

INTRODUCTIECONCERT

Jaaroverzicht

2016

**STICHTING ENSCHEDE
PROMOTIE**

ENSCHEDÉ

STAD VAN NU

JAAROVERZICHT 2016

Beste Partner,

Hierbij ontvang u van ons het jaaroverzicht van Enschede Promotie met daarin de belangrijkste ontwikkelingen en projecten van 2016.

Enschede Promotie is de organisatie die binnen de stad verantwoordelijk is voor citymarketing, evenementen en toerisme. Naast het bewaken van de strategische visie citymarketing, behoren het bevorderen van het (dag) toerisme en het ondersteunen en profileren van evenementen en activiteiten in Enschede tot onze kerntaken. Wij zien onszelf als een toegankelijke organisatie voor (binnen) stadspartners, die kennis en expertise toevoegt op het gebied van citymarketing en evenementen en daarbij het collectieve belang van de stad Enschede voorop stelt.

Ook in 2016 zijn we ons steeds meer gaan richten op het toevoegen van meer beleving aan de binnenstad en het aantrekken van meer bezoekers die langer verblijven en meer besteden, om zo de economische spin-off te vergroten. Dit doen we op vele manieren, in goede samenwerking met tal van partners in en om de stad.

Zo zijn de banden in 2016 met onze Leisure partners verder aangehaald, is het belevenisconcept Enschede, Muziek in de Straten gelanceerd en hebben we met de uitbreiding van onze Duitslandcampagne in Essen een heuse Enschede, um die Ecke-tram rijden. Al met al kijken wij tevreden terug op 2016 in goede samenwerking met onze partners.

Liefs uit Enschede!
Marieke ter Brugge



Liefs uit Enschede!

DESKUNDIG

BETROKKEN

VERNIEUWEND

Maart 2017

Uitgave van Enschede Promotie
Stationsplein 1A, 7511 JD
Enschede
053 - 480 1970
www.uitinenschede.nl
facebook.com/Enschede

LEISURE – ENSCHEDE GASTVRIJ

In 2016 is in verband met de aangescherpte strategie nog meer de focus komen te liggen op “Leisure”. De samenwerking met de toeristische branche is daarom verder geïntensiveerd. Enschede Promotie heeft, in samenwerking met de branche, een Leisure marketingjaarplan geschreven. Projecten die hieruit zijn voortgekomen zijn onder meer een **online campagne** gericht op de regio Zuid-Holland en een **citymagazine** over de stad dat bij de overnachtingslocaties op alle kamers komt te liggen. Ook inventariseert Enschede Promotie de mogelijkheid om in de stad **rode huurfietsen** te introduceren, waarvan bezoekers in Enschede gebruik kunnen maken.

Om het bezoekers zo makkelijk mogelijk te maken en hen te verleiden om alle mooie parels van de stad te bezoeken, is in 2016 de verspreiding van de **Uitagenda** uitgebreid. Zowel de Nederlandse als de Duitse bezoekers kunnen nu ook in de H.J. Van Heekgarage en de Irenegarage een gratis exemplaar van de Uitagenda meenemen. Daarnaast hebben de medewerkers van de Tourist Info in juli voor de eerste keer de nieuwe **bakfiets** gebruikt om bezoekers en bewoners persoonlijk te attenderen op het complete vrijetijdsaanbod van Enschede en hen wegwijs te maken in de stad. De bakfiets is ingezet tijdens de warenmarkt op dinsdag, zaterdag en de Duitse feestdagen, maar ook op andere drukke momenten zoals de introductieweek voor nieuwe studenten.



MEER OVERNACHTINGEN
GASTVRIJE STAD

EVENTEN HIGHLIGHTS

Enschede heeft al jaren een vast en stabiel evenementenprogramma met terugkerende evenementen zoals de Enschede Marathon, Oranjedagen, Frestival, Kunst in het Volkspark, Proef Eet, Military Boekelo-Enschede en nog veel meer evenementen waar de stad trots op mag zijn. Daarnaast worden steeds meer (relatief) kleine initiatieven ontplooid die veel potentie hebben om uit te groeien in de toekomst, zoals het Zuiderfestival en het MakerFestival. In 2016 hebben er geen grote (inkoop)evenementen plaatsgevonden zoals The Passion of 3FM Serious Request, maar dat betekent niet dat er niets is gebeurd. Er is eigenlijk altijd wel iets te doen in Enschede!

Landelijke organisatoren weten Enschede steeds meer te vinden en zien Twente als een kansrijke regio om evenementen te organiseren. Ook locaties waar in het verleden nog niet veel plaatsvond worden steeds vaker gebruikt als evenementenlocatie, zoals bijvoorbeeld het Volkspark, Performance Factory, Vliegveld Twenthe, campus van de Universiteit Twente en het Rutbeek.



Food Truck Festival TREK



Festival Andersom



Enschede Marathon



Gogbot



Introductieconcert

ROL VAN ENSCHEDE PROMOTIE

Sinds 2016 geeft Enschede Promotie geen subsidieadvies meer aan de gemeente over subsidieaanvragen van evenementenorganisatoren. We hebben hierdoor meer ruimte om zelf evenementen te organiseren en projecten op te pakken, zoals bijvoorbeeld Winter Wonderland en Enschede, Muziek in de Straten. De gedachte daarbij is dat het evenementen en projecten betreft, die de potentie hebben om zich (boven)regionaal te ontwikkelen, een collectief belang behartigen en/of de behoefte hebben aan een onafhankelijke, verbindende partij als projectleider of organisator. Het Uitfestival Enschede is daarentegen overgedragen aan de Stichting Cultuur in Enschede.

ORANJEDAGEN

In 2016 is besloten de Oranjedagen van 2017 organisatorisch anders op te zetten. De belangrijkste wijziging is dat Enschede Promotie optreedt als **vergunninghouder**. Dit houdt in dat alle organisatorische en productionele kwesties via Enschede Promotie lopen. Dit is vastgelegd in een nieuwe samenwerkingsovereenkomst, die voor 3 jaar is getekend door de Oranjevereniging Enschede en Enschede Promotie. Hierdoor kunnen we gezamenlijk bouwen aan de ambitie om Enschede dé stad van Oost-Nederland te laten zijn waar jong én oud Koningsnacht en Koningsdag viert.



Military Boekelo - Enschede



Proef-Eet



Winter Wonderland



Oranjedagen



DUITSLANDCAMPAGNE SUCCESVOL VOORTGEZET

In 2016 is het wervingsgebied van de Duitslandcampagne uitgebreid met het Noord Ruhrgebied. Er is specifiek ingezet op de stad **Essen**. De aftrap van de campagne vond plaats op 1 juli 2016 met de onthulling van de **Enschede Tram** die een jaar lang in Essen zal rijden. Daarnaast is twee keer een promotieteam ingezet in Essen. Gewapend met stroopwafels en een speciale Enschede shoppingtas hebben zij de mensen uit Essen warm gemaakt voor een bezoek aan Enschede. In december is de tram actiematig bestickerd met een Winter Wonderland-uiting en is er bij 120.000 huishoudens in Essen een **direct mailing** verspreid waarmee kans kon worden gemaakt op een gratis weekendje Enschede. De activiteiten zijn uiteraard ondersteund door een **online campagne** gericht op bezoekers uit Essen. Daarnaast zijn we ook blijven inzetten op onze Duitse 'thuisregio', **de Euregio**. Deze crossmediale middelenmix heeft ervoor gezorgd dat Enschede zowel online als offline zeer zichtbaar is geweest onder de Duitse doelgroep.



DUITSLANDCAMPAGNE
SUCCESVOL

FACTS & FIGURES

Duitslandcampagne

- 1700 Enschede shoppingtassen uitgedeeld
- Bereik tram: Jaarlijks circa 275.000 personen
- Duitse nieuwsbriefabonnees gestegen met 50%
- Direct Mailing verspreid over 120.000 huishoudens in Essen
- Facebook advertising: bereik 95.967
- Bannering: 2.819.164 impressies
- Google Adwords 29.708 clicks

FREE PUBLICITY

Enschede Promotie zet zich voortdurend in om de stad Enschede en haar aanbod op positieve wijze in de landelijke media te krijgen. Hierbij enkele publicaties die in 2016 zijn verschenen.

STADSONTWIKKELING

'Suikertram' moet Duits winkelpubliek trekken

Landse gemeenten proberen op die manier winkergebieden rekkelijker te maken. De nood is groot, in sommige gemeenten staat meer dan 20% van de winkelpanden leeg.



Beleving, daar gaat het om in december

Enschede Promotie bouwt succesvol concept uit. Vooral kwalitatief. 'We moeten blijven investeren in de stad.'

Week lang swingend in binnenstad van Enschede

Enschede Promotie speelt met nieuw concept in de binnenstad van Enschede op behoeftes van winkelpubliek.

Enschede Promotie heeft ook muziek in de Straten moet shoppers langer in winkelcentrum van Enschede.



Enschedetram dendert door Essen

Promotieteam brengt jaar lang foto-boetschap van Enschede in Essen.

SUCCESSVOLLE 1^E EDITIE ENSCHEDE, MUZIEK IN DE STRATEN

Enschede Promotie kijkt terug op een succesvolle 1^e editie van Muziek in de Straten. Dit nieuwe initiatief vond plaats van 27 mei t/m 5 juni en had als doel om meer beleving te creëren in de binnenstad en zo het winkelen in Enschede nog sfeervoller te maken. **Muziek en winkelen** gingen hand in hand en dat zorgde voor intieme muzikale momenten en vrolijke gezichten bij de bezoekers, de winkeliers en de horeca.

Muziek in de Straten werd mede mogelijk gemaakt door de samenwerking met culturele partners, Ondernemersfonds, Gemeente Enschede, Stichting Wijkraad Binnenstad Enschede en Winkelhart.



FACTS & FIGURES

Online

- Organisch bereik social media van circa 129.500 (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube)
- Organisch bereik op Duitse facebookpagina van circa 12.000
- 4.680 sessies op www.muzeikindestraten.nl
- 15.932 paginaweergaven

Marktonderzoek

- 63% was voorafgaand van het bezoek op de hoogte van Enschede, Muziek in de Straten
- Zowel bezoekers als winkeliers waarden Enschede, Muziek in de Straten hoog met respectievelijk een 7,6 en 7,7
- Bezoekers waarden de sfeer tijdens Enschede, Muziek in de Straten met een 7,8
- 89% van de bezoekers vindt Enschede, Muziek in de Straten een meerwaarde voor de binnenstad
- 70% van de bezoekers blijft door Enschede, Muziek in de Straten langer in de binnenstad
- 83% van de bezoekers heeft de intentie in 2017 terug te komen

WINTER WONDERLAND

Van 10 december 2016 t/m 8 januari 2017 vond Winter Wonderland weer plaats in de Enschedese binnenstad, met terugkerende elementen als de ijsbaan, **Long Lane of Love**, kerstmarkt in de Haverstraatpassage (17 & 18 december) en culturele Stadsherberg (27 t/m 30 december). Daarnaast is ook weer geïnvesteerd in o.a. bijzondere verlichting en aankleding om de binnenstad in deze periode nog sfeervoller te maken. Het spektakelstuk van 2016 was het 6,5 meter hoge verlichte **Twentse Ros** op het Stationsplein met ruim 2.400 sprankelende LED-lampjes, een echte eyecatcher en een bijzonder fotomoment voor bewoners en bezoekers.

Winter Wonderland is tot stand gekomen in nauwe afstemming met de binnenstad partners en wordt financieel mede mogelijk gemaakt door Ondernemersfonds, Winkelhart, Gemeente Enschede, SWBE, Initiatiefkracht, Marktbond, VHSE en Stichting Cultuur in Enschede.

HET TWENTSE ROS IN 2016 EYECATCHER VOOR WINTER WONDERLAND ENSCHEDE



FACTS & FIGURES

Bezoekers:

- IJsbaan: 10.000
- Schoolschaatsen: 3.000
- Stadsherberg: 3.355

Online

- 15.000 sessies www.winterwonderland.nu. Stijging van 37% t.o.v. 2015
- >105.000 organisch bereik social media. Stijging van 33% t.o.v. 2015

Tevredenheidsonderzoek bezoekers

- Winter Wonderland heeft een naamsbekendheid van 92% onder de bezoekers (2015: 89%)
- Bezoekers geven Winter Wonderland een 7,7. De sfeer wordt gewaardeerd met een 7,9. (2015: respectievelijk 7,6 en 7,7)
- 98% van de bezoekers vindt sfeervolle aankleding van toegevoegde waarde voor Enschede (2015: 91%)
- 73% van de bezoekers vindt sfeer bijdragen aan keuze om in Enschede te gaan winkelen (2015: 58%)
- 88% van de bezoekers heeft de intentie in 2017 terug te komen

Bronnen: Google Analytics en I&O research

ONLINE

Eind 2015 heeft Enschede Promotie een SEO* traject doorlopen. Dit is in 2016 voortgezet en dat resulteert in zichtbare resultaten. In 2016 is daarnaast gefocust op de content-domeinen Overnachten en Winkelen, voor zowel de Duitse als Nederlandse doelgroep.

In totaal hadden onze belangrijkste websites www.uitinenschede.nl en www.stadtenschede.de respectievelijk 527.291 en 433.083 sessies. In onderstaande tabel worden de cijfers per domein weergegeven (bezoeken).

Website / domein	Sessies	
	Realisatie	Target
Uitinenschede.nl		
Winkelen	124.133	104.287
Cultuur	27.044	16.212
Uitgaan	59.851	32.335
Overnachten	10.096	5.821
Stadtenschede.de		
Einkaufen	136.138	139.333
Übernachten	8.591	8.927

* SEO is Search Engine Optimization

INSTAGRAM-BOOST

Het afgelopen jaar is er meer ingezet op Instagram. Door regelmatig mooie of nieuwswaardige beelden uit Enschede te plaatsen, is er een **groei van 181%** gerealiseerd van het aantal volgers van het UitinEnschede account. Ook de achterban van onze andere social media kanalen blijft gestaag groeien.

Medium	2016
Facebook NL (@enschede)	33.136
Facebook DLD (@stadtenschede)	18.875
Twitter (Enschede)	6.119
Instagram (@uitinEnschede)	1.740



COMMUNICATIEMIDDELEN

Enschede Promotie is continu bezig haar communicatiemiddelen uit te breiden en/of aan te passen op de veranderende consumentenbehoeften. Hieronder vindt u een selectie van een aantal aangepaste middelen.

UITAGENDA IN PARKEERGARAGES

Enschede Promotie heeft gastvrijheid hoog in het vaandel staan. De meeste bezoekers komen met de auto naar de stad. Om het hen zo makkelijk mogelijk te maken en hen te verleiden om alle mooie parels van de stad te bezoeken, is in 2016 de verspreiding van de aangepaste **Nederlandse én Duitse Uitagenda** uitgebreid. Deze nieuwe uitagenda in twee talen met tips en highlights van Enschede is te verkrijgen in de H.J. van Heekgarage en de Irenegarage. In de speciale displays zitten zowel Nederlandse als Duitse Uitagenda's die bezoekers gratis kunnen meenemen. Niemand hoeft meer iets te missen!



TOURIST INFO SHOP

Onder druk van de bezuinigingen en het veranderende consumentengedrag hebben wij moeten besluiten om de Tourist Info Shop per 1 juli 2017 te sluiten. Een spijtig en moeilijk besluit voor bezoekers en de betrokken medewerkers. Om het fysiek gastheerschap van de stad zoveel mogelijk op peil te houden wordt gekeken naar andere manieren om bezoekers, die persoonlijk contact op prijs stellen, toch van informatie te kunnen blijven voorzien.

TOOLKIT

Als stichting hebben wij de afgelopen jaren hard gewerkt aan het creëren van eigen communicatiemiddelen met als doel het vrijetijdsaanbod zo goed mogelijk te promoten. Zo zijn er **verschillende middelen** in print, outdoor en online die wij in eigen beheer hebben en die een groot bereik hebben. Een volledig overzicht van deze middelen vindt u in onze **nieuwe toolkit** op uitinenschede.nl.

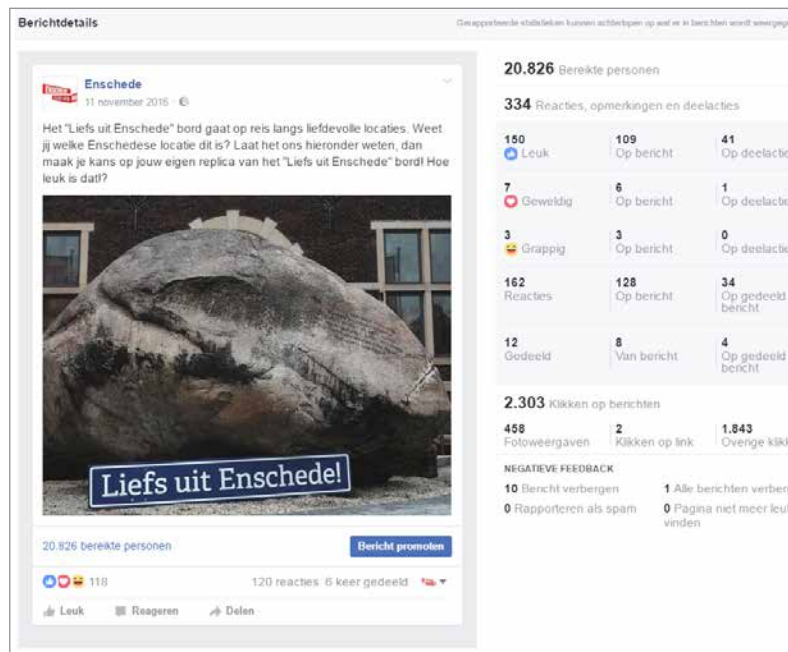


ACTIVITEITEN

Naast alle geplande projecten, activiteiten en evenementen doen zich elk jaar ook kansen of gebeurtenissen voor die Enschede Promotie graag aangrijpt om de stad van haar beste kant te laten zien. Zo ook in 2016!

WEURO 2017: ENSCHEDE PRESENTEERT ZICH

In de zomer van 2017 wordt zowel de halve als de hele finale van het EK vrouwenvoetbal in onze stad gespeeld. Enschede Promotie verzorgt de marketing en communicatie rondom dit toernooi, en is verantwoordelijk voor de fanzones. Tijdens de loting in Rotterdam was Enschede Promotie aanwezig om Enschede als speelstad te presenteren. Hiervoor is speciaal Engelstalig brochuremateriaal ontwikkeld. Enschede heeft zich wederom van haar beste kant laten zien.



WEGENS SUCCES VERLENGD: 'LIEFS UIT ENSCHEDE!'

Nadat het bordje 'Liefs uit Enschede' achter het hartenbankje was weggehaald, is Enschede Promotie op zoek gegaan naar een ludieke manier om een vervolg te geven aan het verzenden van liefdevolle groeten uit Enschede. Een succesvolle social media campagne was het gevolg! Tot op heden kunnen de volgers van facebook.com/enschede met regelmaat raden op welke plek het 'Liefs uit Enschede' bordje zich bevindt en maken ze kans op een replica.