

# EDGE MARKETING

## ACTIVITEITENPLAN 2020

8 april 2020

### Inhoudsopgave

1. Inleiding	2
2. Managementsamenvatting	2
3. Ambities voor 2020	3
4. Coalities & partnerschappen	5
5. Pijlers	5
5.1. Food	5
5.2. Veluwe	6
6. Activiteitenoverzicht 2020	6
6.1. Marketing & communicatie	6
6.2. Expertisecentrum	9
6.3. Collectief accountmanagement	10
6.4. Gastheerschap	10
6.5. Evenementenloket	11
7. Eigen organisatie	12
8. Begroting	12
Bijlage 1 – Overzicht activiteiten en communicatiekalender 2020	13

## 1. Inleiding

2019 stond voor Ede Marketing in het teken van de inrichting van de organisatie, opzet van de eerste campagnes en het begin van de uitwerking van een citymarketingstrategie. In maart werd Stichting Ede Marketing formeel opgericht. Deze kreeg als taken vermarkten van het merk Ede bij (potentiële) bewoners, bedrijven en bezoekers, collectief accountmanagement, inrichting van een evenementendesk, invulling van het gastheerschap en expertise verlening.

Daarnaast werd een kernteam samengesteld voor de opstartfase. Nadat de huisstijl en corporate website waren ontwikkeld werden de eerste consumenten kanalen gelanceerd, waaronder de website [bezoek-ede.nl](http://bezoek-ede.nl). Verder werkten wij aan de opbouw van ons relatienetwerk in Ede.

In nauwe samenspraak met gemeente en andere overheidsorganen, bedrijven, bewoners, bestuur en andere stakeholders werken wij aan een strategie om het imago en de concurrentiekracht van Ede te versterken, waardoor de stad meer bewoners, bezoekers, bedrijven en kennis aantrekt of blijft aantrekken. Doel is om wezenlijk bij te dragen aan de ontwikkeling van een vestigingsklimaat dat de ambities rond Foodvalley ondersteunt.

Citymarketing wil de potentie van een regio maximaal en in de volle breedte benutten. Hoe wij daarmee in 2020 aan de slag gaan, vanuit de pijlers Veluwe en Food, leest u hieronder. Echter, citymarketing gaat ook over behoud van wat goed is en respect voor het eigene van de regio. En dat Ede al veel te bieden heeft moge duidelijk zijn – volgens de Atlas Nederlandse Gemeenten 2017 is Ede zelfs de gemeente met de gelukkigste inwoners van Nederland.

Komend jaar worden de speerpunten van het citymarketingbeleid verder vertaald naar on- en offline activiteiten en producten. Daarnaast werken we verder aan ons netwerk en onze organisatie en gaan wij aan de slag met onze functie als aanjager voor samenwerking en innovatie. Hierbij presenteren wij u ons activiteitenplan voor 2020. Wij kijken uit naar een productief nieuw jaar waarin we Ede, door samenwerking met onze relaties, verder op de kaart zetten als een aantrekkelijke plek om te wonen en werken.

## 2. Managementsamenvatting

In 2020 staat samenwerking voor Ede Marketing centraal. Er komen mogelijkheden om te partneren voor kleine en grote organisaties. Denk aan de ene kant van het spectrum aan budgetvriendelijke pakketten die kleinere partijen inkoopvoordeel en expertise bieden, aan de andere kant van het spectrum strategische coalities bijvoorbeeld rondom het WFC terrein, of gezamenlijke communicatiecampagnes en ontwikkeling en distributie van content. Zo wordt de basis voor het positioneren van Ede breder en ontstaat er daarnaast een steviger financiële basis voor Ede Marketing.

Omdat onze coalities en samenwerkingen altijd gericht zijn op de ondersteuning van de profilering van Ede en versterking van het vestigingsklimaat van gemeente Ede in haar geheel, gelden ook hier de pijlers food en Veluwe als vertrekpunt.

Eind 2020 zullen we een door partners ondersteunde meerjarenstrategie opleveren, waar Ede Marketing tot en met 2025 op kan voortbouwen.

Voor het laden en verstevigen van het merk Ede haakt Ede Marketing in op de thema's food en/of Veluwe. In onze campagnes gaan wij Edese evenementen en andere activiteiten clusteren in subthema's (zoals transitie van de landbouw, actief beleven van de Veluwe via bijvoorbeeld MTB of militaire historie). Deze aanpak verhoogt de attentiewaarde van deze activiteiten en draagt bij aan de positionering van Ede.

Voor de opbouw van ons persnetwerk gaat Ede Marketing verder op de ingeslagen weg van 2019. Wij bouwen verder aan onze eigen kanalen voor consumenten en voor bedrijven en relevante stakeholders. Hiertoe ontwikkelen wij kwalitatief goede content - waar mogelijk in co-creatievorm - en gaan we de site Bezoek-Ede.nl en onze overige online kanalen verder ontwikkelen.

We streven met onze activiteiten naar een toegenomen bewustzijn van de aantrekkelijkheid van leven, werken en verblijven in Ede onder de inwoners van Ede.

Het evenementenloket ondersteunt evenementorganisatoren met on- en offline zichtbaarheid en bouwt verder aan haar dienstverlening onder meer door een toolkit voor evenementorganisatoren beschikbaar te maken.

Onze gastheer functie verstevigen wij met tenminste drie extra VVV-Informatiepunten en een overall toegenomen fysieke zichtbaarheid in Ede in de openbare ruimte.

Het expertisecentrum breidt haar activiteiten uit, o.a. in de vorm van bijeenkomsten en workshops, maar ook door het inschakelen van mystery shoppers

Nu er meer zicht is op het tijdsbeslag van processen gaan wij zoals gepland het team iets anders inrichten, waardoor de continuïteit van onze werkprocessen beter wordt geborgd terwijl de organisatie toch wendbaar blijft.

### 3. Ambities voor 2020

Ede behoort tot Nederlands grootste gemeenten qua grondgebied. Veel inwoners voelen zich nauw verbonden met de regio en zijn diepgeworteld in Ede. Wij kunnen bogen op een prachtige natuur met veel biodiversiteit en een rijke geschiedenis waar zowel inwoners als bezoekers van genieten. Internationale toppers als het Kröller-Müller Museum en het Nationaal Park De Hoge Veluwe geven extra glans aan Ede.

Daarnaast is Ede de thuisbasis voor veel toonaangevende spelers op het gebied van kennis en ontwikkeling van voeding. Denk aan Nizo, ziekenhuis Gelderse Vallei, Koninklijke De Heus en nog vele andere organisaties van groot tot klein. De ontwikkelingen i.s.m. Foodvalley, het Edese voedselbeleid en het World Food Center trekken nu al internationale aandacht en kunnen rekenen op ondersteuning en interesse vanuit Den Haag, Brussel, maar ook bijvoorbeeld vanuit het wereldvoedselprogramma van de Verenigde Naties. Wij zijn verheugd dat de gemeente afgelopen maart groen licht gaf voor de realisatie van de WFC Experience.

Al deze unieke kwaliteiten die Ede te bieden heeft voor (potentiële) bewoners, bedrijven en toeristen gaan wij buiten - en binnen - Ede voor het voetlicht brengen. Om onze uitgangspositie te verstevigen en uit te bouwen is het van belang dat het merk Ede meer bekendheid krijgt en gaat fungeren als verbindend merk naast de individuele dorpen, activiteiten en instellingen. Het merk Ede willen we gaan uitdragen en laden in nauwe samenwerking met andere partijen, want Ede Marketing kan (en wil) dat niet alleen.

Die samenwerking krijgt vorm vanuit de inhoud – in de vorm van gezamenlijke activiteiten en initiatieven – en op het gebied van communicatie. Voorbeelden van dat laatste zijn gezamenlijke campagnes, het delen van netwerken, content en communicatiekanalen.

Samengevat staan in 2020 centraal het vergroten van het bereik, het laden van het merk op een passende wijze en de opbouw van partnerschappen. Kijkend naar ons doel en onze taken zijn de doelstellingen voor 2020:

### **Partners**

- Een uitgewerkte partnerstrategie 2021-2025 met als resultaat minimaal drie partnermodellen rond thema's die de profilering van Ede ondersteunen en wezenlijk bijdragen aan het vestigingsklimaat.

#### **Merk en bekendheid**

- Laden van het merk Ede en vergroten van de bekendheid bij relevante doelgroepen.  
In 2019 is net als in 2016 een meting uitgevoerd door Hendrik Beerda Consultancy. Met het oog op de fase waar Ede Marketing zich in bevindt staat de vervolgmeting gepland voor 2021;
- Toegenomen trots ofwel bewustzijn van de aantrekkelijkheid van Ede voor bewoners, bedrijven en toeristen onder de inwoners van Ede. Een van onze belangrijkste stakeholders is immers de Edenaar;  
Deze doelstelling wordt niet alleen beïnvloed door de activiteiten van Ede Marketing en laat zich lastig kwantificeren. In 2018 is een eerste meting gedaan door de gemeente Ede in het bewonerspanel. Met ingang van 2020 zal deze meting jaarlijks plaatsvinden.

### **Communicatie en verbinding in regio Ede**

- Een uitgewerkte online strategie voor de Bezoek-Ede site die uitmondt in tenminste 100.000 unieke bezoekers van consumentensite [bezoek-ede.nl](http://bezoek-ede.nl). Dit is vrijwel een verdubbeling t.o.v. de 53.000 bezoekers in 2019 (17.000 in 2017).
- Gemeten toename van internationale gerichtheid onder het Edese bedrijfsleven, in het bijzonder het toeristisch mkb in de vorm van gezamenlijke initiatieven gericht op de internationale markt;
- Gemeten exposure van onze campagnes in communicatiekanalen van derden. In het opstartjaar 2019 is nog weinig ervaring is opgedaan met de effecten van contentdistributie en exposure via externe kanalen. We koppelen in Q-2 kwantificeerbare doelstellingen aan deze doelstelling voor 2020;
- Lancering van een Engelstalige en Duitstalige (deel)site voor bezoekers;
- Gemeten versterking van onze gastheer functie door een groei van 5 naar 8 VVV-Informatiepunten;

- Uitbreiding van de informatiesite bezoek-ede.nl, waarmee we de verbinding tussen de diverse kernen binnen gemeente Ede faciliteren en onze gastheer functie versterken.

## 4. Coalities & partnerschappen

In 2020 heeft Ede Marketing de opgave om co-financiering op te halen vanuit partnerships en andere financieringsbronnen. Momenteel werken wij aan een plan voor diverse partnermodellen, dat in maart beschikbaar is.

Hiervoor bestaan grosso modo drie algemene varianten: het oude VVW-model – alle partijen stappen in als partner voor een relatief laag bedrag -, het servicemodel - dat werkt met verschillende diensten en abonnementen die elk los kunnen worden ingekocht – en partnering op basis van coalities – deze coalities worden ingevuld en samengesteld op basis van het onderwerp.

Voor ons plan gaan we uit van een mengvorm van deze drie varianten. Hiervoor gaan we uit van de kansen en doelgroepen die wezenlijk kunnen bijdragen aan de ontwikkeling van het vestigingsklimaat en die substantiële mogelijkheden voor cofinanciering, bijvoorbeeld rondom placemaking en gebiedsontwikkeling, food en militaire historie. Voor de te smeden coalities gelden de pijlers uit hoofdstuk 5 als vertrekpunt. En voor iedere vorm van partnering geldt het criterium dat deze bijdraagt aan de positionering van Ede.

Zie ook hieronder bij Collectief accountmanagement in hoofdstuk 6.3.

## 5. Pijlers

Ede herbergt een aantal mogelijke invalshoeken om het aantrekkelijke klimaat voor vestiging en bezoek uit te lichten. Voor de positionering van (regio) Ede kiezen wij voor twee duidelijke pijlers die Ede uniek maken. Zo zorgen we dat Ede in de picture komt als een aantrekkelijke, centraal gelegen plek om een bedrijf te vestigen. Om er te komen studeren aan één van de beste hogescholen van Nederland. Maar ook dat het leefklimaat in Ede aantrekkelijk genoeg is om jongeren te kunnen vasthouden of de juiste medewerkers aan te trekken. In een groene omgeving, goed bereikbaar, met volop mogelijkheden voor beweging en gezonde leefstijl, maar waar ook cultureel aanbod beschikbaar is.

Door te focussen op Food en Veluwe onderscheidt Ede zich bij de doelgroepen zoals vermeld in hoofdstuk 5 ten opzichte van andere plaatsen in de regio en in Nederland. Hierbij houden we rekening met de corporate story van de gemeentelijke organisatie.

### 5.1. Food

Het thema Food maakt Ede uniek en speelt in op de actuele wereldwijde voedselvraagstukken rondom voeding en behoefte aan nieuwe kennis en technieken op het gebied van voedsel. Wij rekenen het daarbij tot onze taak om te stimuleren dat bewoners en het lokale bedrijfsleven zich meer betrokken gaan voelen met de aan FoodValley verbonden ambities. Zakelijke evenementen en zakelijk toerisme kunnen

hierbij als aanjager dienen. De placemaking activiteiten in het kader van het WFC zijn hiervoor ook van betekenis.

Het food-thema gaat over kennisintensieve voeding, en dus niet per se over culinaire evenementen en attracties. Wel zetten wij ons in voor een kruisbestuiving tussen culinaire aanbieders en bedrijven in FoodValley waar mogelijk.

## 5.2. Veluwe

Een sportieve levensstijl, bewust omgaan met natuur en voedsel, respect voor en genieten van cultuur en historie en gezamenlijk activiteiten ondernemen: hiermee bereiken wij de doelgroepen die het beste aansluiten bij de essentie van Ede als vestigingsgebied en bij Ede zelf.

Ede biedt volop mogelijkheden actief te genieten van natuur en cultuur op de Veluwe. Vanaf 2020/2021 ontsluit deze groene regio maar liefst 600 km aan wandel-, fiets-, mountainbike- en paardrijroutes in 2020/2021. En dan zijn de 11 klompenpaden nog niet eens meegeteld.

Ook zijn er veel evenementen, is er een sterk aanbod van kunst in de openbare ruimte en natuurlijk zijn het Kröller-Müller Museum en het Nationaal Park Hoge Veluwe belangrijke trekkers.

Ook zijn er veel evenementen, is er een groot aanbod van kunst in de openbare ruimte en natuurlijk zijn het Kröller-Müller Museum en het Nationaal Park Hoge Veluwe belangrijke bezoekerstrekkers.

Daarnaast kent de Veluwe een rijke militaire geschiedenis waar een eigen publiek op af komt, vanuit de gehele wereld.

Al deze elementen geven een extra lading aan diverse routes en andere activiteiten in en om Ede. Het geeft potentiële bezoekers en bewoners een extra reden om juist voor Ede te kiezen.

## 6. Activiteitenoverzicht 2020

Onze activiteiten zijn onder te verdelen in de categorieën:

1. Marketing & communicatie: laden van het merk Ede, gastheerschap en informatievoorziening
2. Expertisecentrum: advisering van gemeente, overheden en partners op het gebied van branding, marketing en marketing intelligence
3. Collectief accountmanagement: verbinden en aanjagen van initiatieven en partijen
4. Gastheerschap: gidsen en inspireren van bezoekers
5. Evenementenloket

## 6.1. Marketing & communicatie

- Gezamenlijk marketingplan  
Wij werken een marketingplan 2020-2022 uit voor recreatief-toeristisch bezoekers aan Ede en omliggende dorpen.

Dit plan wordt ontwikkeld in samenwerking met bedrijven en maatschappelijke organisaties

die net als Ede Marketing een belang hebben bij het positioneren van Ede en de mogelijkheden hebben om inhoudelijk en/of financieel samen te werken. In de communicatiekalender zullen activiteiten op het gebied van militaire historie, wandelen, food, MTB, ruitersport etc. door ons worden geclusterd.

Onze strategie is voor 2020 vooral gericht op de consumenten doelgroepen:

Gezinnen	met kinderen in leeftijd 8-12 jaar
Jongvolwassenen	22 – 35 jaar, vanaf afronding studie t/m net gesettled (maar nog geen kinderen)
Beroepsbevolking HBO+, mid-carrière	bovengemiddelde interesse in actieve bewuste leefstijl, geschiedenis, kunst & cultuur, natuur. 40-45 jaar.

Dit plan wordt opgeleverd in Q1-2020.

Voor de zakelijke markt richten we ons in 2020 op de volgende doelgroepen om tot gezamenlijke activiteiten te komen:

Toeristisch en cultureel MKB inclusief militair historisch erfgoed
Bedrijven, start-ups en instellingen en initiatieven in de FoodValley
Kennisinstituten (WUR, NIZO)

Aandachtspunten bij de invulling zijn: gezamenlijke communicatiecampagnes, mogelijke kruisbestuiving tussen het bedrijfsleven en bedrijfssportcompetities en samenwerking op het gebied van online marketing.

Vanaf Q2-2020 zullen in ieder geval concrete gezamenlijk activiteiten starten met o.a. militaire historie partners.

- Online strategie  
Onze online strategie richt zich in eerste instantie op recreatief-toeristische doelgroepen. Via deze insteek wordt een veel bredere doelgroep bereikt. Immers, de (potentiële) toerist is tegelijk ook een professional, ondernemer, ouder van toekomstige studenten etc.

In 2019 lanceerden wij de eerste versie van [bezoek-ede.nl](http://bezoek-ede.nl). Op dit moment staat een solide basis die in 2020 aangescherpt en uitgebouwd wordt.

Om bezoekers naar de site te genereren, en hen daar ook zo lang mogelijk te houden, is het essentieel om over kwalitatief goede content (bewegend/stilstaand beeld, tekst) te beschikken. Daar zullen we in blijven investeren. In 2020 zetten wij stevig in op de contentontwikkeling. Deze contentcollectie gaan wij samen met ons netwerk opbouwen, zodat de distributie via meerdere kanalen loopt en de kosten door meerdere partijen worden gedeeld (zie ook hieronder bij partnermodellen). Ook wordt gebruik gemaakt van diepe content (langere verhaallijnen), bloggers en andere influencers.

De bezoekerswebsite Bezoek-Ede.nl die momenteel in het Nederlands en (deels) in het Engels beschikbaar is, wordt najaar 2020 uitgebreid met een voorziening voor Duitstaligen.

- **Campagnes**

Evenementen vormen een manier om steeds een koppeling vanuit het thema naar de actualiteit te kunnen maken. Voor onze campagnes zetten wij in op content marketing, campagnes via Google Adwords, LinkedIn en Facebook en pr. Zie voor dat laatste ook hieronder bij 'PR en media'.

Thema: Militaire historie (april/mei)

Wij spelen in op het feit dat we 75 jaar bevrijd zijn door de inzet van influencers, in samenwerking met Visit Veluwe, die extra aandacht zullen genereren voor het aanbod in Ede. Operation Faust en het verhaal rond Fliegerhorst Deelen en Operatie Pegasus bieden goede aanknopingspunten om ook het overige aanbod goed onder de aandacht te kunnen brengen.

In het kader van ons partnerschap met het Kröller-Müller Museum worden de schuilkelders bij het museum in voorjaar 2020 weer opengesteld, aangezien dit in 2019 een succes is gebleken.

Thema: Actief beleven van de Veluwe

In de periode mei t/m juni wordt aandacht besteed aan de lancering van nieuwe paardrijroutes, toewerkend naar het 115 jarig Concours Hippique in Bennekom. Daarnaast worden in het najaar de nieuwe MTB routes gelanceerd en de wandel- en fietsroutes die gekoppeld zijn aan de militaire historie van Ede.

In de samenwerking met het Kröller-Müller Museum is afgesproken om gezamenlijk een concept te ontwikkelen om het verhaal en de geschiedenis van Hélène Kröller-Müller zichtbaar te maken in het gebied. Dit vormgevingsconcept kan naast de mogelijke ontwikkeling van een culturele attractie in de Frisokazerne in 2020 al ingezet worden voor activiteiten in het gebied. Denk bijvoorbeeld aan de ontsluiting van een wandeling die ontwikkeld wordt in Harskamp, de ontsluiting van atelierroutes voor kunstenaars etc.

Thema: Food (februari-maart en oktober)

Speciale aandacht gaat uit naar '40 dagen eten uit eigen streek!'. 100 mensen uit Ede en Barneveld gaan dit najaar de uitdaging aan om alleen nog eten en drinken nuttigen dat afkomstig is uit onze regio.



Ede Marketing ondersteunt dit experiment met een PR-, online en LinkedIn campagne. We volgen het experiment op de voet, belichten knelpunten in de voedseltransitie en doen wekelijks verslag in de vorm van interviews met deelnemers en voedingsdeskundigen o.a. vanuit The Shared Studio. Waar mogelijk wordt samengewerkt met het WFC.

In samenwerking met partners spannen wij ons in om de Wereld Voedsel Week in Ede op te rekken naar een Wereld Voedsel Maand, waarin wekelijks PR-activiteiten worden georganiseerd, die ook online uitgenut zullen worden. Wij hebben hiermee als doel om de betrokkenheid van de bedrijven en studenten aan FoodValley te vergroten en de zichtbaarheid in met name het zakelijk netwerk te vergroten.

- **PR en media**

Komend jaar wordt verder geïnvesteerd in ons netwerk bij de pers. Ook wordt samenwerking gezocht met landelijke mediapartners zoals ANWB, Connexion, Natuurmonumenten etc. Zie verder hieronder bij Partnerships.

Ook maken wij gebruik van influencers met een eigen platform. We gaan in ieder geval inzetten op influencers met een wandel-, MTB- of paardrijdplatform, maar zullen ook actief zijn op militair vlak.

- **Fysieke zichtbaarheid in Ede**

Wij willen het moois van Ede zelf goed zichtbaar maken. De ontwikkeling van VVV Informatiepunten vormt een belangrijk onderdeel binnen onze fysieke zichtbaarheidsstrategie. Ook zullen we in het evenementenseizoen (in ieder geval) van mei t/m september via A0 borden in Ede evenementen promoten die bijdragen aan de profilering van Ede rond de thema's Food en Veluwe.

De huidige Uitagenda wordt doorontwikkeld: er komt in april een Ede bezoekersmagazine, beschikbaar via de VVV's en partners, waarin naast de dorpen en bezienswaardigheden ook de jaarkalender aan evenementen opgenomen wordt. Daarnaast wordt de Jaarkalender evenementen ook los verspreid.

Ook gaan wij een e-nieuwsbrief met weekendtips uitbrengen

Daarnaast zullen er in 2020 nog twee reguliere Uitagenda's worden uitgebracht, januari t/m maart en najaar 2020.

In alle uitgaven van Recreatiekrant Veluwe is een speciale Ede-agenda opgenomen is met de uitgever afgesproken dat evenementen uit Ede –mits  
tijdig

aangeleverd en relevant voor toeristen- worden opgenomen in de kalender.

- **Huisstijl**

Komend jaar wordt de huisstijl die wij in 2019 lieten maken verder ontwikkeld voor toepassing in digitale uitgaven en content.

## 6.2. Expertisecentrum

Wij breiden onze corporate website in de eerste helft van 2020 uit met een online kennisplatform. Dit stelt ons in staat om onze expertise (bijvoorbeeld over trends op het gebied van marketing, hospitality of ontwikkelingen in de regio) op een toegankelijke manier te delen met onze relaties. Hiermee spelen we in op de vraag naar een centrale plek voor informatie ten behoeve van o.a. MKB, toeristisch-recreatieve bedrijven, culturele instellingen en evenementenorganisatoren.

Om de kansen op toeristisch-recreatief gebied concreet te maken zetten we in samenwerking met Visit Veluwe een aantal mystery shoppers in. Zij gaan onderzoeken hoe het Edese aanbod aansluit bij gezinnen met kinderen en bij liefhebbers van militaire historie. Aan de hand van de bevindingen van onze shoppers organiseren wij een informatiesessie en richten wij een vervolgtraject in.

Wij zullen, net als in 2019, voor gemeentelijke afdelingen beschikbaar zijn als adviseur voor citymarketing vraagstukken. Hierbij kan gedacht worden aan doorontwikkeling en realisatie van de hotelvisie, kaderontwikkeling evenementenbeleid, branding en positionering, kwaliteit vestigingsklimaat etc.

Minimaal 1x per kwartaal brengen we een rapportage uit over de impact van onze eigen campagnes.

### **6.3. Collectief accountmanagement**

2020 wordt voor Ede Marketing het jaar van de coalities. Wij verbinden partijen, met als doel productontwikkeling, gezamenlijke promotie en kennisuitwisseling om zo Ede samen op de kaart te zetten.

Met grotere partijen (zoals het WFC, de WUR of vastgoedbedrijven) willen wij graag samenwerken op het gebied van PR, creatie en distributie van content (zowel bewegend als stilstaand beeld), en gezamenlijke inkoop van advertorialruimte bij landelijke uitgevers (zoals ANWB, Connexion, Natuurmonumenten etc.). De insteek kan gericht zijn op co-creatie van een gezamenlijke campagne die het vestigingsklimaat uitlicht en/of op een verdienmodel door middel van verkoop en afname van mediaruimte. Voor campagnes geldt altijd dat zij de positionering van Ede dienen te versterken.

Voor kleinere partners focussen wij op het aanbieden van campagnepakketten rond clusters zoals buitensport, militaire historie, food, cultureel etc.

Ten bate van zowel onze kleinere als de grotere partners verkennen wij verder de mogelijkheid van een Edese cadeaukaart.

Toeristisch-recreatieve partners bieden wij een partnerpakket aan. Het basispakket kost € 275 en geeft recht op 5 publiciteitsfoto's, een wervende tekst, drukwerk en toegang tot de netwerkbijeenkomsten. Het businesspakket ad € 495 geeft recht op 10 foto's, een tekst, drukwerk, doorplaatsing naar reviewsites zoals Tripadvisor en toegang tot alle kennissessies en overige bijeenkomsten die Ede Marketing gaat organiseren.

### **6.4. Gastheerschap**

Bezoekers en inwoners van Ede kunnen hun toeristisch-recreatieve informatie vinden via twee kanalen: online via Bezoek-Ede.nl en fysiek via VVV-Informatiepunten. In 2020 breidt Ede Marketing het aantal VVV-Informatiepunten uit met drie (van vijf naar acht) en wordt gewerkt aan de ontwikkeling van VVV folderpunten op plekken waar veel bezoekers komen.

Voor wat betreft het online gastheerschap zal de site bezoek-ede.nl uitgebouwd worden met een routedeel, arrangementen en het dorpenaanbod. Daarnaast worden Engelstalige en Duitstalige deelsites gelanceerd.

Ede Marketing verzorgt in 2020 startborden voor plaatsing bij de startpunten van mountainbike- en paardrijdroutes. Deze borden zorgen ervoor dat deze routes, die komend jaar gelanceerd zullen worden, gemakkelijk vindbaar zijn en bezoekers eenvoudig achtergrondinformatie en inspiratie voor hun bezoek kunnen vinden.

Fiets- en wandelroutes rondom het thema militaire historie worden via een speciaal routeboekje ontsloten dat najaar 2020 verschijnt.

## 6.5. Evenementenloket

Ede Marketing is in gesprek met de gemeente over de invulling van het Evenementenloket. Vooruitlopend op de uiteindelijke beslissing over de invulling en de mogelijke consequenties, zullen een aantal zaken in ieder geval opgepakt worden in 2020.

Ede Marketing is eerste aanspreekpunt voor evenementenorganisatoren die onderzoeken of ze hun evenement in Ede willen organiseren. Wij beantwoorden hun vragen en verbinden hen met de juiste personen binnen de gemeentelijke organisatie of daarbuiten. Net als in 2019 neemt Ede Marketing deel aan het Technisch Evenementen Comité, het PO Evenementen en denkt zij mee bij de opstart van evenementen met veel impact.

Ede Marketing komt regelmatig in contact met organisatoren van evenementen die geheel verzorgd worden door vrijwilligers maar toch ook iets bij te dragen hebben aan de positionering van Ede. Speciaal voor deze categorie, die ons laat weten het lastig te vinden om hun evenement goed te promoten, zal Ede Marketing in 2020 in het evenementenseizoen van mei t/m september 2020 een gratis aanjaagpakket aanbieden. Dit pakket bestaat uit 15 A0 posters gedurende twee weken, opname op de site [bezoek-ede.nl](http://bezoek-ede.nl) en een ondersteunende Facebook- en/of Google Adscampagne in de aanloop naar het evenement. Dit pakket is alleen toegankelijk voor niet-commerciële evenementenorganisatoren die evenementen organiseren binnen de pijlers Food of Veluwe.

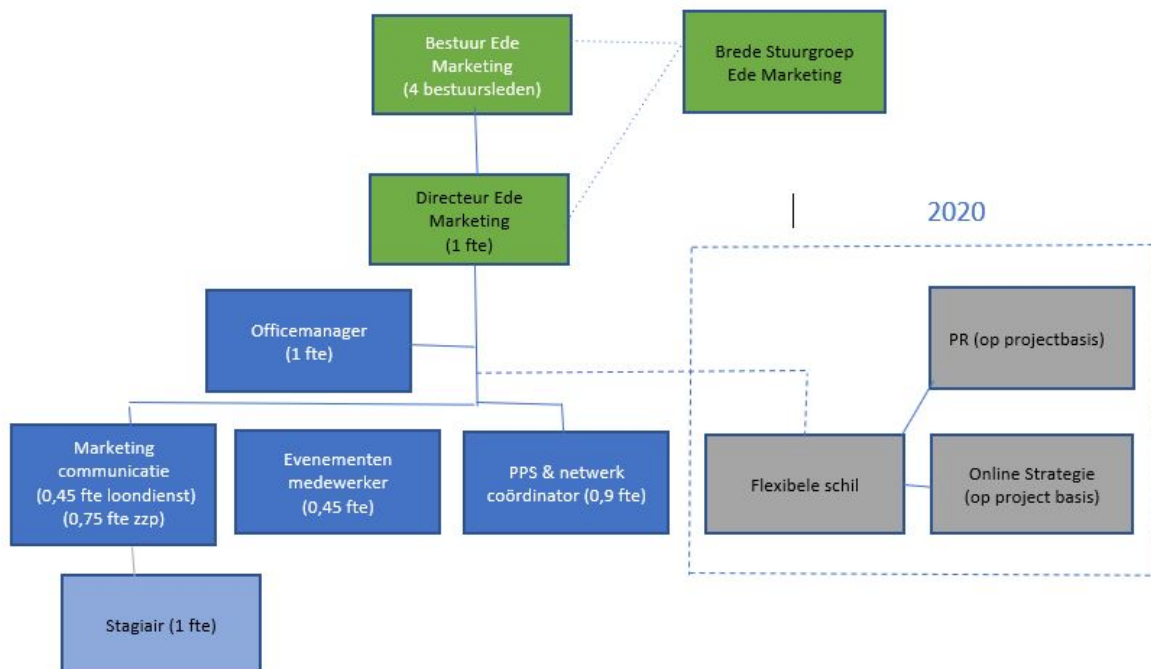
Daarnaast onderzoeken wij of er voldoende animo is om de know-how binnen deze doelgroep te vergroten met workshops en stellen wij een online toolkit beschikbaar waarin deze evenementenorganisatoren standaard informatie op toegankelijke wijze kunnen vinden. Voor organisatoren die nieuw zijn in Ede worden zaken als parkeermogelijkheden, locaties en lokale contacten ontsloten. Voor organisatoren die al bekend zijn in gemeente Ede wordt ook informatie digitaal ontsloten over o.a. promotiemogelijkheden, andere financieringsbronnen, de jaarkalender etc. Deze toolkit wordt ontwikkeld en afgestemd met de relevante gemeentelijke afdelingen.

## 7. Eigen organisatie

Afgelopen jaar werkte Ede Marketing met een opstartteam, maar nu de werkzaamheden en taken vastere vormen aannemen gaan we het team daarop inrichten. Met het oog op de continuïteit van onze interne werkprocessen zullen we meerdere mensen samen één functie laten vervullen. Zo wordt de functie van officemanager verruimd naar projectondersteuning in bredere zin en ingevuld door twee personen in deeltijd. De marketingcommunicatie taken, die meer capaciteit blijken te kosten dan voorzien, worden verdeeld over 3 personen in deeltijd.

Het collectief accountmanagement wordt per februari ingevuld met 0,9 fte die op basis van detachering voor een jaar wordt ingevuld.

Ede Marketing investeert in 2020 in de training en ontwikkeling van het nieuwe team. Naast deze vaste bezetting wordt gewerkt met een flexibele schil, bestaand uit fotografen, vormgevers, tektschrijvers, persmensen en online specialisten.



## 8. Begroting

- volgt separaat -

# Bijlage 1 – Overzicht activiteiten en communicatiekalender 2020

evenement	categorie	week 23	week 24	week 25	week 26	week 27	week 28	week 29	week 30	week 31	week 32	week 33	week 34	week 35	week 36	week 37	week 38	week 39	week 40	week 41	week 42	week 43	week 50	week 51	week 52	week 53	
Hartstocht Winter Walk (wandelevent for charity, Lunteren)	wandelen	25 jan																									
voorjaarsvakantie 15-23 feb (noord), 22 feb-1 mrt (midden/zuid)	actief																										
40 dagen uitdaging: eten uit de achtertuin! mountambikeroute Otterlo (er staat bij: lanceerend 20 km Lunteren)	food	15 feb - 1 mrt	26 feb - 6 apr																								
opening vernieuwde Museum Lunteren	erfgoed		misaart																								
mevakantie 25 apr - 3 mei	militaire hist			25 apr - 3 mei																							
schuilkeider Hédène Kröllier-Müller opgesteld bevrinding Otterlo	militaire hist			13 apr																							
Bennekom?	hippisch																										
oefenmiddag peerdsturen	hippisch																										
lantering paardrijroutes met mini-events mevakantie 25 apr-3 mei   Hemeuvaart 21 mei   Pinksteren 31 mei-1 jun	hippisch																										
Operation Faust (herdenkingsritocht)	militaire hist																										
Capitulatie Vrijheidsdocht (fond 9 mei)	militaire hist																										
Classico Boretti: fietstocht met Italiaans foodfestival op kazerneterrein	actief																										
Concours Hippique Bennekom 115 jaar Lekker Bennekom (jaarlijks 1 dag eind mei)	food																										
Rozzo (jaarlijks 1 dag eind mei)	food																										
Lepeltje Lepeltje foodfestival	food																										
Puzzle rit peerdsturen	hippisch																										
Sonsbeek Arnhem Ism Kröllier-Müller Museum	cultuur																										
Juni Kunstlijn Lunteren (atelierroute)	cultureel																										
Zomerbrieven Ede	familie																										
Living Statues (Centrum Ede)	familie																										
zomervakantie 4 juli-6 aug (noord), 11 jul-23 aug (zuid), 18 jul-30 aug (midden)	familie																										
Art & Food Festival (Ede Centrum)	familie																										
Grebbe linie Wandeltocht	militaire hist																										
kermis	familie																										
pop-up straattheaterfestival Ede centrum	familie																										
Paraglider wandeltocht	familie																										
Heideweek 8-9 jaar   Heideweek Culinair   Utmarkt 21-29 aug	militaire hist																										
Airborne Ede   Airborne Culinair herfstvakantie 10-18 okt (noord), 17-25 okt	militaire hist																										
Marathon van Ede (Climax Ism Groot Ginkel)	actief																										
Mountambikeroutes gereed: Lunteren-lus rond Pegasus wandeltocht	actief																										
World Food Week	militaire hist																										
Jeugd Wereldvoedseldag	food																										
Food en Film Festival	food																										
Störrië	food																										
kerstvakantie 19 dec-3 jan	familie																										
Dickensfair Bennekom ijsbaan	familie																										

Communicatiekalender Ede Marketing 2020

pr Hartstocht / wandelen	pr + wexelike b2b events 40 dagen uitdaging: eten uit de regio' bijeen	voob zomercampagnes, KMM/Sonsbeek	nieuwbrieven b2c&b2b	ontwikkeling fietstrouteboekje	wintercampagne netwerk-bijeenkomst alg/evenement
mt.A3-posters	militaire netwerkbijeenkomsten historie (algemeen) (Busset) evenementen, hotels	influences + pers mlit hist	pr + online campagne food, bedrijfsstart! FoodValley	uitleider okt-feb	nieuwbr/expense
	jaarsevlg jaar-partner-modellen	aankleding WWV's	voorbereiding zomercampagnes, KMM/Sonsbeek	nieuws fevon b2c&b2	
	marketingplan b-o-c-b-o-b	toolkit & trailers evenementen	doortontwikkeling Bezoek Ede.nl inclusief routemodule en arrangementen module   A0-postercampagne 15 borden   sociale mediacampagne   kidscampagne	voorbereiding Wereld Voedsel Week & Jeugd Wereld Voedseldag	