



Jaarverslag

Apeldoorn Partners

2022

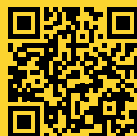
© 2023 Apeldoorn Partners
Vosselmanstraat 299
7311 CL Apeldoorn
apeldoorncongresstad.nl
info@apeldoorncongresstad.nl

Ontwerp
Designheld
Krispijn de Haas

Fotografie
Sven Scholten
Beeldbank Apeldoorn Partners

De inhoud van deze brochure is met de
grootst mogelijke zorg samengesteld.
Aansprakelijkheid t.a.v. onvolledigheden of
wijzigingen kan niet worden aanvaard.

Scan onderstaande QR code voor meer
informatie over Apeldoorn Partners.



Inhoud

01	Voorwoord	5
02	Bestuursverslag	6
03	Resultaten	12
3.1	Stadsmarketing, branding en smart data	14
3.2	Gastheerschap en evenementen	16
3.3	Congresacquisitie	19
3.4	Aanbodontwikkeling buitengebied	20
3.5	Gebiedsontwikkeling binnenstad	22
04	Externe projecten	24
05	Bijlagen	26

Voorwoord

In 2022 was het dan eindelijk zo ver! Vanaf het voorjaar werden de coronamaatregelen versoepeld en mochten we weer onbegrensd op pad. En dat hebben we ook massaal gedaan! Het team van Apeldoorn Partners wist daar goed op in te spelen met diverse activiteiten en campagnes. De Raad van Toezicht feliciteert directeur Claudi Groot Koerkamp en haar team met de goede resultaten.

Het team heeft zich verder ontwikkeld en is steeds meer hét aanspreekpunt voor de citymarketing van Apeldoorn. Ook de samenwerking met Centrummanagement verloopt goed. De focus op groen en royaal en het draagvlak dat daarvoor begint te ontstaan bij inwoners, ondernemers en het bestuur van de gemeente is iets om trots op te zijn.

De Raad van Toezicht is vijf keer samen gekomen in 2022 om haar toezichthoudende en klankbord rol in te vullen. Belangrijk hierbij was het volgen van de begroting met een grote nadruk op het sturen op liquiditeit in verband met de afhankelijkheid van projectsubsidies. In 2022 is door de Raad van Toezicht een zogenaamd Reglement opgesteld, waarin zij de invulling van haar taakopvatting heeft vastgelegd. In december is uitgebreid stilgestaan bij het functioneren van de Raad van Toezicht en haar relatie met de directeur. Die samenwerking is goed en de (kleine) verbeteringen die mogelijk zijn, worden door de Raad van Toezicht meegenomen. De audit commissie is twee keer samengekomen en heeft het jaarverslag met de accountant doorgesproken. De remuneratie commissie is ook twee keer samengekomen om de ontwikkeling van de directeur en haar beloning met haar te bespreken.

Terugkijken op 2022 terwijl 2023 al vol aan de gang is, valt niet mee. Zeker niet als we aan de vooravond staan van een groot, nieuw festival, waar Apeldoorn Partners al in 2022 veel tijd en aandacht aan heeft besteed: het Royal Light Festival!

Citymarketing gaat verder dan communicatie en toerisme. Het richt zich nadrukkelijk ook op ondernemers en bewoners, naast vrije tijd, met bijvoorbeeld smart data productontwikkeling en natuurlijk ook branding. De Raad van Toezicht heeft er veel vertrouwen in dat het team van Apeldoorn Partners ook in 2023 door weet te gaan op de ingeslagen weg en dankt haar voor de inzet en betrokkenheid.

Roel Welsing

Voorzitter a.i. Raad van Toezicht Apeldoorn Partners

Maart 2023



Bestuursverslag

Het eerste jaar van Apeldoorn Partners!

Op 1 januari 2022 fuseerden formeel de organisaties Apeldoorn Marketing, Toeristisch Platform en Congresstad Apeldoorn tot Apeldoorn Partners. Samen met Centrummanagement Apeldoorn werkt Apeldoorn Partners aan het versterken van de economie van Apeldoorn door de stad te ontwikkelen en vermarkten als de groene en royale hoofdstad van de Veluwe. Voorafgaand aan de fusie was gezamenlijk met de voormalige organisaties een meerjarenplan geschreven dat houvast bood in wat we als nieuwe organisatie willen bereiken en hoe we dat samen doen.

We hanteren daarbij vijf werkgebieden:

- Stadsmarketing, branding en smart data
- Gastheerschap en evenementen
- Congresacquisitie
- Aanbodontwikkeling buitengebied
- Gebiedsontwikkeling binnenstad (CMA)

Eris in 2022 ongelofelijk veel werk verzet door onze organisatie. Trots zijn we op de nationale en internationale publiciteit die we wisten te realiseren voor het koninklijke jaar. Dit themajaar zorgde ook voor zichtbaarheid in de stad in de vorm van BIG BIJOUX, stickers die op talloze etalages prijken en om de bomen van de Loolaan hingen. Daarnaast werkten we aan aanbodontwikkeling rondom dit thema zoals de Royal Rally. We zorgden er voor dat bezoekers de binnenstad goed konden ontdekken door een plattegrond en de binnenstadskrant.

Qua congressen sleepten we het Warmtecongres binnen voor Apeldoorn. Een mooi podium voor bedrijven als Remeha om de wereld de koppositie van Apeldoorn te tonen op het gebied van warmtepompen.

We bleven onze app Apeldoorn Stories vullen met nieuwe routes. Zo werd de nieuwe route Royal Ride toegevoegd, die fietsers het Koninklijke verleden van Apeldoorn laat beleven in een route

van 12 kilometer. In september was Apeldoorn host van het WK Volleybal. Samen met de gemeente Apeldoorn en de organiserende partij toonden we Apeldoorn aan de wereld. Dit is de stad waar je topsport beleeft op haar mooist! Door middel van Citydressing maakten we het evenement zichtbaar in de binnenstad.

En dit is nog lang niet alles. De tweede helft van het jaar maakten we ons op voor het Royal Light Festival. Dit evenement wordt in maart 2023 georganiseerd, waarbij we toewerken naar het onderbrengen bij een externe stichting. Ook werkten we de tweede helft aan het vormgeven van de economische profilering. Apeldoorn Partners voegt deze taak graag toe aan haar opdracht. De eerste stappen zijn daarvoor gezet.

Ik kijk terug op een heel mooi eerste jaar van Apeldoorn Partners. Een jaar waarin we een professionaliseringslag maakten, een eerste efficiëntieslag.

Een richting die we de komende jaren verder uit gaan werken. Steeds meer toewerken naar daar waar we voor staan opgelijnd: Apeldoorn vermarkten en ontwikkelen als de groene en royale hoofdstad van de Veluwe. En steeds meer in samenwerking met bedrijfsleven, gemeente, onderwijs en culturele en toeristische partners. Wat citymarketing is van ons allen, samen maken we de stad.



Corona

In 2022 ervoeren we het staartje van Corona. Eind februari werden de lockdowns afgeschaft en ging het land weer open. Wel bleven we waakzaam. Moesten we rekening blijven houden met de maatregelen bij onze evenementen? Gelukkig bleek de Omikron variant milder en verdwenen de maatregelen steeds verder naar de achtergrond en konden wij ons focussen op daar waar we goed in zijn: Apeldoorn vermarkten en ontwikkelen als de groene en royale hoofdstad van de Veluwe.

Organisatie

Organisatorisch stond 2022 in het teken van uitvoering geven aan de meerjarenvisie die we samen opgesteld hebben. Deze meerjarenvisie vormt de basis van onze werkzaamheden. Door vijf lijnen te benoemen waarlangs we werken:

- Stadsmarketing, branding en smart data
- Gastheerschap en evenementen
- Congresacquisitie
- Aanbodontwikkeling buitengebied
- Gebiedsontwikkeling binnenstad

Hiermee creëerden we een pragmatische samenwerking op onze gezamenlijke ambitie: Apeldoorn

positioneren en vermarkten als royale en groene hoofdstad van de Veluwe. We benoemden gezamenlijk een stip op de horizon: in 2030 is Apeldoorn de groenste stad van Europa. Het afgelopen jaar zijn er een aantal verschuivingen geweest binnen de organisatie. Een tijdelijke en vaste marketingcommunicatiemedewerker namen afscheid, en een tijdelijk contract voor een administratief medewerker werd niet verlengd. Er werden twee nieuwe marketingcommunicatiemedewerkers aangenomen en een zzp'er werd aangetrokken voor de administratie. Twee collega's vielen langdurig uit, deze taken werden opgepakt door twee zzp'ers. Het is qua personele bezetting wat onrustig geweest het afgelopen jaar. Er wordt veel gevraagd van de organisatie door opdrachten uit externe projecten. Deze maken dat er veel werk ligt en tegelijkertijd is het door de tijdelijkheid van deze opdrachten moeilijk te plannen en organiseren. Er wordt momenteel gewerkt met de gemeente aan een herziening van de opdracht van Apeldoorn Partners. Een herziening die meer focus en rust moet geven aan de organisatie. Daarnaast wordt in deze herziening ook invulling gegeven aan de extra opdracht voor de economische profilering van Apeldoorn.

In 2022 hebben we voor het eerst gewerkt met een aansluitende project-administratie op de begroting. De nieuw aangestelde zzp'er heeft veel werk verzet in het professionaliseren van de administratie. Er is een overzicht gemaakt van de liquiditeit, voortgang in projecten en organisatiekosten. Dit geeft periodiek overzicht van de stand van zaken van de organisatie en helpt om de Raad van Toezicht inzicht te geven in de financiën.

De tweede helft van het jaar zijn we gestart met de voorbereidingen voor de controle verklaring van de accountant. Deze vindt voor de eerste keer plaats. We sluiten 2022 af met een negatief resultaat, wat te verklaren is door de uitgaven voor voormalig TPA en CA terwijl de bruidschatten uit deze organisatie geboekt zijn op de reserves. Een vertekend beeld dus. Onder de streep nemen we een behoorlijk bedrag mee naar 2023. Dit komt omdat een aantal projecten in 2023 uitgevoerd gaan worden en daarmee ook in 2023 betaald worden. Ook het project online innovatie krijgt in 2023 vorm. We zijn de werkzaamheden zoals gepland gestart in 2022, maar het opleveren van de nieuwe website zal in 2023 plaatsvinden.

Raad van Toezicht

Met het starten van de nieuwe organisatie Apeldoorn Partners, zijn we ook een nieuwe Raad van Toezicht gestart. De Raad van Toezicht bestaat uit:

- Roel Welsing: voorzitter, remuneratiecommissie
- Petra Bangma: audit commissie
- Bart Reints Bok: audit commissie
- Priscilla Trip : remuneratiecommissie
- Hans Wesselink: algemeen lid

Drie leden van de Raad van Toezicht komen uit de voormalige besturen van TPA, CA en CMA. Er is een rooster van aftreden afgesproken waarbij de leden gefaseerd uittreden.

De Raad van Toezicht is in 2022 vijf keer bij elkaar geweest. In 2022 is een nieuw reglement vastgesteld voor de werkwijze.

In 2020 zijn de eerste stappen gezet tot het inrichten van de nieuwe financiële projectorganisatie. Een nieuwe accountant is aangesteld en in 2021 is een nieuwe financiële kracht aangesteld. Noodzakelijk om de nieuwe fusieorganisatie financieel te ondersteunen en sturen. De nieuwe kracht heeft veel werk verzet om in 2022 de begroting en aansluitende projectadministratie kloppend te krijgen. 2022 sluiten we af met een klein positief resultaat welke toegewezen gaat worden aan de continuïteitsreserve. Geplande werkzaamheden zijn grotendeels uitgevoerd, zij het af en toe in aangepaste vorm in verband met corona. Geplande werkzaamheden rond online innovatie zijn wederom doorgeschoven in verband met druk op de organisatie. De online innovatie (lees: nieuwe website) gaat in 2023 gerealiseerd worden.

Met de reguliere subsidie van de gemeente hebben we reguliere werkzaamheden kunnen doen. Door de extra financiering van de gemeente voor externe projecten, kregen we meer financiële ruimte om het merk Apeldoorn in de etalage te zetten, ook buiten Apeldoorn. Dat is fijn maar tegelijkertijd zorgen deze extra opdrachten soms ook voor druk op de organisatie. De financiële organisatie is op orde en geeft inzicht en helderheid op de liquiditeit van de organisatie.

Claudi Groot Koerkamp

Directeur-bestuurder

April 2023



Resultaten

Met de gemeente Apeldoorn hebben wij meerjaren KPI's vastgesteld. Onderstaande matrix toont de voortgang van de KPI's. Op het moment van schrijven zijn wij met de onderzoeksafdeling van de gemeente in gesprek hoe de indicatoren te monitoren zijn. Niet alle gegevens zijn op dit moment bekend.

Matrix KPI's 2025

Doelgroep	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Woon aantrekkelijkheidsindex	30	27	26			20
Imagoverbetering TRIM index	29					40
Aantal overnachtingen						
Bestedingen						

Voor alle projecten en resultaten van 2022 scan onderstaande QR-code.



3.1 Stadsmarketing, branding & smart data

In 2022 hebben we verder gewerkt aan de positionering van Apeldoorn als groene en royale hoofdstad van de Veluwe. Het doel is meer bestedingen realiseren voor ondernemers in de binnenstad en het buitengebied. Dit doen we door Apeldoorn doelgroepgericht een herkenbaar imago te geven.

Corporate communicatie

Onze content communiceren wij via onze eigen mediakanalen. Dat doen wij op social media via de kanalen Uit in Apeldoorn op Facebook en Instagram en vanuit Apeldoorn Partners op de LinkedIn pagina. De website www.uitinapeldoorn.nl is onze belangrijkste (toeristische) website die met name gericht is op bezoekers en bewoners. Op de meer zakelijke ingerichte website www.inapeldoorn.nl is in 2022 weinig content geplaatst door voorbereidingen voor een nieuw platform (zie onder). Voor onze werkgebieden beheren we de website voor de binnenstad (www.apeldoorn-binnenstad.nl) en congressen (www.apeldoorncongresstad.nl). In de bijlagen van dit jaarverslag zijn overzichten te vinden met resultaten van onze online kanalen: uitinapeldoorn.nl, apeldoorn-binnenstad.nl en inapeldoorn.nl.

In 2022 zijn de voorbereidingen getroffen voor de ontwikkeling van een nieuwe website in 2023. Deze website vervangt alle huidige websites en biedt een platform waarin we voor alle doelgroepen en verschillende werkgebieden Apeldoorn als groene en royale bestemming kunnen positioneren.

Daarnaast is er in 2022 massacommunicatie ingezet. Zo was Apeldoorn dit jaar in december een week lang te horen in een radiocommercial op Radio 1 om naast de branding van Apeldoorn ook bezoekers naar de binnenstad in trekken in de week voor Kerst en Wintersferen.

Drukwerk

Om bezoekers in Apeldoorn te voorzien van informatie hebben we verschillende producten opgeleverd. Een wildspotkaart voor de toeristische ondernemers, waar alle spotlocaties voor wild spotten in de omgeving in verzameld zijn. Een fietsrouteboekje met vijf routes op basis van het fietsknooppuntennetwerk, die voeren door de mooiste gebieden in Apeldoorn en omliggende dorpen. In de Apeldoorn Stories leaflet is een overzicht te vinden van de beleavingsroutes die via de gratis Apeldoorn Stories app te downloaden zijn. En de najaarsfolder geeft een overzicht van alle tips en activiteiten in Apeldoorn.

Werkgebieden

Om het aanbod van de binnenstad goed zichtbaar te maken zijn, in opdracht van CMA, een aantal middelen gemaakt. Zo is er een nieuwe plattegrond van de Apeldoornse binnenstad opgeleverd, die gratis beschikbaar zijn voor de bezoekers. Daarnaast is er in het najaar een video, een binnenstadkrant en een grote campagne rondom het evenement Wintersferen opgeleverd om extra bezoekers naar de binnenstad te trekken. Op het gebied van congressen hebben we Apeldoorn als congreslocatie uitgelicht in o.a. High Profile, Events Magazine, Financieel dagblad en Conference Matters.



3.2 Gastheerschap & Evenementen

Gastheerschap

Samen met de gemeente zijn de eerste stappen gezet in digitalisering van welkomborden bij de toegangswegen. Er is door Apeldoorn Partners onderzoek verricht omtrent digitale zichtbaarheid van het vrijetijdsprogramma in Apeldoorn. Daarnaast zijn we nauw betrokken in het aanbestedingsproces van nieuwe digitale middelen voor de Gemeente Apeldoorn, waardoor we voortijdig beter kunnen inspelen om het groene en royale vrijetijdsaanbod te promoten.

Ook zijn we een samenwerking aangegaan met de Gemeente Apeldoorn omtrent de nieuwe gemeentelijke website die in oktober 2022 live ging. Wekelijks selecteren wij de uittips die op de homepage apeldoorn.nl staan, leveren wij topstories aan en zorgen wij voor verfrissend beeldmateriaal bij de te zien en te doen tips.

We zijn daarnaast een samenwerking aangegaan met de Stedendriehoek. Wekelijk worden de uittips meegenomen en uitgelicht in de krant, editie Apeldoorn. De wekelijkse digitale uittips voor binnenstad- en buitengebiedondernemers is ook nog steeds geliefd en wordt iedere donderdag verspreid onder ruim driehonderd toeristische adressen.

Onze cityhosts (veertig vrijwilligers) konden eindelijk weer aan de slag in 2022 na twee coronajaren. Met elkaar hebben ze 102 shifts gedraaid op 25 evenementen. De toegevoegde waarde ligt vooral op evenementen waar bezoekers van buitenaf komen, zoals de Veluwe avondmarkt Beekbergen en de Spirit of Winter fair bij Paleis Het Loo. Jaarlijks worden de cityhosts beloond met een gezamenlijk uitje.

Aan online beleving is verder gewerkt middels de Apeldoorn Stories app. In 2022 zijn vier nieuwe audioverhalen aan de app toegevoegd: Victory Walk (geschiedenis), Royal Ride (koninklijk), Natuurlijke kunst (groen) en Royals in Apeldoorn (koninklijk) waarmee de teller op negen audiotours staat. Voor komende jaren wordt focus gelegd op groene en royale audiotours.

Evenementen

Het kan wél.

Na de turbulente coronajaren vonden er in 2022 maar liefst 358 evenementen van groot tot klein plaats in Apeldoorn. Als front-desk organisatie zijn wij verantwoordelijk voor het opleveren van een evenwichtige en onderscheidende evenementenkalender. Vanuit onze rol stonden wij in contact met ruim tweehonderd organisatoren. Wij hebben hen van advies voorzien en te begeleiden tot een aanvraag van evenementenvergunning.

Het afgelopen jaar hebben we ook wederom advies kunnen geven over inzet van publieksevenementensubsidies en springplankevenementensubsidies. De evenementenacquisitie trok voorzichtig weer aan, en wij konden het collectieve aanbod van evenementen zichtbaar maken op welkomborden, rolvitirines en onze online kanalen.

Het was ook een jaar van stilstaan omtrent nieuw evenementenbeleid, deze is uitgesteld tot 2023/2024. Dit jaar is ingezet om letterlijk mee te draaien in coördinatie, organisatie en marketingcommunicatie rondom side-events van het WK Volleybal en te inventariseren wat onze rol voor toekomst inzake top(sport) evenementen kan zijn.



3.3 Congresacquisitie

Apeldoorn congresstad

In aansluiting op de citymarketingvisie willen we meer bekendheid krijgen voor Apeldoorn als congresstad en daarmee meer congressen naar de stad halen die passen bij het imago. De voornaamste taak van het werkgebied congressen was het bewaken van deze merkbelofte.

Successen

In 2022 hebben we het MPI evenement naar Apeldoorn gehaald dat in juni 2023 plaats gaat vinden. MPI staat voor Meeting Professionals International. Middels dit evenement waar 150 Eventmanagers naar toe komen gaan we de locaties en bedrijven in de stad Apeldoorn laten zien op de thema's vitaliteit en veiligheid. Ook het Nationaal Warmtecongres is naar Apeldoorn gehaald en dit congres zal plaatsvinden in oktober 2023 bij Orpheus. Middels dit congres kunnen we alle projecten op het gebied van energietransitie en warmtebeleid bij de doelgroep onder de aandacht brengen.

Daarnaast zijn er vele aanvragen voor de locaties binnengehaald via onze kanalen. Voor de Ambassadeurs (de locaties) hebben we salesborrels georganiseerd voor salesmedewerkers om betrokkenheid onderling te stimuleren, aanvragen in Apeldoorn onder te brengen en de band in Apeldoorn te versterken.

Op 14 april hebben we met een beursstand op de beurs Eventsommit gestaan waar de target doelgroep aanwezig was. We hebben op de beurs gestaan namens alle locaties in Apeldoorn om onszelf te presenteren als groene, duurzame en royale congresbestemming. Dit heeft niet alleen tot doel om het netwerk te vergroten, bij te dragen aan het imago van Apeldoorn maar ook om meer naamsbekendheid op te bouwen.

We hebben een nieuwe brochure uitgebracht en we zijn een Lidmaatschap met MPI gestart, het netwerk van Eventmanagers. In februari 2022 hebben we een Lidmaatschap van Eventbranche afgesloten waar we verschillende netwerkbijeenkomsten hebben bijgewoond. In juni hebben we samen met een aantal waardevolle relaties de voorstelling "Loo" in Orpheus bijgewoond. Zo hebben we een stuk historie van Paleis het Loo onder de aandacht gebracht en mensen kennis laten maken met een van onze prachtige locaties in Apeldoorn.

3.4 Aanbodontwikkeling buitengebied

In dit werkgebied werken we enerzijds aan het versterken van het netwerk van toeristische ondernemers en zorgen we voor belangenbehartiging naar deze sector. Daarnaast jagen we bij ondernemers de ontwikkeling van nieuw aanbod aan dat thematisch aansluit bij onze positionering en merkwaarden.

Netwerk-bijeenkomsten

Voor de ambassadeurs van Apeldoorn Partners en de toeristische ondernemers in de gemeente zijn in 2022 twee netwerkbijeenkomsten georganiseerd. Dit met als doel om verbinding te creëren in het netwerk, maar ook om inspiratie en informatie te bieden die aansluiten op onze pijlers groen en royaal. Op 7 april organiseerden we een bijeenkomst met het thema 'royaal gastheerschap' met een masterclass van nationaal bekende hospitality trainster Tanja Schilthuizen. In het najaar stond op 24 november de tweede bijeenkomst in het teken van 'duurzaam ondernemen'. Zes sprekers uit de regio deelden hun visie op het thema duurzaamheid en lichtten oplossingen en praktisch toepasbare producten voor het verder verduurzamen van je onderneming.

Aanbodontwikkeling project Koninklijke Veluwe

Voor het inzetten van de verschillende marketingcampagnes voor het project Koninklijke Veluwe is aanbod nodig dat past bij de doelgroepen en doelstellingen. Daarvoor zijn verschillende ondernemers gevraagd om aan te sluiten op dit thema. Zo zijn er diverse actieve-, culinaire- en hotelarrangementen gemaakt en hebben wij in samenwerking met RLLY de Royal Rally ontwikkeld; een toertocht met eigen auto langs koninklijke hotspots in Apeldoorn en omgeving. Ook zijn de ondernemers en winkeliers in het buitengebied gevraagd om aan te sluiten op de uitingen van de 'BIG BIJOUX'. Diverse toeristische ondernemers en winkeliers hebben raamstickers aangebracht om zo de zichtbaarheid te vergroten. Daarnaast zijn in 2022 veel voorbereidingen getroffen en ondernemers aangezet voor realisatie van nieuw aanbod in 2023; o.a. het Royal Light Festival, project boomkroonjuwelen en de VSM dinertrein.

Online wervingscampagne horeca

De Apeldoornse horeca- en toerisme-sector had (en heeft) te kampen met een enorm personeelstekort. Voor een groot deel van onze ambassadeurs de reden om samen met Centrummanagement Apeldoorn in actie te komen. Wij hebben een online wervingscampagne opgezet die Apeldoornse jongeren moet prikkelen en enthousiasmeren voor een bijbaan in horeca en toerisme. Via het Instagram- en Snapchat kanaal van InApeldoorn heeft er een onlinecampagne gedraaid met de titel 'gangmakers vs. nachtbrakers'. Vijftig ondernemers hebben zich aangesloten bij dit initiatief dat zeer goed ontvangen is. Het totale bereik van deze campagne ligt op meer dan 700.000 vertoningen en meer dan 2.000 clicks naar de website waar contactgegevens van de ondernemers te vinden waren.

IVN Gastheer van het landschap cursus

Op 22 februari hebben dertien Apeldoornse toeristische ondernemers de cursus 'Gastheer van het Landschap' afgerond. IVN organiseerde in samenwerking met Apeldoorn Partners vier inspirerende workshops. Daarin ontvingen de ondernemers veel groene en royale ingrediënten om hun gasten nog meer informatie over Apeldoorn te geven.

Historisch verhaal van de ondernemer

Samen met de Gemeente Apeldoorn en CODA is in 2021 gestart met het project 'Verhaal van de Ondernemer'. Dit om erfgoed beter zichtbaar en beleefbaar maken voor de bezoekers. In 2022 zijn vijf nieuwe verhalen voor ondernemers geschreven en zijn alle twaalf de verhalen geplaatst in een nieuwe rubriek in weekblad de Stedendriehoek.

3.5 Gebiedsontwikkeling binnenstad

Om de positionering van Apeldoorn als groene en royale hoofdstad van de Veluwe waar te maken is ook een sterke binnenstad, die bij die positionering aansluit belangrijk. Daarom heeft Apeldoorn Partners een strategische samenwerking met de Vereniging Centrummanagement Apeldoorn. We streven dezelfde doelen na en CMA huurt capaciteit en expertise van Apeldoorn Partners in.

Het jaar 2022 was voor CMA een belangrijk jaar. In dat jaar eindigde de coronapandemie. Deze crisis heeft een aantal processen voor de binnenstad versneld, waaronder teruglopende bezoekersaantallen en meer online verkopen. Direct na de coronacrisis ontstonden er nieuwe problemen voor ondernemers. Hoge energielasten, torenhoge inflatie en krapte op de arbeidsmarkt zorgen er voor dat voor veel ondernemers zware tijden zijn aangebroken. In deze 'ruige tijden' heeft CMA enerzijds gefocust op het in kaart brengen van de problemen en het aanscherpen van haar visie voor een vitale binnenstad in de toekomst. Anderzijds zijn in 2022 weer volop producten ontwikkeld op het gebied van marketing, evenementen & activiteiten, binden & informeren van ondernemers, belangenbehartiging en projecten.

Door de snel veranderde situatie voor de binnenstad heeft CMA de conclusie getrokken dat het belangrijk is dat zij ook in de eigen organisatie veranderingen doorvoert. Voor een vitale binnenstad van de toekomst moet zij meer zijn dan een 'winkeliersvereniging' die op basis van een budget activiteiten uitvoert. CMA startte daarom de ontwikkeling om haar focus uit te breiden met toekomstgerichte, strategische activiteiten die aansluiten bij de ontwikkelvisie Stadspark Apeldoorn. We noemen de blik op toekomstige economische vitaliteit van de binnenstad: 'Ondernemend Stadspark'. We bereidden een meerjaren activiteitenplan voor, gebaseerd op urgentie en ambitie en benoemden daarin wat de komende jaren nodig is om de binnenstad economisch vitaal te maken, met aansluiting op de groene en royale positionering van Apeldoorn.

Scan onderstaande QR-code voor een blik op de activiteiten van CMA in 2022.



Externe projecten

Victory Walk

In opdracht van Stichting Bevrijding 45 heeft Apeldoorn Partners een audiotour ontwikkeld over de bevrijding van Apeldoorn door viertien regimenten. Bezoekers komen meer te weten over de rol van de Canadese militairen bij de bevrijding van Apeldoorn. Vanuit Apeldoorn Partners levert dit een bijdrage aan herinneringstoerisme en een duurzame inbedding in het aanbod van Gelderland omtrent het meer te weten laten komen over de rol van Canadese militairen bij de bevrijding van Apeldoorn; een concreet product op het gebied van herinneringstoerisme en duurzame inbedding in het aanbod van Gelderland inzake herdenken en vieren.

Daarnaast heeft Apeldoorn Partners de diverse activiteiten tussen 17 april en 5 mei aan elkaar verbonden en gekoppeld aan een collectieve bevrijdingscampagne.



Koninklijke Veluwe

Met de heropening van Paleis Het Loo op 15 april 2022 is het koninklijke jaar officieel van start gegaan. We hebben, samen met Visit Veluwe, ingezet op massamedia en zijn het afgelopen jaar o.a. verschenen op AD.nl en op het online domein 'Even Weg' van LINDA. Daarnaast waren we te zien met advertenties in De Stentor, Volkskrant Magazine, De Gelderlander, LINDA en in FD Persoonlijk. Totaal hebben we hiermee een bereik gegenereerd van meer dan 3.000.000 lezers en kijkers. Ook over de grens waren we te vinden, op o.a. nrz.de, waz.de en op freetimeguide.de. In juni en juli hebben we een drietal Duitse influencers uitgenodigd. Qua drukwerk hebben wij voor het koninklijk jaar verschillende middelen ontwikkeld: van een fietsrouteboekje, een minimap, een cityguide tot een campagne in de Nederlandse en Engelse versie van het bezoekersmagazine Veluwe. Daarnaast hebben we het koninklijk jaar online groots onder de aandacht gebracht met een campagne op Facebook, Instagram en Google. Deze campagnes hebben miljoenen paginaweergaven, views en bezoeken naar de website opgeleverd!

In opdracht van gemeente Apeldoorn afdeling Cultuurhistorie & Erfgoed is de audiotour Royal Ride ontwikkeld. Een audio-belevingsfietsroute van 12 kilometer langs de voormalige spoorlijn 'Koningslijn'. De campagne is over twee jaar opgeknapt. In 2023 vindt de officiële opening en vervolgcampagne plaats.

Cultuur

In opdracht van gemeente Apeldoorn ontwikkelden we een cultuurcampagne om het cultureel aanbod zichtbaar te maken. De campagne 'Cultuur in Apeldoorn' had als doel om inwoners te attenderen over het grote aanbod in september en te enthousiasmeren om gebruik te maken van het aanbod. Er liep een outdoorcampagne, er is een uitlander gemaakt voor in de Stedendriehoek, een uitlander op fysieke locaties in en om Apeldoorn, narrowcasting en een onlinecampagne. Daarnaast hebben we de campagne 'Geef cultuur cadeau' opgezet om de inwoners van Apeldoorn te inspireren om een cultureel cadeau voor de feestdagen te geven.

WK Volleybal Vrouwen

In 2022 vond het WK Volleybal Vrouwen plaats. Daarbij heeft Apeldoorn Partners deelgenomen in het projectteam van Gemeente Apeldoorn omtrent communicatie en side-events. Met name in side-events hebben wij de binnenstad betrokken in dit evenement. In totaal is vanuit de Apeldoorn Partners kanalen rondom het WK Volleybal een bereik behaald van 345.672.



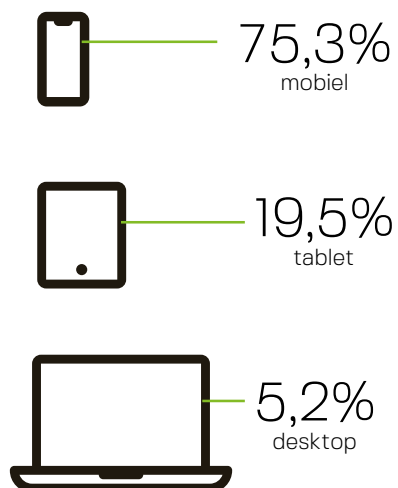
factsheet 2022

uitinapeldoorn.nl

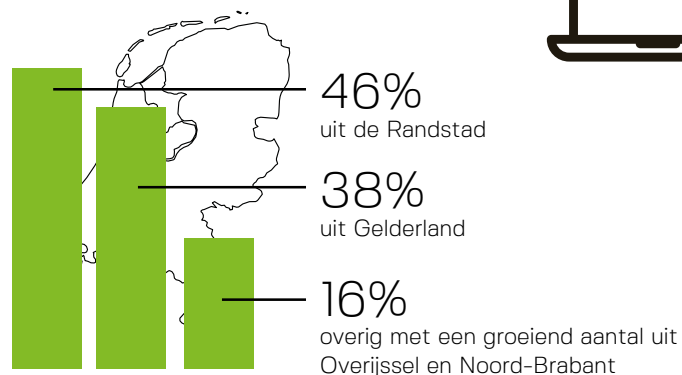
2.320.661 paginaweergaven



Gebruikte devices



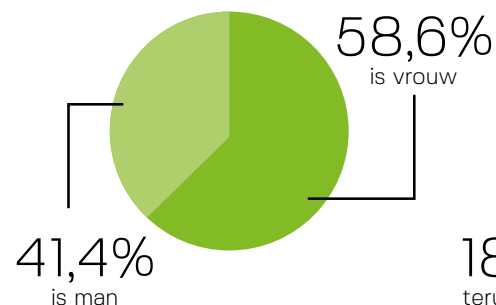
Demografische herkomst bezoekers



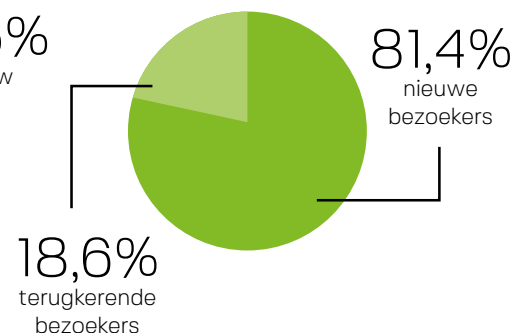
1 min en 28 sec
gemiddelde tijd dat een bezoeker
op de website is



Verdeling mannelijk/vrouwelijke
bezoekers



Verdeling websitebezoekers



Herkomst bezoekers

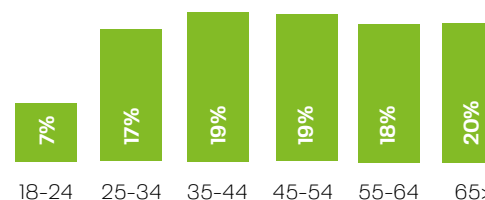
- 1 Organisch
- 2 Social
- 3 Direct
- 4 Betaald zoeken
- 5 Anders
- 6 Doorverwijzing



Top 10 meest bezochte pagina's

1. Uitagenda/ alles
2. Homepagina
3. Koninklijk-genieten
4. Koopzondagen-centrum
5. Sinterklaas
6. Zien-doen
7. Nacht-van-Apeldoorn
8. Koningsdag
9. Kerstmarkten- winterfairs
10. EventDate

Leeftijdsopbouw
bezoekers website in jaren



Social media uit in apeldoorn





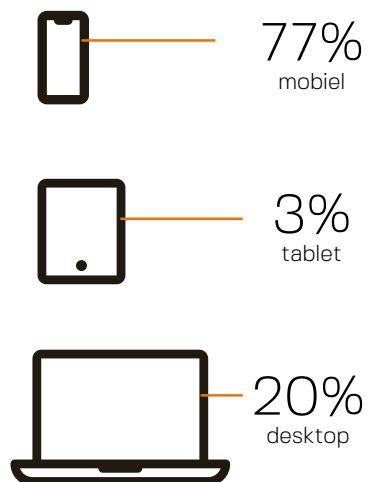
factsheet 2022

apeldoorn-binnenstad.nl

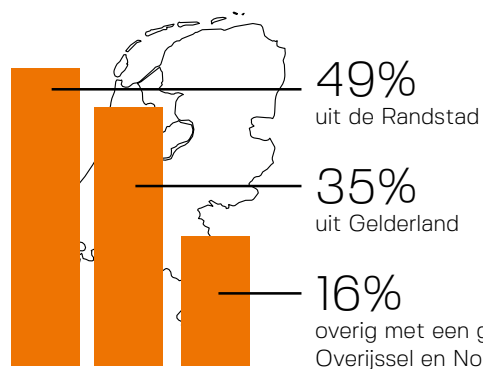
449.749 paginaweergaven



Gebruikte devices



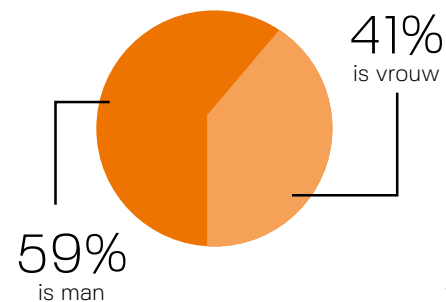
Demografische herkomst bezoekers



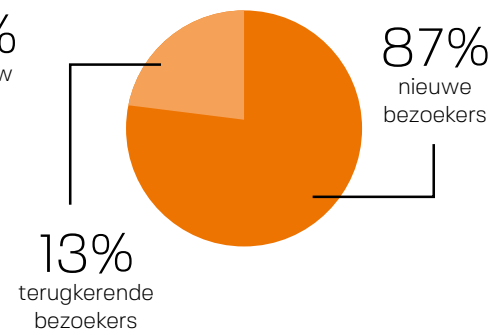
1 min en 16 sec
gemiddelde tijd dat een bezoeker op de website is



Verdeling mannelijk/vrouwelijke bezoekers



Verdeling websitebezoekers



Herkomst bezoekers

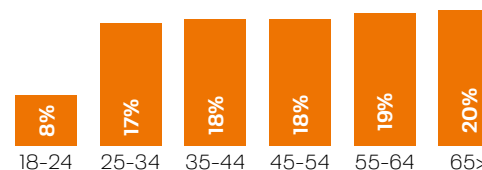
- 1 Organisch
- 2 Direct
- 3 Social
- 4 Doorverwijzing



Top 10 meest bezochte pagina's

- 1 Winkelen
- 2 Koopzondagen
- 3 Homepagina
- 4 Markt
- 5 Parkeren
- 6 Evenementen
- 7 Overdekt-winkelen
- 8 Horeca
- 9 Werelds-eten
- 10 Stadswandelingen

Leeftijdsopbouw websitebezoekers in jaren



Social media apeldoorn binnenstad





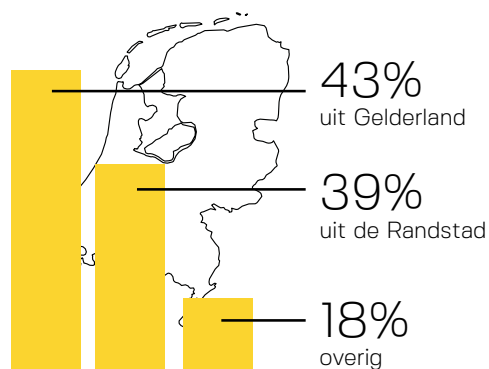
factsheet 2022

inapeldoorn.nl

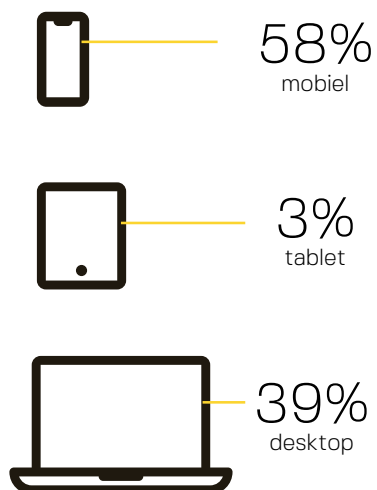
47.110 paginaweergaven



Demografische herkomst bezoekers

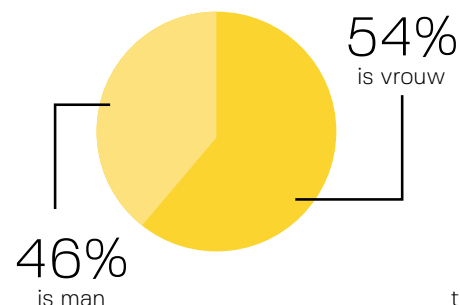


Gebruikte devices

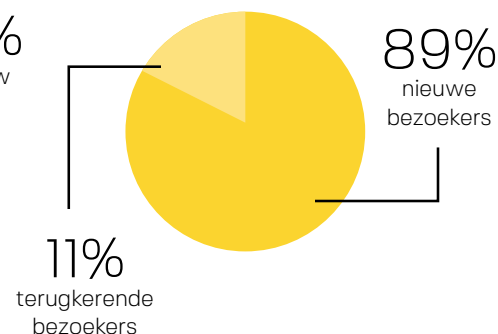


1 min en 13 sec
gemiddelde tijd dat een bezoeker
op de website is

Verdeling mannelijk/vrouwelijke
bezoekers



Verdeling websitebezoekers



Herkomst bezoekers

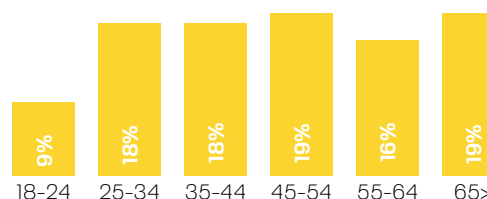
- 1 Social
- 2 Organisch
- 3 Direct
- 4 Doorverwijzing



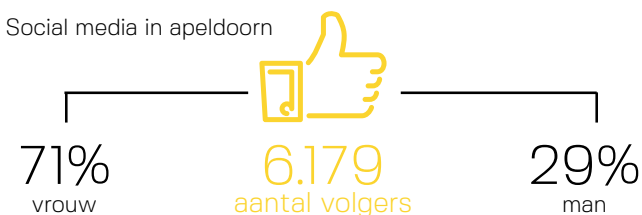
Top 10 meest bezochte pagina's

- 1 Homepagina
- 2 Bijzonder lunchen op zes plekken in Apeldoorn.
- 3 Bijbaan
- 4 Medewerkers
- 5 Over Apeldoorn Partners
- 6 5 x de leukste flexwerkplekken in Apeldoorn en omgeving
- 7 Pleinvandestad
- 8 Nieuws
- 9 Contact
- 10 Vacature - marketingmedewerker

Leeftijdsoopbouw
websitebezoekers in jaren



Social media in apeldoorn



 **apeldoorn**
partners