

Jaarverslag 2023



VOORWOORD

Onze regio's zijn flink in trek bij binnenlandse bezoekers, waaronder ook de eigen inwoners, en buitenlandse bezoekers. De toenemende aandacht voor gezondheid, frisse lucht, beweging en ontspanning, nog eens versterkt door de coronacrisis, zorgt voor een nog grotere aantrekkingskracht van onze regio's. In combinatie met het vele erfgoed, de brede waaier aan attracties en de grote hoeveelheid verblijfsmogelijkheden, horeca en routes behoren we daarom tot de absolute topbestemmingen van Nederland. De bezoekerseconomie is door al deze bezoekers en hun bestedingen sterk en veerkrachtig, en dat draagt bij aan de brede welvaart in termen van leefbaarheid, economie en werkgelegenheid in onze regio.

De regiomarketing die Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen uitvoert, bestaat bij gratie van de collectiviteit van publieke en private partners: het gezamenlijke doel en de ingezette middelen van alle partners zorgen ervoor dat we een unieke marketingkracht aan de dag kunnen leggen, waarmee we een zeer groot en vooral gericht bereik van onze marketingcommunicatie onder bezoekers en bewoners realiseren. De tripartiete financiering van gemeenten, bedrijven en projecten betekent voor al onze partners ook een multiplier: zo wordt de Gelderse streken-campagne gefinancierd door de provincie Gelderland, maar draagt deze campagne fors bij aan de positionering van de regio en dat is weer goed voor gemeenten en bedrijfsleven. De kosten voor de themacampagnes worden bijna volledig opgebracht door het bedrijfsleven en die campagnes sluiten weer mooi aan op de Gelderse streken-campagne. Juist dit maakt onze organisatie: een beperkte investering levert elke partner, elke gemeente en elke projectpartner veel meer op dan alleen zijn investering. Iedereen betaalt een deel, maar profiteert van het geheel.

In het informatietijdperk is het de kunst geworden om de juiste consument op het juiste moment de juiste boodschap voor te leggen en daarmee te inspireren en te activeren voor een bezoek aan onze regio. Om dat te bereiken hebben wij in 2019 de transformatie ingezet van een massale, brede marketingcommunicatieboodschap naar frequentere, smallere marketingboodschappen richting die doelgroepen van ontvangers die we ook echt willen bereiken op dat moment; we noemen dit ook wel 'targeting'. Deze transformatie realiseren we door onze uitgebreide marketingkennis, die in sterke mate gebaseerd is op een grote dataverzameling en een intelligente data-analyse door onze professionals, te gebruiken voor de keuzes die we in onze marketingcommunicatie maken. Deze transitie is alleen waar te maken als we goede professionals weten te boeien en te binden. Gelukkig lukt ons dat goed. Ik ben trots op onze organisatie en op de grote inzet en betrokkenheid die alle medewerkers van Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen elke dag laten zien om daarmee onze prachtige regio's onder de aandacht van bezoekers en bewoners te brengen.

Herre Dijkema
Directeur





INHOUD

VOORWOORD	2
DE TOERISTISCHE MARKT IN 2023	4
WAT WILLEN WE BEREIKEN?	6
BINNENLANDSE MARKTBEWERKING	7
GASTHEERSCHAP REGIO ARNHEM EN RIJK VAN NIJMEGEN	15
BUITENLANDSE MARKTBEWERKING	17
ZAKELIJKE MARKT (MICE)	18
SAMENWERKING MET PARTNERS	19
KENNISDELING EN DATA	21
PROJECTEN EN CAMPAGNES	23
FINANCIËLE TERUGBLIK OP 2023	24
EEN TERUGBLIK VAN DE RAAD VAN TOEZICHT	25
CONTACTGEGEVENS	26



DE TOERISTISCHE MARKT IN 2023

Verblijf in Gelderland



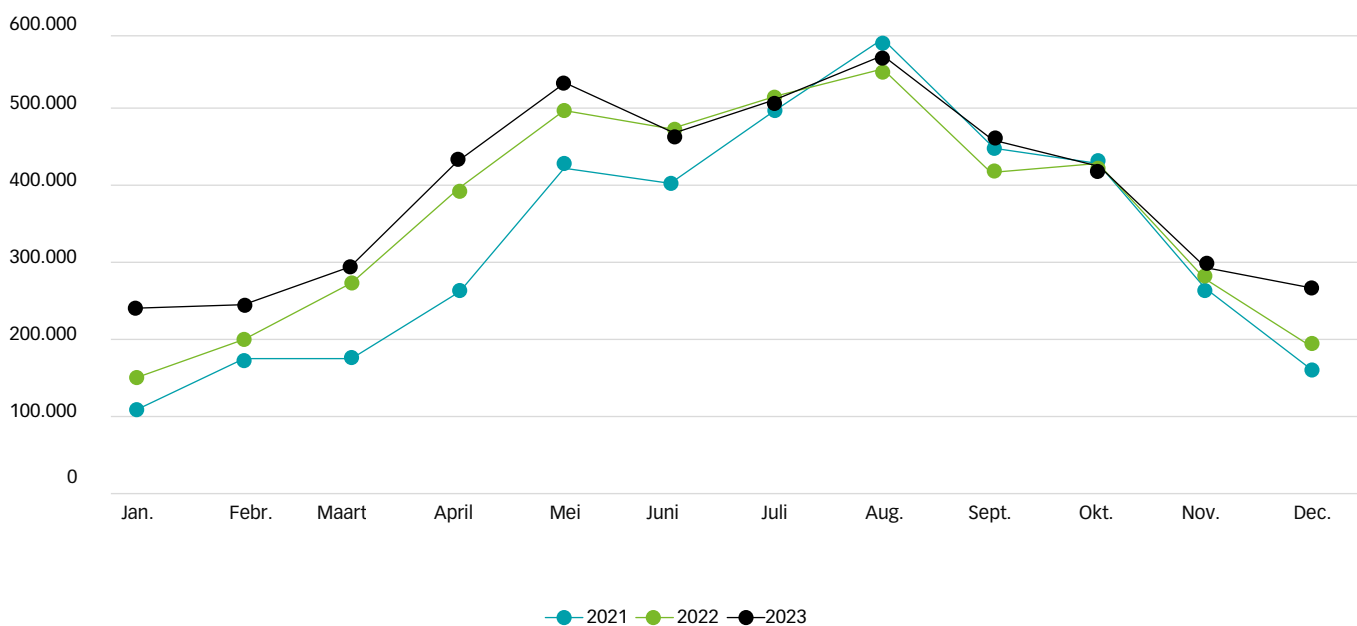
4.800.000
VERBLIJFGASTEN

↑ 7% (t.o.v. 2022)

In 2023 steeg het aantal bezoekers dat minimaal één nacht in Gelderland verbleef met **6,8%** naar **4.8** miljoen. De groei zat voornamelijk in de periode januari tot mei 2023. Verreweg de meeste verblijfgasten komen uit Nederland (84%). Het resterende percentage is afkomstig uit het buitenland. Populaire overnachtingsaccommodaties dit jaar waren hotels, B&B's of pensions (48%) boven bungalowparken (25,8%), kampeerterreinen (20,4%) en groepsaccommodatie (5,1%).

VERBLIJFGASTEN IN GELDERLAND 2023

IN ABSOLUTE AANTALLEN 2021 – 2023



Bron: statistiek logiesaccommodaties, CBS

Binnenlands en inkomend verkeer



4.019.000

↑ 2% (t.o.v. 2022)

BINNENLANDSE VERBLIJFGASTEN



743.000

↑ 30% (t.o.v. 2022)

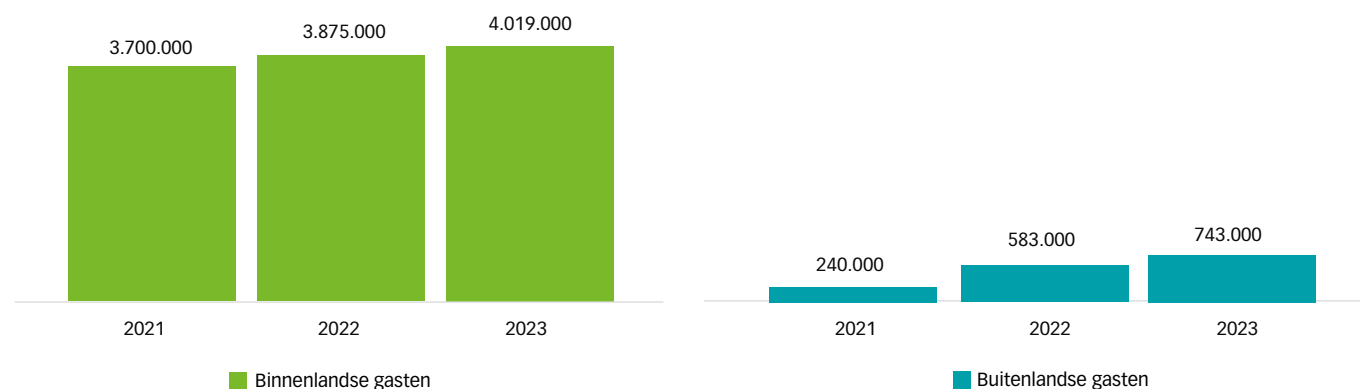
BUITENLANDSE VERBLIJFGASTEN

Het binnenlandse bezoek aan Gelderland steeg met **2,3%** naar ruim **4** miljoen verblijfsgasten. Nederlanders bleven dus meer in eigen land of gingen er vaker op uit. Het feit dat de Veluwe de meest populaire vakantiebestemming is onder Nederlanders, draagt bij aan deze stijging.

Het aantal buitenlandse gasten nam daarnaast significant toe naar **743** duizend, zo blijkt uit cijfers van het CBS. Ruim de helft van de buitenlandse gasten komen uit Duitsland (56%) en bijna een vijfde uit België. Dat zijn verreweg de belangrijkste herkomstlanden.

BINNENLANDSE VS BUITENLANDSE GASTEN 2023

IN ABSOLUTE AANTALLEN 2021 - 2023



Bron: statistiek logiesaccommodaties, CBS

Dagbezoek in de lift

De Veluwe, de regio Arnhem en het Rijk van Nijmegen verwelcomden afgelopen jaar **3,7%** meer dagjesmensen, voornamelijk inwoners van Gelderland zelf. Populair waren de attracties met een stijging in het bezoek van **9,5%**. Ook blijven wandelen, fietsen en horecabezoek aantrekkelijke uitjes.

De populairste dagen voor een uitje waren zondag 13 augustus en Koningsdag op donderdag 27 april. De minst populaire dag was dinsdag 31 januari. De drukste dagen zijn, zoals verwacht, in het weekend. Bij bezoekers aan binnensteden is dat de zaterdag, terwijl dat in de natuur met name de zondag is. Bij attracties is naast het weekend ook de woensdagmiddag relatief druk. Het drukste tijdstip is bij alle locaties op de meeste dagen één uur s 'middags.

Bron: Statistiek logiesaccommodaties, CBS en visitor data monitor, Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen



WAT WILLEN WE BEREIKEN?

Als hét regionale bureau voor toerisme in de regio Arnhem, het Rijk van Nijmegen en de Veluwe, positioneren wij de regio. Dit doen we door inzet van een intelligente, data-gestuurde marketingmix en met advisering en gastheerschap. We inspireren, informeren en activeren - de juiste bezoeker op het juiste moment en op de juiste plaats - over een bezoek aan onze regio.

Wij kijken daarbij, samen met onze partners, heel bewust naar waar en wanneer in de regio ruimte is voor bezoek. We kijken ook naar de ontwikkeling en toekomstbestendigheid van het toeristische aanbod, om de groeiende groep bezoekers te kunnen accommoderen. Ook in 2023 hebben wij ons ingezet voor de versterking van de bezoekerseconomie in onze regio's.

Dit hebben we gedaan door:

- De regio's als bestemming op het netvlies van de (potentiële) bezoeker te krijgen en te behouden;
- De bezoekingentie bij die potentiële bezoekers te verhogen;
- Het meerdaags bezoek te stimuleren;
- Het bezoek te spreiden in tijd en ruimte;
- Bezoekers aan te zetten tot meer bestedingen;
- Bezoekers een positieve beleving te laten ervaren, zodat zij openstaan voor herhalingsbezoek.

We bewerken de binnenlandse -, buitenlandse - en zakelijke markt met vele verschillende projecten, campagnes en activiteiten om deze doelstellingen te bereiken. Hieronder lichten we onze inzet in 2023 verder toe.

Duurzaamheidsstrategie

Ondanks dat er steeds meer aandacht is voor de balans tussen natuur, leefbaarheid en economisch belang, vinden we dat we als DMO nog een stap extra kunnen zetten. In 2023 hebben we onderzoek gedaan en onze ambities geformuleerd in een duurzaamheidsstrategie. In onze marketinginzet zetten we in op spreiding, werken we aan inclusie en delen kennis op het gebied van duurzaamheid. Met als doel dat toerisme van toegevoegde waarde blijft voor onze bestemmingen en haar inwoners.

We stimuleren onze partners bij het (door)ontwikkelen van duurzaam aanbod dat bijdraagt aan leefbaarheid, richten onze marketingactiviteiten op het verlagen van de footprint van onze bezoekers en maken duurzame keuzes aantrekkelijker.



BINNENLANDSE MARKTBEWERKING

Ook in 2023 hebben we weer ingezet op het positioneren van de Veluwe, Regio Arnhem en het Rijk van Nijmegen als jaarronde, aantrekkelijke bestemmingen. Hierin hielden wij oog voor spreiding van de bezoekers in tijd en plaats. Een greep uit de resultaten:



20
campagnes



84.000
magazines



120.000
fietsrouteboekjes



30.000
stadsplattegronden



5.899.311
online weergaven



981
social berichten



32.546.160
social weergaven



463.204
social interactie-
momenten



22
persreizen



439.215.613
mediabereik

Vernieuwde marketingstrategie Veluwe

Eind 2022 presenteerden we onze vernieuwde marketingstrategie Veluwe. Met een aangescherpte positionering die de veelzijdigheid van de Veluwe beter naar voren laat komen en grote digitale ambities om de kwaliteit en efficiëntie van de marketinginzet te verbeteren. We hebben sinds die tijd niet stilgezeten en ook in de tweede helft van 2023 mooie stappen gemaakt op o.a. het gebied van e-mailmarketing, leadgeneratie, het nieuwe online platform en de routeplanner.

Vernieuwde contentstrategie

In al onze inzet staat de veelzijdige positionering van de Veluwe centraal (richtlijn 50% natuur, 50% overig). Op alle nieuwe middelen en kanalen passen we deze positionering toe. Toch zien we ook nog kansen voor verbetering en gaan we in 2024 aan de slag met evaluatie en aanscherping. Hoe krachtiger je positionering en verhaal, des te sterker je merk immers.

Marketingstrategie regio Arnhem en Rijk van Nijmegen

Ook onze ambities voor de regio Arnhem en het Rijk van Nijmegen zijn groot. We voerden gesprekken met partners en met strateeg Martin Boisen. Wat zijn nou de bestemmingen in de regio? Welke merken voeren we dan? Wat is de unieke positionering van de bestemming en het bijbehorende verhaal? Goede input voor herijking van de merk- en marketingstrategie, in navolging op de nieuwe, collectieve samenwerkingsovereenkomst binnen de Groene Metropoolregio die medio 2024 opgesteld wordt.

Naast de regionale branding, krijgen ook de thematische verhaallijnen *3e waterverhaal*, *Romeinen en WOII*, een steeds grotere rol. In 2023 voerden we gesprekken, onderzochten we mogelijkheden en zetten we voorzichtige stappen in concretisering van de mogelijkheden. Waarbij het 3e waterverhaal een verhaallijn wordt die verder rijkt dan de regio Arnhem en het Rijk van Nijmegen, ook de Veluwe en Overijssel zijn hierbij betrokken. De verdere uitwerking van de verhaallijnen Romeinen en WOII, zitten deels in projectfinanciering waarvoor een tweetal aanvragen lopen via de provincie Gelderland.

Campagnes

We hebben afgelopen jaar twee verschillende soorten campagnes ingezet:

A. De potentiële bezoeker komt (voor het eerst) in contact met de regio:

Met generieke en laagdrempelige content zetten we in op de bekendheid van betreffende regio en het regio-merk. Hiervoor zetten we onze Gelderse streken campagnes in, waarin het regiomerk voorop staat. Het draait in deze campagnes om een zo groot mogelijk en relevant bereik. Want des te meer potentiële bezoekers we bereiken in de eerste fases van de klantreis, des te meer potentiële bezoekers we kunnen bewegen naar de volgende fase.

B. De potentiële bezoeker gaat actief op zoek naar inspiratie en informatie:

We zetten (aanvullend) met verdiepende content het passende aanbod in de etalage, gericht op de juiste doelgroep, op de juiste tijd en binnen het gekozen thema. Hierin wekken we interesse op voor het regionale aanbod. Deze campagnes leiden de bezoeker verder in de klantreis, richting de volgende stap boekingen/reserveringen bij toeristische ondernemers. Alle toeristische ondernemers in de regio profiteren van deze inzet.

Ook afgelopen jaar heeft deze campagne-inzet zich weer bewezen, met een groot bereik* en vele enthousiaste partners die meeprofitteerden van de mooie cijfers. De resultaten in een notendop:



Regio Arnhem

A. 'Op pad met kinderen in de regio Arnhem'

Totaal bereik: **314.524**. Bijna **15.000** bezoekers op de landingspagina.

A. Regio Arnhem ademt cultuur'

Totaal bereik: **515.314**. Ruim **13.500** bezoekers op de landingspagina.

B. 'Inspiratie in de regio Arnhem' - Gericht op inwoner/bezoeker in de regio

Totaal bereik: **387.839**. Bijna **3.200** bezoekers op de landingspagina.

Rijk van Nijmegen



A. Duik in het groen en ontdek het verleden van het Rijk van Nijmegen'

Totaal bereik: **1.111.203**. Bijna **10.000 bezoekers** op de landingspagina.

A. 'Ontdek de bruisende regio Rijk van Nijmegen'

Totaal bereik: **109.536**. Bijna **1.800 bezoekers** op de landingspagina.

B. 'Inspiratie in het Rijk van Nijmegen' - Gericht op inwoner/bezoeker in de regio

Totaal bereik: **678.533**. Bijna **3.500 bezoekers** op de landingspagina.



Veluwe

B. Veelzijdig voor het gezin'

Totaal bereik: **1.191.137**. Ruim **5.000 bezoekers** op de landingspagina.

A. 'Gezellig in het groen'

Totaal bereik: **632.185**. Bijna **9.700 bezoekers** op de landingspagina.

A. 'Onthaasten en cultuur snuiven op de Veluwe'

Totaal bereik: **1.514.674**. Ruim **15.600 bezoekers** op de landingspagina.

B. 'Inspiratie op de Veluwe' - Gericht op inwoner/bezoeker in de regio

Totaal bereik: **849.725**. Ruim **4.000 bezoekers** op de landingspagina.

**Het bereik is het aantal mensen dat is bereikt met de verschillende uitingen van de campagne, zoals de website, social media berichten en (online) advertenties.*

Toeristische websites

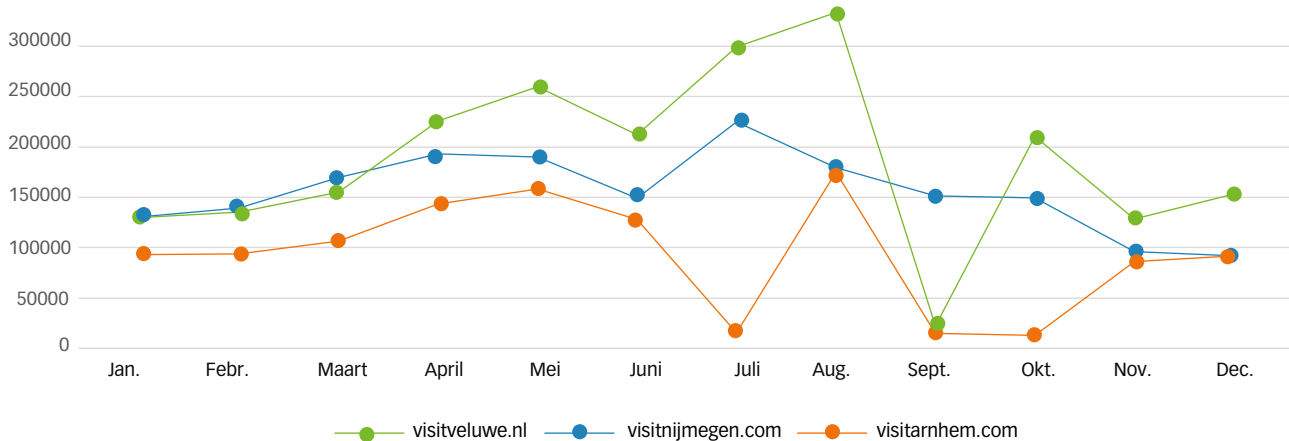
Online presenteren wij de regio's op de overkoepelende, toeristische regio-websites [visitveluwe.nl](https://www.visitveluwe.nl), [visitarnhem.com](https://www.visitarnhem.com) en [visitnijmegen.com](https://www.visitnijmegen.com). Ook afgelopen jaar inspireerden en informeerden wij (potentiële) bezoekers over tal van thema's, zoals fietsen, wandelen, evenementen, cultuur & historie en overnachten.

PAGINAWEERGAVEN TOERISTISCHE WEBSITES 2023

Veluwe: **2.476.951** (+8%)

Arnhem: **1.554.693** (+14%)

Nijmegen: **1.867.667** (+6%)



In het afgelopen jaar hebben alle platformen een mooie groei doorgemaakt, vooral toe te schrijven aan de stijging van organisch verkeer vanuit Google. Bezoekers weten ons steeds frequenter rechtstreeks te vinden, een resultaat van onze marketinginspanningen.

Top 3 best gelezen artikelen

We hebben volop ingezet op inspiratie met vele soorten content over de veelzijdige thematiek in onze regio's. De volgende artikelen waren het meest populair:

	Best gelezen artikelen Veluwe	Weergaven	Gemiddelde leestijd
1.	Hier geniet je van de bloeiende heide	35.690	3.28
2.	Onze fietstips op de Veluwe	17.775	1.07
3.	B&B's op de Veluwe	6.844	3.14

	Best gelezen artikelen Arnhem	Weergaven	Gemiddelde leestijd
1.	Wat te doen in Arnhem centrum?	13.874	1.44
2.	48 uur buiten de lijntjes in Arnhem	11.559	0.55
3.	Shoppen Arnhem	10.029	2.12

	Best gelezen artikelen Nijmegen	Weergaven	Gemiddelde leestijd
1.	Oefenen voor de 4Daagse? De leukste 4 oefenroutes	9.218	0.43
2.	De beste plekken om te lunchen in Nijmegen	8.559	0.51
3.	Mooie dagtochten in het Rijk van Nijmegen	5.703	1.07

Top 3 best bekeken routes

Het afgelopen jaar hebben we gewerkt aan de online uitbreiding van routes in onze regio's, wat heeft geresulteerd in groei van het verkeer op de routepagina's. De meest populaire routes waren:

	Best bekeken routes Veluwe	Weergaven	Gemiddelde leestijd
1.	Sprengenroute 8 km	9.218	0.43
2.	Rondje Posbank 44.3 km	8.559	0.51
3.	Rondje Barneveld 26 km	5.703	1.07

	Best bekeken routes Arnhem	Weergaven	Gemiddelde leestijd
1.	Stadswandeling door Arnhem centrum 4 km	21.097	3.25
2.	Rondje Posbank 46 km	7.306	3.03
3.	Airborne Stadswandeling Arnhem 4 km	4.697	2.34

	Best bekeken routes Nijmegen	Weergaven	Gemiddelde leestijd
1.	N70 route Nijmegen 14 km	58.457	1.22
2.	Stadswandeling door Nijmegen centrum 5 km	13.031	1.19
3.	Wandelroute Vennen 6.5 km	9.413	1.44

Vernieuwing online platform Veluwe

In september 2023 zijn we het traject vernieuwing website en onderliggende database gestart, na maanden van voorbereiding. Het Veluwse platform krijgt een nieuwe techniek en een nieuw jasje, die inspeelt op de klantbehoefte, personalisatie inzet en de Veluwe op een frisse manier positioneert. We ambiëren een livegang van medio 2024. Het nieuwe platform gaat ook op een nieuwe domeinnaam draaien. We hebben - na een lange adem - het domein [veluwe.nl](https://www.veluwe.nl) in ons bezit.

Veluwse routeplanner

De nieuwe routeplanner van de Veluwe lanceerden we begin 2023. Hiermee worden de routenetwerken voor wandelen, fietsen en ruiter en mensen beschikbaar gesteld en kan de gebruiker zelf zijn eigen route samenstellen. In 2024 willen we deze verrijken en doorontwikkelen.

Opschoning buitenlandse websites

In het najaar hebben we een online-opschoonactie gedaan: de Engelstalige en Duitstalige websites van [visitarnhem.com](https://www.visitarnhem.com) en [visitnijmegen.com](https://www.visitnijmegen.com) hebben een opfrisbeurt gekregen! We pakten de menustructuur aan, zetten in op duurzame en inclusieve content, herschreven teksten en kozen voor frisse beelden.

Google Analytics transitie

In juli 2023 heeft Google de tool Universal Analytics uitgefaseerd, waarmee we onze websites analyseerden. We moesten dus overstappen op een alternatief platform, een behoorlijke transitie. Onze keuze viel op *Google Analytics 4*. Voor al onze websites hebben we nauwkeurig bepaald welke gegevens we nodig hebben voor analyse en deze omgezet naar de nieuwe tool. Daarnaast hebben we nieuwe dashboards ontwikkeld om de data eenvoudiger te interpreteren.

E-mailmarketing

In het afsluitende kwartaal van 2023 hebben we onze eerste nieuwsbrieven verstuurd aan (potentiële) bezoekers. Elke regio heeft een eigen nieuwsbrief. In de eerste editie stond het seizoen centraal en we hebben we passende activiteiten, routes en locaties uitgelicht. We zijn tevreden over de eerste resultaten:

	Geopend (benchmark 43.7%)	Doorgeklikt (Benchmark 11.6%)
Veluwe	50%	22%
Regio Arnhem	50%	15%
Rijk van Nijmegen	53%	17%

Leadgeneratie

Ondertussen werken we hard aan uitbreiding van onze database met e-mailadressen, om de doelgroep ontvangers van de nieuwsbrieven te vergroten. In de tweede helft van het jaar hebben we diverse methoden en benaderingen getest. En met resultaat, we hebben 2023 afgesloten met ruim **5.000** e-mailadressen. De opgedane inzichten nemen we mee naar 2024, we zetten vol in op uitbreiding van onze database.

Drukkeradar

Ook na de jaren van coronabeperkingen blijft de drukteradar een belangrijk onderdeel van onze online platformen. Hij is te raadplegen via de homepages. We zetten de tool in voor een betere spreiding van bezoekers in ruimte en tijd en zien potentie voor verbreding van dit product.

Social media

Onze social kanalen waren ook in 2023 weer een belangrijke bron voor inspiratie. We deelden weer volop afbeeldingen, video's en artikelen om (potentiële) bezoekers en inwoners van de regio's te inspireren, informeren en aan ons te binden. We zetten in onze doelen en kpi's in op kwaliteit en sturen daarom voornamelijk op interactie met de online bezoeker. En met resultaat, want deze cijfers hebben we weer zien stijgen. De bereikcijfers zijn een combinatie van onbetaalde en betaalde inzet, uit regulier budget, campagnes, projecten en extra inzet in opdracht van regionale stakeholders.

ONZE FACEBOOK EN INSTAGRAM-RESULTATEN 2023 IN EEN NOTENDOP

	Veluwe	Regio Arnhem	Rijk van Nijmegen
Interactiemomenten	281.663 (+76%)	86.244 (+64%)	95.297 (+40%)
Totale weergaven	21.737.974 (+35%)	5.631.415 (-29%)	5.176.771 (-8%)
Facebook volgers	27.137 (+4%)	14.402 (+2%)	11.688 (+3%)
Instagram volgers	24.271 (+8%)	7.196 (+17%)	6.866 (+16%)

Pinterest

In het najaar van 2023 hebben we ingezet op uitbreiding van onze kennis van Pinterest om de kwaliteit en inzet van onze kanalen te vergroten, aan de voorkant (zichtbaar) en aan de achterkant (statistieken). Het Veluwe kanalen draait voor het tweede jaar, de kanalen voor Regio Arnhem en Rijk van Nijmegen hebben in 2023 voor het eerst volledig gedraaid. Komend jaar zetten we in op verdere groei.

	Veluwe	Regio Arnhem	Rijk van Nijmegen
Impressies	9.830	1.026	1.230
Weergaven	2.200 (+9%)	983 (-)	1.400 (-)

Pers en PR

Via onze pers en PR-inzet genereerden we volop free publicity voor de regio's, ondersteunden project- en campagnedoelstellingen, verstuurd persberichten en behandelden pers(aan)vragen. Daarnaast organiseerden we pers- en influencerreizen uit binnen- en buitenland en kochten we advertentie bij diverse media in. De cijfers op een rij*:



494 artikelen,
137 in print en
357 online



Totaal bereik van
439.215.613
 (+14% t.o.v. 2022)



Totale mediawaarde van
€1.454.835,-
 (-27% t.o.v. 2022)



Er zijn in totaal **21**
 pers- en influencer-
 reizen geweest.

*Het bereik is het aantal mensen dat is bereikt met alle PR-uitingen. Mediawaarde is de advertentiewaarde van al deze berichten, gebaseerd op bereik, bekendheid medium en kosten advertentieruimte.

De top 3 meest opvallende berichten BtoC waren:

1. Honderden logeeradresses voor wandelaars (Vierdaagsebed)
2. Duitsers vinden de Veluwe
3. Leuk om te geven en krijgen: 7x cadeaus met een Arnhems tintje

Opvallend hoogtepunt was de duurzame Dutch Fashion persreis in Arnhem i.s.m. NBTC. Hierbij kwamen diverse journalisten uit de UK, Frankrijk, Duitsland en België naar Arnhem om meer te weten te komen over het thema Dutch Fashion: Sustainability & Innovation. Deze heeft geleid tot diverse publicaties, waaronder op countryandtownhouse.com.

Corporate pers en PR

We hebben afgelopen jaar ook weer volop ingezet op (regionale) media aandacht voor de toeristische sector en de werkzaamheden van onze organisatie.

We lichten 3 belangrijke corporate PR-momenten uit:

- Toerisme en recreatie in Gelderland zijn geen luxe, maar bittere noodzaak: een opiniestuk van Herre Dijkema over de noodzaak van toerisme en recreatie;
- Veluwe in 2023 sterkste merk: De afgelopen jaren hebben we - samen met gemeenten, ondernemers en terreinbeherende organisaties - hard gewerkt aan het versterken van het merk Veluwe. En met succes!
- Citystore Rijk Van Nijmegen opent deuren op Grote Markt: Op 1 april 2023 openden we onze tweede Citystore.

In aanloop naar de verkiezingen voor de Provinciale Staten in maart 2023, riepen Gastvrij Nederland en Destinatie Nederland - waarvan onze directeur Herre Dijkema voorzitter is - de provincies op om toerisme en recreatie de ruimte te geven. En dat is gelukt! De regerende Gelderse partijen schreven in het coalitieakkoord: "Toerisme is een belangrijke economische sector voor onze provincie met veel werkgelegenheid, die bijdraagt aan de leefbaarheid in diverse regio's. Dat willen we behouden en stimuleren."

Webazines

Nieuw in 2023 zijn de *webazines*, onze online inspiratiemagazines, onderdeel van onze inzet in de jaarronde themacampagnes, gericht op het werven van nieuwe bezoekers. We ambieerden een bereik van 4500 lezers per webazine en kijken daarin ook naar kwaliteit. We zijn erg tevreden over het behaalde bereik, dat voor alle webazines hoger licht dan de beoogde KPI. Dit betekent dat onze media-inkoop zijn vruchten heeft afgeworpen. De kwaliteit van lezen (1.03 minuut) valt ons echter nog tegen. We zijn pas net begonnen en met de inzichten die we nu hebben verkregen kunnen we een verbeteringslag maken komend jaar.

DE RESULTATEN (KPI 4.500):

Veluwe	Bereik
Veelzijdig voor het gezin	7.035
Gezellig in het groen	9.387
Onthaasten en cultuur snuiven	7.746

Regio Arnhem	Bereik
Op pad met kinderen	8.117
Regio Arnhem ademt cultuur	8.314

Rijk van Nijmegen	Bereik
Duik in het groen en ontdek het verleden	9.448
Bruisende regio	6.095

Drukwerken

Naast al onze digitale inzet, vertrouwen we ook nog steeds op de kracht van onze drukwerken. In april lagen onze nieuwe drukwerken weer bij toeristische verblijfpartners, gastheerschappen en VVV-inspiratiepunten. Aansluitend op onze duurzaamheidsstrategie hebben we voor alle drukwerken gekozen voor 100% gerecycled papier en doen we in de drukwerken de oproep tot hergebruik. Onze bezoekersmagazines en fietsrouteboekjes vinden nog steeds gretig aftrek en de city maps zijn het meest verkochte product in onze city stores.





GASTHEERSCHAP REGIO ARNHEM EN RIJK VAN NIJMEGEN

Ook op het gebied van gastheerschap zijn er veel ontwikkelingen geweest in 2023. Naast twee Citystores, die zichzelf goed aan het positioneren zijn, groeiden we met Tourist Information Points in de regio's, is er een nieuwe hospitality training ontwikkeld voor de medewerkers van de TIP-locaties en hebben de medewerkers van de Citystores extra trainingen gehad op het gebied van gastheerschap en retail.

Citystore Arnhem

Zo'n **3000** bezoekers per maand weten de Citystore Arnhem goed te vinden en de reacties zijn enthousiast en lovend. De vindbaarheid en zichtbaarheid echter een aandachtspunt. Daarom hebben we in de kerk de *signing* aangepast en in 2024 pakken we de zichtbaarheid van buitenaf aan. Verder hebben we in 2023 ingezet op uitbreiding van het assortiment met producten die de verhalen van de regio ondersteunen. En is er meer aandacht besteed aan activiteiten zoals de september Airborne maand. Routes in Arnhem en omgeving blijven de grootste trekpleister.

Citystore Rijk van Nijmegen

Op 1 april 2023 openden we de Citystore Nijmegen. We kunnen zeker van een succesvolle start spreken met een stijging van ruim 30% aan bezoekers, tot gemiddeld **2000** bezoekers per maand. We hebben samenwerkingen binnen Nijmegen opgezet, zoals met de 4-Daagse feesten, de Winterweken en de Kunstnacht, om onze zichtbaarheid te vergroten en bezoek te stimuleren. Het assortiment van de Citystore groeit met meer diverse producten uit het hele Rijk van Nijmegen.

Service, tips en informatie via narrow casting

Bij onze beiden Citystores hangen sinds begin 2023 beeldschermen waar we 24/7 informatie delen over alles wat de stad en de regio te bieden heeft. Zoals de leukste tips voor uitjes met kinderen, de mooiste wandelingen, etc. Via QR-codes kunnen bezoekers het scherm scannen en online meer informatie krijgen.

Tourist Information Points (TIP)

In 2023 zijn er in het Rijk van Nijmegen drie nieuwe TIP's geopend in gemeenten Mook-Middelbaar, Berg & Dal en Druten. In regio Arnhem is in de gemeente Renkum de eerste TIP geplaatst. De TIP's ontvangen binnen drie maanden na plaatsing een gastvriendelijkheidstraining. De evaluaties zijn positief, de locaties geven aan dat er veel gekeken wordt op de kaart en naar de genoemde hotspots. De toevoeging van de QR-codes, met verwijzingen naar online informatie, inspiratie en chatfunctie, zijn een mooie verrijking voor bezoekers van de locatie, naast het fysieke gastheerschap. De fietskaart Arnhem-Nijmegen is het best verkochte routeproduct bij de TIP-locaties, ook de wandelroutes vinden gretig aftrek.



Vernieuwde online chat

Eind 2023 zijn we gestart met een vernieuwde chatfunctie, te vinden op [visitarnhem.com](https://www.visitarnhem.com), [visitnijmegen.com](https://www.visitnijmegen.com) en bij onze TIP-locaties. Op basis van Artificial Intelligence (AI) worden, buiten openingsuren van de Citystore, vragen beantwoord door de chatbot die onze websites afzoekt naar het juiste antwoord. Als bezoekers contact willen met een medewerker dan wordt de vraag doorgezet naar de Citystore en wordt de vraag zo snel mogelijk beantwoord. De eerste resultaten van de chat zijn veelbelovend en we blijven bijsturen om de kwaliteit te verhogen.

Stadswandelingen

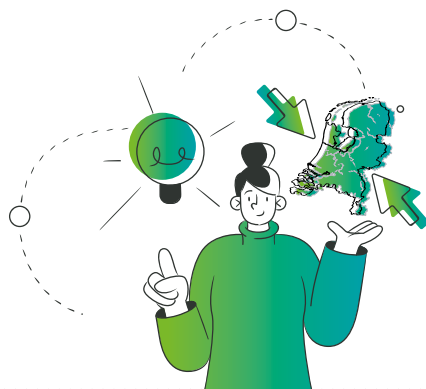
Het aanbod van stadswandelingen in de regio Arnhem is uitgebreid met drie wandelingen: *Streetart*, *Spijkerkwartier & Modekwartier* en *Architectuur*. In Arnhem is het aantal aanvragen voor een stadswandeling gestegen en in Nijmegen is dit gelijk gebleven. We zien wel in Nijmegen een groei in aanvragen vanuit particulieren/gezinnen. 25% van de stadswandelingen vinden plaats in Arnhem, 75% in Nijmegen. 60% van de wandelingen zijn in het Nederlands, 30% in het Duits en 10% in het Engels.

Vierdaagsebed

Via onze website [vierdaagsebed.nl](https://www.vierdaagsebed.nl) hebben we ook in 2023 weer veel matches kunnen maken tussen gastgezinnen en vierdaagse wandelaars. Het Vierdaagsebed heeft aan **763** wandelaars een bed (half of vol pension) kunnen bieden bij **328** gastgezinnen. Dit zit op dezelfde lijn als 2022. We zijn blij met de herhaalboekingen na een gastvrij verblijf.

Programma regio ambassadeurs

Iedere toeristische medewerker in de regio is ambassadeur van de regio. Wij ondersteunen in kennis over toeristische iconen en gastvrijheid, via ons ambassadeursprogramma. Via ons platform maakten ambassadeurs **547** (+27%) e-trainingen en werden **312** examens (+42%) afgelegd. In maart 2023 vond de ambassadeursdag plaats bij Kröller-Müller Museum, waar toeristische medewerkers voorbereid werden op het nieuwe seizoen.



BUITENLANDSE MARKTBEWERKING

Campagnes Duitsland

Gericht op de Duitse markt voerden we in 2023 twee campagnes uit, die in elkaars verlengde lagen en met name gericht waren op het vergroten van de bekendheid van onze regio's. Deze campagnes werden voor een belangrijk deel mogelijk gemaakt door het project Gelderse Streken. Dat leverde mooie resultaten op: een bereik van **5,4** miljoen en **17.623** online paginaweergaven.

Campagnes Vlaanderen

In Vlaanderen kozen we een soortgelijke aanpak; twee campagnes die in elkaars verlengde lagen, gericht op het vergroten van de bekendheid van de regio's. Dit leverde de mooie resultaten op: een bereik van **3,1** miljoen en **7.997** online paginaweergaven.

Samenwerking Das Andere Holland

Samen met o.a. onze Overijsselse evenknie MarketingOost, werken we al enkele jaren aan het online platform Das Andere Holland. Het platform wordt goed gevonden door de Duitse bezoeker. **512.000** online bezoekers (+7,3%) vonden de website in 2023. De social media-campagnes via Instagram en Facebook zorgden voor een bereik van ruim **3.000.000**. En het nog relatief bescheiden aantal volgers van de social media kanalen groeide fors.

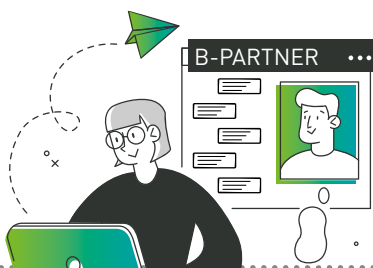
Campagne via FTI

Het oriëntatie- en boekgedrag van de Duitse consument is duidelijk anders dan van de gemiddelde Nederlander. Toch zie je ook in Duitsland een groeiende groep *FIT-reizigers* (*free independent travellers*). In hun keuzebeslissingsproces spelen intermediairs een grotere rol dan in Nederland. Daarom kozen we er voor om een campagne te doen via één van deze intermediairs, namelijk de *FTI Group*. De campagne bestond enerzijds uit activiteiten rechtstreeks gericht op de Duitse consument, met een totaalbereik van ruim **4.000.000**. En anderzijds uit een campagne die gericht was op het businessnetwerk van FTI, via inzet van een nieuwsbrief naar bijna **11.000** ontvangers.

Traveltrade

Op de buitenlandse markt hebben we ook een eigen aanpak, om met name touroperators en intermediairs te informeren, zodat zij consumenten kunnen inspireren over onze regio's. Samengevat zijn dit de resultaten:

- Op beurzen spraken we **108** touroperators
- We bezochten **23** touroperators voor één-op-één gesprekken
- We namen deel aan **133** online meetings in dit netwerk



ZAKELIJKE MARKT (MICE)

Het zakelijk toerisme, gericht op meetings, incentives, congresses & events (MICE), ontwikkelde door in 2023. We zien een groot verschil met de periode voor-corona. Internationale bijeenkomsten zijn namelijk beperkt terug gekomen doordat online ontmoeten een prima alternatief blijft. Het *fysieke ontmoeten* vindt vaak plaats in kleinere groepen, waarbij er meer aandacht is voor bijzondere ervaringen en alternatieve manieren om met elkaar in gesprek te zijn. Zoals bijvoorbeeld een activiteit in de natuur. We zien een grote ontwikkeling voor de aandacht voor duurzaamheid en het combineren van business met leisure (bleisure).

Vanuit Convention Bureau Veluwe Arnhem Nijmegen blijven we de MICE-vraag stimuleren en zorgen we dat het zakelijke aanbod goed en overzichtelijk wordt geëtaleerd. We investeerden ook in 2023 in een goede, online positionering van het platform [conventionbureau.nl](https://www.conventionbureau.nl), waar vraag en aanbod bij elkaar worden gebracht en de unieke zakelijke kwaliteiten van de regio worden benadrukt. Het succes hiervan is terug te zien in het online bezoek, dat in 2023 verder gegroeid is. Het aantal sessies groeide met **35%**, het aantal weergaven met **20%**. Campagnematig zetten we in op het aantrekken van vergaderingen, trainingen en congressen die het profiel van de regio versterken, economisch versterkend werken en aansluiten bij de diversiteit van de regio.

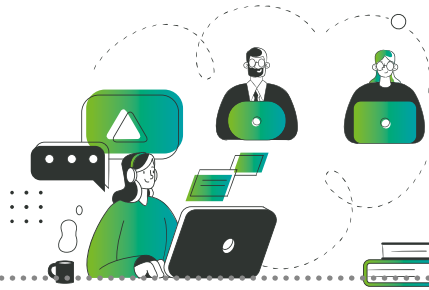
Daarnaast hebben we ingezet op de zakelijke markt via:

- Een MICE-netwerkbijeenkomst voor onze partners, in het Nederlands Openluchtmuseum. De plek voor interessante sprekers, kennisdeling en netwerken
- Deelname aan de Event Summit, samen met onze partners, om onze regio's op de zakelijke kaart te zetten
- Themacampagnes gericht op de zakelijke markt met een gezamenlijk bereik van **2,9** miljoen
- Nieuwsbrieven voor onze zakelijke partners met nieuws, ontwikkelingen en kennis
- Online magazines voor eventplanners vol inspiratie over de zakelijke mogelijkheden in onze regio's
- LinkedIn via **33** posts op ons kanaal Convention bureau



MICE-netwerkbijeenkomst

Aanvullend stimuleerden wij aanbieders om meer samen te werken om de Veluwe, de regio Arnhem en het Rijk van Nijmegen nog beter op de kaart te zetten als zakelijke bestemming. Deze samenwerking wordt steeds belangrijker om te kunnen concurreren met vergelijkbare regio's. Hiervoor zoeken we ook de samenwerking met citymarketing Arnhem en citymarketing Nijmegen op. In 2024 willen we komen tot een gezamenlijke aanpak.



SAMENWERKING MET PARTNERS



1650

een-op-een-
gesprekken



240

bijeenkomsten



24

partnerupdates



27

kennisartikelen



179

LinkedIn posts

De samenwerking met onze partners is de basis in onze ambities. Daarom stonden wij door het gehele jaar heen nauw in contact met onze partners en steunden wij hen waar mogelijk. Dit deden wij via:

Strategische gesprekken en bijeenkomsten

We waren aanwezig bij bijeenkomsten en organiseren ze zelf. We delen kennis op diverse manieren en hebben heel veel gesprekken. Onze relatiemanagers, merkleiders en directeur halen in die gesprekken op wat ondernemers, overheden en organisaties willen bereiken. We delen ook onze visie en ideeën. Met al die gesprekken sturen we steeds onze activiteiten bij, zodat onze campagnes en producten aansluiten bij de doelen van de regio's.

Zo waren we aanwezig bij alle bijeenkomsten met de Veluwe gastheerschappen (6-wekelijks). We organiseerden op 29 maart, samen met VeluweOp1, het Veluwecongres bij Het Nationale Park De Hoge Veluwe. Ruim 200 ondernemers, ambtenaren en bestuurders waren aanwezig. Ook organiseerden we het Visit Arnhem Nijmegen congres op 13 april bij Sanadome in Nijmegen, voor ruim 150 ondernemers, ambtenaren en bestuurders. Voor onze Ambassadeursdag waren we op 21 maart te gast bij het Kröller-Müller Museum. We organiseerden deze dag om met name front office medewerkers bij te praten over wat er allemaal gebeurd in de regio en om hen kennis te laten maken met (ontwikkelingen bij) toeristische organisaties. Het jaar sloten we af met een MICE-netwerkbijeenkomst op 21 november, bij Nederlands Openluchtmuseum.



Visit Arnhem Nijmegen congres



Veluwe congres

Regionale partners

Het afgelopen jaar is de Groene Metropool Regio vanuit het programma 'ontspannen regio' een steeds belangrijkere gesprekspartner geworden voor Visit Arnhem Nijmegen. We praten en denken mee over onderwerpen als natuur, landschap, cultureel erfgoed en culturele infrastructuur. Dit doen we zowel overkoepelend, als per subregio (Rijk van Nijmegen, De Betuwe, Arnhem, De Liemers en Veluwezoom). In de subregio's vindt daarnaast ook het gesprek plaats over de merkpositionering. Zo is voor het Rijk van Nijmegen een advies gemaakt hoe de online positionering te organiseren en wordt in samenwerking met Platform Binnenstad Arnhem en Citymarketing Arnhem het project 'bestemming Arnhem' uitgevoerd.

Vanuit Visit Arnhem Nijmegen en de Groene Metropool Regio ligt de wens om te komen tot collectieve afspraken, met per subregio aanvullende afspraken. De eerste verkennende gesprekken zijn eind 2023 gestart.

Regiowijzer

Ook in 2023 vulden we onze regiowijzers [VisitVeluwe](#) en [Visit Arnhem Nijmegen](#) met actuele activiteiten, campagnes en resultaten. Zo weten onze partners altijd wat er speelt en kunnen zij eenvoudig aansluiting zoeken bij onze activiteiten.

Overige kanalen voor onze partners



Partnerupdate: Maandelijks ontvangen onze partners onze nieuwsbrief per e-mail;



Partnerportaal: Een bibliotheek aan kennisartikelen en rapporten en belangrijk communicatieplatform met onze partners;



Websites: onze websites toerismevan.nl, partners.visitveluwe.nl en visitarnhemnijmegen.nl.



LinkedIn: Op LinkedIn deelden wij wekelijks onze kennis en de ontwikkelingen met ons netwerk;



Externe media (corporate pers en PR): Inmiddels hebben wij een netwerk opgebouwd aan relevante (regionale) journalisten en zetten wij ons netwerk in als middel om strategische (regionale en organisatorische) doelen te bereiken.

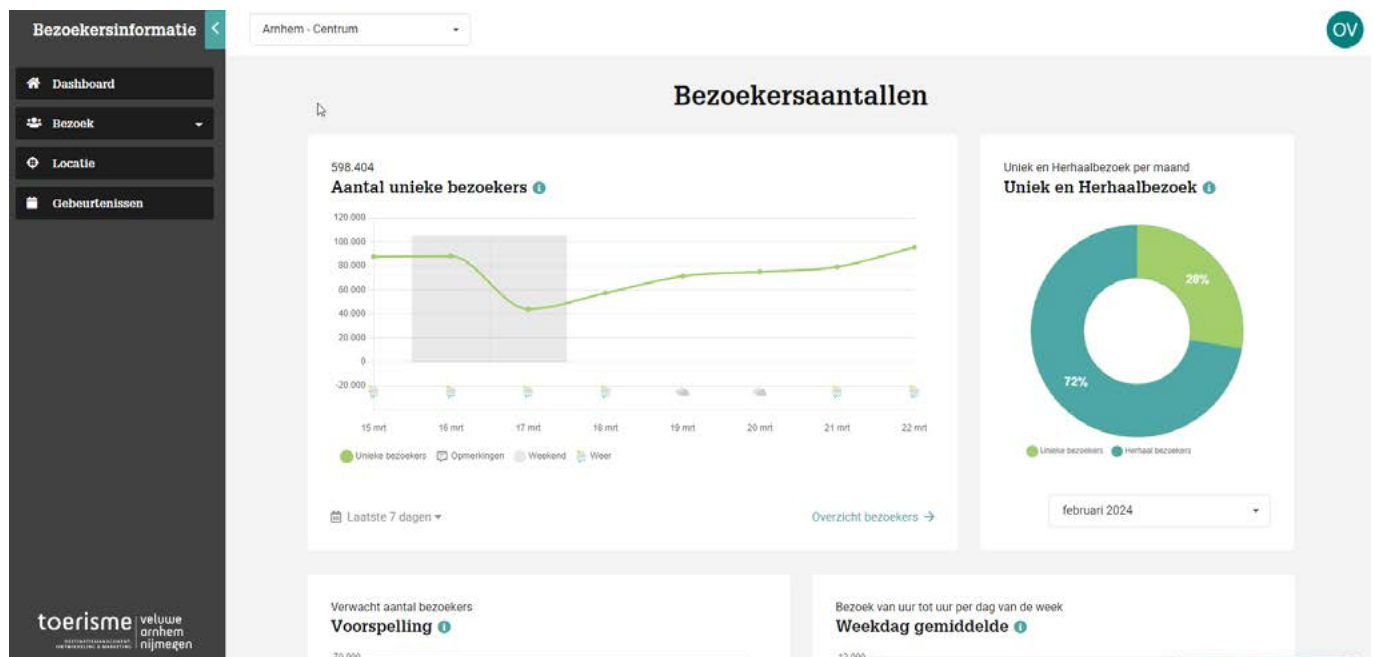


KENNISDELING EN DATA

Wij boden kennis en inzichten aan onze partners. De ontwikkelingen in de markt, in de toeristische sector, binnen het marketing vakgebied en in de regio, deelden we via onze visitor data monitor, kennisartikelen en rapporten.

Visitor data monitor

Eind 2022 lanceerden we de Visitor Data Monitor, een tool waarbij verschillende databronnen gekoppeld worden om inzichten te geven over bezoekersaantallen, bezoekersstromen en bezoekerskenmerken. In 2023 hebben we de tool doorontwikkeld qua stabiliteit en functionaliteit. Denk hierbij aan integratie in het partnerportaal, het kunnen toevoegen van gebruikers gebeurtenissen, maar ook het toevoegen van nieuwe databronnen zoals herkomst van bezoekers op gemeente niveau, nieuwe demografische kenmerken en het implementeren van een nieuw achterliggende data model.



Destination data monitor

Naast inzicht in bezoekersstromen en bezoekersgedrag willen we ook graag meer inzicht in het toeristische en recreatieve aanbod in de regio's. In 2023 hebben we alle digitale bronnen in kaart gebracht die mogelijk inzicht kunnen bieden in dit aanbod. Deze bronnen hebben we vervolgens getoetst, door deze tegen een handmatige inventarisatie van het aanbod te leggen. Dit geeft een basis voor de verdere ontwikkeling van de *destination data monitor* in 2024.

Data Warehouse

We verzamelen steeds meer data, niet alleen over bezoekers maar ook over bewoners, het toeristische aanbod, economie, evenementen en natuur. Komende jaren gaan deze datastromen verder toenemen. Om toekomstbestending te zijn en al die data goed op te slaan en te beheren, zijn we in 2023 gestart met de bouw van een *data warehouse*. Hierin wordt de data opgeslagen, uniform gemaakt en gekoppeld, waarna het

vervolgens geladen kan worden naar andere tools, monitors en dashboards. Zoals bijvoorbeeld de Visitor Data monitor. Daarmee hebben we een basis ontwikkeld die ervoor zorgt dat we de komende jaren als organisatie data gestuurd kunnen werken, voor zowel partners als onszelf.

Staat van bestemming

In 2023 hebben we een groot pilot-project uitgevoerd met de gemeente Nunspeet, om een methode te ontwikkelen om 360-graden beeld te krijgen van toerisme en recreatie van een bestemming. Hierin werden vragen beantwoordt zoals 'Hoeveel overnachtingen hebben er plaatsgevonden? Hoeveel wordt er uitgegeven? Hoe kijken bezoekers en bewoners tegen de bestemming aan? En wat is de staat van het aanbod?' Met deze inzichten is een rapport voor de gemeente Nunspeet opgeleverd. Daarmee ligt er een blauwdruk om dit als product verder te ontwikkelen voor andere bestemmingen.

Kerncijfers en themacijfers

Inzichten uit onze bezoekersdata bundelen we regelmatig in rapporten en presenteren we online via kerncijfers (inzichten in regio) en themacijfers (inzichten rondom thema zoals wandelen/fietsen, zakelijke bezoeker, buitenlandse bezoeker) voor de Veluwe en voor regio Arnhem en Rijk van Nijmegen. Daarnaast zijn er verschillende kennisartikelen gemaakt en analyses gedaan.

Kennisprogramma Leefstijlen

Op de binnenlandse markt gebruiken we het doelgroepsegmentatiemodel Leefstijlvinder en voor de buitenlandse markt de Glocalities (NBTC). We hebben onze kennis en inzichten hierover verder uitgebreid en via ons kennisprogramma boden wij ook in 2023 onze partners meer inzicht in hun (potentiële) doelgroep. Dit deden we o.a. door de inzet van kennisbijeenkomsten, kennisartikelen, downloadbare toolkits, een doelgroepentest en advies op maat.



PROJECTEN EN CAMPAGNES

In de collectieve samenwerking met **33** gemeenten, **600** partners en tal van andere betrokken partijen, initiëren en coördineren wij diverse projecten en campagnes. Dit zijn opdrachten vanuit een specifiek thema in een regio of vanuit een (regio overschrijdende) verhaallijn, maar ook projecten die wij zelf initiëren of die geïnitieerd worden vanuit onze adviesrol in de ontwikkeling en promotie van onze regio's. Soms betreffen projecten de gehele provincie Gelderland, soms bestrijken ze zelfs ook Overijssel en/of een deel van aangrenzend Duitsland. De meeste projecten worden direct of indirect uitgevoerd in opdracht van de Provincie Gelderland. Daarnaast werken we samen met o.a. het Mondriaanfonds, LRE (Liberation Route Europe), de Euregio/Interreg en diverse gemeenten. Een en ander afhankelijk van de aard en inhoud van het project en de financieringswijze.

Onderstaand de projecten waar we in 2023 aan hebben gewerkt.

Gelderland (en daarbuiten)

- Gelderse Streken
- Das Andere Holland

Veluwe, regio Arnhem en Rijk van Nijmegen

- Bestemmingsmanagement 2023
- Kastelen, Buitenplaatsen & Landgoederen

Veluwe

- Belevingsgebieden
- Structurele samenwerking VeluweOp1
- Icoonjaar Hanze
- Hanzesteden
- Grensoverschrijdende samenwerking Hanzesteden
- Buitenvoorstellingen
- Korte Ketens
- Canadian Trail
- Routebureau Veluwe
- Impulsgelden NBTC

Regio Arnhem en Rijk van Nijmegen

- Routenetwerk wandelen
- Routebureau Arnhem Nijmegen
- Innovatie WO2
- Bestemming Arnhem
- Luxe achter de Limes
- Romeinse Limes

Lees meer over de inhoud van bovenstaande projecten op toerismevan.nl/projecten2023



FINANCIËLE TERUGBLIK OP 2023

Resultatenrekening 2023

Ons werk wordt deels gefinancierd door de bijdragen van 33 gemeenten uit de Veluwe, de regio Arnhem en het Rijk van Nijmegen. Daarnaast nemen toeristische ondernemers ons partnerprogramma af - een combinatie van kennis, advies en promotie - waarmee ook zij investeren in de collectieve activiteiten voor onze regio's. Voor aanvullende projecten en activiteiten voor de regio's, halen wij bovendien projectgelden op bij diverse partijen, waaronder Provincie Gelderland. Onderstaande tabel geeft een cijfermatige verantwoording op hoofdlijnen van al onze activiteiten. De geconsolideerde resultatenrekening van Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen B.V. - de holding van onze werkmaatschappijen Visit Arnhem Nijmegen B.V. en VisitVeluwe B.V. - ziet er als volgt uit:

Realisatie 2023 Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen (geconsolideerd)

Projectkosten	902.810	
Personeelskosten	2.366.779	
Marketing	558.959	
Gastheerschap	298.985	
Afschrijvingen	44.040	
Huisvestingskosten	183.101	
Organisatie & algemene kosten	316.266	
Totale lasten		4.670.940
Bijdrage gemeenten	1.887.356	
Bijdrage bedrijfsleven	678.835	
Projectopbrengsten	1.684.566	
Gastheerschap opbrengsten	405.107	
Totale baten		4.655.864
Resultaat geconsolideerd	-15.076	
Resultaat voor belasting		-15.076

Na een bescheiden positief resultaat vorig jaar, is 2023 afgesloten met een vergelijkbaar verlies, waardoor beide jaren samen opgeteld een neutraal resultaat kennen. We hebben in 2023 een succesvol jaar gedraaid, waarin we de juiste bezoeker op het juiste moment en op de juiste plaats wisten te inspireren voor een bezoek aan onze regio. Door de inzet van intelligente, datagestuurde promotie, onze marketingactiviteiten en gastheerschap hebben we ook in 2023 onze bestemmingen goed weten te positioneren. Daarnaast hebben we ons partnernetwerk van ruim 600 publieke en private partners versterkt, onder andere door ze uit te nodigen om mee te doen aan campagnes, door inzichten in trends en data te delen en door advies te geven hoe zij hun toeristisch aanbod aantrekkelijker kunnen maken voor de (nieuwe) bezoeker. Zo werken we samen aan een duurzame bezoekerseconomie die bijdraagt aan de brede welvaart in de regio.



EEN TERUGBLIK VAN DE RAAD VAN TOEZICHT

Als Raad van Toezicht kijken we terug op een succesvol jaar voor Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen. Zowel de organisatie waarop we toezicht houden, als de sector waarvoor we het allemaal doen, zijn sterk uit de moeilijke Corona-periode, die nu eindelijk achter ons ligt, gekomen.

Daarmee keert niet alles terug naar zoals het “vroeger” was. Nederland en Europa worden in toenemende mate geconfronteerd met grote problemen, waar ook onze sector mee te kampen heeft. Denk aan de stikstofcrisis, de woningbouwcrisis en een grote krapte op de arbeidsmarkt. Daarnaast wordt Europa sinds begin 2022 geconfronteerd met de oorlog in Oekraïne.

Aan al die nieuwe omstandigheden moeten we ons aanpassen en ook de sector recreatie en toerisme moet soms de bakens verzetten. Met respect hebben we gezien dat zowel de sector als de organisatie hiertoe in staat bleken. Belangrijke ontwikkelingen als destiniatiemanagement, het belang van data en de noodzaak van duurzaam ondernemen vinden steeds een breder draagvlak.

De Raad van Toezicht van Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen heeft in het verslagjaar haar activiteiten goed kunnen uitvoeren. De informatievoorziening is goed, er is tijdig inzicht in de financiële stand van zaken en nieuwe ontwikkelingen en dilemma’s worden in een vroeg stadium met ons gedeeld. We hebben weer een aantal fysieke vergaderingen gehad, maar hebben ook een aantal keer digitaal met elkaar en met de bestuurder overlegd.

Het politiek landschap is in 2023 zowel provinciaal als landelijk aardig veranderd. Wij blijven ons best doen om het belang van de sector toerisme daarbij onder de aandacht te brengen. Onze bestuurder Herre Dijkema neemt daarin zowel regionaal als landelijk een belangrijke positie in. Wij steunen hem daarin en zijn trots op zijn grote inzet daarbij.

Dank aan hem en ook aan al onze andere medewerkers die zich onvermoeibaar in blijven zetten voor deze belangrijke sector. Dank ook aan onze partners en stakeholders voor het vertrouwen in onze organisatie en de blijvende loyaliteit, ook onder soms moeilijke omstandigheden.

Toon van Asseldonk

Namens de Raad van Toezicht, bestaande uit:

Roel Welsing

Willem Bijleveld

Auke Schipper

Sylvia Fleuren

Toon van Asseldonk



CONTACTGEGEVENS

toerisme | veluwe
arnhem
nijmegen
DESTINATIEMANAGEMENT,
ONTWIKKELING & MARKETING

Dorpsstraat 14, 6661 EK Elst

 088 228 0250

 info@toerisimevan.nl

 www.linkedin.com/company/toerisimevan-nl

www.toerisimevan.nl