

JAARPLAN 2024

*#Trots op:
Ede / Lunteren / Bennekom /
Otterlo / Harskamp / Ederveen /
Wekerom / Deelen*

HNK Horapark
Bennekomseweg 41
6717 LL Ede
+31 318 210 114
info@ede-marketing.nl
www.ede-marketing.nl
www.bezoek-ede.nl

KvK: 74172301
BTW: NL859796590
IBAN: NL29 INGB 0008904583



JAARPLAN & BEGROTING EDE MARKETING 2024

INLEIDING

Met dit jaarplan 2024 kijken we vooruit naar het jaar wat voor ons ligt: een bijzonder jaar voor Ede Marketing, maar ook zeker voor de gemeente Ede. Wij gaan ons 5-jarig bestaan vieren waarbij de trots centraal zal staan. Wij zijn uiteraard trots op alles wat we in de afgelopen jaren gerealiseerd hebben en waar we ook in de jaren die voor ons liggen mee door willen gaan. Daarnaast willen we de trots van de inwoners, de ondernemers en de organisaties en stichtingen in de gemeente Ede nog verder versterken. Hoe? Door dit als belangrijk onderdeel op te nemen in de diverse campagnes en activiteiten.

Voor de gemeente Ede staan er ook een aantal belangrijke momenten en projecten op de planning, zoals de opening van het nieuwe station, de gebiedsontwikkeling op De Ginkel, de start van de realisatie van het nieuwe natuurcentrum, het nieuwe stadspark in Ede Centrum, het starten van de projecten uit het gebiedsproces Otterlo en uiteraard de herdenking van 80 jaar Airborne, om er maar een paar te noemen. Stuk voor stuk zaken waar we trots op kunnen zijn in de gemeente Ede.

We hebben al veel stappen gezet in de positionering van de gemeente Ede als de plek waar de thema's *Food* en *Veluwe* centraal staan. Maar we zijn er zeker nog niet. Het mooie, interessante en bijzondere van Ede laten zien, op een consistente manier. Invulling geven aan de gastheerschap en informatietaak. Het promoten van lokale evenementen en activiteiten. Bijdragen aan de ontwikkeling van een (internationaal) vestigingsklimaat dat aansluit op de ambitie van de hoofdstad van foodvalley. Ook in 2024 gaat Ede Marketing zich daar samen met onze partners ten volle voor inzetten!

In dit jaarplan kunt u lezen hoe we dat van plan zijn te gaan doen.

Mede namens het bestuur,

Daan Berends - directeur Ede Marketing

15 december 2024

INHOUDSOPGAVE

In dit jaarplan 2024 zullen we een aantal zaken toelichten:

- | | | |
|------|---|------|
| → 1. | Uitgangspunten en hoofdlijnen voor 2024 | p.3 |
| → 2. | De begroting voor 2024 | p.8 |
| → 3. | Het activiteitenoverzicht 2024 | p.11 |
| → 4. | Toelichting op het activiteitenoverzicht 2024 | p.15 |
| → 5. | KPI's gekoppeld aan de kerntaken in 2024 | p.18 |

1. UITGANGSPUNTEN EN HOOFDLIJNEN VOOR 2024

Opdracht vanuit Gemeente Ede

Met dit jaarplan geven wij als Ede Marketing invulling aan de opdracht die er vanaf 2021 ligt voor Ede Marketing. Deze opdracht is werken aan de brede citymarketing, die verder gaat dan alleen de toeristisch-recreatieve marketing en promotie. En die brede citymarketing zien wij als Ede Marketing ook als belangrijke basis. We kijken daarbij vooral naar de ambities die er zijn in de gemeente Ede, zoals beschreven in onder andere de omgevingsvisie 2040, het economisch actieplan en het uitvoeringsprogramma Recreatie en Toerisme. De Gemeente Ede heeft diverse ambities o.a. om zich te ontwikkelen als (internationale) vestigingsplaats, maar ook zijn er grote uitdagingen als gevolg van de lastige arbeidsmarkt, de wooncrisis en bijvoorbeeld de stikstofproblematiek. Dit alles heeft een impact op de profilering en het imago van Ede. Als organisatie werken we dagelijks aan het leveren van een positieve bijdrage aan deze profilering, het imago en daarmee het vestigings- en leefklimaat van de gemeente Ede.

In 2023 is vanuit de gemeentelijke organisatie met inbreng van Ede Marketing gewerkt aan het definiëren en vaststellen van de kernwaarden voor de gemeente Ede en de positionering voor de verschillende doelgroepen.

Om onze rol als expertisecentrum op gebied van citymarketing goed te kunnen vervullen is het nodig dat de ambitie en de doelstellingen op de verschillende beleidsterreinen helder zijn. De keuze waarmee je de gemeente wilt laten zien en in de etalage wilt zetten is cruciaal en vervolgens moet er structuur aangebracht worden in het aanbod wat dit ondersteunt. Dit vraagt ook van de gemeente meerjarige commitment aan de evenementen, activiteiten en projecten die bijdragen aan de gekozen ambitie.

De praktijk is echter dat er nog te vaak pragmatische keuzes worden gemaakt op de korte termijn voor begrijpelijke projecten, maar waarin wel de lange lijn wordt gemist. Graag dragen we vanuit onze opdracht bij aan het realiseren van meer van die lange lijnen.

Voortgekomen uit de opdracht en de ambities van de Gemeente Ede en de partners in ons werkgebied zijn dit dan ook de doelen waar we aan werken:

- De positionering van Food en Veluwe voor Ede, de dorpen en het buitengebied verder versterken. Waardoor Ede wordt herkend als dé gemeente waar Veluwe en alle aspecten van Food samenkomen.

De vastgestelde positionering van waaruit wij in het komende jaar zullen werken is:

Hoofdstad van regio Foodvalley en de actieve, culturele hotspot van de Veluwe. Hier werken we aan de toekomst met aandacht voor elkaar en koestering van onze tradities en groene omgeving.

Daarnaast vormen deze kernwaarden van de gemeente Ede (gebied) de basis van waaruit ook wij onze projecten zullen gaan uitvoeren: **Eigenwijs, Dierbaar en Energiek.**

- Een bijdrage leveren aan het realiseren van de doelen van de Gemeente Ede en onze andere partners (organisaties, bedrijven en instellingen binnen de gemeente Ede).
- Het verhogen van de trots van inwoners, bedrijven en organisaties in de gemeente Ede.

De inzet op de brede citymarketingopdracht, en niet alleen op het toeristisch-recreatieve aanbod voor bewoners en bezoekers, blijft echter wat betreft capaciteit en budget een grote uitdaging voor Ede Marketing. Om dit beter vorm te geven zullen wij samen met de gemeente in de eerste helft van 2024 de plannen voor een meerjarenaanpak vormgeven en daarmee ook de opdrachtgeving aanscherpen waar nodig en wenselijk.

De reguliere werkzaamheden bewoners en bezoekers

De basiswerkzaamheden die we sinds de start van Ede Marketing uitvoeren zijn o.a. de kanalen gericht op de vrijetijdseconomie voorzien van de juiste actuele content, het realiseren van basis promotiemiddelen (website, nieuwsbrieven en social media), (kleinschalige) campagnes draaien en continu de middelen aanpassen aan nieuwe ontwikkelingen in de techniek en wensen van bewoners, bezoekers en partners. Deze werkzaamheden vragen een groot deel van de capaciteit (3 FTE) die nu beschikbaar is.

(Economische) marketing gericht op versterken vestigingsklimaat

Voor de marketingwerkzaamheden gericht op andere doelgroepen, zoals de (economische) marketing gericht op food en vestigingsklimaat (wonen/ werken en studeren), blijft dan een relatief klein deel over. Dit heeft voor een deel te maken met de beschikbaarheid van out-of-pocket budget voor activiteiten die zich richten op het versterken van het vestigingsklimaat, zoals werken / wonen en studeren of talent. De bredere citymarketingopdracht zoals hier beschreven, vraagt echter vooral ook om expertise die nu nog onvoldoende aanwezig is binnen de organisatie. Eind 2023 hebben we hiervoor op projectbasis iemand ingehuurd. Het doel is om hier in 2024 een volgende stap in te zetten door iemand (parttime) aan te nemen. In eerste instantie nog op basis van de additionele projecten die we verwachten in het komende jaar, maar de ambitie is om daar in 2025 een volgende stap in te zetten door gezamenlijk met de gemeente in te zetten op merkontwikkeling en marketingprojecten gericht op het vestigingsklimaat. Uiteraard is de samenwerking met andere organisaties en bedrijven daar ook onderdeel van.

Het kunnen invullen van de functie van projectleider en economisch marketeer in 2024 is wel afhankelijk van het doorgaan van de potentiële economische / brandingprojecten en het krijgen van de opdrachten daarvoor als Ede Marketing.

Focus 2024

Naast de reguliere basiswerkzaamheden gericht op het ontsluiten en vermarkten van het diverse aanbod in de gemeente Ede, richten we ons het komende jaar op een aantal thema's en projecten specifiek.

Organisatie

- Een meerjarenstrategie maken voor de citymarketing van de gemeente Ede, wat zal leiden tot een aangescherpte opdracht voor Ede Marketing.
- Het vieren van het 5-jarig bestaan van Ede Marketing met diverse activiteiten.

Thema's en projecten

- Merkidentiteit en brandmanagement
 - Verder vormgeven van de merkidentiteit van Ede, de dorpen en het buitengebied en dat als basis voor proactief merk- en identiteitsmanagement.
 - Vormgeven aan de afzonderlijke merken van de dorpen, uiteraard als onderdeel van de merkidentiteit van het geheel. We starten hierbij met:
 - Otterlo
 - Ede Centrum
 - Update huisstijlen Ede Marketing (Bezoek Ede / Made in Ede).
- (Economische) marketing gericht op vestigingsklimaat - Wonen, Werken en Studeren
 - Marketing rondom de opening van het nieuwe station - met centraal het verhaal als internationale vestigingsplaats; Hoofdstad van Foodvalley.
 - Campagne samen met de CHE gericht op de open dagen. Gekoppeld aan made-in-ed.nl.
 - Samenwerking met de gemeente op marketing en communicatie richting ondernemers (nieuwsbrieven - campagnes).

- Verder ontwikkelen van de profilering Hoofdstad van Foodvalley.
 - Voorbereiden deelname Ede / Regio Foodvalley aan (inter)nationale campagne / beweging New Dutch. Food Innovatie is hierbij een van de centrale thema's.
 - Coördineren en gezamenlijk met partijen vormgeven aan een Edese foodmaand in oktober met evenementen en een duidelijk verhaal.
- Campagnes voor het laden van Veluwe
 - Ontwikkelen en vermarkten van een militair kinderpaspoort in het kader van 80 jaar Airborne (2024) en 80 jaar bevrijding (2025).
 - De campagnes die we de afgelopen jaren hebben ingericht, zoals smaakfietsroutes, zomeractiviteiten, herfst / wild, zullen we op een basisniveau doorzetten.

2. BEGROTING 2024

BEGROTING EDE MARKETING 2024	
BATEN	2024
1. Bijdrage Gemeente Ede basis	€ 392.586
2. Gemeente Ede additioneel	€ 180.500
Cofinanciering voor projecten	
3. Additionele inkomsten externe opdrachtgevers / partners	€ 70.000
Cofinanciering voor projecten	
Verkoop producten	
TOTAAL BATEN	€ 643.086
LASTEN	
OOP kosten t.b.v. kerntaken	
1. Het merk Ede laden en vermarkten	€ 146.500
2. Collectief accountmanagement	€ 44.000
3. Gastheerschap en informatievoorziening	€ 33.196
4. Expertisecentrum	€ 10.000
Subtotaal	€ 233.696
Organisatielasten	
Personeelslasten	€ 363.222
Huisvesting	€ 21.000
Verkoopkosten	€ 8.150
Kantoorkosten	€ 7.264
Algemene kosten	€ 16.197
Subtotaal	€ 415.833
RISICORESERVE	€ 3.557
TOTAAL LASTEN	€ 653.086
RESULTAAT voor vrijval reserves	-€ 10.000
Bestemmingsreserves 2023	€ 10.000
Hier komen nog projecten die lopend zijn en waarvan we budget meenemen naar 2024.	NB
RESULTAAT na vrijval bestemmingsreserves	€ 0

Toelichting

Aangezien wij een dienstverlenende marketingorganisatie zijn, blijft de nadruk liggen op het uitvoeren van werkzaamheden en gaat ons budget voor een groot deel zitten in uren en loonkosten. Sinds begin 2023 is er een vaste kern met medewerkers in dienst bij de stichting, daarnaast hebben we aanvullend nog een aantal zzp-ers die het team compleet maken. Het doel is om een zo groot mogelijk deel van de teamleden in vaste dienst te hebben en de zzp-ers vooral te gebruiken voor de additionele en meer specialistische projecten.

Voor het uitvoeren van de opdracht in 2024 hebben we 4 FTE begroot. Daarmee is de bezetting nog steeds niet heel ruim, zeker kijkend naar het diverse takenpakket en de ambities. Gezien de verschillende expertises die nodig zijn voor het uitvoeren van de diverse projecten, werken we daarbij met verschillende parttimers. Met zo'n klein team blijft het een constante uitdaging om binnen het huidige takenpakket de kwaliteit en continuïteit van werkzaamheden te kunnen borgen.

Als we dan kijken naar de verdeling van de personeelskosten over de kerntaken die we uitvoeren, kom je op de volgende verdeling:

1. Het laden van het merk Ede -> 2,25 FTE (90 uur p.w.)

Hierbij gaat het om het up to date houden van de website
bezoek-edes.nl, ede-marketing.nl en made-in-edes.nl,
zowel inhoudelijke als technisch,
opstellen en versturen van nieuwsbrieven, elke dag
social media berichten (Facebook, Instagram en LinkedIn),
monitoren van social media,
plannen van campagnes en contact met partners /
organisaties.

Hoofdfocus hierbij ligt nu op bewoners en bezoekers
en een klein deel op de economische marketing.

Daarvoor is nu 0,5 FTE begroot.

2. **Collectief accounthouderschap** -> 0,7 FTE (28 uur p.w.)
Hieronder vallen de netwerkbijeenkomsten en gesprekken, aanjagen van projecten zoals foodmaand/ foodevenement in oktober, zakelijk toerisme, New Dutch en ontwikkelprojecten vanuit uitvoeringsplan Recreatie & Toerisme.
Input leveren bij grotere (marketing)projecten. Zoals een winkel in het nieuwe station, Artbase Ede, Ede Centrum, WFC Experience, etc.
3. **Gastheerschap, informatievoorziening, evenementen** -> 0,6 FTE (24 uur p.w.)
Beheren van de VVV telefoonlijn en beantwoorden email-vragen voor heel Ede, vullen van de database met locaties en evenementen, contact met lokale VVV's over informatievoorziening, afstemming en realisatie van basismiddelen, zoals plattegronden, inspiratiekaart, routekaarten etc.
4. **Expertisecentrum** -> 0,1 FTE (4 uur p.w.)
Monitoring social media gebruik en resultaten, verzamelen van onderzoeken / gegevens over Ede.
5. **Organisatie** -> 0,35 FTE (14 uur p.w.)
Financiën, P&O, afstemming gemeente, bestuur.

3. HET ACTIVITEITENOVERZICHT 2024

De kerntaken die we als Ede Marketing uitvoeren in 2024 zijn als volgt:

- Het laden en vermarkten van het merk Ede
- Collectief accountmanagement
- Gastheerschap en informatievoorziening
- Expertisecentrum

Hieronder volgt een tabel met de activiteiten die we uitvoeren met de bijbehorende kosten. Dit is een overzicht van de activiteiten die we uitvoeren binnen de genoemde kerntaken met daarbij de out-of-pocketkosten. Naast de door ons zelf geïnitieerde projecten en campagnes doen we additionele projecten alleen als ze bijdragen aan de doelstellingen van de stichting en passen bij de kerntaken die we hebben als organisatie. De activiteiten waar geen kosten bij staan, zijn activiteiten waar vooralsnog alleen onze uren in gaan zitten. Voor een aantal projecten, zoals het 'Edese militaire paspoort', de marketing voor het nieuwe station of de campagne gericht op verbinding onderwijs en bedrijfsleven met de CHE, is aanvullend budget nodig om ze te kunnen realiseren. Omdat we de potentie en kansen zien van deze projecten en campagnes hebben we ze opgenomen in ons activiteitenoverzicht. De rol die wij daar als Ede Marketing in kunnen spelen, zal afhangen van de mogelijke additionele financiering voor deze projecten.

Budget voor het ontwikkelen en herdrukken van promotie- en informatiemiddelen is in de basis niet beschikbaar. Wel maken we gebruik van de inkomsten van de verkoop van verschillende producten en de marge op additionele projecten om zo wel elk jaar een aantal informatiemiddelen beschikbaar te hebben. Het gaat hierbij om o.a. de toeristische inspiratiekaart, de mountainbikefolder en het Ede Magazine.

Overzicht activiteiten en out-of-pocketkosten 2024 (excl. uren)

KOSTEN uitvoering kerntaken	
1. Vermarkten van Ede	
5-jarig bestaan Ede Marketing	
Marketingaanpak bezoekers vanuit Veluwe & Food	Campagnes consument (*1)
	OOP kosten persaanpak, influencers en trade toerisme/recreatie
	Lente
	Opening station / Parklaan
	Basis smaakfietsroutes + campagne (lokale producenten en Meimaand Fietsmaand)
	Zomer
	Vooraf uitlichten activiteiten en events (*2)
	Wild / herfst
	Foodmaand oktober (evenementen) (*4)
	Wildcampagne basis
	Militaire historie / 80 jaar herdenking / Airborne Ede
	Airborne (*2)
	Paspoort militaire historie voor kinderen (*4)
	Wintercampagne
<i>Samenwerking Cultuurmakelaar Ede</i>	Cultuurmarketing 2024
<i>Partnerconvenant Kröller-Müller Museum (*3)</i>	Projecten vanuit (KMM/ Ede Marketing)
Marketingaanpak Food & Economie	
<i>Economische marketing / detailhandel</i>	Ede Centrum marketing uitvoering / ondersteuning
<i>Marketingaanpak focus vestigingsklimaat / Ede B2B</i>	Made in Ede licentie+ hosting (*1)
	Made in Ede, doorontwikkeling (*2)
	Samenwerking CHE campagne
<i>Ambassadeursschap Food</i>	Samenwerking met Foodpartijen in Ede gezamenlijk verhaal

Branding / merkontwikkeling	Profilering en identiteitontwikkeling gemeente
	Doorontwikkeling huisstijlen Ede Marketing
	Merkontwikkeling dorpen
Evenementen	
<i>Promotie beeldbepalende evenementen</i>	Uitlichten van diverse evenementen: Airborne / opening station, etc.
<i>Basismateriaal</i>	Visit Veluwe Magazine: deelname in jaaruitgave verspreid op gehele Veluwe
	Beeldbank: beeld- en videomateriaal t.b.v. online en pers
2. Collectief accountmanagement	
<i>Netwerkopbouw</i>	Lidmaatschappen, netwerkkosten o.a. Netwerk
	OOP netwerkbijeenkomsten, coalitiesessies: huur, koffie
<i>Aanjagen projecten</i>	Zakelijk Toerisme
	New Dutch
	Ontwikkeling landelijk gebied (T&R)
3. Gastheerschap & informatievoorziening	
<i>Realisatie en beheer collectieve database</i>	Hostingkosten, licenties voor websites en database en programma's
<i>Online tools</i>	Kosten optimaliseren website / middelen + technische ondersteuning
<i>VVV functie / VVV informatiepunten</i>	VVV licentie, te betalen aan VVV Nederland
	Aankleding nieuwe / updaten VVV folderpunten / updaten bewegwijzering
<i>Verbreding gastheerschapsfunctie</i>	Ontwikkeling ontvangstlocaties (De Ginkel / station)
<i>Realiseren nieuwe informatiemiddelen</i>	Routemiddelen
<i>Ontsluiten evenementen online / offline</i>	Wekelijkse online evenementennieuwsbrief, plaatsing maandelijkse activiteitenkalender Ede Stad
<i>Promotie ondersteuning non profit evenementen</i>	Promotie voor kleine evenementen: A0, online FB, website, recreatiekrant
4. Expertisecentrum	
<i>Onderzoek</i>	Effectmeting / deelname onderzoek bezoekersdata Visit Veluwe
	Inkopen aanvullende onderzoeken
	Maken en verspreiden van infographics met data
	Rapportages, marktinformatie (*2)

Toelichting op bovenstaande financiën:

- *1** Zit bij gastheerschap en informatievoorziening.
- *2** Bij de projecten waar geen budget staat vermeld gaat het om projecten die vooralsnog alleen bestaan uit uren en waarvoor eventueel additioneel nog out-of-pocketkosten moeten worden aangevraagd.
- *3** Een budget van € 20.000,- p.j. voor de uitvoering van het convenant is voor de jaren 2023 t/m 2025 opgenomen. Hiervan zetten we € 5.000 in voor uren en de overige € 15.000 voor out-of-pocketkosten.
- *4** Dit zijn twee additionele projecten waarvan een substantieel deel zal gaan zitten in out-of-pocketkosten van het project. Bij het Foodevent / Foodmaand ook voor de bijdrage aan passende evenementen.

4. TOELICHTING KERNTAKEN

→ Het laden en vermarkten van Ede

Bij het laden en vermarkten van het merk Ede gaan we door op de ingeslagen weg van de afgelopen jaren, we bouwen door op de basis die is gelegd. We richten ons daarbij op de doelgroepen bewoners, bezoekers en bedrijven. De campagnes richten we in vanuit het profiel Food en Veluwe. Concreet gaan we ons in 2024 nog meer richten op de trots van de bewoners en de bedrijven / organisaties, bekendheid van het aanbod en een goede spreiding in het jaar en door het gebied.

In 2024 zullen we de basiswerkzaamheden, gericht op het ontsluiten en vermarkten van het aanbod en de gastheerschap en de informatievoorziening gericht op bewoners en bezoekers, voortzetten vanuit de volgende thema's:

- Natuur & Actief
- Food
- Cultuur, Evenementen en Erfgoed
- Militaire Historie

De belangrijke grotere campagnes hierbij zijn:

1. #Trotsop-campagne rondom 5-jarig bestaan,
2. Crossmediale campagne gericht op de Foodmaand in oktober,
3. Campagne rondom lancering kinderpaspoort militaire historie Ede.

Evenementen vormen een belangrijk deel van het vrijetijdsaanbod in Ede. We hebben een klein budget beschikbaar voor de promotie van specifieke evenementen, bijvoorbeeld middels de A0 borden in Ede in de zomermaanden. Daarnaast denken en werken we mee aan de grotere evenementen op de kalender van 2024. In 2024 zijn er een aantal evenementen en activiteiten met landelijke uitstraling, zoals de opening van het station en de herdenking van 80 jaar Airborne en luchtlandingen. Deze zullen we meenemen in onze reguliere marketing en communicatie.

Samen met de evenementencoördinator worden afspraken gemaakt over de marketinginzet gericht op evenementen.

De samenwerking met het Kröller-Müller Museum vanuit het convenant tussen Gemeente Ede en het Kröller-Müller Museum is opgenomen in de begroting. Hiervoor is voor 3 jaar een bedrag van € 20.000 beschikbaar. Samen met het Kröller-Müller Museum werken we plannen uit voor de inzet van dit budget in 2024. Naast de tentoonstellingen in 2024 en het creëren van goed videomateriaal zal een groot mural-project in Ede centraal gaan staan in de plannen.

Samenwerking Platform Ede Centrum: in 2023 is er gewerkt aan een nieuw meerjarenplan voor marketing en communicatie voor het centrum. In 2024 zal samen met het platform invulling worden gegeven aan de uitvoering daarvan.

Gericht op **het vestigingsklimaat met als rode draad Food** zullen we een aantal projecten gaan gaan oppakken in 2024:

- Creëren Edes netwerk foodmarketeers
- Gezamenlijk creëren Edes Foodverhaal, hoofdstad van Foodvalley.
- (Economische) marketing gericht op vestigingsklimaat - Wonen, Werken en Studeren -> campagne gekoppeld aan made-in-ed.nl

→ **Collectief accountmanagement**

Samenwerken en netwerken is een absolute noodzaak voor Ede Marketing om haar doelstellingen te kunnen bereiken. Dat gebeurt vanuit de collectief accountmanagement-functie voor projecten die de positionering van Ede ondersteunen, bij voorkeur rond thema's die voor meerdere organisaties in Ede van belang zijn.

De vraag om strategisch mee te denken en expertise en netwerk in te brengen, komt veel voor. Deze vraag komt zowel vanuit de gemeentelijke organisatie als organisaties daarbuiten. De onderwerpen zijn breed en variëren van mogelijkheden rondom nieuwe activiteiten, projecten en evenementen in ontwikkeling, de profilering van de gemeente Ede en de dorpen en ontwikkeling plattelandstoerisme tot de ontwikkelingen van Veluwe Op 1.

De structurele capaciteit voor netwerken en adviseren is beperkt. Dit is hoofdzakelijk een taak van de directeur. In 2024 komt er een medewerker bij als projectleider voor met name ook de economische marketing.

Voor 2024 staan voornamelijk de volgende onderwerpen / projecten in de planning:

- Deelname aan Gastvrij Otterlo (ontwikkeling profiel en marketing/ communicatie)
- Verder ontwikkelen zakelijk toerisme (vergader- en congresmarkt)
- Coördineren van de Edese deelname aan het landelijke initiatief New Dutch (beweging om het innovatieve Nederland te laten zien in 2024-2025 en daarna).

→ **Gastheerschap en informatievoorziening**

Als Ede Marketing coördineren we de gastheerschapfunctie en informatievoorziening voor inwoners en bezoekers in de gemeente Ede. Dit doen we door het faciliteren van de 6 VVV Informatiepunten, 4 VVV folderpunten en het geven van informatie via de website, e-mail en telefoon en elke maand een uitagenda in de Ede Stad. Inwoners en bezoekers kunnen zich abonneren op de digitale nieuwsbrief met tips en ontvangen zo het moois van Ede in hun mailbox. We zijn lid van VVV Nederland / Kennisnetwerk Destinatie Nederland (branchevereniging).

De samenwerking met de VVV informatiepunten willen we in 2024 evalueren en kijken hoe we dat voor de komende jaren goed vorm kunnen blijven geven.

De aandacht blijft ook liggen op de optimale beleefbaarheid van het Edese aanbod door wandel-, fiets-, mountainbike- en paardrijroutes. Deze ontsluiten we digitaal en via fysieke, gratis en betaalde producten. In 2024 wordt een belangrijk project de eventuele overgang naar een nieuwe online database. Visit Veluwe, waar we bij aangesloten zijn voor de Veluwe Database, gaat over op een nieuw systeem en dat zal ook voor ons consequenties hebben op gebied van capaciteit en eventueel budget. Op dit moment is nog moeilijk in te schatten wat dat precies zal betekenen.

Projecten die voor 2024 op de planning staan zijn: nieuwe routes op De Ginkel, het militaire paspoort en advies t.a.v. ontvangstlocaties en het te ontwikkelen wandelnetwerk.

→ **ExpertiseCentrum**

In 2024 gaan we verder met de samenwerking met de Gemeente Ede en Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen t.a.v. de bezoekersdata. Daarnaast werken we aan de uitbreiding van de omgeving op ede-marketing.nl waar we belangrijke onderzoeken en onderzoeksgegevens presenteren voor onze stakeholders. Daarnaast gaan we, gekoppeld aan het nog te ontwikkelen meerjarenplan 2024-2029, ook meerjarendoelen en KPI's opstellen waar we als Ede Marketing aan willen bijdragen en concreet aan gaan werken.

5. KPI'S GEKOPPELD AAN DE KERNTAKEN IN 2024

Een aantal van de KPI's die hieronder vermeld staan, zijn vergelijkbaar met die van vorig jaar. Bij sommige werkzaamheden en projecten gaat het om continue processen en bij andere zaken is het ons nog niet gelukt deze KPI in 2023 te realiseren.

Kerntaak 1 - Vermarkten en laden Merk Ede:

1. Overkoepelend strategisch meerjarenplan 2024-2029 Ede Marketing.
2. Uitvoeren van marketingaanpak gericht op bewoners en bezoekers, met minimaal:
 - a. Twee gezamenlijke bezoekerscampagnes
 - b. Nieuwsbrieven voor bezoekers en partners (beide minimaal 1 per maand, gekoppeld aan belangrijke thema's)
 - c. Beheren en doorontwikkelen van de bezoekerswebsite bezoek-ede.nl, verbeteren van de SEO van de website
 - d. Online promotie van de deelthema's via Facebook / Instagram/ Youtube¹
 - e. Ontwikkeling marketingmiddelen (productontwikkeling) voor toeristisch-recreatief aanbod
 - f. Uitvoeren van het marketing deel convenant Gemeente Ede - KMM met minimaal 2 uitingen met landelijke uitstraling
3. Uitvoeren (economische) marketing gericht op het vestigingsklimaat
 - a. Minimaal 1 campagne in samenwerking met een partner gericht op het vestigingsklimaat (wonen / werken of studeren)

¹ Specifieke doelen en KPI's voor het website en social mediagebruik volgen nog naar aanleiding van de resultaten over 2023

- b. Het realiseren van een gezamenlijk Foodverhaal en -aanpak binnen Ede gericht op bewoners en bedrijven.
- c. Vormgeven aan de marketing en communicatie van Ede Centrum in samenwerking met PEC. Met minimaal:
 - i. doorontwikkelde huisstijl
 - ii. vernieuwe website
 - iii. nieuwe aanpak social media
 - iv. 2 publiekscampagnes
- 4. Opbouwen van een database met basismaterialen zoals foto- en videomateriaal.

Kerntaak 2 - Collectief accountmanagement

- 1. Actief deelnemen en waar mogelijk aanjagen van belangrijke key projecten voor Ede, zoals:
 - a. New Dutch
 - b. Zakelijk toerisme (vergader- en congresmarkt)
 - c. Ontwikkeling plattelandstoerisme
 - d. Gastvrij Otterlo
- 2. Verder vormgeven aan de Raad van Advies van Ede Marketing (2x per jaar).
- 3. Minimaal 2 keer per jaar inhoudelijke afstemming met ambtelijke begeleidingsgroep.
- 4. Vertegenwoordiging in nationale en Europese citymarketingnetwerken (NBTC / Vereniging Citymarketing / Kennisnetwerk Nederland / Euregio).

Kerntaak 3 - Gastheerschap en informatievoorziening

- 1. Realisatie en beheer van collectieve database (1150 evenementen, 400 toeristisch-recreatieve bedrijven).
- 2. Centrale coördinatie toeristische informatieverstrekking en gastheerschap (telefonisch en online).
- 3. Beheren en coördineren van de VVV Informatie- en folderpunten bij toeristisch-recreatieve bezoeksstromen verspreid in het gebied.
- 4. Minimaal 1 routeproduct (door)ontwikkelen.
- 5. Maandelijks vormgeven aan de Uitagenda in de Ede Stad.

Kerntaak 4 - Expertisecentrum

1. Beheren van ede-marketing.nl als corporate website voor Ede Marketing en als platform waar relevante informatie voor onze stakeholders beschikbaar is.
2. Actief delen van relevante en interessante ontwikkelingen voor stakeholders via de Ede Marketing LinkedIn en de Ede Marketing nieuwsbrief.
3. In beeld brengen van de verschillende onderzoeksgegevens m.b.t. de gemeente Ede en het ontsluiten daarvan.
4. Verspreiden van marketingdata richting het toeristisch-recreatieve veld door middel van o.a. de Ede Marketing nieuwsbrief en via LinkedIn berichten.