

Prestatieindicatoren Twents Bureau voor Toerisme 2012 - 2015

Activiteit	Doelstelling	Samenwerking	Prestatie-Indicatoren	2012-2015
<p>1) Twente Campagne</p> <p>Algemene imagocampagne waarbij het betere landleven, kwaliteit van leven, het onthaasten centraal staat. Citylife wordt gekoppeld aan de campagne. Het merk 'Twente. Landgoed van Nederland' wordt verder geladen en doorontwikkeld t.b.v. crossovers met andere sectoren.</p>	<p>- Doorontwikkeling Campagne Twente. Landgoed van Nederland</p>	<p>NL/B/D: Hotel Overleg Twente (HOT), Camping & Bungalowoverleg Twente (CBOT), Twentelogies (B&B) Ondernemersorg. (Twentse Hooilanden, Ontdek Reggestreek), KvK</p> <p>B: NBTC Brussel D: RBT's Overijssel, Veluwe en Achterhoek, Euregio, NBTC Köln,</p>	<p>1) Toename spontane naamsbekendheid Twente</p> <p>2) Groei Werkgelegenheid</p> <p>3) Toename Toeristische bestedingen</p> <p>4) Toename Zichtbaarheid in Twente</p> <p>5) Toename Media-aandacht</p>	<p>20% -----> 24% Van plek 7 naar plek 5 in Nederland</p> <p>Van 6% naar 8% groei totale werkgelegenheid Twente</p> <p>Groei van 10 miljoen toeristische bestedingen</p> <p>Minimaal 300 bedrijven/instellingen/VVV's dragen campagne uit (vlaggen, internet etc.)</p> <p>Minimaal 10 redactionele artikelen/free publicity per jaar ter waarde van € 500.000 per jaar</p>

Activiteit	Doelstelling	Samenwerking	Prestatieindicatoren	2012-2015
<p>2) Countrylife: Twents Landleven</p> <p>Het genieten van het betere landleven en de oorspronkelijke, gevarieerde natuur staan centraal. Rust, ruimte, fietsen, wandelen, culinair genieten en op adem komen zijn belangrijk onderdeel van het pure landleven. Zo optimaal mogelijk gebruik maken van de natuur en haar natuurlijke hulpbronnen die een belangrijk onderdeel vormen voor toeristische ontwikkeling.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ontwikkeling herkenbaar concept voor plattelands-ondernemers binnen 'Twente. Landgoed van Nederland'; - vergroten naamsbekendheid - vergroten zichtbaarheid in regio - participatie bedrijfsleven vergroten - behoud van ecologische processen, natuurlijk erfgoed en biodiversiteit. - Bewustzijn en respect creëren bij de toerist, om te gaan met de natuur en cultuur + stimuleren lokale producten. 	<p>LTO, Stimuland, Tuinpad, Nat.Landschap NO-Twente, Landschap Overijssel, Waterschap Regge & Dinkel, Saxion</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Verhoging participatie plattelandsondernemers 2) Ontwikkeling meerdaagse verblijfsarrangementen 3) Ontwikkeling Samenwerkingsverbanden Plattelandsondernemers 	<p>Minimaal 100 plattelandsondernemers participeren (ook financieel) aan de campagne</p> <p>Minimaal 200 meerdaagse verblijfsarrangementen Omzet € 50.000</p> <p>Minimaal 5 sterke samenwerkingsverband verspreid over Twente</p>
<p>3) Citylife: stedelijk toerisme</p> <p>Verbinden van het buitengebied met de stad in Twente (countrylife & citylife) door de ontwikkeling van stedelijk concept</p> <ul style="list-style-type: none"> - cultuurhistorisch erfgoed (industriële erfgoed koppelen met mode, shoppen en cultuur), - Stedelijke kunst en cultuur (podiumkunsten, festivals, musea, galerieën etc.) - aansluiting op Cultuurparels-MITO-spoor B 	<ul style="list-style-type: none"> - Ontwikkelen van herkenbaar stedelijk concept binnen 'Twente. Landgoed van Nederland'. - realiseren aansluiting op citymarketingcamp. en draagvlak winkeliersver. 	<p>Citymarketingbureau Enschede, Hengelo en Almelo, Universiteit Twente, Saxion, ROC, Culturele Sector, ondernemersverenigingen</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Aansluiting stedelijk toerisme bij Twente. Landgoed van Nederland 2) Verhoging participatie ondernemers in de steden 3) Ontwikkeling meerdaagse verblijfsarrangementen 4) Ontwikkeling Samenwerkingsverbanden Winkeliersverenigingen 	<p>Steden zijn volwaardig onderdeel van de campagne</p> <p>Minimaal 100 stadsondernemers participeren (ook financieel) aan de campagne</p> <p>Minimaal 100 meerdaagse verblijfsarrangementen Omzet € 30.000</p> <p>Samenwerking 3 winkeliersverenigingen Almelo, Hengelo/Enschede</p>

Activiteit	Doelstelling	Samenwerking	Prestatie-Indicatoren	2012-2015
<p>4) Twente voor groepen /zakelijk</p> <p>Ontwikkeling van communicatieconcept voor enerzijds de zakelijke groepsmarkt en anderzijds de leisuremarkt (groepsdagtochten en –accommodaties)</p>	<p>- Ontwikkelen van herkenbaar zakelijk concept binnen 'Twente. Landgoed van Nederland'.</p>	<p>St. Regiobranding, Hotel Overleg Twente (HOT), WTC, congresorganisaties, groepsaccommodaties, aanbieders groeps-activiteiten, KvK, Universiteit Twente, Saxion</p>	<p>1) realisatie van een concept voor de zakelijke en leisure- groepsmarkt;</p> <p>2) Opzetten samenwerkingsverband zakelijke partners/groepsaccommodaties/organisaties</p> <p>3) Ontwikkeling zakelijke arrangementen/groepsdagtochten</p> <p>4) Opzetten van onderscheidende congressen voor Twente</p>	<p>Zakelijke campagne</p> <p>Minimaal 25 zakelijke partners/groepsaccommodaties</p> <p>Minimaal 100 zakelijke arrangementen Omzet € 50.000</p> <p>Minimaal 2 zakelijke congressen per jaar Omzet € 200.000</p>
<p>5) Twente on Tour</p> <p>Dit programma verbindt en stimuleert initiatieven op het terrein van toeristische mobiliteit, waardoor een bezoek in en aan 'Twente. Landgoed van NL' aan aantrekkingskracht wint.</p> <p>*Hop On Hop Off/TwenteHop: In samenwerking met Oad, Ontdek de Reggestreek, Twentse Hooilanden en Nationaal Landschap Noordoost-Twente op 3 verschillende plekken gedurende de maanden juli t/m september Hop On Hop Off Twente in 2012 georganiseerd. Grote participatie van ondernemers</p>	<p>- versterking t/r-product door op innovatieve wijze dagattracties, verblijfsaco's, evenementen, horeca en OV te koppelen;</p> <p>- extra bezoek en bestedingen op de deelnemende locaties, vooral in voor-/naseizoen;</p> <p>- vergroting mobiliteit: versterking toeristische bereikbaarheid per openbaar vervoer stad en platteland (accommodaties en attracties)</p> <p>- stimuleren extra OV-gebruik en betere benutting mobiliteitsvoorz.</p>	<p>Regio Twente, Syntus, Touringcarb edrijven, Hotel Overleg Twente (HOT), Camping & Bungalowoverleg Twente (CBOT), Twentelgies (B&B), Universiteit Twente Twentse Hooilanden, Ontdek de Reggestreek</p>	<p>1) verbinden toerist/recreant aan openbaar vervoer initiatieven o.a. fietsbus</p> <p>2)realisatie van een gastencard; 50 bedrijven bieden hun product/dienst via deze card aan</p> <p>3) Bustour Twente/Hop On Hop Off</p>	<p>10% van de bezoekers aan Twente maken gebruik OV.</p> <p>50 dagattracties/musea participeren Omzet € 50.000</p> <p>Minimaal 100 ondernemers participeren</p> <p>Minimaal 1000 toeristen maken gebruik van de Bustour Omzet € 15.000</p>

Activiteit	Doelstelling	Samenwerking	Prestatie-Indicatoren	2012-2015
------------	--------------	--------------	-----------------------	-----------

<p>6) Twente Events</p> <p>Grootschalige evenementen (inclusief vijf Topsportevenementen) toeristisch binden voor langer verblijf.</p> <p>Topsportevenementen/Culturele Evenementen</p> <ul style="list-style-type: none"> gezamenlijke marketingcampagne 	<p>- vergroten naamsbekendheid regio; - vergroten zichtbaarheid in regio - verbinden topsport met toeristische positionering Twente (Landgoed van NL); - toename gasten en overnachtingen; - het leveren van een bijdrage aan seizoensverlenging;</p>	<p>Evenementenorganisaties, Hotel Overleg Twente (HOT), Camping & Bungalowoverleg Twente (CBOT), Twentelgies (B&B), Topsportevenement en (Enschede Marathon, FBK-Games Hengelo, CSI Twente, Triathlon Holten, Military Boekelo-Enschede)</p>	<ol style="list-style-type: none"> Toename spontane naamsbekendheid Twente door koppeling evenementen met Twente. Landgoed van Nederland Toename Zichtbaarheid in Twente bij evenementen van tenminste 50.000 bezoekers Ontwikkeling meerdaagse verblijfsarrangementen 	<p>20% ----> 24% Van plek 7 naar plek 5 in Nederland</p> <p>Minimaal 7 evenementen met bezoekersaantal van totaal 300.000 bezoekers zien zichtbaar nationaal/regionaal Twente. Landgoed van Nederland</p> <p>Minimaal 40 meerdaagse verblijfsarrangementen en 200 boekingen Omzet € 50.000</p>
--	---	--	--	---

<p>7) Twente online Doorontwikkeling lokale en regionale websites tot één samenhangende toeristische Twente Portal, incl. online boekingsmodel</p> <p>Webmarketing, Internetcampagne (SEO, SEA)</p>	<p>- extra dag- en verblijfsbezoek en bestedingen door verbeterde online presentatie (= vergroten bezoekers aan Twente-portal); - optimalisatie van de communicatie (vindbaarheid) met toeristen en zakelijke gasten - door ontwikkelen en inzetten mobiele toepassingen, online marketing, social media en videofilm; - betere ontsluiting van de informatie uit de databank voor de toeristische en zakelijke gebruiker en daardoor het stimuleren van bezoek aan Twente;</p>		<ol style="list-style-type: none"> 1) Realiseren Toeristische Portal Twente 2) verhoging unieke bezoekers 3) Toename spontane naamsbekendheid Twente door koppeling evenementen met Twente. Landgoed van Nederland 4) Ontwikkeling Verdienmodel via de Portal 	<p>Integratie en afstemming 14 lokale websites en Twente. Landgoed van Nederland Portal, inclusief boekingsportal en routeportal</p> <p>Van 100.000 unieke bezoekers naar 200.000 unieke bezoekers Stijging 100%</p> <p>20% ----> 24% Van plek 7 naar plek 5 in Nederland</p> <p>Via webmarketing, boekingsportal, advertising moet in 2015 minimaal € 250.000 vedrient worden met de Portal</p>
---	--	--	--	---

Activiteit	Doelstelling	Samenwerking	Prestatie-Indicatoren	2012-2015
<p>8) Ketensamenwerking Twents Gastheerschap</p> <p>Organiseren van een sterke toeristische Twentse ketensamenwerking (Twents Gastheerschap:) door:</p> <ul style="list-style-type: none"> - realisatie integrale samenwerking TBT - VVV's – Ondernemers; - meer ondernemers stimuleren 'Twente. Landgoed van NL' actief uit te dragen; - Gastvrijheidskursus voor toeristisch bedrijfsleven/VVV: medewerkers die veel contact hebben met toeristen (receptiemedewerkers, horecapersoneel). Niet alleen gastvrijheid maar ook kennis van en verhalen over omgeving vergroten. - ontwikkeling beeld en beeldbank t.b.v. algemeen gebruik voor 'Twente. Landgoed van NL' door ketenpartners. 	<p>De doelstelling is om met VVV's en TBT één afgestemde toeristische keten te vormen, die samen met ondernemers en strat. partners:</p> <ul style="list-style-type: none"> - uitvoering geeft aan de eenduidige branding van het regiomerk 'Twente. Landgoed van NL' en aan marketing en promotie van de Twentse toeristische kernkwaliteiten; - een bijdrage levert aan de verbetering en innovatie van het t/r-product, versterking van de Twentse economie en bevordering van de werkgelegenheid; - komen tot een herkenbare, eenduidige, efficiëntere en kwalitatieve infoverstreking en dienstverlening. - vergroten van de zichtbaarheid van het toeristisch merk in Twente. 	<p>VVV's Twente, Citymarketingbureau s, Hotel Overleg Twente (HOT), Camping & Bungalowoverleg Twente (CBOT), Twentelogies (B&B), KvK</p>	<p>1) Ontwikkelen van een sterke Toeristische keten</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 14 herkenbare (zelfde look and feel) Twente informatiepunten; - 200 toeristische ondernemers die actief het Twentse gastheerschap uitdragen - 200 gecertificeerde toeristische medewerkers die de cursus 'Twents Gastheerschap' met succes hebben volbracht - een beeldbank met foto's en filmpjes van heel Twente - een Twentse evenementen-kalender, uitgave 4x per jaar