



Activiteitenplan

2023

COLOFON

© 2023 Apeldoorn Partners

Vosselmanstraat 299

7311 CL Apeldoorn

apeldoornpartners.nl

info@apeldoornpartners.nl

Ontwerp & Vormgeving

Designheld - Krispijn de Haas

Fotografie

Apeldoorn Partners



De inhoud van dit document is met de grootst mogelijke zorg samengesteld. Alle informatie is aan wijzigingen onderhevig. Aansprakelijkheid t.a.v. onvolledigheden of wijzigingen kan niet worden aanvaard.

Inhoud

1. Inleiding	04
2. Strategie	06
3. Over Apeldoorn	08
4. Meerjarenafspraken	10
5. Doelgroepen	12
 Activiteiten 2023	 14
1. Marketingcommunicatie	16
2. Gastheerschap en evenementen	18
3. Congresacquisitie	20
4. Aanbodontwikkeling buitengebied	23
5. Gebiedsontwikkeling binnenstad	24
6. Economische profilering	26

1. Inleiding

De groene en royale hoofdstad van de Veluwe

Als Apeldoorn Partners bewaken en versterken wij het 'merk' Apeldoorn. We zorgen ervoor dat je in Apeldoorn wil zijn, terugkomen en blijven. We werken aan de zichtbaarheid en ontwikkeling van de stad én de dorpen. Dat doen we door vernieuwend en imagoversterkend leisure aanbod te ontwikkelen voor bewoners, bezoekers en bedrijven in (binnen)stad en buitengebied. Maar ook door de juiste verhalen te vertellen en vol in de spotlight te zetten.

We trekken met ons onderscheidend vermogen als groene en royale hoofdstad van de Veluwe en onze bijzondere locaties, grote, groene congressen naar de stad en verhogen zo de bestedingen bij onze zakelijke ambassadeurs. We richten ons daarbij op nieuwe doelgroepen die we nodig hebben om als stad vitaal te blijven en die ons helpen de stad te vormen.

We zoeken verbinding met lokale partners; van onderwijs en overheid tot ondernemers groot tot klein. Want samen met die partners máken wij de stad. Onze ambitie is groot: van groenste stad van Nederland willen we in 2030 de groenste stad van Europa zijn. Met niet alleen de meeste vierkante meters groen, maar ook met innovatieve groene woonprojecten, toekomstbestendige en vernieuwende PlanetProof bedrijven en winkeliers, festivals en events.

We willen een proeftuin zijn als het gaat om verstedelijking versus vergroening. Een stad die nu, maar in de toekomst nog meer bekend staat om haar bijzondere koninklijke verleden, cultuur, kunst, natuur en innovatieve groene ambitie. Waarom is dat belangrijk? Omdat we er alleen zo voor kunnen zorgen dat Apeldoorn ook in de toekomst een fijne stad blijft om in te wonen, te bezoeken en te werken. We moeten hard werken om ons voorzieningenniveau op peil te houden. Daar is een gezamenlijke visie en lobby vanuit de stad voor nodig. Zo spreken we één taal en vertellen we één verhaal. Apeldoorn als groene en royale hoofdstad van de Veluwe, green capital of Europe.



2. Strategie

Visie

Apeldoorn Partners staat voor het vermarkten en ontwikkelen van Apeldoorn als 'royale en groene hoofdstad van de Veluwe' voor bewoners, bezoekers, bedrijven en congressen met als doel de lokale economie te versterken.

Missie

Door middel van strategische en integrale citymarketing verbeteren we het imago van Apeldoorn en trekken we nieuwe doelgroepen aan om de economie en het leefklimaat te versterken. We ontwikkelen en vermarkten Apeldoorn op de domeinen wonen, werken en vrije tijd. Deze drie domeinen zijn van invloed op het imago van een stad. Door aan deze knoppen te draaien, zorgt Apeldoorn Partners, samen met haar stakeholders, voor een congruent en sterk beeld van Apeldoorn dat de benodigde doelgroepen naar de stad trekt.

Merkbelofte

Apeldoorn is de royale, groene hoofdstad van de Veluwe. Hier vind je in oppervlakte de ruimte om te leven, te werken, te proberen en te groeien. Van oorsprong is Apeldoorn al een plek waar mensen naar toe komen om te ontspannen en in de natuur te zijn. De koninklijke historie is zichtbaar en voelbaar in de stad, maar 'royaal' gaat verder dan dat. Het staat voor groots, wijds, luxe, ruimtelijk en gastvrij. 'Groen' vertegenwoordigt meer dan natuur alleen: het is onze belofte aan inwoners en toekomstige bewoners van Apeldoorn koploper te willen zijn op het gebied van duurzaamheid, klimaat en energietransitie. Apeldoorn staat op nummer 1 in de lijst van groenste steden van Nederland (in oppervlakte groen, volgens CBS).

Onze rol

- Regisseur van het gezamenlijke verhaal;
- Hoeder van het stadsmerk;
- Lobby richting gemeente voor een gezamenlijke, centrale ambitie en integrale strategie;
- Opstarten economische profilering;
- Betrekken ondernemers, onderwijs, maatschappelijke partners;
- Vermarkting van Apeldoorn als Groene en Royale hoofdstad van de Veluwe;
- Aanbodontwikkeling binnenstad en buitengebied;
- Aquisitie op imagoversterkende congressen;
- Zorgen voor een gastvrije ontvangst in de stad (wayfinding, routes etc.);
- Coördinatie evenementenbeleid (imagoversterkende evenementen).





3. Over Apeldoorn

Apeldoorn is de royale, groene hoofdstad van de Veluwe. Een stad waar alle ruimte is om lekker te leven, te werken, te ondernemen, en vooral te genieten. Van de prachtige natuur bijvoorbeeld; in koninklijke bossen, op de uitgestrekte Veluwe, in één van de stadsparken, of gewoon in je eigen, ruime (dak)tuin. Hier is alle ruimte.

Maar er is meer dan natuur om je zintuigen te prikkelen. Zoals het indrukwekkende koninklijk verleden, dat nog door heel de stad zichtbaar is. Door Paleis Het Loo, met zijn indrukwekkende 17e-eeuwse paleistuinen, maar ook door het Kroondomein, het koninklijke lanenstelsel, het spoor en het kanaal. Of ontdek de grote binnenstad, waar je voor alles terecht kan; kleine boetiekjes, grote winkelketens, terrassen, koffiebarretjes en – voor wie goed kijkt – prachtige jugendstilgevels en gebouwen.

Een best jonge stad, die eind 1600 pas echt gevormd werd door de komst van koninklijke bewoners en gasten en de groei van de papierindustrie. Nog steeds komen mensen hier voor de ultieme combinatie van rust, natuur en een levendige grote stad.

Nu al de groenste stad van Nederland, met de meeste vierkante meters groen. In de toekomst groenste stad van Europa. Hier wil je niet meer weg. En dat hoeft ook niet. We bieden je alle ruimte om te groeien, te werken of te ondernemen. Of je nu net begint, bouwt aan een bedrijf voor jezelf of werkt voor een van de vele werkgevers in Apeldoorn. Klein of groot, innovatief en met aandacht voor de planeet. Fietsend naar je werk, maar ook in een uurtje in de randstad. Je vindt het hier. Wat wil je nog meer?

4. Meerjarenafspraken

Meerjarenafspraken met gemeente

- In 2025 staat Apeldoorn bekend als royale, groene hoofdstad van de Veluwe;
- De bewonerstevredenheid in kaart brengen (O-meting in 2022) en instrumenten en acties ontwikkelen en inzetten om deze tevredenheid te laten stijgen. Hierbij wordt ook gekeken naar het imago van Apeldoorn bij potentiële bewoners. We gebruiken hiervoor het onderzoek van Hendrik Beerda;
- Verbinden van de binnenstad van Apeldoorn met de Veluwe en de kernwaarden royaal en groen;
- Het toeristisch aanbod in het buitengebied toekomstbestending maken én houden;
- De rol van citymarketing in het ontwikkelen van de arbeidsmarkt van de toekomst vormgeven.

KPI's 2025

- Imago: door middel van enquêtes onder 2000 inwoners van Apeldoorn (liefst Kosmopolieten en Post Materialisten) meten we hoe groen Apeldoorn ervaren wordt. In 2023 O-meting via Motivaction;
- Wonen: we meten de bewonerstevredenheid aan de hand van het onderzoek van Hendrik Beerda. In 2021 wordt Apeldoorn door eigen inwoners gewaardeerd op een positie 13. In 2030 wil Apeldoorn op positie 10 staan;
- Werken: Apeldoorn stijgt van de 13e plek in 2022 naar de 10e plek in 2030 op 'economische toplocaties' van Nederland (Bureau Louter);
- Vrije tijd: Apeldoorn scoort volgens Hendrik Beerda in 2021 de 22e plek als het gaat om de intentie onder volwassenen om de stad te bezoeken. In 2030 willen we gestegen zijn naar de 17e plek.

Focus 2023

In 2023 gaan we nog meer doelgroepgericht denken. Onze marketingactiviteiten en aanbodontwikkeling wordt steeds scherper afgesteld op imagoversterking van Apeldoorn als groene en royale hoofdstad van de Veluwe.

Apeldoorn Partners zet zich steeds meer in als strategisch partner en hoeder van het merk Apeldoorn. In 2023 zetten we ook de eerste stappen in de economische positionering van Apeldoorn.



5. Doelgroepen

Om in de toekomst vitaal te blijven, een aantrekkelijk vestigingsklimaat te houden en de vraag op de arbeidsmarkt het hoofd te blijven bieden, is het noodzakelijk om de focus te leggen op het aantrekken van nieuwe doelgroepen. Dat lukt niet alleen met marketingcommunicatie. Daarvoor zullen we de stad ook moeten ontwikkelen op wonen, werken en vrije tijd. Het is noodzakelijk woningen te bouwen voor nieuwe doelgroepen, aanbod op horeca, winkels, cultuur en openbare ruimte te creëren voor jongeren en aantrekkelijke banen, stages en een leuke studententijd te bieden.

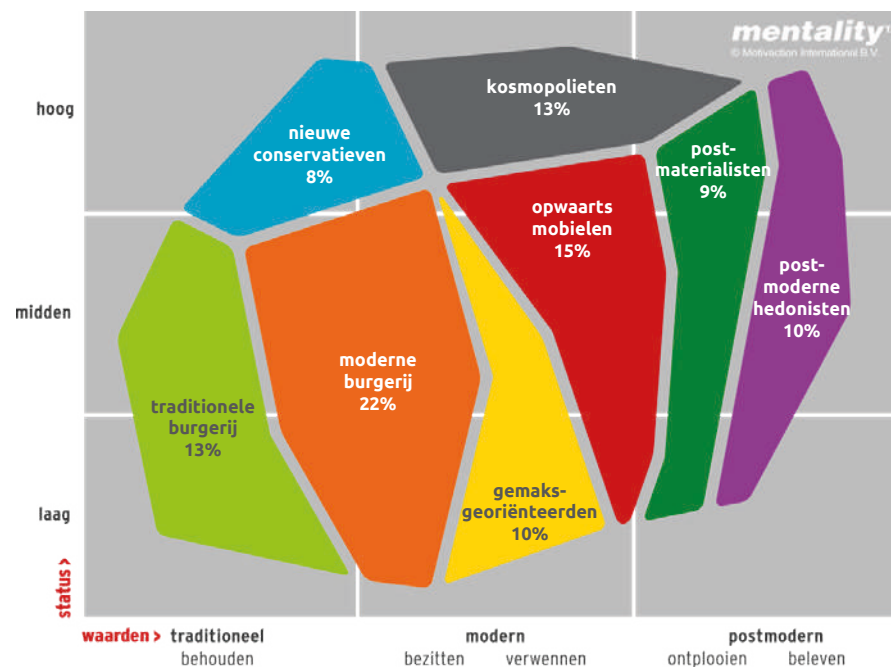
Apeldoorn Partners richt zich in al haar activiteiten en uitingen de komende jaren op de Postmaterialist en Kosmopoliet uit het Mentality model van Motivaction: we kiezen bewust voor deze doelgroepen omdat ze passen bij het DNA van Apeldoorn maar ook omdat deze doelgroepen uithuizig zijn, graag in de stad wonen en besteden, houden van cultuur en nieuwe dingen beleven. Ook houden ze van het groen dat Apeldoorn biedt.

De postmaterialist

Dit is iemand die idealistisch is ingesteld en geïnteresseerd is in politiek. Milieu, andere culturen en gelijkwaardigheid zijn belangrijk in het leven. Verantwoord leven is belangrijk: zonder verspilling, winstbejag en zonder aantasting van het milieu. Ze zijn geïnteresseerd in kunst en cultuur en in een meer 'huiselijke' vorm van vrijetijdsbesteding. Het gezinsleven is vaak hecht, maar niet ingericht volgens traditionele patronen.

De kosmopoliet

Kosmopolieten hebben ambitie (hard werken en hogerop komen), een behoefte aan zelfontplooiing en sociale betrokkenheid. Ze willen nieuwe ervaringen en kennis opdoen. Hun leefstijl is actief en veelzijdig, met een brede interesse voor kunst en cultuur. Werken is belangrijk voor groei en maatschappelijke erkenning. Ook activiteiten die in de vrije tijd staan in het teken van persoonlijke ontplooiing. Ze hebben veel sociale contacten.





Activiteiten 2023

Zes werkgebieden

- 1. Marketingcommunicatie**
- 2. Gastheerschap en evenementen**
- 3. Congresacquisitie**
- 4. Aanbodontwikkeling buitengebied**
- 5. Gebiedsontwikkeling Binnenstad**
- 6. Economische profilering**

Marketingcommunicatie

Focus 2023

Wij werken door middel van strategische citymarketing aan de promotie van Apeldoorn als de groene en royale hoofdstad van de Veluwe. In de etalage zetten we al het aanbod dat aansluit bij de merkwwaarden en wat imagoversterkend is. Daarnaast werken we als hoeder van het stadsmerk in samenwerking met alle partners en stakeholders.

Citymarketing

- Corporate communicatie;
- Ontwikkelen offline en online (massamediale) campagnes (vb. radio en tv);
- Actieve PR en persbewerking;
- Ontwikkelen en uitvoeren contentstrategie, creatie en productie (foto, film, socials);
- Opleveren nieuwe website;
- Ontwikkelen en organiseren van merkworkshops voor partners en stakeholders;
- Onderzoek uitvoeren voor O-meting imago Apeldoorn.

Gastheerschap en evenementen

- Productie Apeldoorn brochure voor bezoekers;
- Promotie evenementen en uittips;
- Promotie Apeldoorn Stories.

Congressen

- Online promotie (social media, nieuwsbrief, google adwords);
- Offline promotie (advertenties);
- Inzetten van PR activiteiten;
- Opleveren van een congresbrochure.

Aanbodontwikkeling buitengebied

- Promotie aanbodontwikkeling (o.a. boomkroonjuwelen);
- Inzetten online wervingscampagne jongeren horeca;
- Ontwikkelen campagne promotie dagattracties.

Binnenstad

- Interne communicatie ondernemers;
- Externe communicatie;
- Ontwikkelen campagnes;
- Online promotie;
- Ontwikkelen middelen (fotografie, videografie).



Gastheerschap

Focus 2023

Apeldoorn heet haar bezoekers op vele verschillende manieren welkom. Met excellent en integraal gastheerschap kun je écht het verschil maken om de bezoeker op uniforme en verrassende wijze welkom te heten.

Basis op orde

- Ontwikkelen stadswandeling 'Groen en Royaal';
- Ontwikkelen ARA Training 'Groen en Royaal';
- Organiseren merkworkshops en creatieve sessies;
- Upgraden bestaande Tourist Information Points;
- Organisatie en coördinatie van 30 cityshosts.

(Online) innovatie

- Borgen, bewaken en uitbreiden van Apeldoorn Stories;
- Ontwikkelen van min. drie nieuwe Apeldoorn Stories;
- Aansluiten partners content uitagenda op nieuwe website;
- Uitrollen nieuwe digitale outdoor middelen.

Uitrol Toeristische Informatie Punten

- Onderzoek uitbreiding gastheerschapdisciplines bij ondernemers;
- Onderzoek haalbaarheid citystore Apeldoorn (wonen, werken, vrije tijd).

Evenementen

Focus 2023

Evenementen hebben een belangrijke rol in het verlevendigen van Apeldoorn voor inwoners en het aantrekken van nieuwe doelgroepen. Daarnaast leveren ze een bijdrage aan de gewenste positionering van de stad.

Integraal meerjarenbeleid

- Opleveren integrale notitie meerjarenvisie evenementen;
- Ondersteuning gemeente Apeldoorn en organisatoren bij ontwikkelen nieuw beleid;
- Adviseren college van B&W inzet evenementensubsidies;
- Opleveren evenementenprogramma;
- (Door)ontwikkeling van on brand-events;
- Ondernemers aansluiten in denktanks op focusthema's.

Onderzoek en kennisdeling

- Organiseren netwerkborrel;
- Organiseren min. twee workshops voor evenementensector (o.a. verduurzaming);
- Promotie evenementenprogramma versterken;
- Onderzoek naar bereik en doelgroepen in de Apeldoornse evenementensector.

Frontdeks Organisatie

- AP is eerste loket voor organisatoren en in lead voor jaarprogramma evenementen;
- Afstemming met diverse stakeholders (APV-vergunningen, CMA, wijken dorpsraden over jaarprogramma;
- Volgen van trends en ontwikkelingen evenementenbranche;
- Doorvoeren kwaliteitsverbetering van het evenementenprogramma met min. rapportcijfer 7 (zie MPB);
- Vervullen netwerkfunctie;
- Vergroten zichtbaarheid evenementen via acquisitie (welkomborden, rolvitines).

3

Congresacquisitie Focus 2023

Samen met partners en ondernemers halen wij congressen en zakelijke events naar Apeldoorn en vergroten wij de bekendheid van Apeldoorn als congresstad. We richten ons op congressen, evenementen en of conferenties van minimaal 50 personen. De congressen waar we ons op focussen zijn duurzame congressen, toonaangevend in de energietransitie, klimaat, duurzaamheid of circulaire economie.

- Acquisitie op imagooversterkende congressen;
- Bewaken van het merk Apeldoorn als duurzame congreslocatie;
- Lobby bij gemeente voor inzet op congresacquisitie;
- Relatiebeheer ambassadeurs AP;
- Behandelen salesaanvragen;
- Vertegenwoordigen van de stad en ambassadeurs op de beurs Eventsummit;
- Organiseren van min. twee evenementen.





Aanbodontwikkeling buitengebied

Focus 2023

4

Het buitengebied van Apeldoorn is met de Veluwe natuur, een hoge attractiedichtheid en vele dorpen de grote (toeristische) trekpleister van Apeldoorn. Samen met toeristische ondernemers en stakeholders, bundelen we krachten om te werken aan duurzaam toeristische aanbodontwikkeling om het economisch klimaat in Apeldoorn te versterken.

1. Strategie en onderzoek

- Onderzoeken haalbaarheid vitaliteitsscan Apeldoornse vrijetijdssector;
- Ambassadeurs aansluiten in denktanks op focusthema's.

2. Natuurbelevingen buitengebied

- Realiseren project boomkroonjuwelen;
- Aanjagen aanbodontwikkeling (o.a. Koninklijke Veluwe, RLF en Veluwe belevingsgebieden);
- Onderzoek naar een duurzame wildbeleving;
- Ontwikkelen van min. één Apeldoorn Storie in buitengebied.

3. Veluwebeleving in de binnenstad

- Onderzoeken belevingsconcepten voor verbinding binnenstad en buitengebied.

4. Ondernemerschap & gastheerschap

- Onderzoek naar Apeldoorn als 'leisure valley' en inspireren jongeren voor een opleiding/baan in de sector;
- Belangenbehartiging ambassadeurs en ondernemers;
- Verbeteren communicatie gemeentelijke en provinciale thema's;
- Organiseren van min. twee netwerkmomenten en onderzoek animo inspiratietour.

Gebiedsontwikkeling binnenstad

Focus 2023

De Stichting Centrummanagement Apeldoorn is in het leven geroepen voor een leefbare en bruisende binnenstad. De stichting wil Apeldoorn economisch versterken voor bezoekers aan de stad- met tegelijkertijd oog voor de bewoners van de binnenstad.

1. Betrokken en effectieve vereniging CMA

- Focus op enerzijds de 'Winkeliersvereniging CMA (kort-cyclisch)' en anderzijds op 'Ondernemer Stadspark (lang-cyclisch)';
- Organiseren ondernemersbijeenkomsten;
- Stimuleren en ondersteunen straat- en pleinplannen van ondernemers;
- Optimaliseren gebruik van Chainels tot binnenstadscommunity.

2. Ondernemerfonds voor evenementen en activiteiten

- Inzetten en (door)ontwikkelen sfeerversterkende activiteiten (o.a. sfeerverlichting, hanging baskets, Buitenmuseum, Wintersferen).

3. Successtrategie voor de Binnenstad

- Transitie management en bijdragen integrale ontwikkelopgave i.s.m. gemeente Apeldoorn.

4. Openbare ruimte en infrastructuur

- Ontwikkeling excellente fietsgastvrijheid, wayfinding en routing;
- Aandacht voor gebiedsontwikkeling en mobiliteit/bereikbaarheid.

5. Aanbodontwikkeling

- Ontwikkeling binnenstad; conceptbelevingen Northen Lights, vitaliteitsagenda en 'software' (programma);
- Versterken aanbod ondernemers, vrijetijdseconomie, woonopgaven; acquisitie en i.s.m. gemeente Apeldoorn.

6. Kennis en data

- Kennisontwikkeling CMA;
- Verzamelen data Bruto Binnenstad en ontwikkeling binnenstad dashboard.



Economische profilering

In 2023 verkent de gemeente Apeldoorn of de economische profilering bij Apeldoorn Partners komt te liggen. In februari is er een eerste bijeenkomst geweest op dit thema met het Strategisch Netwerk. Indien Apeldoorn Partners de opdracht krijgt zal dat betekenen dat de organisatie uitgebreid moet worden met specialisten en extra financiering voor uitingen.

6





äpeldoorn
partners