



MarketingOost

REGIO- EN STADSMARKETING

Nieuwsupdate MarketingOost

17 juni 2020

Dagelijkse nieuwsupdate met een verzameling aan relevante berichten uit diverse (media) bronnen over de Corona-crisis, de gevolgen én mogelijkheden voor de sector. MarketingOost is niet verantwoordelijk voor de inhoud van de externe berichten.

Nieuws over Corona, economie breed en in de sector

Nederland verlengt de grenssluiting voor mensen van buiten Europa

De reisrestricties zijn verlengd tot 1 juli. Het gaat hierbij om de inperking voor alle niet noodzakelijke reizen van personen vanuit derde landen naar Europa (alle EU-lidstaten, alle leden van Schengen en het VK) met als doel de verspreiding van het COVID19 virus tegen te gaan.

<https://www.rijksoverheid.nl/actueel/nieuws/2020/06/15/nederland-verlengt-de-grenssluiting-voor-mensen-van-buiten-europa>

Hotel Postillion kan salaris niet meer betalen: derde personeel weg

Hotel- en congrescentrumketen Postillion ontslaat 110 van de 350 werknemers. Het bedrijf zegt noodgedwongen te moeten inkrimpen. Door het coronavirus is de omzet van het bedrijf gekelderd. Die omzet ligt naar verwachting inmiddels 60 procent lager dan een jaar eerder. Eerder voorzag directeur Erik-Jan Ginjaar nog een daling van 45 procent.

In Overijssel staat er een Postillion hotel in Deventer.

<https://www.rtlnieuws.nl/economie/business/artikel/5154101/postillion-hotel-keten-covid-19-corona-ondernemen-toerisme>

Nieuws uit de regio

Corona raakt Regio Deal Twente, 6 miljoen vrijgemaakt om gevolgen crisis op te vangen

Zes miljoen euro wordt de komende tijd vrijgemaakt om de gevolgen van de coronacrisis in Twente op te vangen. Het geld komt uit de Regio Deal Twente, een investeringsprogramma van 150 miljoen euro.

<https://www.tubantia.nl/enschede/corona-raakt-regio-deal-twente-6-miljoen-vrijgemaakt-om-gevolgen-crisis-op-te-vangen~af6c4e7d/>

RTV Oost peiling: Zomervakantie in coronatijd? Overijssel twijfelt of vakantie wel leuk wordt

Een ruime meerderheid van de deelnemers aan het onderzoek zegt dat de coronacrisis "veel invloed" heeft op de zomervakantie 2020. Een derde van de deelnemers zegt dat de crisis een "beetje invloed"



heeft en minder dan twintig procent verklaart dat het virus en de bijbehorende maatregelen maar heel "weinig invloed" heeft.

MarketingOost: Het gaat de goede kant op

Kenniscentrum MarketingOost luidde helemaal aan het begin van de coronacrisis de noodklok. Het kenniscentrum meldde dat de Overijsselse toeristische sector keihard werd geraakt door de crisis. Op dat vlak is er goed nieuws te melden, het tijd lijkt te keren zegt woordvoester Hedwig Duteweerd. "We zien het aantal boekingen bij campings en vakantieparken toenemen. Het zit nog niet op hetzelfde peil als vorig jaar, maar er wordt een rappe inhaalslag gemaakt. In onze provincie ligt het aantal boekingen hoger dan elders, omdat wij altijd al veel binnenlandse toeristen trekken. Echter zien we dat nog steeds maar een deel van de Nederlanders van plan is om op vakantie te gaan."

<https://www.rtvooost.nl/nieuws/331977/Zomervakantie-in-coronatijd-Overijssel-twijfelt-of-vakantie-wel-leuk-wordt>

De Reismannen: 'Fietsen door Noordoost-Twente: machtig mooi!'

Twente geldt als één van de mooiste fietsregio's van ons land. Het is ook de regio waar de wieg van Reisman Arjen van U. en Reisman Tinus heeft gestaan. Beiden doen weinig moeite hun trots voor hun heimat onder stoelen of banken te steken. Logisch ook. Reisman Tinus besloot om een lang weekend op (her)ontdekkingstocht te gaan in zijn favoriete deel: Noordoost-Twente. Dus: tent in de auto, fiets achterop en op het naar het oosten!

<https://www.reismannen.nl/2020/06/fietsen-door-noordoost-twente-machtig-mooi/>

Relevant voor ondernemers

Regio Zwolle: Samen uit de crisis

Wat is nodig om jouw bedrijf gezond door de coronacrisis te leiden? Laat het weten door deze 5 vragen te beantwoorden. Zo kunnen de 22 gemeenten in Regio Zwolle gezamenlijk oplossingen neerzetten die écht werken.

Samen uit de crisis, daar gaan we voor. Geef daarom door welke factoren nodig zijn om jouw organisatie weer op volle toeren te laten draaien.

Ga direct naar <https://lnkd.in/dpCHJWj>

https://www.linkedin.com/posts/paulveld1968_upgradejezelf-coronacrisis-gemeenten-activity-6678677431156523008-XKJj

Inspiratie voor de anderhalve-meter-samenleving

De campings helemaal open; lichtzuilen voor toilet

De camping zijn vanaf maandag weer helemaal open, dus ook de toiletgebouwen. Eigenlijk zou dat pas per 1 juli zijn, maar het kabinet heeft dat iets vervroegd. Om te voorkomen dat het te druk wordt bij de douches en toiletten, hebben campingeigenaren vanalles bedacht. Bij recreatiepark De Boshoeke in Voorthuizen werken ze bijvoorbeeld met lichtzuilen.

<https://www.nporadio1.nl/nos-radio-1-journaal/onderwerpen/60266-2020-06-15-de-campings-gaan-vandaag-helemaal-open>



‘Je event uitstellen? Nee, pak nú je kansen: get digital or get out.

De zakelijke evenementenbranche heeft een grote klap gekregen door de coronacrisis. Maar nu je event, training op workshop uitstellen tot na de zomer kan fataal zijn voor je onderneming, zo betoogt marketingexpert en gedragsdeskundige Martin van Kranenburg. “Ga experimenteren en speel in op de nieuwe klantvragen en behoeften.

Die behoefte is er. Juist nu willen mensen leren, elkaar ontmoeten en netwerken. Maar wel in een vertrouwde omgeving. Nu is het tijd om digitaal maximaal te omarmen en hiermee nieuwe programmaformats te ontdekken. Er liggen enorme kansen voor sprekers, dagvoorzitters, organisatoren en locatie-eigenaren van beurzen, congressen, vergaderingen en bedrijfsevenementen.”

https://insights.abnamro.nl/2020/06/je-event-uitstellen-nee-pak-nu-je-kansen-get-digital-or-get-out/?utm_source=nieuwsbrief&utm_medium=email&utm_term=15-06-2020&utm_content=%E2%80%98Je%20event%20uitstellen%3F%20Nee%2C%20pak%20n%C3%BA%20je%20kansen%3A%20get%20digital%20or%20get%20out.&utm_campaign=Nieuwsbrieven2020-instantNL

Hoe houd je als museum het hoofd boven water

Nederland is rijk aan musea. Het zijn er ca. 1100; en die zorgen voor 4,8% van onze werkgelegenheid. Het grootste deel (55%) heeft een zeer kleinschalige omvang (100 – 10.000 bezoekers per jaar); 37% valt in de categorie medium (10.000-100.000).

Nu de lockdown voor musea inmiddels is opgeheven, mogen de musea weer open; maar wel onder stricte voorwaarden en met veel minder (betalend) publiek.

Mirjam Moll, directeur van de Museumvereniging, deed recent een indringende oproep voor extra steun aan de museumsector. Er is sprake van een culturele noodsituatie. Zo'n 20% van de musea dreigt te verdwijnen, nu nog worden musea gered door noodmaatregelen. Maar het is goed als musea gaan nadenken over een beter gespreide portfolio van inkomsten.

Gasten (mensen die er een dagje op uit trekken) zijn op zoek naar een unieke ervaring die ze kunnen delen met anderen. Musea strijden met andere aanbieders in de vrijetijdseconomie om aandacht, tijd en budget van de bezoekers. (Joe Pine, The Experience economy) De concurrent is dus niet alleen je collega museum, maar ook Netflix, Online gaming, conceten, musicals, dagattracties en horeca.

Nederland beschikt met tal van musea en een rijk erfgoed over een goede basis om een andere marktbenadering te kiezen, waarbij je onorthodoxe instrumenten moet inzetten om op te vallen. Dat vraagt om een diversificatie van diensten, het integreren van storytelling, de betrokkenheid van gasten intensiveren en upsell mogelijkheden beter benutten. Daarmee bedoel ik nadrukkelijk niet dat je musea moet omzetten naar themaparken. De denkrichting gaat eerder in de richting van een Cultureel Experience Center.

<https://pretwerk.nl/opinie/hoe-houd-je-als-museum-het-hoofd-boven-water/66484>

Relevant voor DMO's, stadspromotie, gemeente etc.

Trendbureau Overijssel organiseert webinar: ALBERT FABER

- Onderdeel van de lezingencyclus "Wijzen In Het Oosten"
- Dinsdag 30 juni 2020
- Programma 15.30 – 17.00
- Webinar

Een crisis helpt ons om oude zekerheden, routines en vanzelfsprekendheden te bevragen, te begrijpen en ter discussie te stellen. Wat een crisis doet is opnieuw leren kijken. En dat is precies wat we gaan doen tijdens deze webinar. Samen met Albert Faber, auteur van het boek "De Gemaakte Planeet, leven in het Antropoceen", gaan we in gesprek over de veranderende relatie die wij als mensheid hebben met Moeder Aarde. De huidige coronacrisis als pandemie geeft ons een nieuwe blik op de verhouding tussen mens en natuur.

Ooit bepaalde de natuur de mens. Anno 2020 is de invloed van de mens op de aarde echter groter dan ooit tevoren en horen we steeds vaker dat we leven in het tijdperk van de mens; Het Antropoceen. Maar wat houdt het Antropoceen eigenlijk in?

Het tijdperk van de mens vraagt om nieuwe verhalen en perspectieven en ook om verbeeldingskracht. Dat we op zoek moeten naar nieuwe verhoudingen tussen mens, natuur en techniek staat buiten kijf. Want hoe zit het met de veerkracht van mens en natuur? Wie is eigenlijk waar verantwoordelijk voor? En wat betekenen deze nieuwe omgangsvormen tussen de mens en aarde voor de manier waarop we beleid maken?

Het verhaal van Faber krijgt verder gestalte door twee speciale gasten uit de Overijsselse praktijk: Jan ten Tije van MarkeLokaal & wethouder Bram Harmsma van Gemeente Steenwijkerland.

Erica van Lente, burgemeester van Dalfsen, leidt deze middag het online gesprek.

<https://www.trendbureauoverijssel.nl/spreker/albert-faber/>

Trendrapport: veranderende behoeften door coronacrisis

Door de komst van het coronavirus worden verschuivingen in behoeften versneld of vertraagd. In deze trendverkenning beschrijven we welke maatschappelijke trends op dit moment sterk naar voren komen.

Het doel van de verkenning is om houvast te bieden bij het ontwikkelen van nieuwe diensten, content, campagnes en innovaties en nieuwe functionaliteiten bij bestaande diensten, zodat deze aansluiten bij de dominantier geworden behoeften. De veranderingen zijn nog gaande, en het einde is nog niet in zicht. Deze trendverkenning is dan ook geen eindpunt, maar een startpunt.

Het coronavirus heeft onze samenleving lam gelegd. We moesten wennen. We moesten wachten op antwoorden. We moesten omgaan met teleurstelling. We moesten improviseren. We werden geforceerd om af te wijken van routines en te komen met creatieve oplossingen. Daarbij heeft de technologie ons kansen geboden die we niet zomaar loslaten.

NPO Innovatie heeft dit moment aangegrepen om door middel van trendonderzoek meer grip te krijgen op de toekomst. We hopen dat de trends je inzichten geven, helpen keuzes te maken en inspiratie bieden voor nieuwe oplossingen.

<https://innovatie.npo.nl/nieuws/trendrapport-veranderende-behoeften-door-coronacrisis#content>



Herstart Ardennen en Wallonië met 4 pijlers in de campagne

Op het moment dat de grenzen met Nederland openen, lanceert Wallonië België Toerisme een brede promotiecampagne met een nieuw merk en een nieuwe visuele identiteit om de Nederlandse toerist uit te nodigen voor een vakantie in Wallonië en de Ardennen. Het bureau voor deze twee regio's baseert de campagne op vier pijlers. Daarmee is het voor het vak goed om te zien hoe je strategische pijlers voor product en beleving vertaalt naar publiekstaal. Eefje Marijt van het Nederlandse bureau van deze regio's is blij dat alle troeven goed visueel aan bod komen.

De promotiecampagne met positieve insteek en als rode draad 'Ruimte voor verademing' herinnert de Nederlandse vakantieganger eraan wat een heerlijke vakantiebestemming de Ardennen zijn. Vergezeld van de baseline 'Wallonië en de Ardennen - Zóveel te beleven', wordt het publiek aangespoord om Wallonië aan de hand van vier pijlers te (her)ontdekken:

- 1 'Ontsnappen aan de drukte... en je vleugels uitslaan' (natuur),
- 2 'Alles loslaten om... helemaal te ontspannen' (gastronomie),
- 3 'Op verkenning gaan en... jezelf ontdekken' (attracties en bezienswaardigheden)
- 4 'Je hoofd leegmaken en... nieuwe ervaringen opdoen' (cultuur en erfgoed).

Filmpje:

https://youtu.be/6J_HTe_5TDA

<https://www.nritmedia.nl/kennisbank/42509/herstart-ardennen-en-walloni-met-4-pijlers-in-de-campagne/?topicsid=&inloggen=1>