

Jaarverslag 2021



EEN TERUGBLIK OP 2021

Op toeristisch recreatief gebied was 2021 voor de Veluwe, de regio Arnhem en het Rijk van Nijmegen een grillig jaar. Een jaar van uitersten met lockdowns aan de ene kant en een drukke zomer aan de andere kant. Voor zowel onze partners als onze medewerkers, een jaar met onverwachte wendingen. Wat hebben we veel creativiteit en veerkracht gezien! Met mooie samenwerkingen en resultaten tot gevolg en veel lokale, regionale en landelijke aandacht voor onze regio's.

2021 was het jaar waarin de 'Romeinse Limes' en 'Hollandse waterlinie' Unesco Werelderfgoed werden. Het jaar waar zowel op de Veluwe als in de regio Arnhem en het Rijk van Nijmegen steeds meer en beter regionaal is samengewerkt. Op de Veluwe is de samenwerking met 14 gemeenten verlengd tot 2022-2026. 2021 was ook het jaar waarin wij een grote stap hebben gezet in het meer data-gedreven werken. Dit leverden inzichten op waarmee we zowel onze publieke als private partners bedienen en ook onze eigen marketing nog efficiënter inrichten.

Afgelopen jaar zagen we ook de populariteit van het fietsen, wandelen en varen nog verder toenemen en daar speelden wij op in. Een ontwikkeling die goed aansluit bij de transitie richting duurzaam toerisme, wat wij van harte toejuichen en waar wij de komende jaren meer aandacht aan besteden. Zowel voor de regio's als binnen onze eigen organisatie.

In 2021 is de verdere basis gelegd voor toeristische groei door duurzaam en regionaal samen te werken. Met duidelijke keuzes in zowel onze buitenlandse marktwerking, als de benadering van de zakelijke bezoeker. Wij zetten ons in voor onze eigen regio's, maar ook als voortrekker in de landelijke lobby richting Den Haag, die heeft geleid tot opname van toerisme in het economische beleid van het kabinet. Die volwaardige plek hebben we verdiend en keihard nodig!

2022 is volop gaande, maar we blikken nog eenmaal terug op 2021 in ons jaarverslag.



DE TOERISTISCHE MARKT IN 2021

Verblijf in Gelderland



4 miljoen
 VERBLIJFGASTEN



18% (vergeleken met 2020)



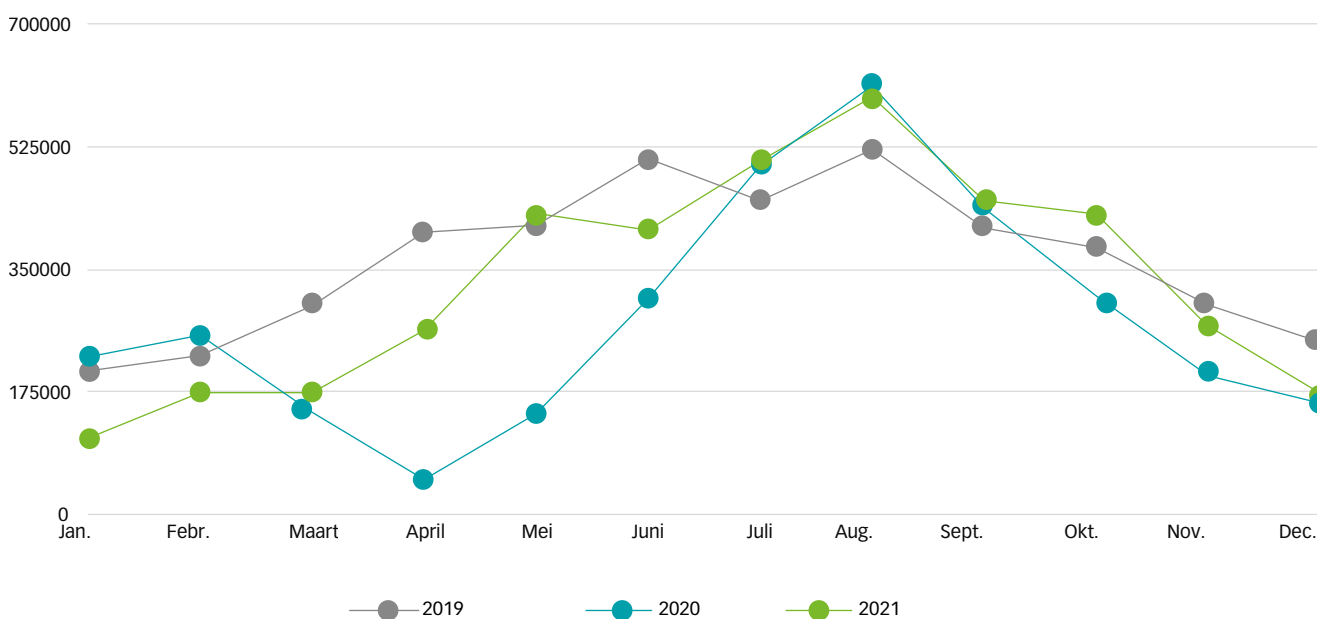
-10% (vergeleken met 2019)

In 2021 verbleven er ongeveer 4 miljoen gasten in Gelderland. Dat is **18%** meer dan het jaar ervoor. De toename komt voornamelijk doordat er in 2020 in periodes geen overnachtingen waren door de lockdowns ten gevolge van de Coronamaatregelen, waar in geheel 2021 continu overnachtingsmogelijkheden bleven (ook in periodes met beperkende maatregelen). Gelderland zit met **18%** iets boven het landelijk gemiddelde van **16%**.

Ondanks de forse stijging zit het aantal verblijfgasten in 2021 **10%** onder het niveau van 2019 (pré-Corona). Er is ook een duidelijke verschuiving te zien in de seizoenen. De zomer is drukker geworden, terwijl het laagseizoen juist minder druk is geworden. Dit komt door de diverse Coronamaatregelen in het voorjaar en najaar, waardoor minder bezoekers in de winter eropuit trokken en juist in de zomer een inhaalslag werd gemaakt.

VERBLIJFGASTEN IN GELDERLAND 2021

T.O.V. 2020 EN 2019



Binnenlands en inkomend verkeer



3,7 miljoen

↑ 21% (t.o.v. 2020)

BINNENLANDSE VERBLIJFSGASTEN



240.00

↓ -17% (t.o.v. 2020)

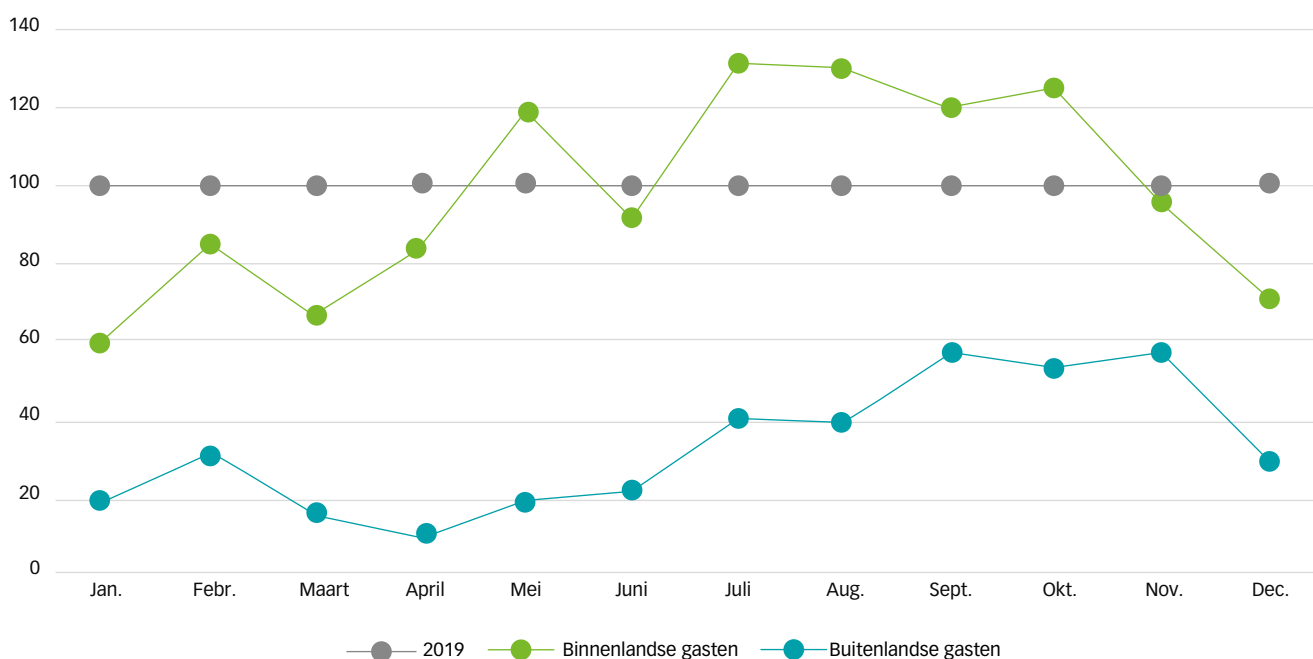
BUITENLANDSE VERBLIJFSGASTEN

Wanneer we kijken naar de herkomst van de bezoekers zien we nog steeds een fikse daling van **17%** van buitenlandse bezoekers in onze provincie, ten opzichte van 2020. Daarentegen bleven Nederlanders meer in eigen land. Zij gingen met name op zoek naar rust en ruimte. Samen met het feit dat Veluwe de meest populaire vakantiebestemming is onder Nederlanders, maakt dat er afgelopen jaar voor binnenlandse verblijfsgasten zelfs een stijging van **21%** ten opzichte van 2020 is te zien.

Van de verblijfsgasten uit het buitenland is bijna de helft (**46%**) afkomstig uit Duitsland en bijna een kwart uit België (**22%**). Dat zijn verreweg de belangrijkste herkomstlanden. Daarna volgt het Verenigd Koninkrijk met nog geen **2%**.

BINNENLANDSE VS BUITENLANDSE GASTEN 2021

IN PERCENTAGES T.O.V. 2019





WAT WILLEN WE BEREIKEN?

Als hét regionaal bureau toerisme voor de regio Arnhem, het Rijk van Nijmegen en de Veluwe willen wij richtinggevend en inspirerend zijn in de inhoud. Innovatief en resultaatgericht in het werk dat wij doen en de producten die we maken. Informatief over de feitelijkheid van (de gevolgen van) toerisme en recreatie. En vooral samenwerkingsgericht in de relaties met de vele stakeholders.

Wij zien toerisme niet als doel op zich, maar als middel om bij te dragen aan de regionale opgaven die spelen. Ook in 2021 hebben wij ons ingezet voor het herstel en de versterking van de vrijetijds-economie in onze regio's.

Dit hebben we gedaan door:

- De regio's als bestemming op het netvlies van de (potentiële) bezoeker te krijgen en te behouden;
- De bezoekenintentie bij die potentiële bezoekers te verhogen;
- Het meerdaags bezoek te stimuleren;
- Het bezoek te spreiden in tijd en ruimte;
- Bezoekers aan te zetten tot meer bestedingen;
- Bezoekers een positieve beleving te laten ervaren, zodat zij openstaan voor herhalingsbezoek.

Onderstaande activiteiten hebben hier uitvoering aan gegeven. Ook in 2022 geven we hier vervolg aan, zoals u heeft kunnen lezen in het VisitVeluwe en Visit Arnhem Nijmegen jaarplan 2022.





BINNENLANDSE MARKTBEWERKING

Ook in 2021 hebben we weer ingezet op het positioneren van de Veluwe, Regio Arnhem en Rijk van Nijmegen als jaarrond, aantrekkelijke bestemmingen. Hierin hielden wij oog voor spreiding van de bezoekers in tijd en plaats. Een greep uit de resultaten:



26
campagnes



128.500
magazines



100.000
fietsrouteboekjes



34.000
stadsplattegronden



5.426.401
online weergaven



1.212
social berichten



26.531.972
social weergaven



265.977
social interactie-
momenten



24
persreizen



283.630.237
mediabereik

Themacampagnes

In onze themacampagnes staat iedere keer een ander onderwerp centraal: landelijk zochten wij de aandacht op en inspireerde en informeerde we (potentiële) bezoekers over onze regio's. Ook afgelopen jaar hebben de themacampagnes zich weer bewezen, met een groot bereik en vele enthousiaste partners die zich inkochten en meeprofitteerden van de mooie cijfers. De resultaten in een notendop:

Regio Arnhem



Voorjaarscampagne 'Op ontdekking in de regio Arnhem'

Totaal bereik: **3.165.341**. Ruim **7.100 bezoekers** op de landingspagina (6.000 begroot).

Najaarscampagne '48 uur in de regio Arnhem'

Totaal bereik: **2.489.618**. Bijna **11.500 (!) bezoekers** op de landingspagina (4.000 begroot).

Rijk van Nijmegen



Voorjaarscampagne 'De parels in het Rijk van Nijmegen'

Totaal bereik: **3.297.576**. Ruim **5.000 bezoekers** op de landingspagina (3.000 begroot), die gemiddeld drie minuten bleven (!).

Najaarcampagne 'Ultiem ontspannen in het Rijk van Nijmegen'

Totaal bereik: **1.431.830**. Ruim **15.600 bezoekers** op de landingspagina (4.000 begroot).

Veluwe



Lentecampagne 'Ontdek de veelzijdige Veluwe'

Totaal bereik: **3.108.817**. Bijna **13.500 bezoeken** op de landingspagina (begroot 6.000). Subcampagne voor aantal groot ingekochte partners: Totaal bereik: **2.869.501**.

Herfstcampagne 'Beleef de herfst op de Veluwe'

Totaal bereik: **6.233.874**. Ruim **7.000 mensen** op de landingspagina (7.000 begroot).

Wintercampagne 'Ultiem onthaasten op de Veluwe'

Totaal bereik: **4.483.858**. Ruim **3.500 mensen** op de landingspagina (3.000 begroot).

Toeristische websites

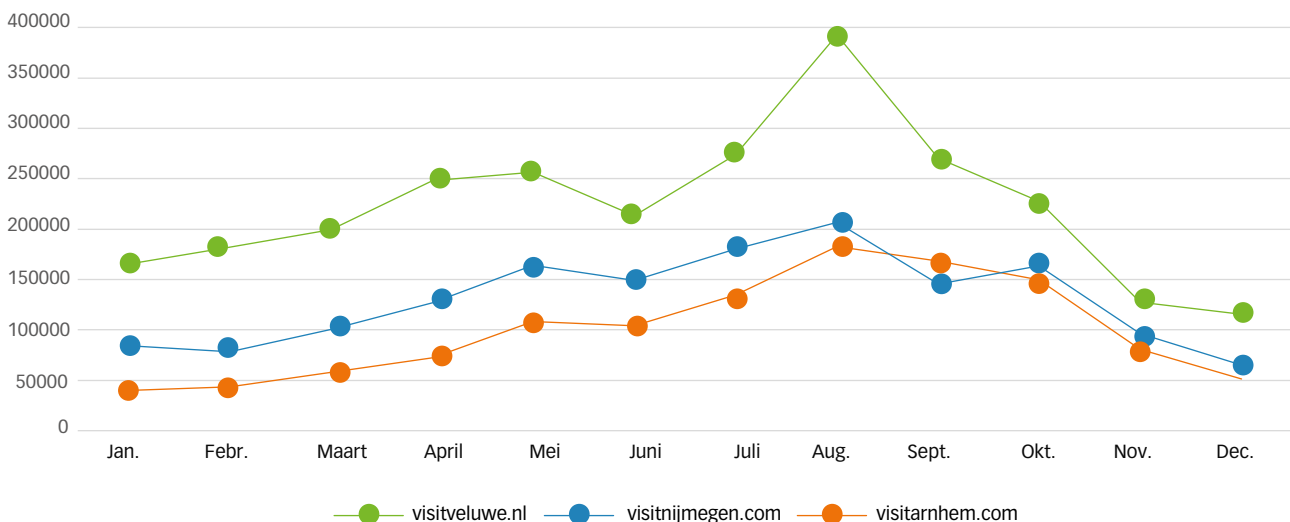
Online presenteren wij de regio's op de overkoepelende, toeristische regio-websites [visitveluwe.nl](https://www.visitveluwe.nl), [visitarnhem.com](https://www.visitarnhem.com) en [visitnijmegen.com](https://www.visitnijmegen.com). Ook afgelopen jaar inspireerden en informeerden wij (potentiële) bezoekers over tal van thema's, zoals fietsen, wandelen, evenementen, cultuur & historie en overnachten.

Paginaweergaven toeristische websites 2021

Veluwe: **2.673.373** (+26%)

Nijmegen: **1.560.392** (+13%)

Arnhem: **1.192.636** (+17%)



Top 3 best gelezen artikelen

We hebben volop ingezet op inspiratie met vele soorten content over de veelzijdige thematiek in onze regio's. De volgende artikelen waren het meest populair:

	Top 3 best gelezen artikelen	Weergaven	Gemiddelde leestijd
1.	Wat te doen in Arnhem centrum	16.923	00:01:50
2.	Mooie wandelingen tot 6 km	9.231	00:01:29
3.	Leuke buitenuitjes met kinderen in Arnhem	6.102	00:03:01

	Top 3 best gelezen artikelen	Weergaven	Gemiddelde leestijd
1.	De beste plekken om te lunchen in Nijmegen	6.421	00:01:34
2.	Ontdek Romeinse resten in Nijmegen	6.276	00:04:19
3.	Mooie dagtochten in het Rijk van Nijmegen	5.083	00:05:06

	Top 3 best gelezen artikelen	Weergaven	Gemiddelde leestijd
1.	Hier geniet je van de bloeiende heide	50.169	00:01:25
2.	Wildspottips van de Hoge Veluwe-boswachter	9.644	00:05:31
3.	Rustige wandelroutes op de Veluwe	9.109	00:01:36

Top 3 best bekeken routes

Onze routes waren ook in 2021 ongekend populair, vooral in tijden van lockdown. De meest populaire routes waren:

	Top 3 best bekeken routes	Weergaven	Gemiddelde leestijd
1.	Stadswandeling Arnhem met gids	15.840	00:04:03
2.	Rondje Posbank	12.065	00:05:45
3.	Dierense sporenpaden	6.055	00:02:52

	Top 3 best bekeken routes	Weergaven	Gemiddelde leestijd
1.	N70 route Nijmegen	94.615	00:06:26
2.	Gratis stadswandeling Nijmegen zonder gids	30.808	00:04:31
3.	Kabouterroute Beek Ubbergen	17.143	00:06:42

	Top 3 best bekeken routes	Weergaven	Gemiddelde leestijd
1.	Rondje Posbank	13.302	00:03:18
2.	Wandelroute de Duintjes	9.944	00:03:15
3.	Planken Wambuis	8.488	00:01:57

Facebook en Instagram

Via onze social kanalen deelden wij in 2021 weer volop foto's, video's en artikelen om (potentiële) bezoekers en inwoners van de regio's te inspireren, informeren en aan ons te binden. We zetten in onze doelen en kpi's in op kwaliteit en sturen daarom voornamelijk op interactie met de online bezoeker. Deze cijfers hebben we weer zien stijgen en daarmee hebben we onze doelen behaald. De bereikcijfers zijn een combinatie van onbetaalde en betaalde inzet, uit regulier budget, campagnes, projecten en extra inzet in opdracht van regionale stakeholders.

De social resultaten 2021 in een notendop:

	Visit Veluwe	Regio Arnhem	Rijk van Nijmegen
Interactiemomenten 2021	156.902 (+1%)	45.706 (+15%)	63.369 (+6%)
Totale weergaven 2021	14.421.853 (+60%)	7.247.122 (-27%)	4.862.997 (-1%)
Facebook volgers	25.047 (+5%)	13.744 (+1%)	11.094 (+3%)
Instagram volgers	20.748 (+26%)	5.256 (+36%)	4.964 (+32%)

Ondertussen hielden we ook de andere social platforms in de gaten en hebben we ons verder verdiept in Pinterest. Op dit platform zetten we in 2022 onze eerste stappen.

Pers en PR

Via onze pers en PR-inzet genereerden wij volop free publicity voor de regio's en ondersteunen wij project- en campagnedoelstellingen. Wij verstuurd persberichten en behandelden pers(aan)vragen. Daarnaast organiseerden wij in april t/m november (buiten de lockdowns) pers- en influencerreizen uit binnen- en buitenland en kochten wij ons in in diverse media.



Er zijn in totaal **404 artikelen** verschenen in de media, **221** in print en **183** online.



Het **totale bereik** komt uit op **283.630.237***



De totale **media-waarde** bedraagt **€1.903.447***



Er zijn in totaal **24 pers- en influencerreizen** geweest.

**Alle publiciteit rondom de lobby in Den Haag in april en oktober speelt hierin een grote rol, zie hoofdstuk corporate pers en PR.*

Onderwerpen met meeste bereik:

1. Halfjaarcijfers toerisme Gelderland op Nu.nl, bereik: **7.355.000**.
2. Lobby Den Haag van dmo's, AD, **6.990.000**.
3. Vakantie in eigen land, bestemmingsmanagement en onze campagne in het AD: Bereik: **6.990.000**

Drukwerken

Onze bezoekersmagazines in fietsrouteboekjes inspireerden en informeerden ook in 2021 de (potentiële) bezoeker over de verschillende iconen en thema's in de regio's. In april hebben wij de distributie van onze drukwerken voltooid, bij toeristische verblijfpartners, de VVV-winkels en VVV-inspiratiepunten. Ook lagen de magazines het gehele jaar in de wachtkamers van huisartsen in de provincies Noord-Holland, Zuid-Holland, Utrecht en Noord-Brabant.

De stadsgidsen en centrumplattegronden van Arnhem en Nijmegen zagen aftrek via de VVV-winkels en VVV-inspiratiepunten.

Drukteradar

Wij geloven dat inzicht in druk-te en inzicht in de bezoeker geen tijdelijke behoefte is, maar een belangrijke stap in een betere spreiding van bezoek in de vrije tijd en ruimte in onze regio's. Hiermee is de drukteradar een belangrijk middel binnen bestemmingsmanagement.

In maart 2021 won onze monitor bezoekersdrukte de internationale Covid & Tourism Strategy Award. In juni lanceerden wij het vervolg hierop, de drukteradar. De provincie Gelderland publiceerde in dezelfde tijd de druktemonitor Gelderland. Van 8 juli tot en met 22 september hebben we - samen met onze partners - beide druktetools onder de aandacht gebracht onder inwoners en bezoekers van de Veluwe, regio Arnhem en het Rijk van Nijmegen.



En met succes! Ruim **46.000 online bezoekers** raadpleegde de drukteradar, goed voor meer dan **76.500 paginaweergaven**.



GASTHEERSCHAP REGIO ARNHEM EN RIJK VAN NIJMEGEN

Visie hospitality

Begin 2021 is de nieuwe visie op hospitality definitief afgerond. De oude visie sloot niet meer aan bij de huidige trends en ontwikkelingen omtrent hospitality. We hebben alle gemeenten de mogelijkheid gegeven inspraak te geven op de visie, om een breed gedragen stuk te creëren. Inmiddels zijn we in verschillende gemeenten gestart met de realisatie en uitvoer.

Citystore Arnhem

De VVV in de Stationshuiskamer is in 2021 verhuist naar haar nieuwe locatie in de Eusbiuskerk. Hier komt ter vervanging van de VVV Arnhem een Citystore Arnhem. De opening van de Citystore Arnhem stond medio 2021 gepland maar is verplaatst naar 2022. Dit komt o.a. door een moeizaam proces rondom de omgevingsvergunning en materialentekort.

Citystore Nijmegen

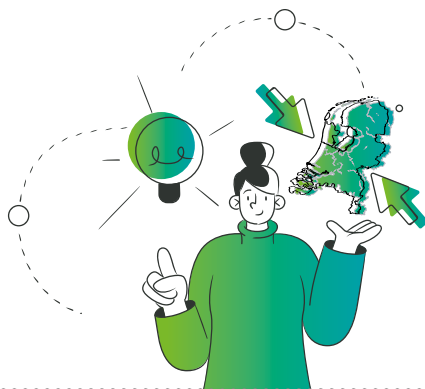
De VVV-locatie in de Stadsschouwburg voldoet niet meer aan de hedendaagse eisen van fysieke hospitality. Samen met de Gemeente Nijmegen hebben we een start gemaakt met de ontwikkeling van een Citystore Nijmegen. De nieuwe locatie voor de Citystore Nijmegen ligt midden op de Grote Markt. De focus in de Citystore komt meer te liggen op het inspireren van de bezoeker en bewoner over de stad en de regio, in plaats van enkel informeren.

Tourist Information Point (TIP)

De dertig VVV informatiepunten worden vervangen voor Tourist Information Points (TIP). Een TIP is een shop-in-shop locatie bij een toeristische ondernemer, zoals een hotel, museum of restaurant. Op deze locatie vind je een inspiratiewand met een overzichtskaart en zijn er routekaarten voor wandelaars en fietsers te koop. De medewerkers van de locatie zijn getraind op hospitality. Samen met de Gemeente Wijchen en de Gemeente Mook en Middelaar zijn we in 2021 een pilot gestart. Om dit te kunnen realiseren zijn de VVV Wijchen en de VVV Plasmolen - Mook in 2021 gesloten. De eerste TIP is geïnstalleerd in Kasteel Wijchen.

Groepsbegeleiding

Voor stadswandelingen in Arnhem en Nijmegen, streekritten en battlefieldtours, begeleiden onze gidsen groepen en verzorgen wij de reserveringen. Wij hebben een vaste groep touroperators als opdrachtgevers en afgelopen jaar groeide de groep particuliere aanvragers.

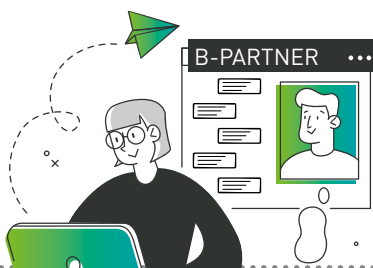


BUITENLANDSE MARKTBEWERKING

2021 bracht niet veel ruimte voor onze geplande buitenland activiteiten. Onzekerheid en olopemde besmettingen zorgden ervoor dat Nederland nagenoeg niet bezocht werd door bezoekers uit Duitsland, België en de UK. In onze campagnes hebben we ingezet op inspiratie met een passende tone of voice. Ook de markten in het Verenigd Koninkrijk, Duitsland en België hebben zwaar te lijden onder de gevolgen van Covid-19. Onze accountmanager verantwoordelijk voor de buitenlandse markt, is nauw in contact gebleven met onze travel trade partners en heeft waar mogelijk (online) beurzen en bijeenkomsten bezocht:

<p>ETOA North America maart 2021 14 touroperators gesproken, samen met Paleis Het Loo en Kröller-Müller Museum</p>	<p>ITB Berlijn maart 2021 18 touroperators gesproken, diverse webinars en conferen- ties gevolgd.</p>	<p>London City Fair juni 2021 22 touroperators gesproken</p>	<p>NBTC Perspective Germany September 2021 14 touroperators gesproken</p>
<p>General European Marketplace oktober 2021 18 touroperators gesproken</p>	<p>4 touroperators in Duitsland bezocht</p>	<p>3 touroperators in België bezocht</p>	<p>Contacten gelegd met diverse Online Travel Agencies om mogelijk- heden voor samenwer- king te onderzoeken en op te starten.</p>

Daarnaast hebben we afgelopen jaar een herijking gedaan op onze buitenlandse marktbeveerking. Het strategische adviesrapport dat hieruit voortkomt is gebaseerd op diverse onderzoeken, herijkt onze eerder gemaakte keuzes en sluit aan bij de huidige tijd en het nieuwe doelgroep-segmentatiemodel voor de internationale markt: het Glocalities model. Het advies werken wij momenteel verder uit in een marktbeveerkingplan en toetsen wij bij strategische partners.



ZAKELIJKE MARKT (MICE)

Het zakelijk toerisme, gericht op meetings, incentives, congresses & events (MICE), kende in 2021 een licht herstel ten opzichte van 2020, maar bleef nog ver achter ten opzichte van 2019. Daarnaast is het hybride werken door de Coronamaatregelen in een stroomversnelling gekomen en concluderen we inmiddels dat dit vooral gevolgen heeft op bijeenkomsten met een internationaal karakter. Een markt die structureel is veranderd, mede door deze versnelde innovatieve ontwikkelingen en door het groeiend besef van het belang van duurzaamheid.

Aanleiding voor ons om afgelopen jaar onderzoek te doen naar de zakelijke marktwerking en opnieuw te kijken waar de behoeften liggen en welke rol wij als regionaal bureau voor toerisme hierin kunnen spelen. Conclusie hiervan is dat wij ons meer moeten richten op het versterken van de vraag en het krijgen van meer inzicht in de zakelijke boeker, om dit op een optimale manier te kunnen matchen met het zakelijke aanbod in de regio.

We hebben daarom verder geïnvesteerd in een goede positionering van het platform [conventionbureau.nl](https://www.conventionbureau.nl), waar vraag en aanbod bij elkaar worden gebracht en de unieke zakelijke kwaliteiten van de regio worden benadrukt. Aanvullend stimuleerden wij aanbieders om meer samen te werken om de Veluwe en de regio Arnhem Nijmegen nog beter op de kaart te zetten als MICE bestemming. Wij speelden hierbij een faciliterende en promotionele rol.

In 2022 vervolgen we onze inzet. Campagnematig zetten we in op het aantrekken van vergaderingen, trainingen en congressen, die het profiel van de regio versterken, economisch versterkend werken en de diversiteit van de regio presenteren.



SAMENWERKING MET PARTNERS



1200
een-op-een-
gesprekken



600
bijeenkomsten



24
partnerupdates



305
LinkedIn posts

De samenwerking met onze partners is de basis in onze ambities. Daarom stonden wij door het gehele jaar heen nauw in contact met onze partners en steunden wij hen waar mogelijk.

Strategische gesprekken en - sessies

Met zowel toeristische ondernemers als gemeenten hebben strategische (advies)gesprekken en sessies plaatsgevonden, online en fysiek. In het voorjaar organiseerden wij mede het online Veluwecongres in Orpheus en in het najaar zetten we twee netwerkbijeenkomsten op, voor de Veluwe en voor de regio Arnhem Nijmegen, gelukkig weer fysiek. Daarnaast zijn we op de Veluwe betrokken bij programma's als de ontvangstlocaties en recreatie-zonering. In de regio Arnhem Nijmegen adviseren wij in de ontwikkeling van de Groene Metropool samenwerking.

Kennisdeling en data

Wij boden kennis en inzichten aan onze partners. De ontwikkelingen in de markt, in de toeristische sector, binnen het marketing vakgebied en in de regio, deelden wij via ons nieuwe data dashboard, kennisartikelen en rapporten.

Data dashboards

We verzamelen, analyseren en presenteren toeristische data. Wij ontwikkelden op basis van diverse bezoekersdata een datawarehouse, met eenvoudig af te lezen dashboard, waarmee gemeenten en toeristische bedrijven in de regio inzicht in bezoekersstromen krijgen. Het gaat om inzicht in hoeveel bezoekers ergens zijn, waar ze vandaan komen en wat ze nog meer bezocht hebben, gekoppeld aan kenmerken zoals leefstijl, gezinssamenstelling en uitgavepatroon. Met de opgehaalde data verzamelden we een schat aan informatie, geheel AVG-proof. Zo zijn we steeds beter in staat om gedrag en drukte op een bepaalde plek te voorspellen en waar nodig te beïnvloeden.

Overige kanalen:



Partnerupdate:

Maandelijks ontvingen onze partners onze nieuwsbrief per e-mail.



Webinars:

waarin wij diverse corona gerelateerde inzichten en effecten toelichten en in gesprek gingen met ons netwerk.



Partnerportaal:

Een bibliotheek aan kennisartikelen en rapporten en belangrijk communicatieplatform met onze partners.



Websites:

onze websites toerismevan.nl, partners.visitveluwe.nl en visitarnhemnijmegen.nl.



LinkedIn:

Op LinkedIn deelden wij wekelijks onze kennis en de ontwikkelingen met ons netwerk.



Externe media (corporate pers en PR):

Inmiddels hebben wij een netwerk opgebouwd aan relevante (regionale) journalisten en zetten wij ons netwerk in als middel om strategische (regionale en organisatorische) doelen te bereiken.

Corporate pers en PR

Onze corporate pers- en PR adviseur heeft afgelopen jaar weer volop ingezet op (regionale) media aandacht voor de toeristische sector en de werkzaamheden van onze organisatie. Met als hoogtepunt in 2021 de aandacht voor de lobby in Den Haag, waar we de grootste nieuwsmedia bereikten, waaronder het AD, NOS, BNR-Radio en het ANP. Met in totaal een bereik van **25 miljoen** en een mediawaarde van **€ 186.847,-**.



PROJECTEN EN CAMPAGNES

Naast alle bovenstaande werkzaamheden (deels) gefinancierd uit de subsidie-afspraken met de **32 gemeenten** uit de regio's, initieerden en coördineerden wij diverse projecten en campagnes met andere financieringsbronnen. Deze projecten en campagnes waren opdrachten vanuit een specifiek thema in een regio of vanuit een (regio overschrijdende) verhaallijn, maar ook adviesprojecten betreffende de ontwikkeling en promotie van onze regio's.

Gelderland (en daarbuiten)

- Gelderse streken - Gelderland levert je mooie streken...
- Kastelen, historische buitenplaatsen landgoederen
- Grenzeloze Toeristische Innovatie #2 – Interreg project

Veluwe, regio Arnhem en Rijk van Nijmegen

- Bestemmingsmanagement 2021
- Steunmaatregel 4.3
- Innovatie erfgoed WO2
- Bezoekersmanagement

Veluwe

- Icoon 2021 Veluwse attracties
- Routebureau Veluwe
- Belevingsgebieden Veluwe
- Veluwe database
- Hanzesteden
- Grensoverschrijdende samenwerking Hanzesteden

Regio Arnhem en Rijk van Nijmegen

- Rheinland Xperiences
- Romeinen-netwerk
- European route of Industrial Heritage
- Wandelnetwerken
- Upgrade fietsnetwerk
- Airborne Regio
- Landgoedfestival

Lees meer over de inhoud van bovenstaande projecten op toerismevan.nl/projecten2021.

Bekijk een impressie van onze projecten en campagnes op www.toerismevan.nl/terugblik2021.



FINANCIËLE TERUGBLIK OP 2021

Resultatenrekening 2021

Het werk van Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen wordt deels gefinancierd door bijdragen van **32 gemeenten** uit de Veluwe, de Regio Arnhem en het Rijk van Nijmegen. Daarnaast nemen toeristische ondernemers ons partnerprogramma af - een combinatie van kennis, advies en promotie - waarmee ook zij investeren in de collectieve activiteiten van onze organisatie. Voor aanvullende projecten en activiteiten voor de regio's, haalt Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen bovendien projectgelden binnen bij diverse partijen, waaronder de Provincie Gelderland. Onderstaande tabel geeft een cijfermatige verantwoording op hoofdlijnen van al onze activiteiten. De geconsolideerde resultatenrekening van Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen B.V. - de holding van onze werkmaatschappijen Visit Arnhem Nijmegen B.V. en VisitVeluwe B.V. - ziet er als volgt uit:

Realisatie 2021 Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen (geconsolideerd)

Projectkosten	2.110.912	
Personeelskosten	2.118.046	
Marketing	425.617	
Gastheerschap	65.150	
Afschrijvingen	72.272	
Huisvestingskosten	156.948	
Organisatie & algemene kosten	283.154	
Totale lasten		5.232.099
Bijdrage gemeenten	1.685.669	
Bijdrage bedrijfsleven	547.184	
Projectopbrengsten	2.895.381	
Gastheerschap opbrengsten	96.336	
Totale baten		5.224.570
Resultaat geconsolideerd	-7.529	
Resultaat voor belasting		-7.529

Tot slot

De organisatie heeft zich in de voortdurende Coronacrisis, ondanks de uitdagingen in de sector, weer staande gehouden in 2021 en haar verlies weten te beperken. Passend bij de omstandigheden heeft de organisatie zich steeds flexibel opgesteld en ingespannen om passende acties en activiteiten te ontwikkelen en in te zetten. De steun in extra financiële middelen vanuit de Provincie Gelderland aan het toeristisch bedrijfsleven, is in 2021 van belang geweest voor de toeristische sector in Gelderland.



EEN TERUGBLIK VAN DE RAAD VAN TOEZICHT

Onder moeilijke omstandigheden laten ondernemers pas echt hun creativiteit, flexibiliteit en doorzettingsvermogen zien. Die eigenschappen zijn ook in 2021 weer meer dan gemiddeld op de proef gesteld. Corona heeft het hele jaar door zijn stempel gedrukt op de wereld waarin we leven en dus ook op de branche waar we als Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen actief voor zijn. Soms leek er licht aan het eind van de tunnel te komen, maar helaas bleken nieuwe varianten van het Covid-19 virus dan weer roet in het eten te gooien. Het was daarmee voor ons allemaal een moeilijk jaar.

Met veel respect hebben we kunnen waarnemen hoe toch veel ondernemers erin slaagden ook onder moeilijke omstandigheden op een af andere manier het bedrijf voort te zetten. Terwijl juist onze branche zwaar getroffen werd door maatregelen die genomen werden om het virus onder controle te krijgen. Zonder de diverse steunmaatregelen van de overheid zou overleven niet mogelijk geweest zijn. Nu we geleidelijk aan weer richting het "normale" leven gaan wordt het zaak de lessen die we geleerd hebben mee te nemen in die nieuwe situatie.

De Raad van Toezicht / Raad van Commissarissen van Toerisme Veluwe Arnhem Nijmegen heeft in 2021 intensief contact gehouden met de bestuurder en de werkorganisatie, om te bekijken op welke manier het best gereageerd kon worden op de bijzondere situatie. Veel van ons werk kon gelukkig doorgang vinden, maar ook moest soms onze werkwijze aangepast worden aan de actualiteit. De RVT heeft met bewondering kennisgenomen van de wijze waarop de organisatie dit op pakte. Met veel energie en loyaliteit is het werk voor onze branche in ons werkgebied voortgezet of aangepast aan de bijzondere situatie.

Graag bedank ik op deze plaats alle betrokkenen voor hun inzet in 2021. Onze partners en stakeholders hebben ons de ruimte gegeven om onze werkwijze aan te passen en zijn ons trouw gebleven. Onze medewerkers hebben hun taak flexibel en met veel enthousiasme uitgevoerd.

Dank aan u allen!

Toon van Asseldonk



CONTACTGEGEVENS

toerisme | veluwe
arnhem
nijmegen
DESTINATIEMANAGEMENT,
ONTWIKKELING & MARKETING

Dorpsstraat 14, 6661 EK Elst

 088 228 0250

 info@toerisimevan.nl

 www.linkedin.com/company/toerisimevan-nl

www.toerisimevan.nl