

Jaarverslag 2020

Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen

HET JAAR 2020

Ons jaarverslag kijkt terug op het bewogen jaar 2020. Het jaar waarin de toeristische markt beheerst werd door de maatregelen rondom het COVID-19 virus. Het jaar waarin veel van onze toeristische partners gedeeltelijk gesloten waren en waarin ook onze plannen en activiteiten op de schop gingen. Maar ook het jaar waarin we grote stappen hebben gezet rondom bestemmingsmanagement, onder andere met de lancering van de monitor bezoekersdrukte. Het jaar waarin samenwerking en verbinding met onze partners een diepere lading kreeg. Het jaar waarin al onze focus kwam te liggen op herstel van de toeristische markt en ondersteuning van de regionale opgaven op de Veluwe en in de regio Arnhem en het Rijk van Nijmegen. We blikken in dit jaarverslag nog even terug op 2020 en gaan daarna met volle kracht verder met 2021.



INHOUD

- DE TOERISTISCHE MARKT IN 2020
- WAT WILLEN WE BEREIKEN?
- BINNENLANDSE MARKTBEWERKING
- GASTHEERSCHAP REGIO ARNHEM EN RIJK VAN NIJMEGEN
- BUITENLANDSE MARKTBEWERKING
- ZAKELIJKE MARKT (MICE)
- SAMENWERKING MET PARTNERS
- PROJECTEN EN CAMPAIGNES
- FINANCIËLE TERUGBLIK OP 2020
- CONTACTGEGEVENS

DE TOERISTISCHE MARKT IN 2020

Verblijf in Gelderland

In 2020 verbleven er 3.382.000 gasten in Gelderland. Dit is een afname van 22% ten opzichte van 2019. Dat heeft natuurlijk alles met de beperkende maatregelen rondom het Coronavirus te maken, waarvan de impact op onze sector groot is. Bijna de helft (46%) van alle gasten in 2020 kwam in de maanden juli, augustus en september.

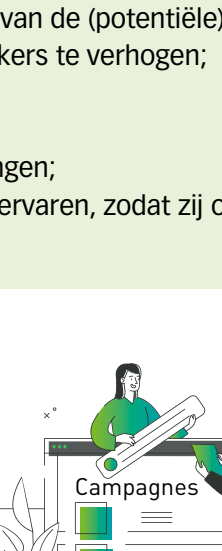
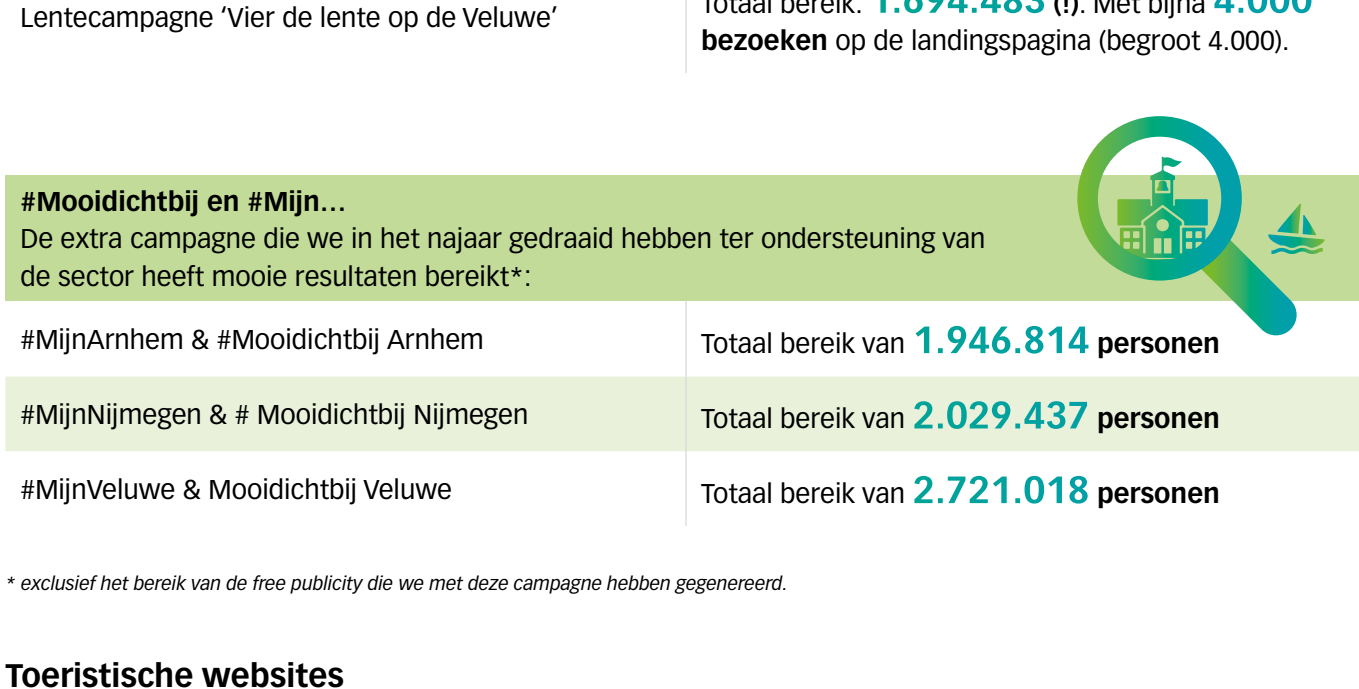
VERBLIJFGASTEN
IN PERCENTAGES TEN OPZICHT VAN 2019



Binnenlands en inkomend toerisme

Wanneer de splitsing in herkomst gemaakt wordt is duidelijk te zien dat de binnenlandse markt minder hard geraakt wordt en later in 2020 weer een beetje opkrabbelde. Veel Nederlanders bleven dichterbij huis en Gelderland is een populaire bestemming, vooral nu door alle rust, ruimte en natuur. Waarbij de Veluwe het bekendste strekwerk is én de meest populaire binnenlandse vakantiebestemming.

BINNENLANDSE VS BUITENLANDSE GASTEN 2020
IN PERCENTAGES T.O.V. 2019

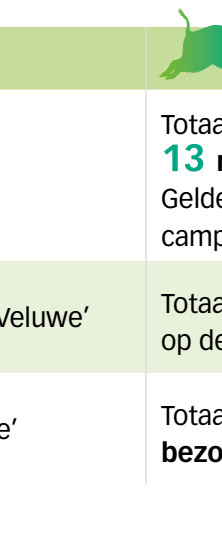


WAT WILLEN WE BEREIKEN?

Toerisme draagt bij aan de regionale opgaven die spelen op de Veluwe en in de regio Arnhem en het Rijk van Nijmegen, op het gebied van de economie, werkgelegenheid, leefbaarheid, duurzaamheid en biodiversiteit. Als organisatie zetten wij ons in voor het verspreken van de vrijetijdseconomie in onze regio's. Gezien de gigantische impact van de Coronamaatregelen op onze sector stond afgelopen jaar - en staat komend jaar - ondersteuning van het herstel van de sector voorop.

Dat doen we door:

- De regio's als bestemming op het netvlies van de (potentiële) bezoeker te krijgen en te behouden;
- De meerderheid bij de potentiële bezoekers te verhogen;
- Het meerzake bezoeken te stimuleren;
- Het bezoeken 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.



BINNENLANDSE MARKTBEWERKING

Themacampagnes

In onze themacampagnes hebben we ieder seizoen een ander onderwerp centraal gesteld. Landelijk zochten wij de aandacht op en inspireerde en informeerde we (potentiële) bezoekers over onze regio's. De resultaten in een notendop:

Arnhem	
Najaarscampagne 'Regio Arnhem ademt cultuur'	Totaal bereik: 387.851 . Met bijna 4.800 bezoeken op de landingspagina (2.000 begroot).
Zomercampagne 'Duik in het groen'	Totaal bereik: 166.445 . Met totaal 6.000 (!) bezoeken op de landingspagina (2.000 begroot).
Lentecampagne 'Kinderpret in de regio Arnhem'	Totaal bereik: 789.052 . Met ruim 7.200 (!) bezoeken op de landingspagina (2.000 begroot).
Ondersteunende instagram stories Burgers' Zoo	Totaal bereik in geheel 2020: 5.511.316 .

Nijmegen	
Najaarscampagne 'Cultureel op pad in het Rijk van Nijmegen'	Totaal bereik: 476.161 . Met 4.400 bezoeken op de landingspagina (2.000 begroot).
Voorjaars- en zomercampagne '48 uur in het Rijk van Nijmegen'	Totaal bereik: 870.841 . Met bijna 8.000 (!) bezoeken op de landingspagina (2.000 begroot).

Veluwe	
Herfstcampagne 'Beleef de herfst'	Totaal bereik: 1.806.707 (!). Naast de 13 miljoen via de inleidende awareness-campagne Gelderse streken. Bijna 12.500 mensen op de campagnewebsite (2.000 begroot).
Zomercampagne 'Zomers genieten van de Veluwe'	Totaal bereik: 414.581 . Met 9.000 bezoeken op de landingspagina (begroot 3.000).
Lentecampagne 'Vier de lente op de Veluwe'	Totaal bereik: 1.694.483 (!). Met bijna 4.000 bezoeken op de landingspagina (begroot 4.000).

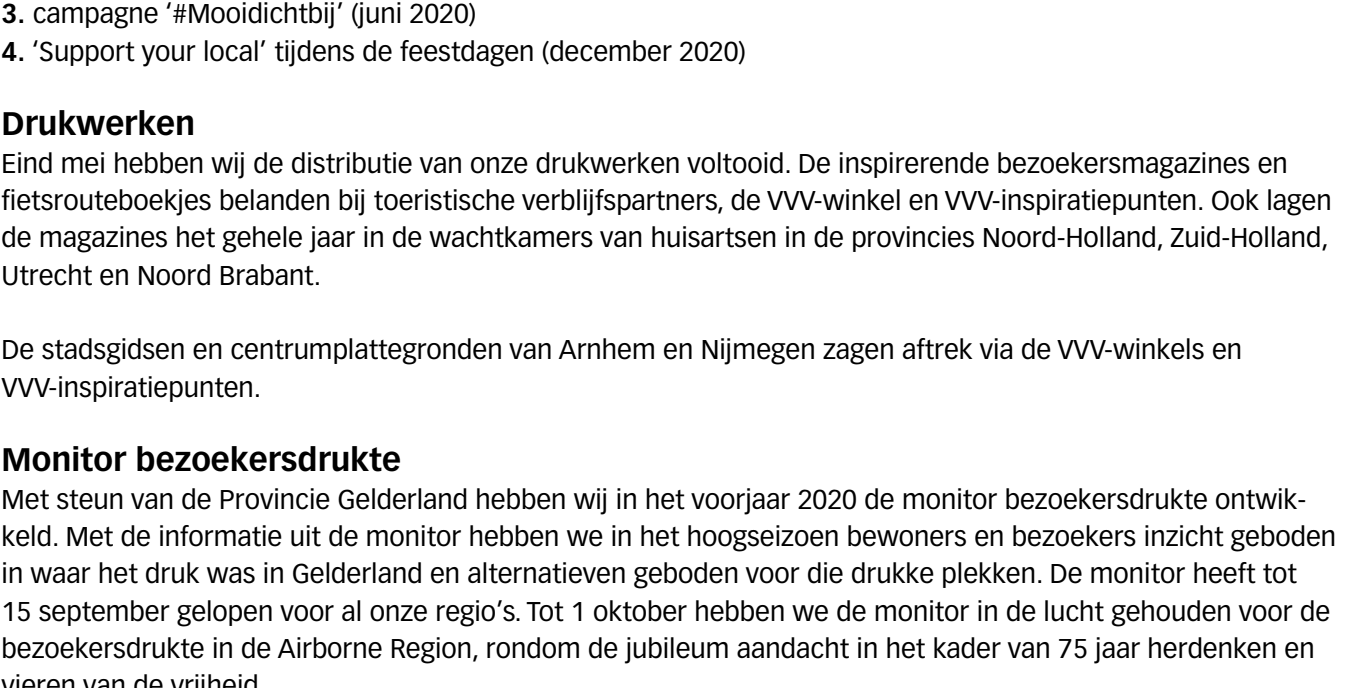
#Mooidichtbij en #Mijn...	
De extra campagne die we in het najaar gedraaid hebben ter ondersteuning van de sector heeft mooie resultaten bereikt*:	
#MijnArnhem & #Mooidichtbij Arnhem	Totaal bereik van 1.946.814 personen
#MijnNijmegen & #Mooidichtbij Nijmegen	Totaal bereik van 2.029.437 personen
#MijnVeluwe & #Mooidichtbij Veluwe	Totaal bereik van 2.721.018 personen

* exclusief het bereik van de free publicity die we met deze campagne hebben gegenereerd.

Toeristische websites

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

BEZOEKERSAANTALEN TOERISTISCHE WEBSITES 2020



GROEI CATEGORIËN TOERISTISCHE WEBSITES
IN PERCENTAGES TEN OPZICHT VAN 2019

	regioarnhem	rijkvannijmegen	visitveluwe
Wandelen	+ 41%	+ 109%	+ 623%
Fietsen	+ 27%	+ 70%	+ 333%
Evenementen	- 77%	- 61%	- 65%
Cultuur	- 12%	- 47%	- 7%
Natuur	+ 42%	+ 38%	+ 13%
Overnachten	- 44%	- 30%	+ 100%

BESTE GELEZEN ARTIKELLEN

regioarnhem	rijkvannijmegen	visitveluwe
12.779 weergaven 1:39 minuten gemiddelde leestijd	5.849 weergaven 1:42 minuten gemiddelde leestijd	32.665 weergaven 3:38 minuten gemiddelde leestijd

Facebook en Instagram

Via onze social kanalen deelden wij in 2020 weer volop foto's, video's en artikelen om (potentiële) bezoekers en inwoners van de regio's te inspireren, informeren en aan ons te binden. De bereikcijfers zijn een combinatie van onbetaalde en betaalde inzet, uit reguliere budget, campagnes, projecten en extra inzet in opdracht van regionale stakeholders.

	regioarnhem	rijkvannijmegen	visitveluwe
Totale weergaven 2020	9.968.432 (+ 78%)	4.900.816 (+ 45%)	9.036.037 (+ 41%)
Facebook volgers	13.651 (+ 3%)	10.821 (+ 6%)	23.877 (+ 5%)
Instagram volgers	3.860 (+ 31%)	3.755 (+ 38%)	16.476 (+ 36%)

Pers en PR

Via onze pers en PR-inzet zijn wij volop free publicity voor de regio's en ondersteunen wij project- en campagneactiviteiten. Wij verspreiden persberichten en behouden persaanvragen. Daarnaast organiseren wij pers- en blogreizen uit binnen- en buitenland en kochten wij ons in in diverse media.

Er zijn in totaal 393 online nieuwsberichten verschenen.	De totale offline media-waarde bedraagt € 771.659*	Het totale offline bereik komt uit op 40.433.227*	Het totale online bereik komt uit op 43.000.000	Er zijn in totaal 20 persreizen geweest en 12 uit-gesteld naar 2021.

*Alle publiciteit rondom de Monitor Bezoekersdrukte speelt hierin een grote rol.

Onderwerpen met meeste bereik:

1. Monitor bezoekersdrukte (bestemmingsmanagement) (juli-augustus 2020)
2. De leukste thuishilfsjobs (april 2020)
3. campagne '#Mooidichtbij' (juni 2020)
4. 'Support your local' tijdens de feestdagen (december 2020)

Drukwerken

Eind mei hebben wij de distributie van onze drukwerken voltooid. De inspirerende bezoekersmagazines en fietsrouteboekjes belanden bij toeristische verblijfspartners, de VVV-winkel en VVV-inspiratiepunten. Ook lagen de magazines het gehele jaar in de wachtkamers van huiskamers in de provincies Noord-Holland, Zuid-Holland, Utrecht en Noord-Brabant.

De stadsgidsen en centrumplattegronden van Arnhem en Nijmegen gingen afrek via de VVV-winkels en VVV-inspiratiepunten.

Monitor bezoekersdrukte

Met steun van de Provincie Gelderland hebben wij in het voorjaar 2020 de monitor bezoekersdrukte ontwikkeld. Met de informatie uit de monitor hebben we in het hoogseizoen bewoners en bezoekers inzicht geboden in waar het druk was in Gelderland en alternatieve gebieden die ook onze VVV-winkels en -informatiepunten ervaren. Na een pilot en optimalisatie, is de chartificatie in december ook uitgerold op visitnijmegen.com. Er wordt goed gebruik van gemaakt. In de pilotfase is er **577** keer gebruik gemaakt van de nieuwe chatfunctionaliteit.

VVV I-punten

In 2019 heeft VVV Nederland aangegeven dat zij per 1 januari 2020 niet langer de VVV zullen ondersteunen. Helaas was het vervangen van de software geen optie door de verouderde apparatuur. Eind 2020 hebben we de zullen bij de ondernemers opgehaald.

Visie hospitality

Eind 2018 is er een nieuwe visie gastheerschap geschreven voor de Regio Arnhem en het Rijk van Nijmegen. Deze visie sluit niet meer aan bij de huidige trends en ontwikkelingen omtrent gastheerschap. Eind 2020 hebben we daarom de visie herschreven en aangevuld met nieuwe inzichten.

We vinden het belangrijk dat deze nieuwe visie breed gedragen wordt. Daarom hebben we ervoor gekozen om een aantal ondernemers en ambtenaren mee te laten lezen en feedback te vragen. In de eerste helft van 2021 worden de op- en aanmerking bij deze partijen opgehaald en verwerkt.

Brandstore Arnhem

In samenwerking met de Gemeente Arnhem, Citymarketing Arnhem en Brandstore Binnenstad Arnhem, hebben we in 2020 de eerste stappen gemaakt naar de ontwikkeling van een Brandstore Arnhem. De brandstore zal de huidige VVV-locatie in het station vervangen. De nadruk in de brandstore zal voornamelijk komen te liggen op het inspireren van de bezoeker/bewoner over de stad en de regio. In de huidige locatie is dit vooral gericht op informeren. We verwachten dat de Brandstore Arnhem op 1 juli 2021 haar deuren opent.

Brandstore Nijmegen

De VVV-locatie in de Stadsschouwburg voldoet niet meer aan de hedendaagse eisen van fysieke hospitality. Samen met de Gemeente Nijmegen hebben we een start gemaakt met de ontwikkeling van een Brandstore Nijmegen. Ook hier komt de nadruk te liggen op het inspireren van de bezoeker en bewoner over de stad en de regio, in plaats van enkel informeren.



BUITENLANDSE MARKTBEWERKING

De beperkende Coronamaatregelen hadden een forse impact op onze buitenlandse marktbeleving. De grenzen gingen tijdelijk op slot en reizen werd afgeraden. In korte tijd veranderden wij daarom van strategie. We annuleerden geplande campagnes en hebben ingezet op inspiratie.

Travel trade:

Onze Salestrip Verenigd Koninkrijk in januari 2020 - 12 touroperators bezocht.	Het FORL-Forum in februari 2020 - 18 internationale touroperators gesproken.	RDA Keulen - 14 inter-nationale touroperators gesproken.	Deelname aan 18 webinars, voor onder-houd netwerk en bijspijkere kennis en expertise over internationale markt.
			Online contacten gelegd met vele touroperators via: • London City Fair in juli 2020 - 26 contactmomenten • NBCT Germany in september-oktober 2020 - 11 contactmomenten • ETOA London in oktober 2020 - 32 contactmomenten • Cyclesummit in november 2020 - 14 contactmomenten

Voor de bestaande programma's waar The Other Holland in voorkomt is voor 2021 en 2022 niets gewijzigd. Boekingen waren afgelopen jaar - en zijn nog steeds - minimaal. De verwachting is dat na afronding van de vaccinatie het internationale reizen weer langzaam opgestart gaat worden.

Repeat Visitor Approach:

Al enige jaren werken wij samen met een aantal gezamenlijke ondernemers toe naar een meerjarenstrategie voor de Duitse markt. Inzet is om medio 2021 in grote mate de samenwerking te draaien. 2020 is gebruikt voor verdieping en uitwerking van de strategie.



ZAKELIJKE MARKT (MICE)

De zakelijke markt heeft in 2020 ongekend harde klappen gekregen door de Coronamaatregelen. Na een vliegende start in onze vernieuwde MICE strategie - waarin we de match maken tussen de vraag en het zakelijk aanbod in de regio's - stond vanaf het tweede kwartaal ondersteuning van onze noodlijdende partners centraal.

We hebben afgelopen jaar ingezet op:

Webinars voor meeting-planners waarin we de focus legden op wat wel kan met zakelijke, kleinschalige bijeenkomsten.	Masterclass 'Zet jezelf op de kaart' (3 september 2020) in het Nederlands Openluchtmuseum in Arnhem, met ruim 45 meeting- en eventplanners. Zij beoordeelden onze masterclass met een 8,1 .	Ruim 250 contactmomenten met boekers van meetings en events, aan de regio's top of mind te houden als potentiële MICE-regio.	Beurzen: deelname aan en vertegenwoordiging op de fysieke beurs Events Summit (januari 2020) en digitale beurzen 'Digital Day' (28 mei 2020) en 'IBTM World' (december 2020).

Interpretatie overleg met de Convention bureaus van onder andere Utrecht, Brabant, Friesland en Haarlem.	6 nieuwsbrieven die wij verspreiden naar meeting- en eventplanners.	Het ontwikkelen van een factsheet met daarop de capaciteit van locaties in onze regio's met 1,5 meter afstand.	Online ingezet op inspiratie en de focus op wat wel kan, door het uitleggen van succesvolle online/hybride evenementen in de regio's.

SAMENWERKING MET PARTNERS

In onze ambities is samenwerking met onze partners essentieel. Daarom stonden wij door het gehele jaar heen nauw in contact met onze partners, juist ook in de fase waarin ze onze ondersteuning het hardste nodig hadden. Dit deden wij via:

Strategische gesprekken en - sessies

Wij bleven constant in gesprek met onze partners. Eén-op-eén (in online) kennis en adviesgesprekken, in groepsverband via (online) strategische sessies, bijeenkomsten rondom clusters zoals hotels en de zakelijke markt) en vergroepen en via het VisitVeluwe congres (die nog net voor de eerste lockdown plaatsvond).

Kennisdelen en ontwikkelingen

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 wij via kennisartikelen en rapporten.

Dit deden wij via een aantal kanalen

Partnersupdate: Maandelijkse ontvingen onze partners onze nieuwsbrief per mail.	Webinars: waarin wij diverse Corona gerelateerde inzichten en effecten toelichten en in gesprek gingen met ons netwerk.	Herre vertelt -video's waarin directeur Herre Dijkema in de eerste lockdown regelmatig een Corona-update gaf.	Partnersportaal: Een bibliotheek aan kennisartikelen en rapporten.

Website: onze websites toerismevan.nl , partners.visitveluwe.nl en visitarnhem.com .	LinkedIn: Op LinkedIn delen wij wetenschappelijke kennis en de ontwikkelingen met ons netwerk.	Partnersmagazine: In de jaarlijkse editie blikten we terug op de eerste helft van het jaar en vooruit naar de resterende maanden.	Externe media - corporatie pers- en PR: Inmiddels hebben wij een netwerk opgebouwd aan journalisten en zetten wij ons netwerk in als middel om strategische (regionale en organisatorische) doelen te bereiken.

Corporate pers- en PR

Hoogtepunt in onze Corporate PR-inzet was alle aandacht voor de Monitor bezoekersdrukte. We realiseerden landelijke media-aandacht met **5 miljoen** tv-kijkers en radioluisterraars en **3 miljoen** lezers via kranten en (vak) bladen.

PROJECTEN EN CAMPAIGNES

Naast alle bovenstaande werkzaamheden, (deels) gefinancierd uit de subsidie-afspraken met de 33 gemeenten uit de regio's, initieerden en coördineerden wij aanvullende projecten en campagnes. Deze projecten en campagnes waren opdrachten vanuit een specifiek thema in een regio of vanuit een (regio overschrijdende) verhaal, maar ook adviesprojecten betreffende de ontwikkeling en promotie van onze regio's.

Gelderland (en daarbuiten)

- Macht en pracht in de Gelderse streken, meer toeristen naar de ruim 30 kastelen.
- Visie kastelen, historische buitenplaatsen landgoederen 2021 - 2023.
- Gelderland levert je mooie streken... awareness voor de Gelderse streken in Nederland en België.
- GTI #2 en Das andere Holland, awareness voor de Gelderse streken in Duitsland.
- Bestemmingsmanagement, drukte spreiden in tijd en plaats met de bezoekersmonitor.

Veluwe, Regio Arnhem en Rijk van Nijmegen

- Innovatie erfgoed WO2, historie laten beleven via augmented reality.
- Participatie in multicentrisch onderzoek Vlaamse markt.

Veluwe

- Routebureau Veluwe, organisatorische en promotionele bijdragen aan Routebureau Veluwe.
- House of hospitality, kennis en inzicht van toeristische ontwikkeling vergaren en ontsluiten.
- Merkwachting Veluwe 2020.
- Belevingsgebieden Veluwe.
- Hanzensteden, vergroten naamsbekendheid en aantrekken Duitse en Belgische bezoekers.

Regio Arnhem en Rijk van Nijmegen

- Rheinland Xperiences, bracht jongeren naar 8 musea.
- Romeinse veluwe, aanzet tot structurele samenwerking.
- European route of Industrial heritage, meer bekendheid voor het erfgoed in de Euregio.
- Uitbouwen wandelnetwerk, verder uitbouwen tot een dekkend wandelroute-netwerk.
- Upgrade fietsnetwerk.
- Businesscases routes, onderzoek naar de kwaliteit van vier routes.
- Airborne regio, beter beleefbaar en zichtbaar maken van de Slag om Arnhem.

FINANCIËLE TERUGBLIK OP 2020

Resultatenrekening 2020

Het werk van Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen wordt deels gefinancierd door bijdragen van **33 gemeenten** uit de Veluwe, de Regio Arnhem en het Rijk van Nijmegen. Daarnaast nemen commerciële partners marketing-programma's bij ons af waarmee ook zij investeren in de collectieve marketing. Voor interessante en relevante projecten en activiteiten voor de regio's, haalt Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen bovendien projectgelden binnen bij diverse partijen, waaronder de Provincie Gelderland. Onderstaande tabel geeft een cijfermatige verantwoording op hoofdlijnen van al onze activiteiten. De geconsolideerde resultatenrekening van Toer