

Bestemming Gelderland in het kort

Visie en strategie Gelderse Streken 2019-2023

Gelderland is de nummer één binnenlandse vakantieprovincie van Nederland. De focus ligt op een duurzaam, verbonden en economisch krachtig toeristisch beleid. Duurzaam aantrekkelijk blijven vraagt om een alerte en vooruitziende blik op de toekomst. De provincie Gelderland wil samen met haar partners nadrukkelijk werken aan het behouden en duurzaam uitbreiden van de positie als attractieve plek voor toeristen en inwoners. Dit betekent dat er ook gekeken moet worden naar de manier waarop de bestemming Gelderland de bekendheid vergroot middels de Gelderse Streken campagne en samenwerkt aan de thematische verhaallijnen. Dit betekent eveneens dat de provincie moet investeren in bestemmingsmarketing, -management en -ontwikkeling. Daarvoor is deze visie & strategie samen met onze partners geschreven en tot stand gekomen. De Visie en Strategie Gelderse Streken 2019-2023 is kaderstellend voor de uitvoering van de campagne Gelderland levert je mooie streken.

Positionering

Gelderland heeft/is...

- Rijk verleden
- Diversiteit
- Rust & ruimte
- Puur & eerlijk

Doelgroepen

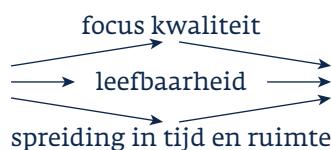
- Nationale markt
 - Inzichtzoeker
 - Verbindingszoeker
 - Stijlzoeker
- Internationale markt
 - Traditional (Mary)
 - Upper Class (Paul)

Strategie

- Marktpenetratie nationale markt: consolideren van de binnenlandse markt met focus op bepaalde doelgroepen.
- Marktonwikkeling internationale markt: Duitse en Vlaamse markt, met focus op bepaalde doelgroepen en voor bepaalde streken.

Doelen provincie Gelderland

- Gelderland in zijn geheel als toeristisch kwaliteitsproduct in de markt zetten.
- Het versterken van (de kwaliteit van) het toeristische aanbod, het aantal bezoeken en de vakanties vergroten en verlengen om daarmee merkbare hogere bestedingen per toerist en bezoek te realiseren.



Doelstellingen toeristische marketing

- Gelderland / Gelderse Streken moet top of mind blijven als favoriete binnenlandse bestemming op het gebied van meerdaags verblijf.
- Internationaal (dichtbij) meer naamsbekendheid genereren door een onderscheidende positie in te nemen waardoor de voorkeurspositie voor Gelderland / Gelderse Streken toeneemt.
- Extra aandacht voor kwaliteit en spreiding in tijd en ruimte, ook in het kader van duurzame gebiedsontwikkeling en leefbaarheid.

Bijsturing van campagnes vindt plaats aan de hand van de resultaten van de o-meting, analyses van deelcampagnes, effecten Covid-19 en trends en ontwikkelingen.

Uitgangspunten strategie

- Het verhaal van de Gelderse Streken.
- Customer journey is leidend.
- Storytelling is aanpak in de strategie (Romeinen, Kastelen, Hanzesteden).
- Data en kennisontwikkeling staan centraal in de strategie.
- Samen met de stakeholders Gelderland in de markt zetten.

Tactiek: verhaallijnen

Het merk Gelderland wordt geladen aan de hand van verhaallijnen, waarbij individueel aanbod gebundeld wordt. De verhaallijnen, gebaseerd op de iconen en de kenmerken van Gelderland, zijn:

- (Be)leef de natuur
- Verbindend verleden
- Hedendaagse cultuur
- (S)maken uit de streek

In Nederland is Gelderland vakantieprovincie nummer 1, fietsprovincie nummer 1 (2018) en de Veluwe en Veluwerand zijn vakantiebestemming nummer 1.



3,1 miljoen
binnenlandse vakanties (2019)
17,5% van het landelijke totaal
€ 539 miljoen bestedingen



53 miljoen
wandelingen (2016)
12,2% van het landelijke totaal



16,4 miljoen
overnachtigingen Nederlanders



4 miljoen
dagtochten vanuit Duitsland
(juni 2015 t/m mei 2016)
€ 308 miljoen economische waarde
Nordrhein-Westfalen/Niedersachsen



743.000
buitenlandse gasten (2019)
46% uit Duitsland, 18% uit België
en 7% uit het Verenigd Koninkrijk
± 2.1 miljoen overnachtingen



502.000
(meerdaagse) binnenlandse
zakenreizen (2019)
12,6% van het landelijke totaal
859.000 overnachtingen
€ 222 miljoen bestedingen

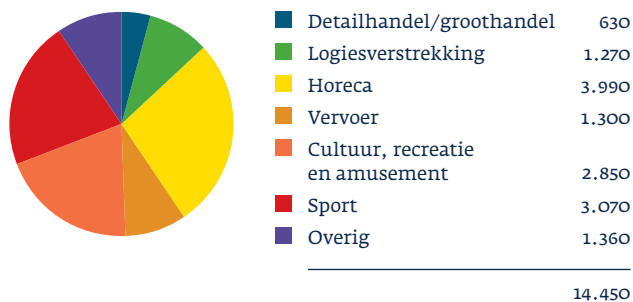


222 miljoen
vrijtijdsactiviteiten > 2 uur
(2018)
€ 4,9 miljard bestedingen,
waarvan € 2,8 miljard direct

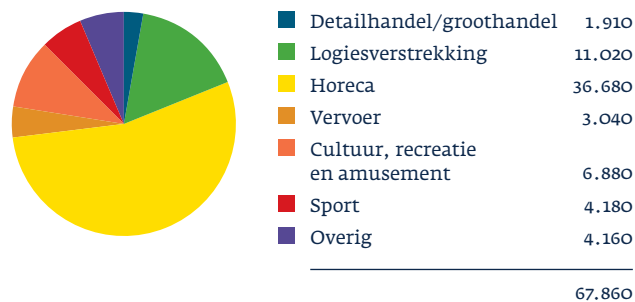


67.900
arbeidsplaatsen in de
vrijtijdseconomie (2019)
6,5 % van de totale Gelderse
werkgelegenheid

Vestigingen recreatie en toerisme (in Gelderland naar deelsector in 2019)



Werkgelegenheid recreatie en toerisme (in Gelderland naar deelsector in 2019)



In IPO verband is er in het verleden een afbakening gemaakt van de sector recreatie en toerisme. Voor de bepaling van de omvang van de werkgelegenheid van de vrijetijdsector is onderzocht welke branches geheel of gedeeltelijk samenhangen met de sector. Bij de bepaling van het aantal bedrijven zijn de wegingsfactoren niet toegepast en zijn de bedrijven integraal meegeteld.

Bronnen

Visie en Strategie Gelderse Streken 2019-2023
CBS, CVO, CVTO, CZO, NBTC, LISA,
www.fietsen.123.nl (2018),
Nationale Wandelmonitor 2016
<https:// gelderland. incijfers. nl/ home gelderland. aspx>
www.leefstijlvinder.nl
NBTC Holland Marketing/Motivaction

Provincie Gelderland

Markt 11
6811 CG Arnhem
Postbus 9090
6800 CX Arnhem
026 359 99 99
provincieloket@gelderland.nl
www.gelderland.nl