

2026 UCI Para Cycling Track World Championships

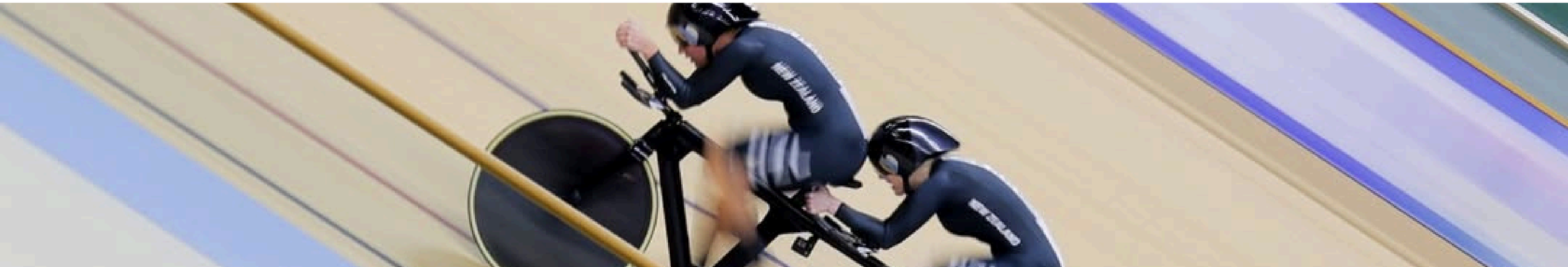
oktober 2026

apeldoorn partners

Aanleiding

Van 29 oktober tot en met 1 november 2026 vormde Omnisport Apeldoorn het decor voor het UCI Para Cycling Track World Championships. Tijdens dit internationale wereldkampioenschap kwamen para-wielrenners uit verschillende landen naar Apeldoorn om te strijden om de wereldtitels.

Een internationaal sportevenement als dit biedt niet alleen een podium voor topsport, maar ook een mooie kans om Apeldoorn nationaal en internationaal onder de aandacht te brengen. Voor Apeldoorn Partners lag hier een belangrijke rol: de zichtbaarheid van het evenement vergroten, inwoners en bezoekers enthousiasmeren en de verbinding leggen tussen het WK en het toeristische aanbod van de stad.





De opdracht

Apeldoorn Partners zette haar citymarketingkanalen, communicatieplatforms en samenwerkingsnetwerk in om het WK te verbinden aan Apeldoorn als gaststad én bestemming.

De aanpak was opgebouwd rond drie pijlers: profileren, activeren en verleiden tot verblijf. Niet alleen het evenement zelf stond centraal, maar juist ook de mogelijkheid om bezoekers kennis te laten maken met alles wat Apeldoorn te bieden heeft.

Door samen te werken met de WK-organisatie, de gemeente Apeldoorn, lokale mediapartners en toeristische ondernemers werd het evenement via verschillende kanalen en op verschillende momenten onder de aandacht gebracht.



Doelstellingen

- Profileren: Apeldoorn herkenbaar positioneren als gaststad van een internationaal topsportevenement.
- Activeren: inwoners en bezoekers informeren en enthousiasmeren voor het WK en de bijbehorende side-events.
- Verleiden tot verblijf: bezoekers inspireren om naast het WK ook Apeldoorn en het lokale vrijetijdsaanbod te ontdekken.

Opgeleverd resultaat

Apeldoorn Partners heeft het WK via een brede citymarketingaanpak onder de aandacht gebracht. De inzet was zichtbaar op de eigen communicatiekanalen, bij toeristische informatiepunten, op digitale schermen in de stad en via de communicatie van de WK-organisatie.

Apeldoorn zichtbaar als gaststad
Om Apeldoorn herkenbaar te positioneren, is een communicatietoolkit samengesteld met beeldmateriaal, een promotiefilm, het stadslogo en tekstfragmenten. Deze materialen zijn beschikbaar gesteld aan de WK-organisatie voor gebruik in de eigen communicatie.
Daarnaast is afgestemd over de positionering van Apeldoorn in de communicatie rondom het WK. Ook zijn lokale mediapartners betrokken en is het evenement onder de aandacht gebracht via onder andere LinkedIn, de Apeldoorn Zuidkrant en regionale evenemententips.

Inwoners en bezoekers geactiveerd
Via Uit in Apeldoorn is een evenementpagina gerealiseerd met praktische bezoekersinformatie. Ook de Pumptrack Tour Finale, een side-event rondom het WK, kreeg een eigen evenementpagina en aanvullende promotie via Instagram.

Daarnaast is ingezet op zichtbaarheid in de stad. Het WK was te zien op de narrowcastingschermen bij vijf toeristische informatiepunten en op vijftien digitale schermen verspreid door Apeldoorn. Via Instagram is bovendien een winactie georganiseerd waarbij vijf keer twee toegangskaarten werden weggegeven.
Ook toeristische ondernemers zijn via CityConnect geïnformeerd over het evenement, zodat zij het WK konden meenemen in hun eigen communicatie richting gasten en bezoekers.



Bezoekers inspireren om Apeldoorn te ontdekken
Een belangrijk onderdeel van de aanpak was het verbinden van het WK aan het toeristische aanbod van Apeldoorn. Via de WK-website werd een koppeling gemaakt naar Uit in Apeldoorn, waar bezoekers naast praktische informatie ook inspiratie en verblijfstips konden vinden. Deze informatie was beschikbaar in het Nederlands en Engels.

Ook in de nieuwsbrief en ticketcommunicatie van de WK-organisatie werd naar deze bezoekersinformatie verwezen. Hierdoor kwamen bezoekers al vóór hun aankomst in Apeldoorn in aanraking met het lokale vrijetijdsaanbod.

Tijdens de eerste wedstrijddag zijn daarnaast cityguides verspreid in Omnisport Apeldoorn, zodat bezoekers ook op locatie inspiratie konden opdoen voor hun verblijf in de stad.

Ook de organisatie en crew zijn ondersteund met praktische informatie over accommodaties, restaurants en andere voorzieningen in Apeldoorn.

Bereikcijfers

De inzet van de verschillende marketing- en communicatiekanalen zorgde voor zichtbaarheid van het WK onder zowel inwoners, bezoekers als het zakelijke netwerk van Apeldoorn.

Instagram

- De Instagram-post over het WK behaalde een bereik van 14.200.
- De Instagram Stories werden gemiddeld door circa 1.200 mensen bekeken.

LinkedIn

- Het bericht van 18 juni, waarin Apeldoorn vooruitblikte op een reeks internationale sportevenementen, behaalde 735 impressies en bereikte 508 LinkedIn-leden. Het bericht leverde 23 interacties op.
- Het bericht van 21 oktober, met de aankondiging van het wereldkampioenschap baanwielrennen in Apeldoorn, behaalde 1.208 impressies en bereikte 880 LinkedIn-leden. Dit bericht leverde 56 interacties op.
- Op 30 oktober is daarnaast een bericht van de gemeente Apeldoorn over het WK gedeeld. Dit oorspronkelijke gemeentelijke bericht behaalde 127 reacties, vier commentaren en drie reposts.

Website Uit in Apeldoorn

- De evenementpagina over het WK, aangemaakt op 27 januari 2026, behaalde 375 paginaweergaven.
- De gemiddelde engagementduur op de pagina bedroeg 22 seconden.

Naast het online bereik was het WK ook zichtbaar via de vijf toeristische informatiepunten, vijftien digitale schermen in de stad, lokale media en de communicatiekanalen van de WK-organisatie.

Conclusie

Met de inzet rondom het UCI Para Cycling Track World Championships heeft Apeldoorn Partners bijgedragen aan de zichtbaarheid van Apeldoorn als gaststad van een internationaal topsportevenement. Door citymarketing, publiekscommunicatie en toeristische promotie met elkaar te verbinden, is niet alleen aandacht gegenereerd voor het WK, maar is ook het bredere aanbod van Apeldoorn onder de aandacht gebracht bij bezoekers.

Hiermee is het evenement benut als een kans om Apeldoorn als sportieve, gastvrije en aantrekkelijke bestemming te profileren.




apeldoorn
partners
STAATS LOTERIJ
Rabobank
KALAS
The Netherlands
USA
TOYOTA