



2017
STICHTING ENSCHEDA
PROMOTIE

jaaroverzicht

JAAROVERZICHT 2017

Beste partner,

Enschede zit in de lift! Samen met onze partners in de stad heeft Enschede Promotie in 2017 hard gewerkt aan vele prachtige promotieactiviteiten en evenementen. En dat was te merken aan de toename van het aantal bezoekers aan Enschede, fysiek en digitaal! In dit Jaaroverzicht 2017 maken we u deelgenoot van de belangrijkste ontwikkelingen en highlights van Enschede Promotie in het afgelopen jaar. Het was een bewogen jaar.

Genoodzaakt door bezuinigingen hebben we onder andere per 1 juli de Tourist Info Shop Enschede aan het Stationsplein 1a moeten sluiten. Een verdrietig besluit, omdat we hiermee afscheid hebben moeten nemen van twee vaste collega's, tijdelijke medewerkers en stagiaires van de winkel.

In het voorjaar van 2017 kregen we een lach op ons gezicht toen het prachtige bericht kwam dat Enschede genomineerd werd als Beste Binnenstad. Wat een mooie promotie voor Enschede! Ondanks dat we de titel niet wonnen, was iedereen het erover eens dat de nominatie direct gevolg is geweest van de ambitie van de gemeente Enschede, de inzet van de (binnen)stadpartners en de marketingstrategie en uitvoering van Enschede Promotie.

Een absoluut hoogtepunt in 2017 was natuurlijk het EK Vrouwenvoetbal (WEURO) in augustus 2017, waarbij vele kijkers meebeleefden hoe het Nederlands Elftal in de gastvrije speelstad Enschede met glans Europees kampioen werd. Vele prachtige beelden van de goeie sfeer in Enschede zijn heel Europa overgegaan. Hiermee hebben we Enschede echt op de kaart gezet!

2017 was ook het jaar van de verhuizing. Midden in de zomerperiode is

Enschede Promotie van het Stationsplein naar het historische Janninkshuis aan de Langestraat 41 verhuisd. Met deze nieuwe locatie is Enschede Promotie terug in hartje binnenstad met een goeie bereikbaarheid en toegankelijkheid voor alle stadspartners. In dit historische pand is tevens de vierde Tourist Info Punt (TIP) in het centrum geopend.

Al met al bliken we terug op een mooi jaar! Het team van Enschede Promotie heeft samen met haar (binnen)stadspartners en de gemeente Enschede ook dit jaar weer flink bijgedragen aan de profilering en positionering van de stad Enschede als bruisende en dynamische stad. Een stad om trots op te zijn!

Liefs uit Enschede!
Marieke ter Brugge



DUITSLAND CAMPAGNE

Enschede Promotie voert samen met binnenstadspartners al sinds 2012 campagne in Duitsland. De focus lag in eerste instantie op het Euregio-gebied, en dan vooral **Münster en Osnabrück**. Deze focus is inmiddels geografisch uitgebreid naar het Ruhrgebied, met **Essen** als specifieke target. Aanleiding hiervoor was het bereikte resultaat in termen van naamsbekendheid in Münster/Osnabrück en de ambitie om te gaan bouwen aan het merk Enschede als weekendbestemming.

De volgende uitingen zijn ingezet:

- ▶ Tram in de binnenstad van Essen (t/m juli 2017)
- ▶ Genereren van free publicity. Dit heeft geresulteerd in 2 grote artikelen in de Neue Rhein Zeitung (140.000 abonnees).
- ▶ Social influencers (bloggers etc.).
- ▶ Ontwikkeling van Duitse uitagenda
- ▶ Inzet van promotieteams
- ▶ Guerilla marketing bijv. vloerstickers op Haupt Bahnhof Essen
- ▶ Radio commercials op Radio Essen
- ▶ Inzet online bannering

Bekijk de online resultaten verderop onder facts & figures





Food Truck Festival TREK



Grolsch Summer Sounds



Enschede Marathon



EVENEMENTEN 2017

Ook in 2017 stond er weer een stevig evenementenprogramma met terugkerende evenementen zoals de Enschede Marathon, Freshtival, Kunst in het Volkspark, Grolsch Summer Sounds, Proef Eet en Military Boekelo-Enschede.

Ook grotere landelijke organisaties hebben in Enschede toonaangevende evenementen neergezet. Duizenden muzikliefhebbers genoten op het Rutbeek van **Tuckerville** van diverse (inter)nationale artiesten en was vliegbasis Twenthe decor voor het stevige **Air Force festival**. Het landelijke **Foodfestival TREK** streek voor de derde keer neer in het mooie Volkspark.

Enschede Promotie speelt binnen het Enschedese evenementenprogramma een belangrijke rol.

Onze taken en verantwoordelijken zijn o.a.

- ▶ Coördinatie van de evenementenkalender en jaarprogramma
- ▶ Het bewaken van de kwaliteit van de diverse evenementen.
- ▶ Het bieden van advies en begeleiding aan organisatoren in de productie en het vergunningstraject
- ▶ Het bieden van facilitaire en praktische ondersteuning bij de organisatie van het evenement
- ▶ Het adviseren over en verzorgen van de marketing en promotie van evenementen



Makerfestival



Gogbot

WEURO

Van 16 juli t/m 6 augustus vond het UEFA Women's EURO 2017 (EK Vrouwen) plaats in Nederland. Enschede was een van de zeven speelsteden en was **finalestad**. Op 3 augustus werd de halve finale en op 6 augustus werd de finale gespeeld in de Grolsch Veste. De Oranje Leeuwinnen speelden op beide dagen in Enschede en sloten het EK succesvol af met de titel. Enschede Promotie vormde samen met o.a. Gemeente Enschede, Sportaal en FC Twente het projectteam voor de organisatie van dit toernooi. Enschede Promotie was verantwoordelijk voor de **communicatie, promotie en aankleding van de stad** voor en tijdens het toernooi en voor de fanzone die op beide speeldagen plaatsvond op Wilminkplein en Stationsplein.

FACTS & FIGURES

Promotie

- > 20.000 sessies op de landingspagina's op uitinenschede.nl en stadtenschede.de
- > 400.000 organisch bereik social media
- > 210.000 bereik met campagne in Duitsland via o.a. Facebook, Instagram en AdWords
- > 1.4 miljoen bereik met winacties in Duitse huis-aan-huis kranten
- Veel hotels in en rondom Enschede waren al volgeboekt in juni
- Beide wedstrijden in de Grolsch Veste waren uitverkocht

Fanzone

- > 42.000 bezoekers en passanten
- > 3.000 mensen keken de wedstrijden op grote schermen in de fanzone
- Enschede had twee grote succesvolle fanwalks van de fanzone naar het stadion met in totaal 16.000 deelnemers.



Oranje Leeuwinnen



Wilminkplein



GASTVRIJ ENSCHEDE

Enschede Promotie was (mede-) organisator van een aantal activiteiten:

Het toeristische projectbureau van de EUREGIO heeft een **grensoverschrijdend citymarketing netwerk** opgestart. Enschede Promotie was 12 december jl. gastheer van de eerste Nederlands-Duitse citymarketing bijeenkomst.

Twee keer per jaar organiseert Enschede Promotie een **bijeenkomst voor haar leisure partners**. Door een activiteit zelf te ervaren, is het eenvoudiger om bezoekers aan Enschede goed te adviseren.

Enschede Promotie heeft een tweetalige **grensoverschrijdende fietsroute** ontwikkeld langs bezienswaardigheden uit het textielverleden, heden en toekomst in Enschede én Gronau. En deze gelanceerd bij de opening van de Tolle Woche.

Op initiatief van de NS en Enschede Promotie zijn enkele **ruiten op het NS station** bestickerd. Op de ruiten is de skyline van Enschede en het bord 'Liefs uit Enschede' te zien. De bedoeling is dat bezoekers die met de trein komen een selfie maken bij het bord met opschrift. Het bord wijst toeristen ook op de **WhatsApp service** van



Enschede Promotie. Doel is voor extra beleving en gastvrijheid te zorgen op het NS station.

Paginagrote **advertentie in huis-aan-huisbladen** met vrijetijdsaanbod. Online analyses laten zien dat het website bezoek van inwoners uit de regio op uitinenschede.nl stijgt in de week van uitgave.

Video advertising campagne 'Ontdek Enschede tijdens een citytrip': dat is de boodschap van de **video advertisingcampagne**. De video werd als 'pre-roll advertentie' getoond als er via www.npo.nl (eerder www.uitzendinggemist.nl) een programma werd gekeken. De video werd ook als advertentie ingezet op YouTube en Facebook en is natuurlijk te zien op onze website.

De doelgroep voor deze video-advertising bestond primair uit vrouwen van 18 tot 45 jaar met (reis) partner in heel Nederland met uitzondering van onze eigen regio.

Enschede Promotie heeft vorig jaar voor het eerst het **Enschede City Magazine** uitgegeven. Mede door bezoekers de juiste informatievoorziening aan te bieden willen we hun verblijf aan onze stad vergemakkelijken en hen een welkom gevoel geven. Het magazine, dat in het Nederlands en Engels is uitgegeven, zoomt in op het complete vrijetijdsaanbod in Enschede en geeft bezoekers tips wat er allemaal te doen is in de stad. Het is onder alle overnachtingslocaties op de kamers en bij toeristische hotspots in Enschede en de regio verspreid. De overnachtingsaccommodaties geven aan dat het magazine veelvuldig door hun gasten wordt gelezen. Mede op hun verzoek geven wij in 2018 dit magazine in het voorjaar opnieuw uit.





BLOGGERS

BLOGGERS

Om Enschede als bestemming voor meerdaags bezoek te profileren zijn er bloggers uit Nederland en Duitsland uitgenodigd om Enschede te bezoeken en zelf te beleven. Via hun eigen **blogs** en **social media** delen zij de ervaringen met hun volgers. Hiermee wordt naamsbekendheid gegenereerd onder nieuwe doelgroepen.

BEZOEKEN BLOGGERS UIT NEDERLAND

De 5 bloggers uit Nederland hebben Enschede op verschillende momenten bezocht. Met de tips voor activiteiten, lunch- en diner en overnachting gingen de bloggers op eigen gelegenheid op pad. Er zijn blogs over onder andere Vliegbasis Twenthe, Roombeek, de Proef Eet en de escape room van Let's Escape geschreven.

Eerste resultaten

- ▶ 9 blogs met 9806 paginaweergaven
- ▶ 13 Facebookpostst met een bereik van 14007
- ▶ 11 Instagramposts met 849 likes en 45 reacties
- ▶ 7 Tweets met 630 weergaven

DUITSE BLOGGERSREIS

Samen met het Duitse PR bureau Seidl hebben we een afwisselende **bloggersreis** samengesteld. Op 1 & 2 september, tijdens de Proef Eet, kwamen 6 bloggers van 5 blogs uit verschillende delen van Duitsland naar Enschede. Het weekend bestond o.a. uit een fietstocht langs highlights van de stad, een bezoek aan de binnenstad, de Proef Eet en warenmarkt en een kookworkshop. Later in het jaar zijn er nog 2 bloggers op eigen gelegenheid naar Enschede gekomen.

Resultaten bloggersreis

- ▶ 5 blogs met een maandelijks bereik van 118.715
- ▶ 8 Facebookposts die 7.141 volgers hebben bereikt
- ▶ 29 Instagramposts met 4.278 likes
- ▶ 4 Tweets naar 1.784 volgers

De blogs zijn allemaal ook allemaal te lezen op uitinenschede.nl en stadtenschede.de



KONINGSFESTIVAL ENSCHEDE

Voor Koningsfestival 2017 vond een verschuiving in de organisatie plaats, waarbij Enschede Promotie de **projectleiding** op zich nam. De Oranjevereniging Enschede bleef verantwoordelijk voor de officiële plichtplegingen en het bewaken van de visie in het evenement.

Een nieuwe organisatievorm dus een nieuwe naam en een nieuwe huisstijl. In 2017 lag dan ook de focus op regionale promotie, overkoepelend aan het gehele evenement. Daarnaast werd een eerste basis gelegd voor opmerkelijke aankleding, waarbij deze **nieuwe huisstijl** ook tijdens het evenement naar voren kwam. In de promotie en aankleding werd het evenement als (stads)festival benaderd.

Hierdoor is een eerste stap gemaakt richting de gezamenlijke ambitie om te bouwen aan Enschede als **dé stad van Oost-Nederland waar jong én oud Koningsnacht en Koningsdag viert**.

ONLINE - FACTS & FIGURES

www.koningsfestivalenschede.nl

- Sessies: 20.050
- Pagina weergaven: 112.328

Facebook bereik pagina

- Organisch bereik 188.002
- Betaald bereik 93.870
- Totaal 281.872



BELEVENIS IN DE BINNENSTAD VAN ENSCHEDE

Om Enschede duidelijker te onderscheiden ten opzichte van andere winkelsteden, en het winkelen daarmee nog aantrekkelijker te maken, zet Enschede Promotie in op **belevenismarketing** met **Muziek in de Straten** en **Winter Wonderland**. Doel is om zo de lokale economie te ondersteunen en te versterken.

TWEDE EDITIE MUZIEK IN DE STRATEN UITGEBREID MET NIEUWE LOCATIES

De 2e editie van Muziek in de Straten vond plaats van woensdag 10 mei t/m zondag 28 mei. Het draaide hierbij om beleving creëren in de binnenstad om zodoende het winkelen in Enschede nog sfeervoller te maken. De locaties Kruispunt de Graaff, Ei van Ko en Haverstraatpassage waren vaste programmeringssspots voor muzikale (straat)optredens met ieder hun eigen thema.

Een nieuwe locatie tijdens deze editie was het pleintje voor de bibliotheek en Stoet aan de Zuiderhagen. Enschede Promotie is **initiator en kartrekker** en werkt binnen dit project samen met diverse muzikale- en binnenstad partners: Twents Songschrijvers Gilde, Top TSG, The Upperside, Muziekbank, Stoet, ArtEZ. Mede mogelijk gemaakt door Ondernemersfonds, Winkelhart, Spontane Binnenstad, St. Wijkraad Binnenstad Enschede.

ONLINE - FACTS & FIGURES

www.uitinenschede.nl/muziek-in-de-straten

- Sessies: 4.572
- Pagina weergaven: 18.035
- Totaal bereik Facebook pagina**
- Organisch bereik 56.124
- Betaald bereik 70.047
- Totaal 126.171



MUZIEK & SHOPPEN
SUCCESFORMULE

WINTER WONDERLAND

Van 9 december 2017 t/m 7 januari 2018 vond Winter Wonderland weer plaats in de Enschedese binnenstad. Naast de terugkerende elementen als de ijsbaan, Long Lane of Love, kerstmarkten, de culturele Stadsherberg en het verlichte Twentse Ros werd deze editie aangevuld met **lichtprojecties** op de Jacobuskerk en een uniek verlicht **IJspaleis** van gerecyclede materialen bedacht en gebouwd door Enschedese kunstenaar **Jelle de Graaf**. Winter Wonderland werd als totaalcampagne ingezet overkoepelend aan alle decemberactiviteiten in Enschede, met als gevolg dat de content van Winter Wonderland meer volume had dan ooit.

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



NIEUWE SFERVERLICHTING BINNENSTAD

De unieke samenwerking van alle binnenstadspartners heeft geleid tot aanschaf van nieuwe sfeerverlichting. De nieuwe ornamenten vervangen de oude die ruim 16 jaar dienst hebben gedaan. Er is gekozen voor groene guirlandes met **duurzame ledverlichting** die ook overdag goed zichtbaar. De aanschaf is bekostigd door het Ondernemersfonds en de gemeente Enschede. Jaarlijkse kosten voor ophangen, onderhoud, afhalen en opslag worden bekostigd door: Enschede Promotie, Winkelhart, Vereniging Horeca Stad Enschede, Marktbond, Dinsdagmarkt en SWBE (binnenstadbewoners).

ONLINE - FACTS & FIGURES

winterwonderland.nu (uitinenschede.nl/winter-wonderland)

- Sessies: 16.696
- Paginaweergaven 52.774

Totaal bereik Facebook pagina

- Organisch bereik: 191.269
- Betaald bereik: 16.148
- Totaal 207.417

VIER NIEUWE TOURIST INFO PUNTEN IN BINNENSTAD

Vanaf 1 juli heeft Enschede vier nieuwe Tourist Info Punten (TIP's) in de binnenstad. Bezoekers en bewoners kunnen bij Boekhandel Broekhuis aan de Marktstraat, Stoet aan de Pijpenstraat, SamSam op de Oude Markt en Enschede Promotie aan de Langestraat terecht voor toeristische informatie over de stad.

NIEUWE LOCATIE ENSCHEDE PROMOTIE

Stichting Enschede Promotie heeft per 1 september haar intrek genomen in het 'Janninkhuis' aan de Langestraat 41, en opende daar tegelijkertijd het vierde Tourist Info Punt van de stad. Op de nieuwe locatie is het mogelijk om kantoorruimte te combineren met een TIP en daarmee een efficiëntieslag te maken. Door de centrale ligging is het 'Janninkhuis' een zeer toegankelijke locatie, van waaruit wij onze activiteiten in de stad goed kunnen uitvoeren.



In 2017 werden ondernemers in de binnenstad op een liefdevolle manier onder de aandacht gebracht bij de bewoners en bezoekers van Enschede. Zij werden in hun eigen onderneming gefotografeerd met het **liefs uit Enschede bordje**, waarna ze een kort interview kregen. Op deze manier maakt het publiek kennis met de lokale ondernemers van Enschede. De berichten worden gepubliceerd op Facebook en op een speciale pagina binnen uitenschede.nl. Iedere deelnemende ondernemer ontving hierbij ook een replica van het liefs uit Enschede bordje om op te hangen. Al ruim 50 ondernemers zijn inmiddels bezocht en in 2018 zal dit project worden voortgezet.

ONLINE FACTS & FIGURES

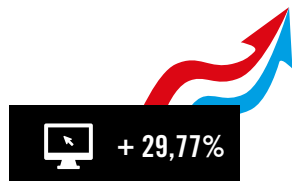
NEDERLAND

www.uitinenschede.nl

Totaal aantal sessies: 684.269

Dit waren 527.291 sessies in 2016.

Een stijging van 29,77%.



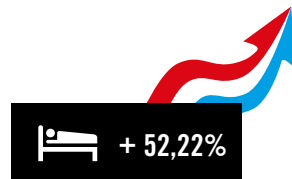
In 2017 focus op Overnachten

Sessies op overnachting pagina's

In 2016 behaald: 6.771 sessies

Target: 8.464 sessies

Behaald: 12.884 sessies (+52,22%)



Februari 2018

Uitgave van Enschede Promotie. Langestraat 41, 7511 HB, Enschede
053 - 480 1970 www.uitinenschede.nl facebook.com/Enschede

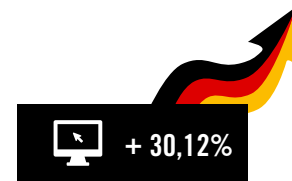
DUISSLAND

www.stadtenschede.nl

Totaal aantal sessies: 563.548 sessies

Dit waren 433.083 sessies in 2016.

Een stijging van 30,12%.



In 2017 focus gehad op Einkaufen en Overnachten

Einkaufen: 355.498 sessies

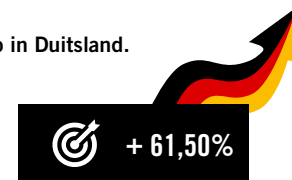
Overnachten: 40.853 sessies

Daarnaast in 2017 focus op Essen als regio in Duitsland.

2016 sessies vanuit Essen: 12.727

2017 sessies vanuit Essen: 20.564

Een stijging van 7.837 sessies (61,5%)
vanuit Essen op www.stadtenschede.de



SOCIAL KANALEN

Facebook NL @enschede 36.705 volgers (+10,77%)

Facebook DE @stadtenschede 19.414 volgers (+2,85%)

Instagram 3.586 followers (+106%)

Twitter 6.472 volgers (+5,77%)

