

**AMSTEL
VEEN**



Stadspromotie 2023 en verder

Jane van Kampen & Tom van Dijk



Vanavond willen we bespreken

1. *Kader gemeenteraad 2017*
2. *Wat verstaan we onder stadspromotie*
 - Waarom zou je aan stadspromotie of citymarketing doen?
 - Bewoners als bezoekers van hun eigen stad
 - Bezoekers van buiten Amstelveen
3. *Visitamstelveen.nl*
 - Resultaten
 - Samenwerking met ondernemers
4. *Hoe ga je stadspromotie vorm geven in de komende jaren?*
5.

Aanpak in Amstelveen (1)

Keuze Commissie ABM/B&W Juli 2017:

- *Meer inzet op doelgroepen bezoekers en bedrijven “Promotie Toerisme en Promotie Vestigingsplaats”*
- *Extra geld voor 2017, 2018 en 2019*
- *Maak een uitvoeringplan en doe ervaring op*
- *Over 2 jaar kijken of citymarketing breder opgepakt moet worden (groeimodel)*

Aanpak in Amstelveen (2)

- *Actieplan Stads promotie 2017-2019:*
 - Begin bij bewoners (als bezoekers van hun eigen stad)
 - Laat ondernemers / instellingen samenwerken
 - Toerisme, recreatie/sport én cultuuraanbod promoten
- *Augustus 2019: Stads promotie opgenomen in de Visie Toerisme & Recreatie Amstelveen*
 - Promotieplan Amstelveen 2020-2023 opgesteld.
 - Projectteam uit verschillende afdelingen bij de gemeente dat samen met de sector (T&R, cultuur, detailhandel, sport en horeca) stads promotie vorm geeft.
 - Budget gealloceerd t/m 2022:
 - 2020: € 200.000,=
 - 2021: € 200.000,=
 - 2022: € 150.000,=
- *Juni 2020: Lancering Platform Visitamstelveen en Uitagenda.*

Recreatie - Toerisme

- Allebei vrijetijdsbesteding (ontspanning en vermaak).
- Recreatie: activiteiten thuis of in de woonomgeving, dus: bewoners van Amstelveen
- Toerisme: alle activiteiten waarin reizen centraal staat, dus: bezoekers van buiten Amstelveen

Wat is citymarketing/stadspromotie?

Zorgen dat bewoners, bezoekers, bedrijven, studenten en investeerders voor je stad (blijven) kiezen!



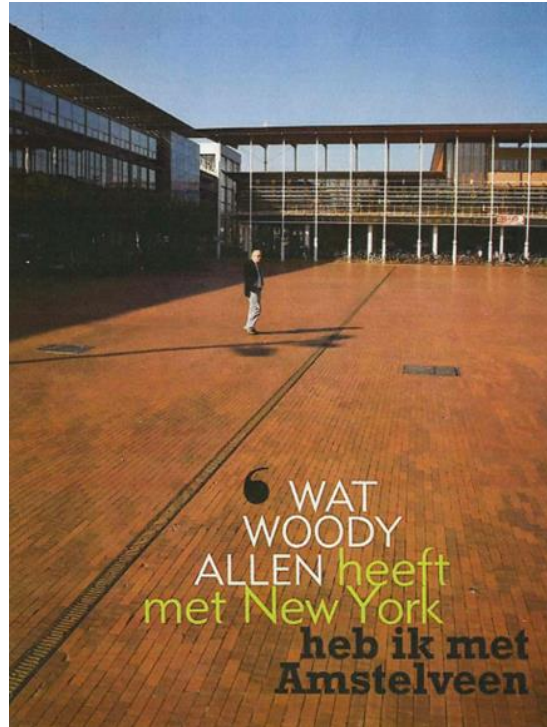
Perceptie is cruciaal in het keuzeproces



Stadspromotie, waarom eigenlijk?

- Vraag bedrijfsleven/versterking lokale economie
- Verbindingen leggen tussen ondernemers en instellingen
- Stadstrots vergroten bij bewoners
- 35^e stad van NL, visie op bezoekers/bezoeken nodig
- Positionering: wat onderscheidt ons van de regio?
- Imago slaapstad (?)> imago scherper krijgen
- Druk op Amsterdam & groei hotels

Imago van Amstelveen?



“Concurrentie” in de Metropool Amsterdam



Maar ook vanwege:



Wat promoot [visitamstelveen.nl](https://www.visitamstelveen.nl)?

Doel:

Amstelveen via gerichte communicatie beter op de kaart te zetten als aantrekkelijke plek voor de lokale recreant, de regionale en (inter)nationale bezoeker.

Strategie:

- naamsbekendheid uitbreiden door een onderscheidende positie in te nemen voor de stad Amstelveen waardoor de voorkeurspositie voor Amstelveen als toeristische en recreatieve stad toeneemt.
- primair richten we ons op inwoners en regionale (dag)bezoekers. Daar waar we ook (inter)nationaal meer naamsbekendheid kunnen genereren zullen we die kansen pakken, maar dat is van secundair belang en daarvoor werken we nauw samen met AmsterdamPartners.

Positionering:

Onderscheidende kernwaarden van Amstelveen: groener dan groen, kwaliteit van leven, ondernemerschap in het bloed, internationale stad. Dat onderscheidt ons van de omliggende gemeenten. En dat zetten we dus centraal in het positioneren van de stad via 5 verhaallijnen.

5 Verhaallijnen en iconen:

- Hoogwaardig shoppen
- (Be)leef het groen
- Hedendaagse kunst & cultuur
- Culinaire genieten
- Breed aanbod sport & bewegen



NATUUR



CULTUUR



SHOPPEN



SPORT



CULINAIR

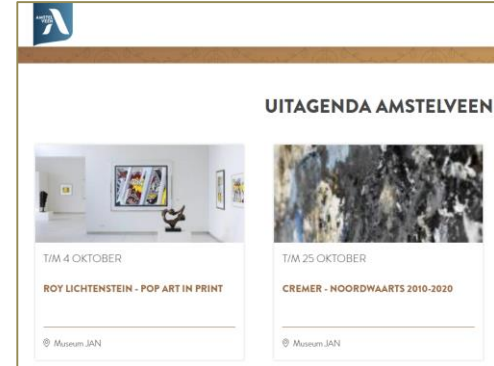
Hoe?

Online

- www.visitamstelveen.nl & Uitagenda – website
- [Visit Amstelveen](#) - Facebook
- [@visitamstelveen](#) - Instagram
- Nieuwsbrief Consumenten & Partners
- Influencemarketing (Instameets)

Offline

- Pers en PR - Amstelveenz & Nieuwsblad, Uitmagazine, landelijke pers
- Plattegronden (Citymap en Greenmap) & (historische) routes
- (Online) campagnes en passende evenementen
- Sandwichborden, Uitagenda wekelijks in Nieuwsblad
- Overig - MRA campagne, raamstickers voor partners.



Voor wie?

- Lokale recreant/bewoner (primair)
- Regionale bezoeker (primair)
- (Inter)nationale bezoeker (secundair)
- [Leefstijlvinder.nl](https://www.leefstijlvinder.nl) (Stijlzoeker & Inzichtzoeker)



Met wie?

- Ruim 300 locaties in de stad op de website.
- Externe Klankbordgroep en Werkgroep marketing
- Uitagenda
 - digitaal formulier aanleveren activiteiten & evenementen
 - connectoren grotere instellingen
- Door-links naar aanbod van Amstelveen Sport, wijk-evenementen op MijnAmstelveen, etc



Resultaten (2021) o.a.

- Lokale [online concertregistraties](#) in Uitagenda
- [Historische routes](#) toegevoegd
- Bijdrage wayfinding Frida Kahlo tentoonstelling Cobra
- Corona-campagne “Weer Samen....” (Q2)
- Campagne Amstelveen Originals (Q3)
- Instameet (augustus)
- [Amstelveen in 24Hrs](#) (sept)
- Adventskalender



KPI (uit promotieplan)	DOEL	SCORE
Gemiddelde tijd website	1,5 - 2 minuten	1 min 56 sec
Gemiddelde bounce-rate	40%	49%
Unieke bezoekers p/mnd na 2 jaar (1 juli 2022)	10.000	9.969
Facebook	7.500 volgers	6.779 volgers
Bereik	1,5 miljoen	1,1 miljoen
Betrokkenheid	100.000	57.366
Instagram	2.500 volgers	1.975 volgers
Bereik	150.000	578.283
Betrokkenheid	25.000	36.943



- Vooral via mobiel en Google zoekmachine
- 60% bezoekers website is vrouw
- Leeftijd: 24-54 (en 65+)
- Afkomstig uit Amsterdam en Amstelveen (en Rotterdam?!)
- Veel verkeer van websites Schouwburg en Amstelveenz
- Veel verkeer naar o.a.: de Geitenboerderij, Museum Jan, De Meerkamp, Eurocamp Amsterdamse Bos, De Pluktuin
- Zoektermen: Cherryblossom/kersenbloesem, adventskalender, 24Hrs, markt Amstelveen, Bankrashof (!) en Restaurant Amstelveen

Actieplan 2022

- Amstelveense [Vergaderlocaties](#) toegevoegd
- Landelijke pers bewerken
- Bloggers-trip Flowers 22 – 25 april
- Tasty Trails weekend Amstelveen 14/15 mei
- Verder uitrollen Amstelveen Originals campagne (alles weer open)

En verder de promotie van o.a. :

Het andere verhaal van Marokko (zomertentoonstelling Cobra), Amstellanddag (12 juni), Japan Festival (19 juni); Ibiza Village (24 juni), Kunstroute Bovenkerk & Westwijk (zomer), Verzameld voor Amstelveen (Cobra & Jan), Amstelveense Sportzomer (o.a. WK Dames-hockey), Uitmarkt (?), Host-city Nationale Sportweek 16-25 sept, Restaurantweek (najaar), Diwali (nov), Winter Village nieuwe stijl (dec).



(Inter)nationale bezoeker: Amsterdam & Partners

- Spreiding Internationale bezoekers (ABHZ)
- Druk op binnenstad: 700.000 Amsterdammers de wijken & de regio in
- Digitale uitwisseling gegevens> connector lamsterdam.com
- Gebiedspakket
- Amstelveen in 24Hrs



[About Amsterdam](#) / [Neighbourhoods](#) / [Amstelveen](#)

Amstelveen

Amstelveen owes its existence to the Amstel River, which once played a crucial role in connecting Amsterdam to the rest of the Netherlands. Since then, Amstelveen has grown into a lively city with plenty of options for recreation and entertainment. It's also the second greenest city in the Netherlands! Museums, culture, events and shopping are just a few of the things waiting to be discovered in this charming city centre with a real neighbourhood feel.

Bezoekers van buiten de stad, enkele cijfers

- 2019:
 - 200.000 bezoekers die overnachten in Amstelveen.
 - 500.000 overnachtingen (in 2014 nog 98.000)
- 8e hotelstad van Nederland, qua aantallen kamers
- Kwart verblijf Nederlands, dan Duitsers (62.000), dan pas Engelsen
- Covid-periode: 183.000 in 2020, 214.000 in 2021
- Amstelveen in Coronatijd relatief beter dan omgeving > zakelijke bezetting (short/long stay) viel niet helemaal weg

Uitdaging: hoe zorgen we er voor dat bezoekers ook een deel van hun verblijf besteden in de Amstelveense economie?



Stads promotie 2023 e.v.

- Vorige College B&W: budget beschikbaar gesteld t/m 2022.
- Vanaf 2023 ambities waarmaken?: eind 2022 opnieuw keuzes maken door een nieuwe College. Daarom:
 - Juli: evaluatie na 2 jaar [visitamstelveen.nl](https://www.visitamstelveen.nl)
 - Daarna: rondje langs ondernemers in de sector met wensen.
 - Najaar bij nieuwe begroting: voorstel voor Stads promotie 2023 – 2027.

Open vragen:

- Extra budget & fte voor promotie hard nodig (financiële situatie ondernemers na corona; bezoek Amsterdam/Amstelveen neemt weer toe)
- Keuze: intern bij de gemeente houden of aparte stichting Stads promotie Amstelveen (evt met evenementen)

Dus:

Na de zomervakantie bij de Raad terug, om update Promotieplan 2023 – 2027 te delen.

Vragen/ideeën?

Deel ze! nu, of later via

- www.visitamstelveen.nl
- Visit Amstelveen - Facebook
- @visitamstelveen – Instagram
- visitamstelveen@amstelveen.nl