



---

2023

# Jaarverslag

**Toeristisch Informatiepunt Etten-Leur**

---

# Inleiding



## **Etten-Leur City App**

Op 2 april 2016 werd, op initiatief van MKB Etten-Leur en Koninklijke Horeca Nederland afdeling Etten-Leur, i.s.m. de Gemeente Etten-Leur, het online platform Etten-Leur City App gelanceerd (website, app, Facebook en Instagram). De licentie voor het platform wordt afgenomen bij Stappen & Shoppen (Breda).

## **Etten-Leur City Shop**

Op 5 mei 2018 werd, na een besluit door de gemeenteraad, het Toeristisch Informatiepunt Etten-Leur (Etten-Leur City Shop) op Markt 4 geopend. Goed bereikbaar en in het oog springend.

## **Informereren en inspireren**

Zowel het online platform als het fysieke informatiepunt hebben tot doel om inwoners, bezoekers en toeristen te informeren over wat er in Etten-Leur te zien, te doen en te beleven valt. Inspiratie is hierbij een belangrijke factor. Doel: informatie en inspiratie op 1 centrale plek!

## **Exploitatie**

Voor de exploitatie en informatievoorziening is in 2023 door de Gemeente Etten-Leur wederom een bedrag van € 15.000,- ter beschikking gesteld. Separaat betaalt de Gemeente Etten-Leur de licentiekosten en ondersteuning voor het platform, investeert het in (social media) campagnes en in het aanleggen van een foto/video databank. Coordinator toeristische informatievoorziening is Pierre van Damme.

# Samenvatting



In 2023 wisten zowel de Etten-Leur City Shop als het platform Etten-Leur City App opnieuw een groter publiek te bereiken.

De website: 202.000 bezoekers

De app: 1.001 nieuwe downloads. Totaal: 10.101

Facebook Etten-Leur City App: 8.688 volgers

Instagram Etten-Leur City App: 7.598 volgers

Facebook groep Etten-Leur City Shop: 2.210 leden

Infopunt Etten-Leur City Shop Markt 4: 3.709 bezoekers

**Online.** Circa 60 ondernemers waren in 2023 als Premium Partner aangesloten bij het platform.

Zij profiteerden van extra zichtbaarheid en aandacht in Etten-Leur (en de regio!). Ondernemers dragen hiervoor jaarlijks een vaste vergoeding van minimaal € 350,- per jaar bij. Voor social media exposure nemen zijn extra pakketten af bij Stappen & Shoppen.

**Fysiek.** Het groeiende aantal bezoekers van het infopunt op de Markt geeft aan dat de shop een toenemende bekendheid kent. Dit geldt onder zowel inwoners, bezoekers als toeristen. Informatiefolders en routes waren populair, maar ook de Van Gogh artikelen en lokale souvenirs.

**Campagnes.** Gedurende het jaar zijn ter promotie van Etten-Leur drie extra (social media) campagnes gevoerd.

# Toeristisch Informatiepunt

De voorziening Toeristisch Informatiepunt Etten-Leur is organisatorisch ondergebracht bij de Stichting Vincent van Gogh Etten-Leur. Het fysieke informatiepunt ligt centraal in het kloppende hart van de gemeente, op Markt 4. Deze Etten-Leur City Shop wordt gerund door 18 enthousiaste vrijwilligers (baliemedewerkers). In 2023 werd het eerste lustrum gevierd met de opening van het toeristisch seizoen en het bodypaint event 'Van Gogh in levende lijve'.

Het merendeel van de bezoekers aan de shop komt vrij gericht voor informatie over Etten-Leur en de nabije omgeving.

Gratis informatiefolders, maar ook wandel- en fietskaarten/routes zijn populair. Er is ook een toename van het aantal 'toevallige passanten' en een groei in de groep mensen die op zoek zijn naar presentjes van lokale bodem of met opdruk 'Etten-Leur'.

Geschat bezoek: 30% Etten-Leur, 30% regio, 15% Brabant, 10% overige delen Nederland, 10% België, 5% overige landen.

*Verlies- en winstrekening: zie bijlage*

## Bezoekersaantallen Etten-Leur City Shop

**2023: 3.709**

2022: 3.612

2021: 2.775

2020: 1.534

2019: 4.613

2018: 2.929

**ETTEN-LEUR**  
**CITY SHOP**

# Website

Het platform Stappen & Shoppen in Etten-Leur (Etten-Leur City App) groeit in bekendheid en betekenis voor ondernemers, inwoners, bezoekers en toeristen. Ca. 60 ondernemers uit horeca & retail in Etten-Leur zijn dit jaar partner en dragen financieel bij aan het platform. Zij zijn door hun partnerschap ook vindbaar op de Baroniewebsite Stappen & Shoppen (Breda e.o.).

Van de bezoekersgroep is ca. 57% vrouw, 42% man. Bijna alle leef-tijdscategorieën zijn goed vertegenwoordigd. Grootste groep: 25-54 jaar). Ca. 40% van de bezoeken is afkomstig uit Etten-Leur. Daarna volgt een grote groep regio (straal van 30 km). Populairste pagina's: Agenda, Beleven, Nieuws, Restaurants, Openingstijden en Wandel- en Fietsgebieden/routes.

[Etten-LeurCityApp.nl](https://www.etten-leur.nl/cityapp) schenkt aandacht aan winkels, horeca, musea, overnachtingsmogelijkheden, bezienswaardigheden, activiteiten en evenementen, uitjes en routes (wandelen, fietsen en varen).

## Bezoekersaantallen Etten-LeurCityApp.nl

**2023: 202.000**

2022: 151.781

2021: 99.005

2020: 89.235

2019: 85.887

2018: 85.223

2017: 72.779

2016: 66.887



# Social Media

Etten-Leur City App is actief op Facebook en Instagram. Op beide kanalen zijn we flink gegroeid in bereik, maar belangrijker nog: de interactiviteit met bezoekers nam sterk toe: meer likes, meer reacties en meer deelacties. Dit impliceert een grotere betrokkenheid. Diverse ondernemers, organisaties en evenementen in Etten-Leur konden dit jaar weer gepromoot worden via onze socials.

Op Facebook lag veel nadruk op evenementen. Op Instagram lag de nadruk op natuur, vanwege de vele mooie foto's van ons buitengebied. Richting het einde van het jaar was er meer voor de horeca en sfeerbeelden richting de kerstperiode.

## Facebook Etten-Leur City App

**2023: 8.688 volgers (bereik: 803.958)**

2022: 7.865 volgers (bereik: 393.838)

2021: 7.053 volgers (bereik: 213.468)

2020: 6.301 volgers

2019: 4.988 volgers

2018: 4.017 volgers



## Instagram Etten-Leur City App

**2023: 7.598 volgers (bereik: 669.866)**

2022: 7.065 volgers (bereik: 251.101)

2021: 6.873 volgers (bereik: 98.879)

2020: 6.410 volgers

2019: 5.489 volgers

2018: 4.940 volgers





# Werkgroep Vrijetijdseconomie

Coördinator Pierre van Damme is betrokken bij de Werkgroep Vrijetijdseconomie Etten-Leur. De werkgroep (bestaande uit enkele toeristisch-recreatieve en culturele ondernemers en Gemeente Etten-Leur) kwam in 2023 enkele keren bij elkaar om de acties voor het jaar door te nemen.

## Online promotiecampagnes

Vanuit de Werkgroep Vrijetijdseconomie was in 2022 het verzoek om als pilotproject in samenwerking met Stappen & Shoppen een social media campagne op te tuigen rondom de decembermaand. Doel was om Etten-Leur in een straal van ca. 30 km rond Etten-Leur op de kaart te zetten met de sfeerverlichting, horeca en retail, bezienswaardigheden en activiteiten en evenementen richting de Kerstperiode en Oud&Nieuw:

## *‘Laat je betoveren in Etten-Leur’*







## Promotiecampagnes 2023

De eindejaarscampagne van 2022 was een dusdanig succes qua bereik, dat in 2023 besloten is de campagne een vervolg te geven. Dit heeft geresulteerd in een voorjaars- zomer- en decembercampagne.

In de voorjaarscampagne lag naast de aandacht voor winkelen en horecabezoek de nadruk op Koningsdag, de opening van het toeristisch seizoen met het bodypaint event Van Gogh in levende lijve en de eerste editie van Kunst & Meer op De Santspuy en op de Havenfeesten. In de zomercampagne lag de nadruk op de terrassen en de vele evenementen. In de najaarscampagne werden met name de sfeerverlichting, kerstshoppen en evenementen als het Kerstcircus uitgelicht. In de zomer- en najaarscampagne is meer gebruik gemaakt van bewegend beeld (video), met een sterke call-to-action (Bezoek Etten-Leur), wat een positief resultaat liet zien

In alle seizoenen zijn zowel foto's als drone-opnamen gemaakt met als doel om de database te versterken en beelden bij meerdere gelegenheden te kunnen gebruiken.

# **Inzet en resultaten promotiecampagnes**

*Voorjaarscampagne Etten-Leur viert de lente  
(de 3 subcampagnes samengevoegd)*

*Periode:* april, mei, juni

*Campagnes:* Etten-Leur viert de lente, Havenfeesten, Van Gogh in levende lijve

*Looptijd:* 52 dagen totaal

*Middelen:* Campagne pagina website, A0 poster langs de weg, Facebook en Instagram

*Gebied:* Etten-Leur en omstreken (30 km)

*Budget:* 4500 (3000 en 1500 start toeristisch seizoen)

*Resultaten:* Campagne pagina website: april 1094 bezoekers, mei 1259 bezoekers, juni 226 bezoekers Totaal: 3253 bezoekers

*Totale aantal views Facebook en Instagram campagne:* 1.921.206

*Social media campagne resultaten:* Etten-Leur viert de lente 805.571 views. Havenfeesten 594.779 views. Van Gogh in levende lijve 490.784 views

*Separate Facebook promotie event Opening toeristisch seizoen / Van Gogh in levende lijve:* 30.072 views



## ***Zomercampagne Etten-Leur viert de zomer/nazomer***

***Periode:*** eind juni t/m september

***Campagne:*** Terrassen en evenementen (o.a. Just Dance, Kermis, Beachfestival, Koopzondagen, Zomeravond spektakels en Profwielerronde)

***Looptijd:*** 101 dagen

***Middelen:*** Campagne pagina website, Facebook en Instagram, photoshoot ten behoeve van de beeldbank

***Gebied:*** Etten-Leur en omstreken (30 km)

***Budget:*** 3000

***Resultaten:*** Campagne pagina website: juni 2680 bezoekers, juli 3958, aug. 1832, sept. 1014. Totaal: 10.411 bezoekers

***Totale aantal views Facebook en Instagram campagne:*** 1.865.401

## ***Wintercampagne Laat je betoveren in Etten-Leur***

*Periode:* 28 november t/m 31 december

*Looptijd:* 33 dagen

*Middelen:* Campagne pagina website, A0 poster langs de weg, Facebook en Instagram, Pagina Etten-Leurse Bode, photoshoot ten behoeve van de beeldbank

*Gebied:* Etten-Leur en omstreken (30 km)

*Budget:* 3200

*Resultaten:* Campagne pagina website: november 1.445 bezoekers, december 12.285 bezoekers. Totaal (ook na afloop van de campagne: 22.307 bezoekers

*Totale aantal views Facebook en Instagram campagne:* 1.160.078 personen

### ***Algemene conclusie :***

Met de campagnes is in 2023 een prima resultaat behaald qua bereik. De zomercampagne was, afgezet tegen het budget, het meest succesvol. Bewegende advertenties (video) doen het beter. Platform met het meeste bereik was Facebook. Meeste bereik is behaald via mobiel (98% tegenover 1,5% desktop). Meeste bereik is behaald binnen de doelgroep 25-34 jaar, zowel mannen als vrouwen (53% man tegen 47% vrouw)

# Laat je betoveren in Etten-Leur!

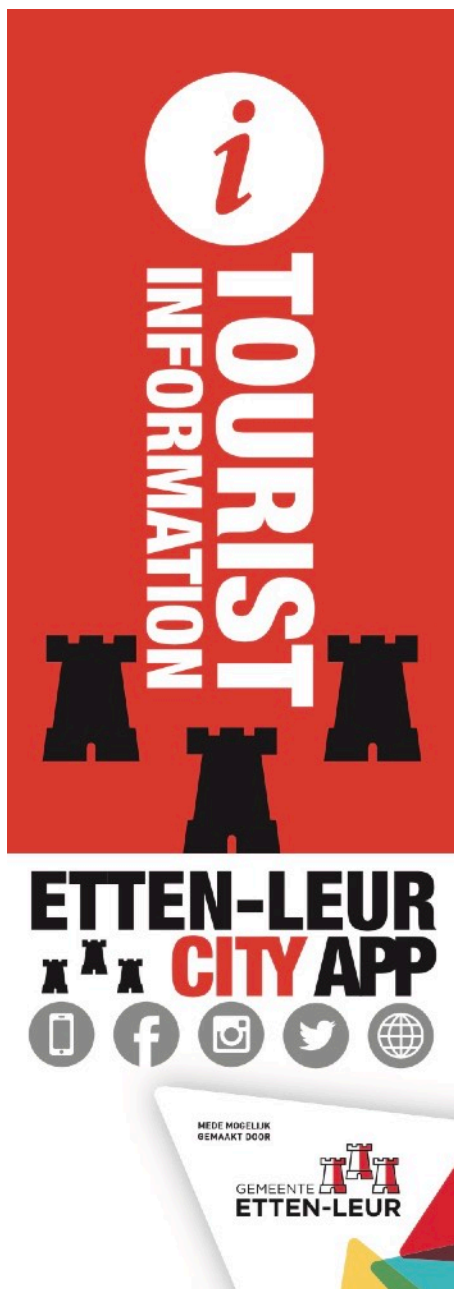
Shoppen | Eten & Drinken | Cultuur & Historie  
Bezoek [etten-leurcityapp.nl](https://etten-leurcityapp.nl)

**ETTEN-LEUR**  
x x **CITY APP**

Available on the  
App Store

GET IT ON  
Google Play

GEMEENTE  
**ETTEN-LEUR**



*Verslag: Pierre van Damme, Stichting Vincent van Gogh Etten-Leur  
7 maart 2024*

## Balans / Winst- en verliesrekening

Beeldopties					
Balans: Type	Balans / Winst & Verlies	Tonen	Winst- en verliesrekening	Niveau	Uitgebreid
Boekjaar	2023	Periode	1 - 12	Na boeken	<input checked="" type="checkbox"/>
Vergelijken met	Vorige Boekjaar	Verschil	<input type="checkbox"/>	Verschil (%)	<input type="checkbox"/>
Kostendrager		Kostenplaats	100 - Toezichtsinformatiepunt	Artikel	
Artikelpgroep		Activum		Relatie	
Uitsluiten: Beginbalans	<input type="checkbox"/>	Uitsluiten: Correctieboekingen	<input type="checkbox"/>	Grootboekrekeningschema	1 - Grootboekrekeningschema

	2023		2022	
	Elndsaldo (Debet)	Elndsaldo (Credit)	Elndsaldo (Debet)	Elndsaldo (Credit)

### WINST- EN VERLIESREKENING

#### Omzet

<b>Netto-omzet NL</b>				
8001 - Omzet winkel		362,86		
8006 - Verkoplen hoog		1.063,76		
8102 - Verkoplen laag -3-		46,32		
8501 - Bijdrage Gemeente TIP		15.080,70		15.000,00
<b>Totaal: Netto-omzet NL</b>		<b>16.553,64</b>		<b>15.000,00</b>
<b>Totaal: Omzet</b>		<b>16.553,64</b>		<b>15.000,00</b>

#### Inkoppen

<b>Inkoppen NL</b>				
5000 - Inkopen hoog	1.825,83		4.546,45	
5100 - Inkopen laag			221,47	
5500 - Inkopen 0%			133,00	
<b>Totaal: Inkopen NL</b>	<b>1.825,83</b>		<b>4.894,92</b>	
<b>Totaal: Inkopen</b>	<b>1.825,83</b>		<b>4.894,92</b>	

#### Overige personeelskosten

4069 - Kantinevoorziening		36,61		
<b>Totaal: Overige personeelskosten</b>		<b>36,61</b>		

#### Overige bedrijfskosten

<b>Huisvestingskosten</b>				
4140 - Schoonmaakkosten	315,00			
4175 - Beveiligingskosten	75,51		217,84	
<b>Totaal: Huisvestingskosten</b>	<b>390,51</b>		<b>217,84</b>	
<b>Exploitiatiekosten</b>				
4202 - Onderhoud inventaris			73,14	
<b>Totaal: Exploitiatiekosten</b>			<b>73,14</b>	
<b>Verkoopkosten</b>				
4500 - Reclame/advertentiekosten			462,50	
4520 - Marketing en promotie	10.026,13		10.465,02	
4550 - Lezingen & exposities	940,15			
4585 - Overige reliskosten			45,98	
<b>Totaal: Verkoopkosten</b>	<b>10.966,28</b>		<b>10.973,50</b>	
<b>Algemene kosten</b>				
4305 - Kantoorbenodigdheden	12,50		14,63	
4315 - Afborn/contributies	36,00		89,29	
4320 - Telefoonkosten	40,57		107,20	
4322 - Internet	812,00		802,50	

	2023		2022	
	Elndsaldo (Debet)	Elndsaldo (Credit)	Elndsaldo (Debet)	Elndsaldo (Credit)
4335 - Verzekering algemeen				1.379,90
<b>Totaal: Algemene kosten</b>	<b>901,07</b>		<b>2.393,52</b>	
<b>Totaal: Overige bedrijfskosten</b>	<b>12.257,86</b>		<b>13.658,00</b>	
<b>Resultaat</b>	<b>2.433,34</b>			<b>3.552,92</b>
<b>Totaal: Winst- en verliesrekening</b>	<b>16.553,64</b>	<b>16.553,64</b>	<b>18.552,92</b>	<b>18.552,92</b>