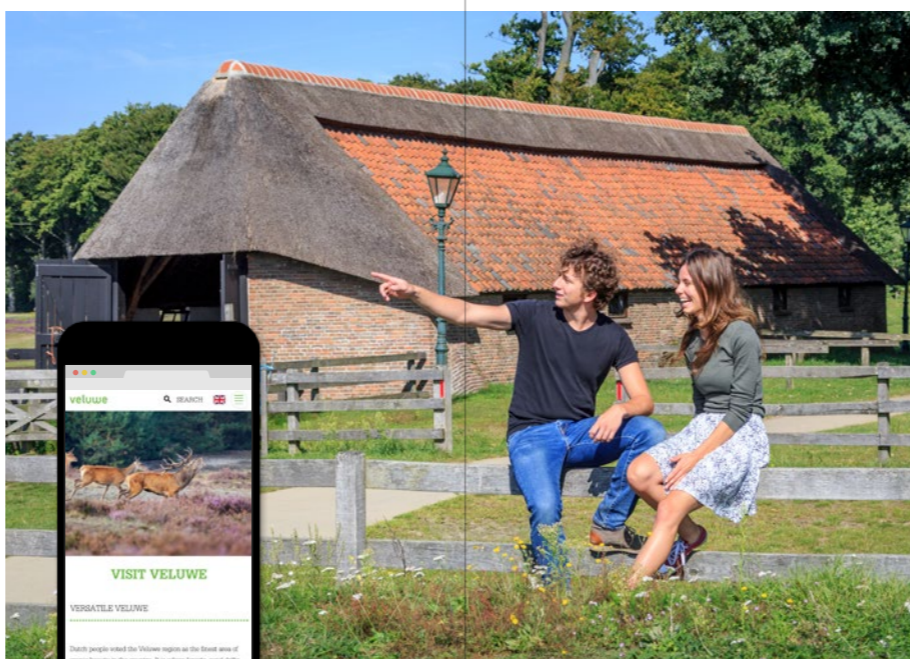
Uit de voorlopige cijfers van het Centraal Bureau voor de Statistiek over het eerste half jaar van 2018 (vergeleken met het eerste halfjaar van 2017) blijkt dat het aantal gasten* in de provincie Gelderland met 7,4% is toegenomen. Het binnenlandse toerisme in onze provincie steeg met 6,5% naar 1.632.000 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 achtereenvolgens 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 een nieuwe website voor bezoekers gelanceerd op visitveluwe.nl. Het doel van de website is om (potentiële) bezoekers te informeren en te inspireren over tal van thema's, zoals fietsen, wandelen, shoppen, cultuur & historie en eten & drinken.



JE VINDT VISITVELUWE OP SOCIAL MEDIA

- [Facebook.com/VisitVeluwe](https://www.facebook.com/VisitVeluwe)
- [Instagram.com/VisitVeluwe](https://www.instagram.com/VisitVeluwe)
- [Youtube.com/VisitVeluwe](https://www.youtube.com/VisitVeluwe)

Ook 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.

DRUKWERK

Aan het begin van het toeristische seizoen geven wij het toeristisch Veluwe magazine uit, bomvol bezoekersinformatie (120.000 exemplaren). Daarnaast maken we een internationale variant - in combinatie met de regio Arnhem en het Rijk van Nijmegen - in het Duits en Engels (40.000 exemplaren). De verspreiding vindt plaats in de regio en via consumentenbeurzen.

Overige drukwerken:

- **To Go:** Dit routeboekje is bedoeld voor fietsers en staat vol prachtige (thema) routes uit het gebied (40.000 exemplaren).
- **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.
- **Recreatiekrant Veluwe:** In iedere editie hebben wij een buitenland pagina met toeristische informatie voor de buitenlandse bezoeker. Partners kunnen nieuwe en evenementen aanleveren.



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

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 (nieuwe) verhaallijnen:

- *Kastelen en buitenplaatsen;*
- *Hanzesteden;*
- *Liberation Route Europe;*
- *Dutch Food & Cuisine;*
- *Kunst Holland;*
- *Koninkrijk Nederland.*

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

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 Veluwe te trekken, hun te stimuleren meer uit te geven en ook weer terug te komen.

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.



WILD IN HET NAJAAR

Om het toeristische seizoen op te rekken en extra aandacht te genereren voor Veluwe in het najaar/winter, zijn we gestart met de campagne *'Wild'*. In deze campagne bundelen we tal van initiatieven, zoals evenementen, excursies, workshops en arrangementen, met als gemeenschappelijke deler *'wild'* als thema. Via een cross mediale aanpak brengen we het thema, en alle acties en activiteiten, onder de aandacht bij inwoners en (potentiële) bezoekers.

KUNST HOLLAND

Van 2018 tot en met 2020 zullen wij, samen met het Kröller-Müller Museum, deelnemen aan de *'Kunst Holland'* campagne van NBTC Holland Marketing. Aan de campagne nemen verschillende Nederlandse musea deel, waaronder het Kröller-Müller Museum, Rijksmuseum, Van Gogh Museum en Mauritshuis. Er zal een mix van activiteiten worden uitgevoerd welke aansluiten op de belevingswereld van de doelgroepen. Het doel van deze internationale campagne is om bezoek te stimuleren vanuit Duitsland en Vlaanderen.

HANZESTEDEN

Negen Hanzesteden in Gelderland en Overijssel bundelen hun krachten - samen met Euregio en partners - in een campagne op de Belgische en Duitse markt. De Gelderse steden zijn Doesburg, Elburg, Harderwijk, Hattem en Zutphen. Internationale bezoekers worden aangetrokken met ontdekkingstochten, stadswandelingen, fietsroutes en shoppingtips. Voor iedere stad is een eigen thema gekozen.

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 marketingcommunicatie 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 overige campagnes vind je op partners.visitveluwe.nl/campagnes.

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 Veluwe, 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 events.



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'. Ook geven wij jaarlijks een publicatie uit met daarin de toeristische kerncijfers van de Veluwe.

Daarnaast houden wij onze partners, via ons online platform, ons Together magazine en via 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.

TOOLKITS VOOR ONDERNEMERS

Voor de gezamenlijke promotie van de Veluwe 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.

PRODUCTONTWIKKELING

Onderdeel van onze marketingactiviteiten, is het - op vraag gestuurd - ontwikkelen van toeristische producten, in samenwerking met het toeristisch bedrijfsleven. Onze regio coördinatoren vervullen een belangrijke rol in het in kaart brengen van behoeften en het samenbrengen van de verschillende samenwerkende partijen.

Op ons online platform partners.visitveluwe.nl delen wij al het nieuws en de ontwikkelingen met betrekking tot onze campagnes en overige marketingactiviteiten.

VELUWS RECREATIEF NETWERK (VRN)

Samenhang, samenwerking en focus op de Veluwe, krijgt vorm in het Veluws Recreatief Netwerk (VRN). Het doel van het netwerk, waarin wij een rol vervullen, is onder andere om te komen tot:

- meer (innovatieve) samenhang tussen plannen en meer samenwerking tussen stakeholders;
- het stimuleren van toeristische productontwikkeling, gebaseerd op vraag van de doelgroep;
- het beschermen en versterken van het Veluws stamkapitaal (natuur, erfgoed en landschap) en excellente gastvrijheid.



VisitVeluwe

Dorpsstraat 14, 6661 EK Elst

Postbus 156, 6660 AD Elst

T 0481-366 250

E info@visitveluwe.nl

partners.visitveluwe.nl

visitveluwe.nl

