

# JAARPLAN 2022

bezoek-ede.nl/ontdekken

**EDE**

#BlijfEdeOntdekken

Ontdek de meer dan **150**  
buitenkunstwerken, een  
beeldentuin en ruim **40**  
graffity masterpieces.



**Blijf Ede  
ontdekken**



Download de  
avonturengids

## **JAARPLAN EDE MARKETING 2022**

### **INLEIDING**

Trots op Ede versterken. Ede positioneren rond de thema's Food en Veluwe. Het moois van Ede laten zien, op een consistente manier. De VVV-functie invullen. Het promoten van lokale evenementen en activiteiten. Bijdragen aan de ontwikkeling van een vestigingsklimaat dat aansluit op de ambities rond Foodvalley. Dat is selectie van het brede palet aan taken, dat sinds maart 2019, is toevertrouwd aan Stichting Ede Marketing. Ook in 2022 gaat Ede Marketing zich daar ten volle voor inzetten!

Het afgelopen jaar is Ede Marketing voor ons echt uit de startblokken gekomen. In 2019 was het formele begin met de opstart van alle zaken waar een nieuwe organisatie mee te maken heeft, zoals een nieuwe huisstijl en communicatiemiddelen, het aantrekken van medewerkers en inrichten van de organisatie. 2020 stond voor een heel groot deel in het teken van de wereldwijde COVID 19 pandemie en aan het einde van het jaar vond de evaluatie plaats van Ede Marketing. In 2021 starten we met een vernieuwde opdracht naar aanleiding van deze evaluatie en een directeurswissel. We hebben ons vooral gericht op het goed zichtbaar en bereikbaar zijn. Uiteraard voor bezoekers en bewoners met de campagnes en middelen die we gerealiseerd hebben, maar ook zeker als organisatie voor de gemeente Ede, partners en andere partijen in ons werkveld.

Uit de samenwerkingen en gesprekken met de gemeente en externe stakeholders komt naar voren dat er vertrouwen is in de koers van Ede Marketing en dat geeft energie. De aandachtspunten die naar voren kwamen uit de evaluatie zullen ook voor 2022 een belangrijke leidraad vormen.

- Nog meer de samenwerking zoeken met partijen,
- de zichtbaarheid van het vestigingsklimaat verder versterken,
- de strategische koers blijven vasthouden en
- de zichtbaarheid van activiteiten voor stakeholders verbeteren.

## INHOUDSOPGAVE

In dit jaarplan 2022 zullen we een aantal zaken toelichten:

- |      |   |       |
|------|---|-------|
| → 1. | Uitgangspunten en hoofdlijnen voor 2022       | p. 3  |
| → 2. | Het activiteitenoverzicht 2022                | p. 8  |
| → 3. | Toelichting op het activiteitenoverzicht 2022 | p. 11 |
| → 4. | KPI'S gekoppeld aan de kerntaken in 2022      | p. 14 |
| → 5. | Organisatie                                   | p. 16 |

### 1. UITGANGSPUNTEN EN HOOFDLIJNEN VOOR 2022

#### Opdracht vanuit de gemeente Ede

Met dit jaarplan geven wij als Ede Marketing invulling aan de opdracht die er vanaf 2021 ligt voor Ede Marketing. Deze opdracht is de brede citymarketing-insteek behouden en dat zien wij als Ede Marketing ook als een belangrijke basis. Vooral kijkend naar de ambities die er zijn in de gemeente Ede, de grote projecten die de komende jaren op stapel staan (zoals het nieuwe station, WFC Experience), maar ook de uitdagingen als gevolg van COVID-19, de lastige arbeidsmarkt en bijvoorbeeld de stikstofproblematiek. Dit alles heeft of kan een impact hebben op de profilering en het imago van Ede. Als organisatie zijn wij gericht op een positieve bijdrage te leveren aan deze profilering, het imago en daarmee het vestigings en leefklimaat van Ede.

De doelen die we als organisatie hebben zijn de volgende. Ze zijn voortgekomen uit de opdracht en de ambities van de gemeente Ede en de partners in ons werkgebied:

- De positionering van Food en Veluwe voor Ede, de dorpen en het buitengebied verder versterken. Waardoor Ede wordt herkend als dé gemeente waar Veluwe en alle aspecten van food samen komen.
- Een bijdrage leveren aan het realiseren van de doelen van de gemeente Ede en onze andere partners (organisaties, bedrijven en instellingen binnen de gemeente Ede).
- Bijdragen van het verhogen van de trots van inwoners en Edese bedrijven.

Die volle inzet op de brede citymarketing opdracht en niet alleen bijvoorbeeld het leisure aanbod is echter wel een grote uitdaging met een flink lager budget dan in 2021 en de jaren ervoor. In de begroting van 2022 hebben we een bezuiniging moeten doorvoeren van € 80.000,-. Daarmee komt het budget voor 2021 excl. additionele projecten/ financiering voor Ede Marketing uit op € 340.000,-. Zoals in eerdere gesprekken met de gemeente al is aangegeven, is dat wel een uitdaging. Met een budget van minder dan € 400.000,- voor 2021, kom je op de ondergrens om die brede citymarketing taak voor een gebied te kunnen vervullen.

Vanwege de ervaring die we het afgelopen jaar hebben opgedaan met additionele projecten en financiering en gezien de projecten waarbij we ook kansen zien voor additionele financiering vanuit verschillende bronnen denken we wel dat we dit ook in 2022 kunnen realiseren. Mocht een aantal van die additionele projecten toch niet gerealiseerd kunnen worden, omdat er geen additionele financiering beschikbaar is, dan zullen we in overleg moeten bepalen welke werkzaamheden en projecten wellicht niet of op een ander niveau kunnen worden uitgevoerd.

De reguliere werkzaamheden; de kanalen gericht op de vrijetijdseconomie voorzien van de juiste actuele content, het realiseren van basis promotiemiddelen, (kleinschalige) campagnes en continu aanpassen aan nieuwe ontwikkelingen in de techniek en wensen van bewoners, bezoekers en partners, vragen een groot deel van de capaciteit die nu beschikbaar is. Voor de marketing werkzaamheden gericht op andere doelgroepen zoals de economische marketing (gericht op food en vestigingsklimaat) en voor out-of pocket kosten blijft dan een relatief klein deel over. In 2022 gaan we de focus wel nadrukkelijk ook op die doelgroepen en thema's leggen. Het gevolg is dat we kritisch kijken naar de inzet op de hiervoor genoemde (basis) werkzaamheden. Dit kan betekenen dat die inzet iets zal worden teruggeschroefd, met als gevolg bijvoorbeeld het minder proactief benaderen van organisatoren van evenementen voor op de uitagenda, minder frequent verschijnen van nieuwsbrieven en social media posts en keuzes bij welke overleggen we als Ede Marketing wel en niet kunnen aanschrijven.

### **Profilering van Ede 2022: FOOD in the picture**

Ede Marketing werkt al vanaf het begin vanuit de Edese profilering van Food en Veluwe. In de afgelopen 2 jaar is vooral hard gewerkt aan doorontwikkelen en laden van de Veluwe profilering voornamelijk binnen de vrijetijdseconomie en gericht op bewoners en bezoekers. Uiteraard nemen we food hierin mee op de momenten dat er beleefbaar aanbod is. Dit doen we o.a. via linkedIn en Made-in-ede.nl met de economische food thema's en via bezoek-Ede.nl met het lokale aanbod van producten, horeca en evenementen. Maar in 2022 gaan we het omdraaien. Uitgangspunt gaat zijn dat we bij alle subthema's food/ voedsel als uitgangspunt nemen of het in elk geval een belangrijk onderdeel moet vormen. Uiteraard zullen er ook projecten zijn waar dit wat lastiger te realiseren zal zijn als het gaat om cultuur of specifieke evenementen.

De afgelopen tijd zijn er verschillende gesprekken gevoerd met betrekking tot de profilering food en hebben we een start gemaakt met een aantal activiteiten. We hebben als Ede Marketing de opdracht voor het laden van het profiel van Food en Veluwe maar op het speelveld van food zijn in Ede al veel partijen/ (netwerk)organisaties en bedrijven actief. De vraag is waar onze rol en onze meerwaarde zit als Ede Marketing.

Idealiter zouden we vanuit de opdracht als organisatie specifiek voor de marketing en communicatie een overkoepelende en coördinerende rol willen gaan spelen rondom Food en Ede. Echter, gezien de omvang van de organisatie, de beschikbare capaciteit maar ook het grote speelveld met organisaties en en projecten met elk hun eigen expertise op marketing en communicatie, is dat naar ons idee op grote schaal niet haalbaar op het moment. Dat neemt niet weg dat dat toekomstperspectief er wel degelijk is.

In 2022 gaan we wel een begin maken met een integrale marketing aanpak voor food, zowel gericht op het zakelijke aspect als ook voor bewoners en bezoekers vanuit Ede Marketing. Dit gaan we doen door in januari een of twee hands-on sessies te organiseren waarin we met de belangrijkste Edese Food Stakeholders ( o.a. gemeente, WFC/ WFC Experience/ NEON / voedselraad / Eetbaar Ede / Smaakstad Ede etc.) komen tot een marketingstrategie voor Food in Ede.

Wat we daarbij vorm willen geven, is een paraplu of een rode draad die we kunnen gebruiken voor het beter verbinden van de vele bestaande verhalen, projecten, ambities en bedrijven in Ede. Waardoor we ook binnen bijv. de foodvalley samenwerking duidelijker kunnen maken waar we voorstaan.

Daarnaast staat de economische marketing centraal waarbij we verder gaan met de doorontwikkeling van Made-in-Ede.nl gericht op het vestigingsklimaat met food als uithangbord. De volgende fase van dit traject is een (kleine) B2B campagne. Het tweede aspect van de economische marketing is het zakelijk toerisme waarbij de Edese partijen samengebracht gaan worden en waarbij food een belangrijk speerpunt vormt.

Het doel bij dat laatste is om een samenwerking te realiseren, het aanbod beter te bundelen en voor het voetlicht te krijgen en daarin ook een gezamenlijke uitstraling krijgen. Waardoor het aanbod ook een betere plek kan krijgen binnen de activiteiten van bijv. Visit Veluwe op die vergader en congresmarkt (MICE-markt).

Tot slot de foodmarketing gericht op de inwoners en bezoekers van Ede. Hierbij richten we ons niet alleen op het culinaire deel en de streekproducten, maar willen we van inwoners graag ambassadeurs maken over ook de andere aspecten van food in Ede, zoals gezondheid en de bedrijven die er gevestigd zijn. Er zijn hiervoor al veel projecten met elk hun eigen communicatie. Uitgangspunt is om deze communicatie en marketing te gaan versterken en hiervoor een paraplu of rode draad te gaan realiseren.. Met een bijv. een serie in de Ede Stad, Een Open Food Dag, het doorontwikkelen van de bestaande smaakfietsroutes en een wild campagne met de focus op lokale aanbod en producten.

## **COVID-19**

De realiteit is dat ook 2021 voor een groot deel bepaald is door Covid-19 en we verwachten dat het ook in 2022 een grote en onvoorspelbare invloed zal hebben op de maatschappij en daarmee op de activiteiten van Ede Marketing.

Herstel van de toeristisch-recreatieve sector tot het vroegere niveau wordt pas verwacht in 2024-2025 voor de zakelijk toeristische markt misschien nog wel later. Nu de besmetting cijfers weer slechter worden en er weer nieuwe maatregelen worden verwacht, houdt Nederland maar vooral ook de toeristisch-recreatieve sector zijn hart weer vast. Veel bedrijven en organisaties vechten voor hun voortbestaan, zeker in de evenementensector, maar ook horecabedrijven, groepsaccommodaties, conferentielocaties en de culturele sector. Deze sectoren hebben een belangrijke invloed op leef- en vestigingsklimaat. Het wegvallen van grote delen van deze sector zal niet eenvoudig of snel op te vangen zijn.

Ede Marketing blijft zich daarom in 2022 inzetten op het ondersteunen van lokale ondernemers en organisaties om het aanbod zichtbaar te maken voor inwoners van Ede en bezoekers aan het gebied. Dat helpt niet alleen ondernemers, maar helpt ook om Ede op het netvlies te houden van belangrijke doelgroepen.

## 2. HET AANGEPASTE ACTIVITEITENOVERZICHT 2022

De kerntaken die we als Ede Marketing uitvoeren in 2022 zijn als volgt:

- Het laden en vermarkten van het merk Ede
- Collectief Accountmanagement
- Gastheerschap en informatievoorziening
- Expertise centrum

Hieronder volgt een tabel met de activiteiten die we uitvoeren met de bijbehorende kosten. Dit is een overzicht met de activiteiten die we uitvoeren binnen de genoemde kerntaken met daarbij de out of pocket kosten. De activiteiten waar geen kosten bij staan, zijn dus activiteiten waar vooralsnog alleen onze uren in gaan zitten. Omdat de basis capaciteit van EM in 2022 beperkter is vanuit de basisfinanciering kan het zijn dat we wat kieskeuriger zijn bij nieuwe op te starten projecten en verzoeken voor overleggen waar we 'even' kunnen aanschuiven. Voor een aantal projecten zoals het idee voor het 'Edese militaire paspoort', de 'Open Food Dag Ede' is er aanvullend budget nodig om ze te kunnen realiseren. Omdat we de potentie en kansen zien van deze projecten en campagnes zien hebben we ze opgenomen in ons activiteitenoverzicht. De rol die wij daar als Ede Marketing in kunnen spelen, zal afhangen van de mogelijke additionele financiering voor deze projecten.

Voor de uitvoering van het activiteitenplan heeft Ede Marketing te maken met een sterke terugloop van het budget met nogmaals € 80.000,- in 2022. Dit beperkt de mogelijkheden voor deelname aan campagnes van derden, zoals die van bijvoorbeeld Visit Veluwe. Ook de opzet en het bereik van eigen campagnes zal op een substantieel lager niveau uitkomen in vergelijking met 2021 indien er niet substantiële additionele projecten bij komen die we kunnen koppelen aan deze kerntaken.

Daarnaast is er vooralsnog geen geld voor het herdrukken van de bestaande promotiemiddelen. Het gaat hierbij om bijv. de toeristische inspiratiekaart, en het Ede Magazine.



Activiteiten overzicht :

<b>Kerntaken en projecten</b>	
<b>1. Vermarkten van Ede</b>	
<i>Opstellen marketingstrategie 2023-2027</i>	gesprekken, strategiesessies etc
<i>Marketingaanpak Bezoekers met focus Veluwe focus food</i>	Campagnes consument
	Lente
	Doorontwikkelen smaakfietsroutes + campagne (lokale producenten en meimaand fietsmaand)
	Zomer
	Kom / Blijf Ede Ontdekken
	Wild / herfst
	gids +campagne
	Militaire historie
	pers publiciteit
	paspoort militaire historie voor kinderen
	Oop kosten pers, influencers en trade toerisme/recreatie
<i>Marketingaanpak focus Food / Ede B2B</i>	Doorontwikkelen Made-in-Ede naar vestigingsklimaat met Food als uithangbord
	Oop pers en online campagnes Vestigingsklimaat met speerpunt food
	Made in Ede licentie+ hosting
	Groentecollier regio Foodvalley (marketingadvies)
<i>Ambassadeursschap Food Inwoners</i>	Elke maand pagina Ede Stad
	Open dag Food Ede
<i>Promotie ondersteuning non profit evenementen</i>	Promotie voor kleine evenementen: A0, online FB, website
<i>Promotie beeldbepalende evenementen</i>	Premiere De Wolf, Summer Beach, De Heideweek, Woest & Bijster, WK Volleybal, Airborne
<i>Online tools</i>	Kosten optimaliseren SEO + technische ondersteuning
	Ontwikkelen dashboard, inrichten meetomgeving online
<i>Basismateriaal</i>	Visit Veluwe Magazine-deelname in jaaruitgave verspreid op gehele Veluwe
	Beeldbank beeld- en video materiaal tbv online en pers

<i>Samenwerking Cultuurmakelaar Ede</i>	Cultuurmarketing 2021/2022
<i>bestemmingsreserve vanuit 2021: Partnerconvenant Kröller Müller Museum</i>	Realisatie en marketing Helene's Droom (KMM/ Cultura / Ede Marketing)
<b>2. Collectief Accountmanagement</b>	
<i>Netwerkopbouw</i>	Lidmaatschappen, netwerkkosten o.a. Netwerk
	OOP netwerkbijeenkomsten, coalitie sessies : huur, koffie
<i>Aanjagen projecten</i>	oa. zakelijk toerisme (speerpunt food)
<b>3. Gastheerschap &amp; Informatievoorziening</b>	
<i>Realisatie en beheer collectieve database</i>	Hosting kosten, licenties voor websites en database en programma's
<i>VVV functie / VVV informatiepunten</i>	VVV licentie, te betalen aan VVV Nederland
<i>Stadswinkel Ede Centrum</i>	Realisatie stadswinkel samen met SBE & Sportservice
<i>Verbreding gastheerschap functie</i>	Versterken zichtbaarheid routes en arrangementen
	Aankleding nieuwe / updaten VVV Folder Punten / updaten bewegwijzering
	Bijeenkomsten tbv hotelplatform en R&T netwerk: huur +koffie
<i>Realiseren nieuwe informatie middelen</i>	Route Middelen
<i>ontsluiten evenementen online / offline</i>	Wekelijks online evenementen nieuwsbrief, plaatsing maandelijkse activiteitenkalender Ede-Stad
<b>4. Expertisecentrum</b>	
<i>Onderzoek</i>	Effectmeting
	Onderzoek customer journey: afstudeerstage
	Maken en verspreiden van infografic met data
	Netwerkbijeenkomsten (toerisme, bedrijven, relaties)

### 3. TOELICHTING KERNTAKEN

#### → Het laden en vermarkten van Ede

Met een meerjaren financiering via de Gemeente Ede gaan we de volgende stap zetten in de ontwikkeling van Stichting Ede Marketing, namelijk een meerjarenstrategie voor de stichting en de marketing, promotie van Ede, de dorpen en het buitengebied.

Het laden en vermarkten van het merk Ede zetten we voort op de ingeslagen weg van de afgelopen 3 jaar. We richten ons daarbij op de doelgroepen bewoners, bezoekers en bedrijven. Waarbij we in 2022 meer aandacht aan die laatste gaan besteden.

De bewoners en bezoekers campagne richten we in vanuit het profiel Food en Veluwe. Concreet richten we ons op meer bekendheid van het aanbod en een goede spreiding in door het jaar en in het gebied.

Voor de campagnes die genoemd zijn, zien we mogelijkheden om met de projecten aanspraak te kunnen maken op additionele financiering vanuit de verschillende belevingsgebieden van Veluwe op 1 (smakelijke veluwe en veluwe remembers).

Evenementen vormen een belangrijk deel van het vrijetijdsaanbod in Ede. We hebben een klein budget beschikbaar voor de promotie van specifiek die evenementen via ons. de A0 borden in Ede in de zomermaanden. Daarnaast denken en werken we mee aan de grotere evenementen op de kalender van 2022. Die evenementen nemen we uiteraard mee in de reguliere promotiemiddelen en -activiteiten. Grotere campagnes zijn nu niet in de begroting opgenomen.

De samenwerking met het Kröller-Müller Museum vanuit het convenant tussen Gemeente Ede en het Kröller-Müller Museum is opgenomen in de begroting. Hiervoor is in de reguliere begroting geen budget voor. De 10.000 die is opgenomen moet komen uit een bestemmingsreserve die we vanuit het budget 2021 hebben opgenomen specifiek voor de realisatie en marketing van De droom van Helene. Voorwaarde om dit project te kunnen uitvoeren is dat we dit budget kunnen meenemen.

### → **Collectief Accountmanagement**

Partners en netwerken is een absolute noodzaak voor Ede Marketing om haar doelstellingen te kunnen bereiken. Dat gebeurt vanuit de Collectief accountmanagement functie voor projecten die de positionering van Ede ondersteunen, bij voorkeur rond thema's die voor meerdere organisaties in Ede van belang zijn.

De vraag om strategisch mee te denken en expertise en netwerk in te brengen, komt veel voor. Deze vraag komt zowel vanuit de gemeentelijke organisatie als vanuit organisaties daarbuiten. De onderwerpen zijn breed en variëren van mogelijkheden rondom het nieuwe station, deelname van WFC aan de Floriade, tot de ontwikkelingen van Veluwe op 1, de ontwikkelingen in Ede Centrum en plannen en projecten van diverse partijen in Ede maar ook landelijke netwerken waar we graag op aangehaakt zijn.

De structurele capaciteit voor netwerken, advies en partners is beperkt. Dit is hoofdzakelijk een taak van de directeur. De ambitie is om hiervoor additionele capaciteit te kunnen realiseren aangezien dit de kern vormt voor toekomstige projecten en activiteiten.

Voor 2021 staan in hoofdlijnen vier onderwerpen projecten in de planning:

- Vernieuwde samenwerking een binnenstadsplatform Ede Centrum
- Vormgeven van nieuwe stadswinkel
- Artbase Ede
- Zakelijk Toerisme (vergader- en congresmarkt)

### → **Gastheerschap en informatievoorziening**

Als Ede Marketing coördineren we de gastheerschap functie en informatievoorziening voor inwoners en bezoekers in de gemeente Ede. Dit doen we door het faciliteren van de 6 VVV Informatiepunten, 4 VVV folderpunten en het geven van informatie via de website, e-mail en telefoon.

In samenwerking met Stichting Binnenstad Ede en Sportservice Ede werken we aan een stadswinkel in het centrum van Ede waarbij toeristische informatie, dienstverlening aan binnenstad ondernemers en een preventie loket gebundeld worden.

Doel is de stadswinkel in het voorjaar van 2022 te openen. Hiervoor is een aanvraag gedaan bij de gemeente Ede.

De aandacht blijft liggen op de optimale beleefbaarheid van het Edese aanbod door wandel-, fiets-, mountainbike en paardrijroutes. Deze ontsluiten we digitaal en via fysieke gratis en betaalde producten. In 2022 richten we ons op de doorontwikkeling van de smaakfietsroutes en een militair paspoort, waarbij we locaties zoals het militair platform (Ede), museum Deelen en de museum de Nationale Reserve in Harskamp samen met de verschillende monumenten en herdenkingslocaties in de gemeente Ede willen ontsluiten.

In 2022 gaan we samen met de gemeente en andere partners kijken hoe we de bewegwijzering naar de VVV informatiepunten kunnen verbeteren.

De Bezoek Ede site is deels vertaald in het Engels en dat willen we graag uitbreiden voor de Internationale bezoekers die zich in ons gebied bevinden. Inwoners en bezoekers kunnen zich abonneren op de digitale nieuwsbrief met tips en ontvangen zo het moois van Ede in hun mailbox.

#### → **ExpertiseCentrum**

In 2022 gaan we een vervolgstap zetten in het vormgeven van het Expertisecentrum. Nu we als Ede Marketing drie jaar bestaan, hebben we meer en meer inzicht in de resultaten van de inzet van onze communicatie en marketingmiddelen. Nu gaan we de vervolgstap zetten naar welke andere informatie is er beschikbaar over Ede en hoe kunnen we zo goed mogelijk inzetten voor het doorontwikkelen van onze eigen middelen, campagne en ambities maar ook ten behoeve van andere organisaties en projecten.

Daarnaast gaan we gekoppeld aan het meerjarenplan 2023-2027 ook meerjaren doelen en KPI's opstellen waar we als Ede Marketing aan willen bijdragen en concreet aan gaan werken.

Dit gaan we in 2022 doen door het inzetten van een stagiair die gericht met onderzoeken aan de slag gaat. De samenwerking met de gemeente het inzetten van het bewonersonderzoek en eventuele additionele onderzoeken. Tot slot gaan we de

samenwerking aan met Visit Veluwe aangaande het creëren van inzicht vanuit de beschikbare Big-Data.

#### **4. KPI'S GEKOPPELD AAN DE KERNTAKEN IN 2022**

##### *Kerntaak 1 - Vermarkten en laden Merk Ede:*

1. Overkoepelend strategisch meerjarenplan 2023-2027 Ede Marketing
2. Overkoepelende marketing strategie Food realiseren met partners
3. Uitvoeren van marketing aanpak gericht op bewoners en bezoekers, met minimaal:
  - a. Twee gezamenlijke bezoekers campagnes
  - b. Nieuwsbrieven voor bezoekers en partners (beide minimaal 1 per maand)
  - c. Uitagenda Ede Stad (elke maand)
  - d. Beheren en doorontwikkelen van de bezoekers websites [bezoek-ede.nl](http://bezoek-ede.nl), verbeteren van de SEO en SEA van de website.
  - e. Online promotie van de deelthema's via Facebook / instagram/ Youtube<sup>1</sup>
  - f. Ontwikkeling marketingmiddelen (productontwikkeling) voor toeristisch-recreatief aanbod
  - g. Realiseren van arrangementen-module
4. Uitvoeren marketing aanpak economisch profiel
  - a. Doorontwikkelen van de website [made-in-ede.nl](http://made-in-ede.nl) gericht op het vestigingsklimaat met food als uithangbord.
  - b. Beheren Ede-Marketing als corporate website
5. Realiseren van basismaterialen zoals foto- en videomateriaal

##### *Kerntaak 2 - Collectief Accountmanagement*

1. Actief deelnemen en waar mogelijk aanjagen van belangrijke key projecten voor Ede zoals:
  - a. Doorontwikkeling samenwerking met een binnenstadsplatform Ede centrum
  - b. Vormgeven van nieuwe stadswinkel
  - c. Artbase Ede

---

<sup>1</sup> Specifieke doelen en KPI's voor het website en social mediagebruik volgen nog.

- d. Droom van Helene (samenwerking Kröller-Müller Museum, Cultura en Livi)
- e. Zakelijk Toerisme (vergader en congresmarkt)
2. Opzet en activeren van brede stuurgroep (2x per jaar)
3. Per kwartaal inhoudelijke afstemming met ambtelijke begeleidingsgroep
4. Vertegenwoordiging in nationale en Europese citymarketing netwerken (NBTC / Vereniging Citymarketing / Kennisnetwerk Nederland / Euregio)

#### *Kerntaak 3 - Gastheerschap en Informatievoorziening*

1. Realisatie en beheer van collectieve database (1150 evenementen, 400 toeristisch-recreatieve bedrijven)
2. Centrale coördinatie Toeristische informatieverstrekking en gastheerschap (telefonisch en online)
3. Beheren van de VVV Informatie en folder punten bij toeristisch-recreatieve bezoek stromen verspreid in het gebied.
4. Minimaal 1 route product (door)ontwikkelen

#### *Kerntaak 4 - Expertise Centrum*

1. In beeld brengen van de verschillende onderzoeksgegevens m.b.t. de gemeente Ede.
2. Realiseren citymarketing dashboard met de beschikbare en relevante data gericht op de 4 doelgroepen.
3. Verspreiden van marketing data richting toeristisch recreatief.

## 5. ORGANISATIE

Voor het uitvoeren van de opdracht in 2022 hebben we 2,4 FTE beschikbaar. Dat is 0,3 FTE minder dan vorig jaar. Daarmee is de bezetting echt minimaal gezien het takenpakket. Gezien de verschillende expertises die nodig zijn voor het uitvoeren van de diverse projecten, werken we daarbij met verschillende parttimers. Met de bezetting zoals opgenomen in de begroting 2022 bereikt Ede Marketing de ondergrens om binnen het huidige takenpakket de kwaliteit en continuïteit van werkzaamheden te kunnen borgen.

Gelukkig hebben we in deze moeilijke arbeidsmarkt de medewerkers kunnen vasthouden en hebben we inmiddels een goede basis kunnen neerzetten bij de diverse communicatie- en marketingmiddelen waar we gebruik van kunnen maken bij de kerntaken en daarmee efficiënter kunnen werken.

Als we kijken naar de verdeling van de personeelskosten over de kerntaken die we uitvoeren kom je op de volgende verdeling:

- 1. Het laden van het merk Ede** -> 1,3 FTE (52 uur p.w.)  
Hierbij gaat het om het up to date houden van de website [bezoek-ede.nl](http://bezoek-ede.nl), [ede-marketing.nl](http://ede-marketing.nl) en [made-in-ede.nl](http://made-in-ede.nl) zowel inhoudelijke als technisch, opstellen en versturen van nieuwsbrieven, aantal keer per week social media berichten, monitoren van social media, plannen van campagnes en contact met partners / organisaties. Hoofd focus hierbij ligt nu op bewoners en bezoekers en een klein deel op de economische marketing daarvoor is extra capaciteit nodig (0,5 - 1 FTE)
- 2. Collectief accounthouderschap** -> 0,25 FTE (10 uur p.w.)  
Dat zijn de netwerkbijeenkomsten en gesprekken, Aanjagen van projecten. Input leveren bij grotere (marketing)projecten. Zoals het zakelijk toerisme, stadswinkel, Artbase Ede, Ede Centrum, WFC Experience etc.



3. **Gastheerschap, informatievoorziening, evenementen** -> 0,5 FTE (20 uur p.w.)

Beheren van de VVV telefoonlijn voor heel Ede,  
Contact met lokale vv's over informatievoorziening,  
afstemming en realisatie van basismiddelen zoals  
plattegronden, inspiratiekaart, routekaarten etc. ,  
nieuwe folder punten realiseren, realiseren nieuwe stadswinkel

4. **Expertisecentrum** -> 0,1 FTE (4 uur p.w.)

Traject digitalisering Ede Centrum,  
monitoring social media gebruik en resultaten,  
verzamelen van onderzoeken / gegevens over Ede

5. **Organisatie** -> 0,25 FTE (10 uur p.w.)

Financiën, P&O, afstemming gemeente, bestuur