

JAARPLAN 2023

ONTDEK DE PROEFTUIN!



Fietsen langs streekproducten



JAARPLAN & BEGROTING EDE MARKETING 2023

INLEIDING

Trots op Ede versterken. Ede positioneren rond de thema's Food en Veluwe. Het moois van Ede laten zien, op een consistente manier. Invulling geven aan de gastheerschap en informatietaak. Het promoten van lokale evenementen en activiteiten. Bijdragen aan de ontwikkeling van een vestigingsklimaat dat aansluit op de ambities rond Foodvalley. Dat is een selectie van het brede palet aan taken, dat sinds maart 2019, is toevertrouwd aan Stichting Ede Marketing. Ook in 2023 gaat Ede Marketing zich daar ten volle voor inzetten!

In maart 2022 vierde Ede Marketing haar derde verjaardag en gingen we het vierde jaar van ons bestaan in. In het afgelopen jaar hebben we verder gebouwd aan de basis van de organisatie en de citymarketing activiteiten die voortvloeien uit onze gemeente opdracht. We zijn na de onrustige beginjaren en de twee jaar vol met corona perikelen nu in een stabiele fase terechtgekomen. Daarin zijn we voor steeds meer partijen in de gemeente Ede een vaste waarde zijn als het gaat om citymarketing activiteiten. Om deze goede beweging door te kunnen zetten vraagt dat wel dat we ons als organisatie maar ook t.a.v. van de projecten die we uitvoeren steeds blijven ontwikkelen.

Met een stabiel team blijven we dan ook in 2023 werken aan de volgende uitgangspunten:

- Meer de samenwerking zoeken met partijen,
- de zichtbaarheid van het vestigingsklimaat verder versterken,
- de zichtbaarheid van activiteiten voor stakeholders verbeteren,
- de strategische koers van Ede marketing verder ontwikkelen en versterken.

INHOUDSOPGAVE

In dit jaarplan 2023 zullen we een aantal zaken toelichten:

- 1. Uitgangspunten en hoofdlijnen voor 2023
- 2. De begroting voor 2023
- 3. Het activiteitenoverzicht 2023
- 4. Toelichting op het activiteitenoverzicht 2023
- 5. KPI'S gekoppeld aan de kerntaken in 2023

1. UITGANGSPUNTEN EN HOOFDLIJNEN VOOR 2023

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 werken aan de brede citymarketing die verder gaat dan alleen de toeristisch-recreatieve marketing en promotie. En die brede citymarketing 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, Artbase Ede), maar ook de uitdagingen als gevolg van de lastige arbeidsmarkt, de wooncrisis 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 de gemeente Ede.

Voortgekomen uit de opdracht en de ambities van de gemeente Ede en de partners in ons werkgebied zijn dit dan ook de doelen waar we aan werken:

- 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 inzet op de brede citymarketing opdracht en niet alleen gericht op het toeristisch-recreatieve aanbod voor bewoners en bezoekers blijft echter wel een grote uitdaging voor Ede marketing.

De reguliere werkzaamheden bewoners en bezoekers

De werkzaamheden die we sinds de start van Ede Marketing uitvoeren zoals; de kanalen gericht op de vrijetijdseconomie voorzien van de juiste actuele content, het realiseren van basis promotiemiddelen, (kleinschalige) campagnes en continu de middelen aanpassen aan nieuwe ontwikkelingen in de techniek en wensen van bewoners, bezoekers en partners, vragen een groot deel van de capaciteit (2,8 FTE) die nu beschikbaar is.

(Economische) marketing gericht op versterken vestigingsklimaat

Voor de marketing werkzaamheden gericht op andere doelgroepen zoals de (economische) marketing gericht op food en vestigingsklimaat (wonen/ werken en studeren) blijft dan een relatief klein deel over. Dit heeft voor een deel te maken met de beschikbaarheid van out-of-pocket budget voor activiteiten die zich richten op het versterken van het vestigingsklimaat zoals werken / wonen en studeren of talent. De bredere citymarketing opdracht zoals hier beschreven vraagt echter vooral ook om expertise die nu nog onvoldoende aanwezig is binnen de organisatie. De ambitie is om daar in 2023-2024 een volgende stap in te zetten met de inzet op merkontwikkeling en marketingprojecten gericht op het vestigingsklimaat.

Door verschillende projecten die op stapel staan zoals verdere ontwikkeling op Food / Marketing Ede Centrum / en de congres- en vergadermarkt gaan we ervan uit dat we de hierboven genoemde ambities in 2023 verder vorm kunnen gaan geven. Dit is uiteraard wel afhankelijk van het doorgaan van deze potentiële projecten en het landen hiervan bij Ede Marketing.

Focus 2023

Centraal in het komende jaar staat de hierboven genoemde doorontwikkeling, gericht zowel op de organisatie als de inhoudelijke projecten.

Naast de reguliere werkzaamheden (zoals online promotie / gastheerschap en informatievoorziening) zijn de belangrijke projecten en thema's waar we ons op richten in het komende jaar zijn:

Organisatie

- meerjarenstrategie maken voor Ede Marketing
- een duurzame organisatie met een goede personeelsmix, waarbij een deel van de medewerkers ook in dienst zal zijn bij de stichting Ede Marketing

Thema's en projecten

- Voortzetten Food
 - In campagnes (smaakfietsroutes / wild campagne)
 - Creëren Edes netwerk food marketeers
 - Gezamenlijk creëren Edes Food verhaal
 - En aanjagen van de eerste open food dag in Ede
- (Economische) marketing gericht op vestigingsklimaat - Wonen Werken en Studeren
 - Campagne gekoppeld aan made-in-edes.nl
 - De inventarisatie en het aanjagen van de congres en vergadermarkt
- Merkidentiteit en brandmanagement
 - Verder vormgeven aan de merkidentiteit van Ede, de dorpen en het buitengebied en dat als basis voor proactief merk- en identiteitsmanagement
 - Ontwikkeling van het merk van de gemeente Ede als geheel versus de dorpen als losse merken.

2. BEGROTING 2023

BATEN		
1. Bijdrage gemeente Ede basis		€ 366.903
2. Gemeente Ede additioneel		€ 93.375
Cofinanciering voor projecten		
3. Additionele inkomsten externe opdrachtgevers / partners		€ 30.000
Cofinanciering voor projecten	€ 25.000	
Verkoop producten	€ 5.000	
TOTAAL BATEN		€ 490.278
LASTEN		
OOP kosten t.b.v. Kerntaken		
1. Het merk Ede laden en vermarkten		€ 102.100
2. Collectief Accountmanagement		€ 12.482
3. Gastheerschap en Informatievoorziening		€ 33.310
4. Expertisecentrum		€ 9.430
Subtotaal		€ 157.322
Organisatielasten		
Personeelslasten		€ 312.663
Huisvesting		€ 12.312
Verkoopkosten		€ 7.500
Kantoorkosten		€ 6.242
Algemene kosten		€ 12.860
Subtotaal		€ 351.577
ONVOORZIEN		€ 4.541
TOTAAL LASTEN		€ 513.440
RESULTAAT voor vrijval reserves		-€ 23.162
Bestemmingsreserves vanuit 2022		€ 23.162
RESULTAAT na vrijval bestemmingsreserves		€ 0

Toelichting

Aangezien wij een dienstverlenende marketingorganisatie zijn, ligt de nadruk bij onze organisatie op het uitvoeren van werkzaamheden en gaat ons budget dus voor een groot deel zitten in uren en loonkosten. In de opstartfase van de organisatie is gekozen om te werken met werknemers via payrollcontracten en zzp-ers. Nu we een structurele bijdrage krijgen voor de opdracht, kijken we naar de beste manier waarop we de werkzaamheden kunnen uitvoeren met het geschikte personeel en welke vorm van personeelsbeleid daarvoor het meest geschikt is.

Besloten is om in 2023 een aantal medewerkers in dienst te nemen. Dit zal naar verwachting goedkoper zijn, alleen moeten we dan wel rekening houden met de risico's zoals ziekte en kosten als gevolg van ontslag. Daarvoor nemen we vanuit het resultaat 2022 een bestemmingsreserve op.

Voor het uitvoeren van de opdracht in 2023 hebben we 2,9 FTE beschikbaar. Daarmee is de bezetting nog steeds beperkt, zeker kijkend naar het diverse takenpakket en de ambities. Gezien de verschillende expertises die nodig zijn voor het uitvoeren van de diverse projecten, werken we daarbij met verschillende parttimers. Met zo'n klein team blijft het een constante uitdaging om binnen het huidige takenpakket de kwaliteit en continuïteit van werkzaamheden te kunnen borgen. Met het in dienst nemen van personeel kijken we ook naar het mogelijk verruimen van het aantal uren van de bestaande medewerkers.

We hopen dat we in deze moeilijke arbeidsmarkt de medewerkers kunnen vasthouden. Als we dan 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** -> 1,6 FTE (64 uur p.w.)
Hierbij gaat het om het up to date houden van de website bezoek-ede.nl, ede-marketing.nl en 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** -> 0,45 FTE (18 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., betrokkenheid bij nieuwe stadswinkel

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

3. HET AANGEPASTE ACTIVITEITENOVERZICHT 2023

De kerntaken die we als Ede Marketing uitvoeren in 2023 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. 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, 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.

Budget voor het ontwikkelen en herdrukken van promotie en informatiemiddelen is in de basis niet beschikbaar. Wel maken we gebruik van de inkomsten van de verkoop van de verschillende producten en de marge op additionele projecten om zo wel elk jaar wel een aantal informatiemiddelen beschikbaar te hebben. Het gaat hierbij om bijv. de toeristische inspiratiekaart, de mountainbike folder en het Ede Magazine.

Activiteitenoverzicht :

Uitvoering Kerntaken	
1. Vermarkten van Ede	
<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 meimaandfietsmaand)
	Zomer
	vooral uitlichten activiteiten events
	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
	Groentecluster regio Foodvalley (marketingadvies)
<i>Ambassadeursschap Food</i>	samenwerking met Foodpartijen in Ede gezamenlijk verhaal
	Open dag Food Ede
<i>Promotie ondersteuning non profit evenementen</i>	Promotie voor kleine evenementen: A0, online FB, website, recreatiekrant
<i>Promotie (beeldbepalende) evenementen</i>	Classico Boretti, Concours Hippique, Summer Beach, De Heideweek, Airborne, open Monumenten dag
<i>Online tools</i>	Kosten optimaliseren website / middelen + technische ondersteuning
<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 2023
<i>Partnerconvenant Kröller Müller Museum</i>	Projecten vanuit (KMM - Ede Marketing)
<i>Samenwerking Platform Binnenstad</i>	Marketing projecten gericht op Ede Centrum
2. Collectief Accountmanagement	
<i>Netwerkopbouw</i>	Lidmaatschappen, netwerkkosten o.a. Netwerk
	OOP netwerkbijeenkomsten, coalitiesessies : huur, koffie
<i>Aanjagen projecten</i>	oa. zakelijk toerisme (speerpunt food)
3. Gastheerschap & Informatievoorziening	
<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 gastheerschapsfunctie</i>	Versterken zichtbaarheid routes en arrangementen
	Aankleding nieuwe / updaten VVV Folderpunten / updaten bewegwijzering
<i>Realiseren nieuwe informatie middelen</i>	Routemiddelen
<i>ontsluiten evenementen online / offline</i>	Wekelijks online evenementennieuwsbrief, plaatsing maandelijkse activiteitenkalender Ede-Stad
4. Expertisecentrum	
Onderzoek	Effectmeting / deelname onderzoek bezoekers data Visit Veluwe
	Maken en verspreiden van infographics met data
	Rapportages, marktinformatie

Toelichting op bovenstaande financiën:

1. Dit zijn de kosten voor de vier deel-campagnes. Dit is een minimale kosten inzet. De ambitie is om hier van partners en andere financieringsbronnen additionele inkomsten te genereren.
2. Zit bij gastheerschap en informatievoorziening.

- 3.** Vanuit de basisfinanciering zullen we uren inzetten voor het onderzoek en de ontwikkeling van dit project. Voor de uitvoering zal er additionele financiering nodig zijn.
- 4.** Budget € 20.000,- p.j. voor de uitvoering van het convenant is voor de jaren 2023 t/m 2025 opgenomen. € 5.000 zetten we in voor uren, de rest € 15.000 voor out of pocket kosten.
- 5.** In deze begroting zitten alleen de uren voor het ontwikkelen en opstarten van de stadswinkel met samenwerkingspartners. Voor de uitvoering gaat het om additioneel budget.

4. TOELICHTING KERNTAKEN

→ Het laden en vermarkten van Ede

Bij het laden en vermarkten van het merk Ede gaan we door de ingeslagen weg van de afgelopen 3 jaar. We richten ons daarbij op de doelgroepen bewoners, bezoekers en bedrijven. De campagnes richten we in vanuit het profiel Food en Veluwe. Concreet richten we ons op meer trots van de bewoners en de bedrijven /organisaties, bekendheid van het aanbod en een goede spreiding in het jaar en door het gebied.

In 2023 zullen de basis werkzaamheden gericht op het laden en vermarkten van het gebied en de gastheerschap en de informatievoorziening gericht op bewoners en bezoekers voortzetten vanuit de volgende thema's:

- Natuur & Actief
- Food
- Cultuur, Evenementen en Erfgoed
- Militaire Historie

De belangrijke grotere campagnes hierbij zijn:

1. Nieuwe toevoegingen in de smaakfietsroute-campagne met bijvoorbeeld recepten / pakketten / arrangementen
2. Een groter opgezette crossmediale Wild campagne waarin we de wild in de breedste zin van het woord gaan uitlichten:
 - wild kijken (zelf bij de windschermen of georganiseerd in tochten en excursies)
 - wild eten en eten uit het wild (lokaal geproduceerde producten ook groenten)
 - wild kopen en koken (recepten - winkels waar wild te koop is)
 - wilde natuur ontdekken

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 voor bijv. de A0 borden in Ede in de zomermaanden. Daarnaast denken en werken we mee aan de grotere evenementen op de kalender van 2023. In 2023 zijn er zoals het er nu uitziet geen grote evenementen met landelijke uitstraling.

Samen met de evenementencoördinator worden er afspraken gemaakt over de marketing inzet gericht op evenementen.

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 voor 3 jaar een bedrag van 20.000 euro beschikbaar. Samen met het Kröller-Müller Museum werken we plannen uit voor de inzet van dit budget.

Gericht op het vestigingsklimaat met als rode draad Food zullen we een aantal projecten gaan gaan oppakken in 2023:

- Creëren Edes netwerk food marketeers
- Gezamenlijk creëren Edes Food verhaal
- En aanjagen van de eerste open food dag in Ede
- (Economische) marketing gericht op vestigingsklimaat - Wonen Werken en Studeren -> Campagne gekoppeld aan made-in-edede.nl

→ **Collectief Accountmanagement**

Samenwerken 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 Binnenstadsplatform, de profilering van de gemeente Ede, nieuwe toeristische aanpak tot de ontwikkelingen van Veluwe op 1.

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 2023 staan voornamelijk de volgende onderwerpen / projecten in de planning:

- Vernieuwde samenwerking een binnenstadsplatform Ede Centrum
- Vormgeven van nieuwe stadswinkel
- 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. Inwoners en bezoekers kunnen zich abonneren op de digitale nieuwsbrief met tips en ontvangen zo het moois van Ede in hun mailbox. We onderzoeken of het lidmaatschap van VVV Nederland / Kennisnetwerk destinatie Nederland nog van meerwaarde is voor Ede. Het gevolg kan zijn dat we afscheid gaan nemen van het VVV merk in de loop van 2023.

In samenwerking met Stichting Binnenstad Ede, De gemeente Ede en de vastgoedondernemers in het Centrum van Ede werken we verder aan een gezamenlijk aanpak voor het Centrum. Hoe die invulling precies zal zijn is nog niet duidelijk maar gesproken wordt over een langlopende opdracht en een gezamenlijk kantoor en stadswinkel. Het is nog niet duidelijk om welke omvang het gaat bij de marketingopdracht maar dat zal de komende maanden duidelijk worden.

De aandacht blijft ook 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 2023 richten we ons o.a. op advies t.a.v. route ontwikkeling en bezoekersmanagement. Projecten die voor 2023 op de planning staan zijn: nieuwe routes op de Ginkel, het militaire paspoort en advies t.a.v. ontvangstlocaties en het te ontwikkelen wandelnetwerk.

→ **ExpertiseCentrum**

In 2023 gaan we verder met de samenwerking met Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen t.a.v. de bezoekersdata. Daarnaast werken we aan een omgeving op ede-marketing.nl waar we de belangrijke onderzoeken en onderzoeksgegevens gaan presenteren voor onze stakeholders. Daarnaast gaan we gekoppeld aan het nog te ontwikkelen meerjarenplan 2023-2027 ook meerjaren doelen en KPI's opstellen waar we als Ede Marketing aan willen bijdragen en concreet aan gaan werken.

5. KPI'S GEKOPPELD AAN DE KERNTAKEN IN 2023

Een aantal van de KPI's die hieronder vermeld staan zijn vergelijkbaar met die van vorig jaar. Bij sommige werkzaamheden en projecten gaat het om continu processen en bij andere zaken is het ons nog niet gelukt deze KPI in 2022 te realiseren.

Kerntaak 1 - Vermarkten en laden Merk Ede:

1. Overkoepelend strategisch meerjarenplan 2023-2027 Ede Marketing
2. 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 website bezoek-ede.nl, verbeteren van de SEO en SEA van de website.
 - e. Online promotie van de deelthema's via Facebook / instagram/ Youtube¹
 - f. Ontwikkeling marketingmiddelen (productontwikkeling) voor toeristisch-recreatief aanbod
 - g. Toevoegen van 2 samenwerkingsprojecten aan de arrangementen-module
3. Uitvoeren (economische) marketing gericht op het vestigingsklimaat
 - a. Doorontwikkelen van de website made-in-ede.nl en koppelen van een campagne gericht op het vestigingsklimaat met food als uithangbord.

¹ Specifieke doelen en KPI's voor het website en social mediagebruik volgen nog naar aanleiding van de resultaten over 2022

- b. Realiseren van een gezamenlijke Food marketing aanpak binnen Ede gericht op bewoners en bedrijven.
4. Opbouwen van een database met 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. Zakelijk Toerisme (vergader en congresmarkt)
2. Verder vormgeven aan de raad van advies van Ede Marketing (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 en coördineren 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. Beheren van Ede-Marketing.nl als corporate website voor Ede Marketing en als platform waar relevante informatie voor onze stakeholders beschikbaar is.
2. In beeld brengen van de verschillende onderzoeksgegevens m.b.t. de gemeente Ede.
3. Realiseren citymarketing dashboard met de beschikbare en relevante data gericht op de 4 doelgroepen.
4. Verspreiden van marketing data richting toeristisch recreatief veld