

EDE MARKETING 2025



WEKEROM

OTTERLO

EDERVEEN

DE KLOMP

BENNEKOM

LUNTEREN

HASKAMP

DEELEN



MADE-IN-EDE

BEZOEK-EDE

DIMME



JAARPLAN & BEGROTING EDE MARKETING 2025

INLEIDING

Met dit jaarplan 2025 lopen we wat vooruit op de nieuwe meerjarenstrategie van Ede Marketing. Daarmee vormt dit jaarplan een overgangsdokument naar de volgende fase van de citymarketing aanpak in Ede en van Ede marketing.

In 2019 zijn we begonnen met het vertellen van een 'nieuw' verhaal over de gemeente Ede. We hebben het aanbod in de gemeente gepresenteerd en daarmee gebouwd aan de zichtbaarheid van de gemeente Ede als gebied. Door een goede basis te realiseren waar het aanbod in de gemeente en de bijzondere ondernemers en projecten op gepresenteerd worden. De nadruk lag op de contentcreatie via de marketingkanalen zoals de websites / social media en diverse fysieke middelen. Er is veel content gerealiseerd waarnaar nu actief kan worden verwezen en dat de basis vormt voor het vertellen van de mooie verhalen vanuit het gebied aan de inwoners, de ondernemers en de bezoekers.

Als Ede marketing staan we niet op onszelf. We zijn onderdeel van een grotere marketing en communicatie infrastructuur. Om het aanbod in de gemeente goed te kunnen presenteren zijn we afhankelijk van goede informatie vanuit ondernemers, organisaties en evenementen zelf. Hun eigen marketing en communicatie vormt de basis waarmee wij het collectieve verhaal kunnen vertellen. Ook zijn wij op onze beurt weer onderdeel van grotere samenwerkingverbanden zoals Regio Foodvalley en Visit Veluwe. Als wij samen met de partners in onze gemeente goed kunnen vertellen wat er zo bijzonder is aan Ede, de dorpen en het buitengebied dan kunnen we als Ede ook beter zichtbaar zijn in de regionale, nationale en internationale samenwerkingverbanden en marketing projecten. . Noodzakelijk daarbij blijft het uiteraard dat er keuzes gemaakt worden op welke plekken je welke verhalen in de etalage zet. Marketing blijft nu eenmaal keuzes maken!

In de afgelopen tijd hebben we 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. Verder bouwen aan een herkenbaar merk voor de gemeente Ede en daarmee het mooie, interessante en bijzondere van Ede laten zien is ons doel. Naast het toeristisch recreatieve aanbod (collectieve marketing van het toeristisch recreatief bedrijfsleven, de lokale evenementen en activiteiten) willen we daarom ook de verhalen over ondernemers, bijzondere ontwikkelingen en initiatieven laten zien. Daarmee dragen we bij aan de ontwikkeling van een (internationaal) vestigingsklimaat dat aansluit op de ambitie van de hoofdstad van Foodvalley. Daarnaast blijven we uiteraard invulling geven aan de gastheerschap en informatietaak. Ook in 2025 gaat Ede Marketing zich daar samen met onze partners ten volle voor inzetten. Van informatie en promotie naar activatie door campagnes en projecten!

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

Mede namens het bestuur,
Daan Berends - directeur Ede Marketing
30 november 2024

INHOUDSOPGAVE

In dit jaarplan 2025 zullen we een aantal zaken toelichten:

- | | | |
|------|----------------------------------------------------|------|
| → 1. | Uitgangspunten en hoofdlijnen voor 2025 | p.5 |
| → 2. | De hoofdlijnen voor 2025 | p.9 |
| → 3. | De begroting voor 2025 | p.11 |
| → 4. | Het activiteitenoverzicht 2025 | p.15 |
| → 5. | Toelichting op het activiteitenoverzicht 2025 | p.20 |
| → 6. | KPI'S gekoppeld aan de Strategische doelen in 2025 | p.25 |

1. UITGANGSPUNTEN VOOR 2025

Opdracht vanuit de gemeente Ede

In 2024 zijn diverse gesprekken gevoerd met de gemeente Ede over de opdracht, de ambities en de verwachtingen die de gemeente heeft ten aanzien van citymarketing. Mede als gevolg hiervan is de gemeente een traject gestart naar het herdefiniëren van de opdracht aan Ede Marketing. Dit traject loopt in het najaar van 2024.

Aangezien dit traject nog niet is afgerond zijn we bij de vormgeving van dit jaarplan 2025 nog uitgegaan van 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 de belangrijke basis. Want als we willen bouwen aan de herkenbaarheid en zichtbaarheid van de gemeente Ede en daarmee de verbinding van de diverse doelgroepen met het gebied willen versterken. 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 strijd om de ruimte, 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.

De gemeente Ede is een gemeente met veel ambities en er worden ook mooie projecten en ontwikkelingen gerealiseerd, dit vormt uiteraard een goede basis voor de vele mooie verhalen die er te vertellen zijn. Echter om de citymarketing goed te kunnen vormgeven is het nodig dat de doelstellingen en de prioriteiten op de verschillende beleidsterreinen helder zijn. De keuze waarmee je de gemeente wil laten zien en in de etalage wil zetten is cruciaal. Vervolgens moet er structuur aangebracht worden in het aanbod wat dit ondersteunt.

Dit vraagt ook van de gemeente meerjarig 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. Vandaar dat in 2025 gekozen wordt om de thema's waarvoor vorig jaar is gekozen ook in 2025 centraal te zetten en op verder te bouwen. Dan gaat het om o.a.:

1. Focus op het vormgeven van het food verhaal van Ede.
2. Made-in-Ede als inspiratieplatform ontwikkelen samen met partners.
3. De vertaling van Veluwe naar het aanbod in de gemeente Ede door middel van Kunst & Cultuur, Fietsen en militaire historie.
4. Goed gastheerschap en informatievoorziening en de promotie van (verblijfs)accommodaties, routes en bereikbaarheid.

De toekomst van Ede Marketing

Vanuit Ede marketing wordt er gewerkt aan een meerjarenstrategie voor citymarketing en voor de organisatie. De nieuwe strategie is op het moment dat we dit jaarplan 2025 moeten indienen helaas nog niet gereed maar in dit plan zijn een aantal uitgangspunten al wel meegenomen. Zoals de indeling in drie strategische doelen waar we als Ede Marketing aan willen werken. Met deze overgang van een indeling in kerntaken naar een indeling in doelstellingen zijn de kerntaken Accounthouderschap en Kenniscentrum niet meer apart benoemd. Deze werkzaamheden voeren we zeker uit, maar dat zullen we doen vanuit de beschreven doelstellingen. Begin 2025 zal de meerjarenstrategie worden gerealiseerd.

Sinds de oprichting van Ede marketing in 2019 is de gemeente gegroeid en zijn de ambities maar ook de uitdagingen groter geworden. We begonnen met de opgave van het aantrekken van meer bezoekers, meer nieuwe inwoners en meer bedrijven naar Ede. Echter, Corona zorgde er in ons tweede levensjaar al voor dat de perspectieven anders kwamen te liggen. Er moest een rem op meer meer meer.

De focus kwam meer te liggen op de verbinding met eigen inwoners en de huidige bedrijven en zorgen voor goede spreiding van de al aanwezige bezoekers. In de eerste 5 jaar hebben we ons dan ook vooral gericht op het versterken van bekendheid van het aanbod en de mooie verhalen die onze gemeente heeft. Dit hebben we gedaan door te werken aan de merkontwikkeling en een sterke basis voor de promotie en marketing van de gemeente Ede.

Waar we de komende jaren aan blijven bouwen is een nog sterker verhaal en ambassadeurschap. Als inwoners, bedrijven en de huidige bezoekers laten zien wat bijzonder is en waarom de gemeente Ede dé plek is om te wonen, werken, ondernemen en te bezoeken, dan gaat het verder dan 'platte' promotie. Dan kunnen we samen bouwen aan dat unieke en herkenbare profiel wat we nodig hebben om de huidige inwoners, bezoekers, werkenden en bedrijven te behouden en waar nodig en mogelijk nieuwe aan te trekken.

Daarom willen we vanuit drie strategische doelen:

1. De branding en marketing van de gemeente Ede als gebied (merkmanagement)
2. De collectieve marketing van het vrijetijdsaanbod,(verblijfs)toerisme en recreatie, in de gemeente Ede
3. Het inspireren, informeren en gastvrij ontvangen van inwoners en bezoekers voor en tijdens hun vrijetijdsbesteding.

Het merk en de positionering van de gemeente Ede

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

2. HOOFDLIJNEN VOOR 2025

Naast de reguliere basiswerkzaamheden gericht op het ontsluiten en vermarkten van het diverse aanbod staan er dit jaar een aantal thema's en projecten centraal.

Organisatie

- De overgang naar een nieuwe directeur in dienst van de stichting.

Thema's en projecten

- **De branding en marketing van de gemeente Ede als gebied om te werken, ondernemen, wonen en verblijven. (Merkidentiteit en brandmanagement)**
 - Verder vormgeven aan de merkidentiteit van Ede, de dorpen en het buitengebied als basis voor proactief merk- en identiteitsmanagement
 - Deelname aan en mede vormgeven van het merkteam samen met de gemeente Ede door middel van bijvoorbeeld merkworkshops.
 - Vormgeven aan de afzonderlijke merken van de dorpen uiteraard als onderdeel van de merkidentiteit van het geheel. Al lopende trajecten hierbij zijn:
 - Otterlo
 - Ede Centrum
 - Made-in-edo verder te laden als inspiratieplatform samen met gemeente Ede en ondernemers/ bedrijven.
 - Coördineren en gezamenlijk met partijen vormgeven aan een Edese food maand in oktober met een duidelijk verhaal en diverse evenementen georganiseerd door partijen.
 - Bijdragen aan het verder vormgeven 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.
 - Ambitie: realiseren van een gezamenlijke portal Ede.nl als eerste stop voor iedereen die iets over Ede wil weten.

- **Marketing Vrijetijd (toerisme & recreatie)**
 - Vermarkten van het aanbod op het gebied van recreatie en (verblijfs)toerisme in de gemeente Ede.
 - Een campagne Proef en Beleef Ede in oktober, en de ambitie om in 2026 een Open Food dag te realiseren.
 - Een fietscampagne samen met gemeente Ede en sportservice en partners in het gebied
 - De militaire historie door de promotie en marketing van het handboek voor Helden.
 - Kunst & Cultuur:
 - Marketing gericht op de verbinding van Het Kröller-Müller Museum met de gemeente Ede.
 - Woest & Bijster
 - Koop Lokaal aanpak voor heel 2025 met als campagnes:
 - Week van de Stenen Winkel
 - Wintercampagne

- **Gastheerschap en Informatievoorziening**
 - Realisatie en beheer van de informatiekkanalen
 - VVV functie / algemene vraagbaak
 - Advisering routes en routestructuren en waar mogelijk ontsluiten via onze (online of fysieke kanalen)
 - Campagne Station Ede- Wageningen als groene ontvangstlocatie voor de Veluwe.

- **Marketing en communicatie Ede Centrum (apart project vanuit de samenwerking met Platform Ede Centrum).**
 - Inzet marketing coördinatie en uitvoering
 - Strategische advisering

3. BEGROTING 2025

BATEN			2025
1. Bijdrage gemeente Ede basis			€ 397.297
2. Gemeente Ede additioneel			€ 155.683
Cofinanciering voor projecten			
Evenementen Campagnes (evenementen coördinator)			
Woest & Bijster (evenementen coördinator)		€ 20.000	
Fietscampagne		€ 15.000	
Budget promotie marketing KMM uitvoering Convenant		€ 22.683	
Campagne groene ontvangstlocaties (T&R)		€ 28.000	
Kooplokaal (week van de stenen winkel / wintercampagne)		€ 30.000	
Profilering dorpen (Toerisme & Recreatie)		€ 15.000	
Economische profilering / Food / The new Dutch		€ 15.000	
Plus mogelijke andere kleinere opdrachten voor Economische profilering / toerisme & recreatie / cultuur		€ 10.000	
3. Additionele inkomsten externe opdrachtgevers / partners			€ 65.500
Cofinanciering voor projecten zoals o.a.		€ 63.000	
Projecten met SBE / platform binnenstad	€ 49.000		
Handboek voor Helden / Provincie	€ 5.000		
Partnerschappen met bedrijven en organisaties			
deelname campagnes	€ 7.500		
cultuurmakelaar	€ 1.500		
Verkoop producten		€ 2.500	
TOTAAL BATEN			€ 618.480
LASTEN			
OOP kosten t.b.v. Strategische doelen			
1. Branding en merk management			€ 29.500
Budget projecten vanuit basis bijdrage		€ 7.500	
Budget projecten vanuit additioneel		€ 22.000	
2. Marketing vrijetijds aanbod			€ 82.000
Budget projecten vanuit basis bijdrage		€ 5.500	
Budget projecten vanuit additioneel		€ 76.500	
3. Gastheerschap en Informatievoorziening			€ 43.676
Budget projecten vanuit basis bijdrage		€ 27.176	
Budget projecten vanuit additioneel		€ 16.500	

4. Ede Centrum			€ 0
Budget projecten vanuit basis bijdrage		€ 0	
Budget projecten vanuit additioneel		€ 0	
Subtotaal			€ 155.176
Organisatielasten			
Personeelslasten			€ 424.922
Loonkosten		€ 322.427	
Sociale lasten		€ 65.448	
Pensioenlasten		€ 17.850	
Overige personeelslasten		€ 19.196	
Huisvesting			€ 22.443
Verkoopkosten			€ 8.150
Kantoorkosten			€ 5.702
Algemene kosten			€ 17.816
Subtotaal			€ 479.033
RISICORESERVE			
TOTAAL LASTEN			€ 634.209
RESULTAAT voor vrijval reserves			-€ 15.729
Overlopende kosten			€ 0
RESULTAAT na vrijval bestemmingsreserves			-€ 15.729

Toelichting

Aangezien wij een dienstverlenende citymarketingorganisatie zijn, blijft de nadruk liggen op advisering en het uitvoeren van werkzaamheden. Dat is ook de reden dat een groot gedeelte van ons budget zit in loonkosten/ werkgeverslasten. Sinds begin 2023 is er een vaste kern met medewerkers in dienst bij de stichting en daarnaast hebben we voor (een gedeelte van) 2025 aanvullend nog twee zzp-ers die het team compleet maken. De ambitie is dat op korte termijn de basis van de organisatie in dienst is van de stichting waarmee we ook voldoen aan de wet en regelgeving. Het tekort van € 15.729 waar we op uitkomen in de begroting wordt veroorzaakt door de dubbele kosten die we hebben in verband met de overgang naar een nieuwe directeur. Er zullen dit jaar extra loonkosten zijn voor de directeur vanwege de inwerkperiode. Omdat het gaat om incidentele lasten willen we dit niet ten koste laten gaan van de marketinguitvoering en kiezen we ervoor om de kosten te dekken uit de reserve die we voor dit soort situaties hebben opgebouwd.

De professionaliseringsslag die we als organisatie de afgelopen jaren hebben gemaakt en de stijgende kosten / inflatie van de afgelopen jaren zorgen er in 2025 wel voor dat de 'vaste kosten' van de organisatie steeds een beetje hoger worden.

Met gelijkblijvende inkomsten of minimale inflatiecorrecties zoals dit jaar met 1,2 % heeft dat als resultaat dat we minder kunnen doen met hetzelfde budget. Voor dit jaar hebben we nog een mooie begroting kunnen maken omdat een aantal projecten doorlopen vanaf 2024 en andere additionele projecten al worden voorbereid. Toch hebben de prijsstijgingen wel tot gevolg dat we in de basis van onze marketing en communicatie hebben moeten snijden. Dat betekent o.a. dat we in 2025 niet meer met algemene Ede pagina's participeren in het Magazine van Visit Veluwe, geen vaste advertentie meer afnemen in de Recreatiekrant en we minder structureel budget hebben voor onderzoeken en eventuele pers bezoeken. We blijven kijken naar mogelijkheden om te participeren in deze kanalen maar dan vanuit de specifieke campagnes die we uitvoeren.

Voor de samenwerking met Ede Centrum hebben we vooralsnog alleen capaciteitsinzet begroot. De kosten voor marketing inkoop zullen rechtstreeks via Platform Ede Centrum lopen.

Voor het uitvoeren van de opdracht in 2025 hebben we **4,75 FTE** begroot. De verhouding tussen de basisopdracht en de additionele projecten is ongeveer zo dat we vanuit de basis ongeveer 3 FTE kunnen financieren. En dat we de aanvullende 1,75 FTE financieren uit de additionele projecten. Daarmee hebben we voor 2025 een mooi team maar is de bezetting met veel parttimers zeker ook kwetsbaar, kijkend naar het diverse takenpakket en de ambities. Met zo'n klein team blijft het een constante uitdaging om binnen het huidige takenpakket de kwaliteit en continuïteit van werkzaamheden te kunnen borgen. Hier werken we uiteraard aan en we willen dan ook dit jaar meer gaan investeren in het opbouwen van een flexibele schil van zzp-ers en bureaus die ons makkelijk en snel kunnen ondersteunen bij het uitvoeren van campagnes en specifieke projecten.



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

1. **De branding en marketing van de gemeente Ede als gebied.**
Merkidentiteit en brandmanagement -> 1 FTE (40 uur p.w.)
2. **Marketing van het vrijetijdsaanbod** -> 1,725 FTE (69 uur p.w.)
3. **Gastheerschap & informatievoorziening, evenementen** -> 0,95 FTE (38 uur p.w.)
4. **Marketing & Communicatie Ede Centrum** -> 0,675 FTE (27 uur p.w.)
5. **Organisatie** -> 0,4 FTE (16 uur p.w.)
Financiën, P&O, afstemming gemeente, bestuur

4. HET ACTIVITEITENOVERZICHT 2025

De strategische doelen waar we in 2025 als Ede marketing onze capaciteit en ons budget voor inzetten zijn de volgende:

- De branding en marketing van de gemeente Ede als gebied om te werken, ondernemen, wonen en verblijven. (Merkidentiteit en brandmanagement)
- Marketing Vrijetijdsaanbod
- Gastheerschap en informatievoorziening

Daarnaast verwachten we dat de samenwerking met Ede Centrum zal worden voortgezet voor:

- De advisering en uitvoering van de marketing en communicatie van Ede Centrum.

Hieronder volgt een tabel met de activiteiten die we uitvoeren. Dit is een overzicht van de activiteiten die we uitvoeren binnen de genoemde strategische doelen met daarbij de out of pocket kosten. Naast de door ons zelf geïnitieerde projecten, campagnes en reguliere werkzaamheden doen we additionele projecten alleen als ze bijdragen aan de doelstellingen van de stichting en passen bij de kerntaken die we hebben als organisatie. Bij een aantal activiteiten zullen vooralsnog alleen onze uren worden ingezet en geen out-of-pocketkosten.

Budget voor het ontwikkelen en herdrukken van promotie en informatiemiddelen is in de basis niet of nauwelijks beschikbaar. Wel maken we gebruik van de inkomsten van de verkoop van de verschillende producten en de marge op additionele projecten om zo wel elk jaar wel een aantal informatiemiddelen beschikbaar te hebben.

Activiteitenoverzicht 2025

Uitvoering Doelstellingen	
1. Branding en merkmanagement	
Branding / merkontwikkeling	
	Merkadvisering
	Profilering en identiteit ontwikkeling gemeente/ merkteam
	Merkontwikkeling dorpen
Made in Ede	
	Contentcreatie voor Made in Ede als de landingsplaats voor het (Economische)verhaal van Ede
	Realiseren inspiratie verhalen (tekst / beeld video)
	Actief inzetten linkedin voor marketing over bredere Ede verhaal
Food	
	Food verhaal Ede / de regio
	The New Dutch
Basismateriaal / toolkit	
	Beeldbank beeld- en video materiaal tbv partners en pers
	ontwikkelen toolkit met materiaal over gemeente Ede
Netwerkopbouw	Lidmaatschappen, netwerkkosten o.a. Netwerk
	netwerkbijeenkomsten, huur, koffie
Onderzoek	Imago onderzoek / onderzoeken naar profilering
2. Marketing Vrije Tijd	
Marketingaanpak Bezoekers vanuit Veluwe & food	
Contentcreatie website gekoppeld aan belangrijke thema's	
Structurele inzet social media kanalen (facebook/instagram)	
Netwerkopbouw	

Militaire historie / handboek voor Helden	
Woest & Bijster	
Partner Convenant Kröller Müller Museum	Projecten vanuit Convenant (KMM/ Ede Marketing)
Samenwerking Cultuurmakelaar Ede	Cultuurmarketing 2024
Koop Lokaal (stimulering bezoek kernen)	week van de stenen winkel
	wintercampagne koop lokaal
nieuwe projecten	
Onderzoek	Effectmeting / deelname onderzoek bezoekers data Visit Veluwe
	Inkopen aanvullende onderzoeken
3. Gastheerschap & Informatievoorziening	
Up to date houden bezoek-ede.nl	
Nieuwsbrieven (bezoek-ede & ede marketing)	
Ontsluiten evenementen online / offline	maandelijkse activiteitenkalender Ede-Stad / online uitagenda en nieuwsbrieven.
Realisatie en beheer collectieve database	Hosting kosten, licenties voor websites en database en programma's
Inventarisatie mogelijke vernieuwing database / website	
	Insiders abonnement website + support medium
	Kosten ODP / Visit Veluwe
	hostingkosten IXL
	Qr-generator
	Mailchimp
Online tools	Kosten optimaliseren website / middelen + technische ondersteuning
VVV functie / VVV informatiepunten	VVV licentie VVV Nederland
	Coördinatie VVV informatiepunten
	Informatievoorziening via telefoon en mail
Verbreiding gastheerschapsfunctie	

	ontwikkeling en campagne Station Ede Wageningen als eerste ontvangstlocatie
<i>Advisering routestructuren</i>	
<i>Realiseren nieuwe informatie middelen</i>	Routemiddelen
4. Ede Centrum	
Marketing ondersteuning Ede Centrum	inzet marketing coördinatie en uitvoering
	advisering

Toelichting op bovenstaande financiën:

1. Het is een andere indeling dan de voorgaande jaren ivm de overgang van Kerntaken naar de strategische doelen.
2. Als we uitgaan van echt alleen de basisopdracht zou de verdeling tussen basis marketing inkopen en additionele marketing inkopen omgewisseld zijn in verhouding. Omdat we te maken hebben met lopende personeelscontracten en we anticiperen op de additionele opdrachten zoals ook in de voorgaande jaren, hebben we meer personeel dan we kunnen betalen vanuit de basisopdracht. En is de verdeling in de bovenstaande tabel zo dat het grootste gedeelte van de inkoopkosten komt uit de additionele projecten, want dat is flexibel aan te passen.
3. Voor Made in Ede en voor het ontwikkelen van het Foodverhaal zullen we inzetten op het realiseren van additionele projecten om ook op dit gebied meer te kunnen doen in de vorm van campagnes. Aangezien er nog niet concreet zicht op is, hebben we deze projecten en additionele budgetten voorsnog niet opgenomen in de begroting.
4. Bij de projecten waar geen budget staat vermeld zal het gaan om projecten die voorsnog alleen bestaan uit uren en waarvoor eventueel additioneel out-of-pocket kosten moeten worden aangevraagd.
5. Het Partner Convenant Gemeente Ede & Kröller-Müller Museum. Het budget daarvoor is € 20.000,- p.j. voor de uitvoering van het convenant is voor de jaren 2023 t/m 2025 opgenomen. Met inflatiecorrectie is dat inmiddels € 22.630. € 7.630



zetten we in voor uren, de rest € 15.000 voor out of pocket kosten.

- 6.** Nummer 4. Ede Centrum. Dit is een voorstel vanuit Ede Marketing voor de samenwerking met Platform Ede Centrum. Dit moet nog met hen worden besproken.

5. TOELICHTING STRATEGISCHE DOELEN

→ De branding en marketing van de gemeente Ede als gebied. (Merkidentiteit en brandmanagement)

Bij de start van Ede Marketing zijn we gestart met de merkontwikkeling door Food & Veluwe centraal te zetten in de marketing van het gebied Gemeente Ede. In de afgelopen anderhalf jaar is er een vervolgstap gezet met het vaststellen van de profilering en de kernwaarden. Dit vormt de basis waarop we het komend jaar verder vormgeven aan de merkidentiteit van Ede, de dorpen en het buitengebied als basis voor proactief merk- en identiteitsmanagement. Echter zien we als Ede marketing nog wel een uitdaging in de koppeling van het bedrijfsleven (anders dan food) aan de huidige vastgestelde profilering en het merk.

We nemen deel aan het nu in oprichting zijnde merkteam samen met de gemeente Ede. Door bijvoorbeeld merkworkshops gaan we ook externe organisaties en bedrijven betrekken bij het verder laden en uitdragen van het merk en het ambassadeurschap. Daarnaast gaan we aan de slag met het ontwikkelen van een toolkit met materialen die ingezet worden om het verhaal van de Gemeente Ede te vertellen vanuit het merk en de positionering, denk hierbij aan teksten, beelden en video's.

Naast de overkoepelende profilering is er ook behoefte aan het vormgeven van afzonderlijke merken voor de dorpen, uiteraard als onderdeel van de merkidentiteit van het geheel. Vanuit het merk- en brandmanagement kunnen we daar een adviserende rol in vervullen. Al lopende trajecten hierbij zijn:

- ◆ Otterlo
- ◆ Ede Centrum

Made in Ede

Het platform made-in-edede bestaat nu een paar jaar en is bedoeld om als centrale landingsplaats te fungeren voor het verhaal van Ede, vergelijkbaar voor bezoek-edede voor het toeristisch-recreatieve aanbod. Het is een inspiratieplatform met de bijzondere projecten, ondernemers en ontwikkelingen in de gemeente Ede, wat wordt er allemaal gemaakt in de gemeente Ede? De doelgroep is dus erg breed. Om dit goed te kunnen doen vraagt made-in-edede ook dezelfde aandacht en inzet als Bezoek-edede.nl in de afgelopen periode. In 2025 zetten we dan ook in op content creatie voor de website door middel van onder andere inspiratie artikelen en de promotie van het platform. Ambitie is dit samen op te pakken met de gemeente Ede (afd Economische Zaken) en het Edese bedrijfsleven.

Tot slot dragen we bij aan het verder vormgeven van de profilering Hoofdstad van Foodvalley door het foodverhaal voor Ede verder vorm te geven en een centrale plek te geven op de kanalen van Ede Marketing. In 2024 hebben we vanuit Ede marketing gekozen om deel te nemen aan het landelijke project New Dutch waarbij de promotie van het innovatieve Nederland centraal staat. Voedselinnovatie is binnen New Dutch een van de centrale thema's. Als Ede marketing zien we dit als een kans om onszelf als innovatieve Foodregio te presenteren in binnen en buitenland. Als marketing partner voor Ede dragen we hier graag aan bij.

→ Marketing van het Vrijetijdsaanbod

Bij de marketing van het vrijetijdsaanbod in de gemeente Ede (toeristisch- recreatief) gaan we door de ingeslagen weg van de afgelopen jaren, we bouwen verder op de basis die is gelegd. We richten ons daarbij op de doelgroepen: bewoners en bezoekers.

Hierbij kijken we hoe we de basis, die is gerealiseerd in de afgelopen jaren, kunnen behouden en verrijken maar wel door daar zo efficiënt onze tijd op in te zetten. In de afgelopen jaren is er namelijk erg veel tijd gaan zitten in het creëren en bijhouden van de content op onze bezoek-edede website en in de database.

Dit vraagt ook de komende tijd uiteraard aandacht maar we zullen onze focus wel wat gaan verleggen naar veel tijd voor de basis, naar meer tijd voor de campagnes en projecten om de doelgroepen ook echt te activeren.

Dit betekent dat de samenwerking met de organisaties, verenigingen, stichtingen en bedrijven, om te zorgen dat onze informatievoorziening up to date blijft, nog crucialer wordt. Zij zijn hier mede verantwoordelijk voor? Wij hebben, met alle werkzaamheden, de capaciteit niet meer voor het steeds ophalen van al die informatie. Wel helpen we uiteraard waar we kunnen om het aanleveren zo makkelijk mogelijk te maken.

Evenementen vormen een belangrijk deel van het vrijetijdsaanbod in Ede. We nemen ze mee in de reguliere marketing van het aanbod en werken daarnaast mee aan de grotere evenementen op de kalender van 2025. Centraal in 2025 staan Woest & Bijster en de fietsevenementen. Samen met de evenementencoördinator worden er afspraken gemaakt over de marketing inzet gericht op evenementen.

Belangrijke campagnes in 2025 zijn:

- **Handboek voor Helden.** In en rond de schoolvakanties zal er een campagne lopen gericht op het handboek en de militaire historie van Ede. Ook werken we samen met de diverse musea om in die periodes regelmatig open te zijn en activiteiten aan te bieden voor kinderen.
- **De marketing-samenwerking met het Kröller-Müller Museum** is een opdracht vanuit het convenant tussen Gemeente Ede en het Kröller-Müller Museum. Samen met het Kröller-Müller Museum werken we plannen uit voor de inzet van dit budget in 2025. Naast de tentoonstellingen in 2025 lijkt de combinatie met Woest & Bijster in het najaar weer mooie kansen te bieden.
- **Woest & Bijster.** Het kunstfestival in september en oktober 2025. Vooral in het noordwestelijke deel van de gemeente Ede, van landgoed Kernhem tot en met Lunteren. Hiermee zetten we Veluwe weer op een andere manier op de kaart. Wij

zullen de toeristisch-recreatieve marketing en promotie verzorgen en het evenement verbinden aan ander cultureel aanbod, horeca en verblijfsrecreatie. De communicatie van het festival ligt in handen van de organisatie en de pers en publiciteit bij een gespecialiseerde partij.

- **Koop lokaal.** Shoppen/ winkelen is een van de belangrijkste vrijetijdsbestedingen in de gemeente Ede (* toeristisch bezoek Steden 2023/ NBTC) Vandaar dat we in samenwerking met de afdeling economische zaken in 2025 zullen inzetten op lokaal shoppen in de diverse kernen van de gemeente Ede. Door middel van de subcampagnes: De week van de Stenen Winkel en de Wintercampagne.

→ Gastheerschap en informatievoorziening

Als Ede Marketing coördineren we de gastheerschap functie 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 lokale VVV informatiepunten vraagt meer aandacht en we kijken hoe we dat voor de komende jaren goed vorm kunnen geven.

Aandacht is ook nodig voor de optimale beleefbaarheid van het Edese aanbod door wandel-, fiets-, mountainbike- en paardrijroutes. Deze ontsluiten we digitaal en via fysieke, gratis en betaalde producten. Daarnaast zit een belangrijke taak in de advisering rondom routes en routestructuren vanuit onze toeristisch recreatieve en citymarketing kennis.

Campagne in 2025:

- **Marketing van station Ede-Wageningen als groene ontvangstlocatie en toegangspoort tot de Veluwe.** Bereikbaarheid is een cruciale schakel in het ontsluiten van het Edese vrijetijdsaanbod en dit doen door duurzaam vervoer wordt steeds belangrijker. Vandaar dat we het gebruik van Ede-Wageningen als

startpunt voor je bezoek aan Ede / de Veluwe gaan promoten.

In 2025 is een belangrijk project het onderzoek naar een eventuele overgang naar een nieuwe online website en database. Visit Veluwe waar we bij aangesloten waren voor de Veluwe Database (via Insiders) is afgelopen jaar overgegaan op een nieuw systeem. Het huidige contract met de leverancier Insiders voor de gezamenlijke Veluwe database loopt nog tot en met 2025. Daarnaast is onze website komend jaar 6 jaar oud en zal er ook gekeken moeten worden of die nog voldoet aan de benodigde (technische) eisen. Als we over willen stappen naar een andere leverancier of een nieuwe website zal dit flink wat kosten met zich meebrengen. Dat hebben we vooralsnog niet beschikbaar in onze begroting maar in 2025 zullen we wel gaan starten met deze inventarisatie.

→ **Marketing en communicatie Ede Centrum**

In 2024 is de samenwerking tussen Platform Ede Centrum en Ede marketing geïntensiveerd en hebben we de coördinatie en uitvoering van de diverse marketing & communicatie uitingen vorm gegeven. Aangezien de ambities groot zijn vraagt dit veel capaciteit. De pilot in 2024 heeft veel gevraagd van de bestaande capaciteit van Ede marketing en voor het nieuwe jaar is ons voorstel dan ook om voor de coördinatie en uitvoering Ede Centrum iemand aan te trekken en dat we daarnaast vanuit het bestaande team advisering en expertise inbrengen in de samenwerking.

6. KPI'S GEKOPPELD AAN DE KERNTAKEN IN 2025

Op basis van de nieuwe meerjarenstrategie en de opdracht van de gemeente Ede zullen we het komend jaar KPI's gaan voor de periode tot 2030.

Voor dit jaarplan zijn de KPI's nog op de oude wijze vormgegeven. Bij sommige werkzaamheden en projecten gaat het om continu processen en bij andere zaken is het ons nog niet gelukt deze KPI in 2024 te realiseren.

Doelstelling 1 - Branding en Marketing gemeente Ede (gebied)

1. Branding en merkontwikkeling
 - a. Deelname aan merkteam samen met de gemeente Ede.
 - b. Organiseren van twee merkworkshops voor externe partijen.
 - c. De ontwikkeling van twee afgeleide profileringen voor Ede centrum en Otterlo.
 - d. De ontwikkeling van een toolkit met materialen zoals teksten, foto's en video's ter ondersteuning van de merkontwikkeling.
2. Made in Ede
 - a. Contentcreatie voor de website
 - b. Minimaal 6 Inspiratieartikelen en of video's
 - c. LinkedIn en andere promotiekanalen inzetten t.b.v. Made in Ede.
 - d. Verbinden van Made-in-Ede aan de marketing van specifieke economische projecten en locaties.
3. Food
 - a. Een gezamenlijk vormgegeven Food verhaal voor de gemeente als onderdeel van een groter Food verhaal van de Regio Foodvalley.
 - b. Een inspirerende flyer / brochure met Foodverhaal van Ede / de regio.

Doelstelling 2 - Marketing Vrijtijdsaanbod :

1. Uitvoeren van marketing aanpak gericht op bewoners en bezoekers, met minimaal:
 - a. Minimaal twee gezamenlijke bezoekers campagnes
 - b. Beheren en doorontwikkelen van de bezoekers website bezoek-ede.nl, verbeteren van de SEO en SEA van de website

- c. Online promotie van de deelthema's via Facebook / instagram/ Youtube¹
 - d. Uitvoeren van het marketing deel convenant Gemeente Ede - KMM met minimaal 2 uitingen met landelijke uitstraling
2. Advisering bij nieuwe projecten vanuit kennis en ervaring op gebied van toeristisch recreatieve marketing.

Doelstelling 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. Nieuwsbrieven voor bezoekers en partners (beide minimaal 1 per maand, gekoppeld aan belangrijke thema's)
4. Beheren en coördineren van de VVV Informatie en folder punten bij toeristisch-recreatieve bezoek stromen verspreid in het gebied.
5. Minimaal 1 route product (door)ontwikkelen.
6. Maandelijks vormgeven aan de Uitagenda in de Ede Stad.
7. De realisatie van de campagne Station Ede-Wageningen als groene ontvangstlocatie.
8. Beheren van Ede-Marketing.nl als corporate website voor Ede Marketing en als platform waar relevante informatie voor onze stakeholders beschikbaar is.
9. Actief delen van relevante en interessante ontwikkelingen voor stakeholders via de Ede Marketing LinkedIn en de Ede Marketing nieuwsbrief.

Doelstelling 4 - Marketing en Communicatie Ede Centrum

1. Vormgeven aan de marketing en communicatie van Ede centrum in samenwerking met PEC.

¹ Specifieke doelen en KPI's voor het website en social mediagebruik volgen nog naar aanleiding van de resultaten over 2024

Doelstelling 5 - Organisatie

1. Minimaal 2 keer per jaar bijeenkomst van de raad van advies van Ede Marketing
2. Minimaal 1 x keer per jaar bestuurlijk overleg met de gemeente
3. 6 x per jaar afstemming met burgemeester
4. Minimaal 1 keer per jaar afstemming met de betrokken wethouders.
5. Vertegenwoordiging in nationale en Europese citymarketing netwerken (NBTC / Vereniging Citymarketing / Kennisnetwerk Nederland / Euregio)