

COMPANY PROFILE



REGIONAAL BUREAU VOOR TOERISME

Welkom bij het Regionaal Bureau voor Toerisme Arnhem Nijmegen. Als dé (toeristische) marketingorganisatie in de regio informeren wij u graag waar we staan.

ONZE VISIE

De regio Arnhem Nijmegen kent een zodanig verrassend productaanbod dat de regio een serieus alternatief vormt voor short break bestemmingen. De regio Arnhem Nijmegen moet een 'must see & must do' bestemming worden.

ONZE MISSIE

Regionaal Bureau voor Toerisme Arnhem Nijmegen wil middels marketing en productontwikkeling het toeristisch aanbod van de regio Arnhem Nijmegen laten aansluiten bij de wensen van de gekozen doelgroepen. De communicatie speelt hierbij vanzelfsprekend een belangrijke rol.

ONZE DOELSTELLING

Het doel van RBT KAN is om door middel van (vernieuwende) marketing en promotie inspanningen meer bezoekers te genereren die langer blijven en meer besteden en tot herhalingsbezoek overgaan, teneinde het toeristisch marktaandeel van de regio Arnhem Nijmegen in het algemeen en dat van de diverse deelgebieden in het bijzonder te vergroten.

ONZE DOELGROEPEN

RBT KAN richt zich op de binnenlandse markt, met name op de Randstad, Gelderland en de aangrenzende provincies. Hierbij ligt de concentratie op twee persoonshuishoudens, gezinnen met kinderen en senioren. Daarnaast wordt de markt in Duitsland (Nordrhein-Westfalen), België en Groot-Brittannië actief benaderd. Ook in andere Europese landen zoals Spanje, Italië en Zweden wordt campagne gevoerd.



Team RBT KAN

ARNHEM NIJMEGEN

Het Regionaal Bureau voor Toerisme Arnhem Nijmegen (RBT KAN) is dé (toeristische) marketingorganisatie voor de regio Arnhem Nijmegen. Het RBT KAN verzorgt de marketing en promotie in binnen- en buitenland voor de domeinen recreatie, (zakelijk) toerisme en cultuur(historie). Daarnaast verzorgt het RBT KAN de receptieve functie in de regio (VVV en UITburo).

ORGANOGRAM



BEDRIJFSSTRUCTUUR

RBT KAN B.V. kent één aandeelhouder, de Stichting RBT KAN. De Stichting beheert de publieke gelden die vanuit de lokale overheden jaarlijks aan RBT KAN betaald worden. De Stichting RBT KAN geeft jaarlijks, na goedkeuring van het marketingactiviteitenprogramma, de B.V. RBT KAN de opdracht om dit marketingactiviteitenprogramma uit te voeren. De B.V. RBT KAN kent een statutair directeur. De Stichting RBT KAN kent een bestuur. RBT KAN wordt jaarlijks geadviseerd door een onafhankelijke Raad van Advies, waarin diverse partners uit het (toeristisch) bedrijfsleven gevraagd en ongevraagd advies geven.

Binnen de regio Arnhem Nijmegen werkt RBT KAN samen met ca. 950 bedrijven uit de toeristisch-recreatieve sector. Tevens werkt RBT KAN in opdracht van de gemeenten in de regio Arnhem Nijmegen. Per geografische deelregio kent het RBT KAN een overlegstructuur. Binnen deze overlegstructuur vindt afstemming plaats met betrekking tot het toeristisch marketingbeleid.

BUSINESS UNIT TOERISTISCHE MARKETING

MARKETING & COMMUNICATIE

In de Strategische Marketingvisie regio Arnhem Nijmegen* is alle relevante marktinformatie m.b.t. positionering uitgewerkt die betrekking heeft op de regio Arnhem Nijmegen en haar (potentiële) bezoekers. De Strategische Marketingvisie vormt de basis voor het Marketing Activiteitenplan, welke uitgevoerd wordt door de afdeling marketing en een totale waarde van 3 miljoen euro vertegenwoordigt. Deze afdeling is actief op het gebied van toeristische, alsmede geïntegreerde city- en regiomarketing en communicatie in Nederland alsmede in Duitsland, België en Groot-Brittannië, zowel online als offline.

ARNHEMS UITBURO

Het Arnheems UITburo is een digitaal informatiekanaal, dat van informatie voorziet over culturele voorstellingen en manifestaties, kunstexposities en evenementen in de stad. De start van het culturele seizoen is tijdens de jaarlijkse Arnhem UITboulevard, welke wordt georganiseerd door het Arnheems Uitburo.

BUSINESS UNIT ZAKELIJKE MARKETING

CONVENTION BUREAU REGIO ARNHEM NIJMEGEN

Het doel van Convention Bureau regio Arnhem Nijmegen is de regio als bestemming voor zakelijke en feestelijke bijeenkomsten te promoten. De bezoeker wordt middels beurzen, acquisitie, netwerkbijeenkomsten en evenementen gestimuleerd voor een bezoek aan de regio. Het Convention Bureau adviseert en ondersteunt organisatoren kosteloos bij hun zakelijke bijeenkomst in de regio Arnhem Nijmegen. Tevens wordt voortdurend onderzoek gepleegd naar relevante marktsegmenten voor de zakelijke markt. Denk hierbij aan het potentieel van Food and Health Valley of spelers op het gebied van Energie en Milieu Technologie.

GELDERSE STREKEN ZAKELIJK

Om tegenwicht te kunnen bieden aan grote congresbestemmingen en als regio te onderscheiden, is het project Gelderse Streken Zakelijk gestart. Op originele wijze wordt de regio extra onder de aandacht gebracht bij de Nederlandse decisionmakers.

*zie rbtkan.nl

BUSINESS UNIT OPERATIONS

Het Regionaal bureau voor Toerisme Arnhem Nijmegen (RBT KAN) is de licentiehouder van het VVV-merk in de regio Arnhem Nijmegen. Het RBT KAN verzorgt deze VVV formule die zich kenmerkt in de volgende drie soorten informatievoorziening;

VVV NL SHOP

De VVV NL shops zijn gevestigd in Arnhem en Nijmegen. Deze voeren het volledige collectieve VVV assortiment. In de VVV NL shop informeren professionele VVV medewerkers bezoekers in de vestiging, via email en via het telefonisch informatienummer 0900 – 1122344 (€ 0,45 p/minuut). Voor adressen en openingstijden zie vvarnhemnijmegen.nl/vvv.

VVV VESTIGING

In de regio Arnhem Nijmegen bevinden zich verdeelt over de regio 7 kleinere VVV vestigingen. Deze VVV vestigingen voeren een beperkt collectief VVV assortiment. In de VVV vestiging informeren medewerkers bezoekers in de vestiging en via email over de lokale omgeving. Voor adressen en openingstijden zie vvarnhemnijmegen.nl/vvv.

VVV AGENTSCHAP

Het VVV agentschap is een distributiepunt van een beperkt assortiment VVV producten en diensten vanuit de locatie van een derde partij (shop-in-shop). De openingstijden worden bepaald door de derde partij. Er zijn 33 VVV agentschappen in de regio Arnhem Nijmegen. Daarnaast is er een Agentschapsmeubel ontwikkeld met een digitale informatiezuil die bij derde partijen geplaatst worden.

RESERVERINGEN / LOGIES VIERDAAGSE

Er zijn diverse wandelingen te reserveren door het (historische) centrum van Arnhem of Nijmegen. Tevens bemiddelt RBT KAN al jaren tussen gastgezinnen en wandelaars tijdens de Internationale Vierdaagse Afstandsmarsen Nijmegen.



VVV NL Shop Arnhem

PROJECTEN & PRODUCTONTWIKKELING

RBT KAN stimuleert de toeristische productontwikkeling door het initiëren van nieuwe projecten. In deze projecten wordt met diverse publiek-private partners samengewerkt.

HISTORISCH BELEVENIS NETWERK – SPANNENDEGESCHIEDENIS.NL

De regio Arnhem Nijmegen is rijk aan geschiedenis. De komst van de Romeinen 2000 jaar geleden, de roemruchte geschiedenis van Hertogdom Gelre en de Operation Market Garden in september 1944, zijn daar voorbeelden van. Met het 'Historisch Belevenis Netwerk' maakt het RBT KAN deze geschiedenis inzichtelijk. Het netwerk biedt bezoekers aan de regio Arnhem Nijmegen de mogelijkheid (inter)actief kennis te maken met de regionale (cultuur)historie. In de gehele regio zijn locaties, evenementen en routes te beleven die afzonderlijk en samen het verhaal vertellen van deze periodes. Met het nieuwe netwerk kunnen bezoekers via (mobiel) internet of mobiele telefoon een eigen belevenisroute uit een periode of thema kiezen en downloaden. In 2012 wordt het project 'Beleef de Spannende Geschiedenis van Gelderland' gestart. Naast de drie bestaande tijdlijnen worden de Modernisering / Industriële Revolutie (1850-1950) en Koude Oorlog / wederopbouw toegevoegd.



*Spannende Geschiedenis
– Kerk Elst*

LIBERATION ROUTE

De Liberation Route toont de samenhang in de gebeurtenissen die zich in 1944 en 1945 afspeelden in de regio Arnhem Nijmegen en op de Veluwe. Er zijn zogenaamde luisterplekken waar een hoorspel of filmfragment te beluisteren of bekijken is over de indrukwekkende belevenissen van één of meer personen in de jaren 1944-1945. Ook Noord-Brabant maakt binnenkort deel uit van de Liberation Route. Daarnaast zal de Liberation Route zich uitbreiden naar regio's in België, Frankrijk, Zuid-Engeland en Duitsland.



Luisterkei Liberation Route

PROJECTEN & PRODUCTONTWIKKELING

FIETSROUTENETWERK REGIO ARNHEM NIJMEGEN – LEKKERFIETSEN.NL

Het lange fietsroutenetwerk regio Arnhem Nijmegen wordt beheerd door het routebureau, onderdeel van RBT KAN. Het routebureau verstrekt informatie en is tevens verantwoordelijk voor het beheer en onderhoud van het fietsroutenetwerk. Daarnaast bestaat onder de naam Lekker Fietsen een multimediaal marketingplatform. Centraal staat de website lekkerfietsen.nl waar bezoekers o.a. gratis fietsroutes en kaarten kunnen downloaden.



Lekker Fietsen

VERDRONKEN DORPEN

Met het project Verdronken Dorpen wordt de bijzondere geschiedenis van de door het water verzwolgen dorpen verteld. Er zijn speciale fietsroutes samengesteld die de bezoeker door een schitterend landschap voert. Daarnaast is er kunst op locatie te zien bij de verdronken dorpen. Het project wordt in opdracht van Cultuurpact Rond Arnhem uitgevoerd door het RBT KAN.



Oud-Zevenaar

LEKKERPAARDRIJDEN.NL

De door RBT KAN ontwikkelde website lekkerpaardrijden.nl is het portaal voor paardrijden op de Veluwezoom. Hier kan men gratis routes downloaden, foto's bekijken en uploaden en praktische informatie vinden over evenementen, overnachtingsmogelijkheden, vergunningen en belangrijke adressen langs de route. Lekkerpaardrijden.nl is een initiatief van RBT KAN en de gemeente Rheden.

PROJECTEN & PRODUCTONTWIKKELING

CITYMARKETINGCAMPAGNE MADE IN ARNHEM

Deze communicatiecampagne wordt door RBT KAN uitgevoerd in opdracht van de gemeente Arnhem en heeft tot

made in **Arnhem**

doel het verbeteren van de naamsbekendheid van Arnhem en het versterken van het gewenste imago. Het communicatieconcept "Arnhemse Meisjes, Made in Arnhem" maakt gebruik van de bekende, inspirerende Arnhemse bedrijven en mensen. De afgelopen jaren zijn deelcampagnes en activiteiten opgezet rond de uitverkiezing tot beste binnenstad, groenste stad en beste evenementenstad.

CITYMARKETINGCAMPAGNE ALTIJD NIJMEGEN



**ALTIJD
NIJMEGEN**

Sinds enkele jaren gebruikt de gemeente Nijmegen de slogan en het beeldmerk; Altijd Nijmegen. RBT KAN voert in opdracht van het Huis voor de Binnenstad, de cultuursector en de Gemeente Nijmegen de marketingcampagne uit. Citymarketing is voor Nijmegen een instrument voor het aantrekken én behouden van de gewenste bedrijven, instellingen, bezoekers en inwoners met de inzet van betrokken publieke en private partners.

COOL BREAKS

Met de campagne Cool Breaks richt het RBT KAN zich samen met partners in Nederland en Duitsland op de (inter)nationale short-break markt. De zestellige website (Nederlands, Duits, Engels, Spaans, Italiaans en Zweeds) coolbreaks.com is een online platform voor de gehele grensregio, op het gebied van evenementen, hotels, bezienswaardigheden, regio's en coole tips. Op de interactieve website kunnen arrangementen worden geboekt, foto's worden geupload en de prijzen van diverse hotelaanbieders worden doorzocht. Ook offline activiteiten, zoals beurzen, radiosports en brochures ondersteunen de campagne.

CoolBreaks.com

Short Breaks in Holland and Germany!

Fresh, stylish and desirable!

www.coolbreaks.com

Campagne uiting Cool Breaks

PROJECTEN & PRODUCTONTWIKKELING

GELDERLAND 2.0

RBT KAN heeft in de regio Arnhem Nijmegen een groot aantal ondernemers weten te betrekken bij dit platform voor online marketing. De ontwikkeling van een toolbox is één van de belangrijkste instrumenten binnen het project. De tools (zoals een nieuwsmodule) bieden daarnaast de mogelijkheid om informatie en traffic (bezoekers van de website) tussen de participanten onderling uit te wisselen.

GELDERSE STREKEN

Gelderland is de afgelopen jaren de populairste binnenlandse vakantieprovincie in Nederland. De toeristische regio's in Gelderland werken gezamenlijk aan de campagne Gelderse Streken met als pay-off 'Gelderland levert jou mooie streken'. RBT KAN zal samen met de Regionale Bureaus voor Toerisme en de Provincie Gelderland mede invulling geven aan deze multimediale campagne in binnen- en buitenland.

UITAGENDA VOOR GELDERLAND - UITINGLD.NL

Vanaf 2012 is er één gezamenlijke Uitagenda voor heel Gelderland beschikbaar. Door één Uitagenda kan iedereen, zien wat er allemaal te doen is in Gelderland op het gebied van kunst, cultuur, musea, evenementen. Alle informatie is ook per gemeente aan te roepen zoals UIT in Arnhem of UIT in Zevenaar. Uiteraard is de actuele content ook via de mobiele website te bekijken.



Memorygame Gelderland Toolbox

FACTS & FIGURES

Regionaal Bureau voor Toerisme Arnhem Nijmegen (RBT KAN) en ZKA Consultants & Planners hebben in de Toeristisch-recreatieve monitor Regio Arnhem Nijmegen 2010 vastgesteld dat er ondanks de verdringingsmarkt groei heeft plaatsgevonden qua bezoekers, bestedingen en overnachtingen.

Bijna 1,5 miljoen overnachtingen en 27 miljoen dagbezoeken in 2009
In 2009 hebben bijna 1,5 miljoen overnachtingen plaatsgevonden in de regio Arnhem Nijmegen, waarvan ruim de helft in hotels. Hiermee heeft de regio een marktaandeel van ruim 15% in Gelderland. Binnen de regio is het Rijk van Nijmegen het deelgebied met het grootste aandeel overnachtingen. Het aantal dagrecreatieve bezoeken bedroeg 26,5 miljoen in 2009, het aantal zakelijke dagbezoeken 0,8 miljoen. Recreatief winkelen en routegebonden buitenrecreatie zijn beide goed voor ongeveer 10 miljoen bezoeken (samen 76%). Het dagtoerisme is sterk geconcentreerd in Arnhem en Nijmegen.

OVERNACHTINGEN EN DAGTOERISTISCH BEZOEK GESTEGEN

Het aantal overnachtingen in de regio was in 2009 iets hoger (ruim 2%) dan het aantal overnachtingen in 2004. De overnachtingen in hotels en bungalows stegen respectievelijk 6,5% en 3,2%, terwijl er op het gebied van kamperen en groepsaccommodaties sprake was van een daling. Dit is conform de landelijke trend. Het marktaandeel van de regio is redelijk stabiel.

Het aantal dagtoeristische bezoeken in de regio Arnhem Nijmegen is met 15% gegroeid. Het zakelijk dagbezoek groeide met 23%, de zakelijke overnachtingen daalden daarentegen (vanwege de economische crisis).

Ontwikkeling toeristisch-recreatieve bestedingen naar categorie

Categorieën	Bestedingen	Bestedingen	Groei
	2004	2009	bestedingen
<i>Verblijfstoerisme</i>	118.647.568	136.087.040	17.439.472
Hotels standaard	4.000.160	5.303.229	1.303.069
Hotels middenklasse/luxe	76.538.449	88.899.151	12.360.702
Bungalows	8.748.808	9.710.980	962.172
Camping vast	17.420.685	19.565.424	2.144.739
Campings toeristisch	5.763.822	6.244.314	480.492
Groepsaccommodaties	2.694.725	3.026.261	331.537
Watersport passanten	162.169	171.976	9.808
Watersport vast	3.318.750	3.165.705	-153.045
<i>Dagtoerisme</i>	123.347.248	160.955.649	37.608.401
Attracties	37.500.414	43.299.015	5.798.601
Musea en bezienswaardigheden	21.206.145	25.794.542	4.588.397
Evenementen	46.687.264	66.574.943	19.887.679
Rondvaarten	1.027.175	1.434.200	407.025
Golf	16.926.250	23.852.950	6.926.700
<i>Zakelijk toerisme</i>	22.124.013	34.153.836	12.029.823
Totaal	264.118.828	331.196.525	67.077.697

FACTS & FIGURES

TOERISTISCH-RECREATIEVE BESTEDINGEN MET 25% GEGROEID

De toeristisch-recreatieve bezoekers hebben in 2009 gezamenlijk ongeveer 25% meer uitgegeven in de regio dan in 2004. Op verblijfstoeristisch gebied bedroeg de stijging 15%, de dagtoeristische bestedingen groeiden met 30%. Bijna de helft van de toegenomen bestedingen kan worden toegeschreven aan het volume-effect (hoger aantal overnachtingen en hogere bezoekersaantallen). De andere helft is het gevolg van een prijseffect (hogere prijzen).

GROEI BESTEDINGEN BETREFT VOOR BIJNA HELFT VOLUME-EFFECT

Indien de groei van de bestedingen nader geanalyseerd wordt, kan worden geconstateerd dat de groei voor bijna de helft het gevolg is van een volume-effect. Ongeveer 49% van de groei kan worden verklaard uit hogere bezoekersaantallen en overnachtingen ("volume-effect"). Het bestedingseffect is goed voor ongeveer 55% van de extra bestedingen. Binnen het verblijfstoerisme zijn de gestegen bestedingen voor 70% te danken aan hogere bestedingen per toerist per dag en voor 30% aan meer overnachtingen. Binnen het dagtoerisme (exclusief recreatief winkelen en routegebonden buitenrecreatie) is de stijging voor 59% te danken aan meer dagbezoek en voor 41% aan hogere bestedingen per persoon per dag. Op gebied van zakelijk toerisme is de verhouding ongeveer in balans: 47% volumeeffect en 53% bestedingseffect.



Internationale Vierdaagse Afstandsmarsen Nijmegen

DOWNLOAD DE HELE TOERISTISCHE-RECREATIEVE MONITOR OP RBTKAN.NL.

Bron: Toeristisch-recreatieve monitor Regio Arnhem Nijmegen 2010 ZKA Consultants & Planners in opdracht van het Regionaal Bureau voor Toerisme Arnhem Nijmegen.

WIST U DAT?

... het websitebezoek van regioarnhemnijmegen.nl het afgelopen jaar met meer dan **50%** is toegenomen ten opzichte van 2010.

... er meer dan **270.000** thema-routes zijn gedownload vanaf de website lekkerfietsen.nl.

... de RBT KAN kanalen op Social Media **dagelijks** nieuwe volgers verwelkomen.

... de website spannendegeschiedenis.nl sinds november 2010 al meer dan **100.000** pageviews heeft gehad.

... **19.000** mensen maandelijks de digitale nieuwsbrief van regioarnhemnijmegen.nl ontvangen.

... de toeristisch-recreatieve bestedingen in de regio Arnhem Nijmegen recentelijk met **25%** zijn gestegen.

... de Liberation Route wordt **uitgebreid** naar Zuid-Engeland, Normandië, Parijs, de Ardennen en Berlijn.

... u op **rbtkan.nl** nog veel meer informatie kunt vinden.

VOLG ONS OP



arnhem_nijmegen



RegioArnhemNijmegen

Dorpsstraat 14, 6661 EK Elst

Postbus 156, 6660 AD Elst

T 0481-366250, F 0481-366251

T 0900-1122344 (toeristische informatie € 0,45 p/m)

E info@rbtkan.nl

I rbtkan.nl, regioarnhemnijmegen.nl, conventionbureau.nl