

Jaarplan 2021



uit de kunst

NUNSPEET VIERHOUTEN HULSHORST ELSPEET

Vier seizoenen uit de Kunst

Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Visie, missie en strategie	4
Doelstellingen	6
Begroting	10

Voorwoord

Het toeristisch jaar 2020 ligt achter ons. Terugkijkend op dit jaar, kunnen we wel stellen, dat niemand had kunnen voorzien hoe dit jaar zou verlopen. Begrippen als COVID-19 en Corona pandemie kenden we nog niet. De impact is enorm groot geweest. Vanaf half maart ontstond er een nieuwe werkelijkheid. Het was een jaar van hollen en stilstaan. De "intelligente lockdown" en de "gedeeltelijke lockdown" hadden voor al onze partners en ook voor ons als Stichting diep ingrijpende gevolgen. Met name de horeca heeft veel pijn geleden door perioden van gedwongen sluiting. In de zomerperiode echter was het in onze dorpen soms zeer druk. Er werd daardoor wel een inhaalslag gemaakt. De waarneming is dat het totaal aantal bezoekende toeristen op een hoog niveau ligt, door een sterke toename van binnenlandse vakanties. Als Stichting Nunspeet uit de Kunst zullen we in het jaarverslag onze balans opmaken.

We hebben zeker niet stil gezeten. Actief hebben we gewerkt aan de gemeentelijke Koersnotitie Nunspeet Vier Seizoenen Uit de Kunst. Een mooi kader dat door de gemeenteraad van Nunspeet is vastgesteld. Wat ons betreft sluit het goed aan bij onze visie op recreatie en toerisme in de gemeente Nunspeet.

Samenwerking is de basis voor succes. Wij zetten daar stevig op in en willen dat ook het komend jaar continueren.

Beroepskrachten en vrijwilligers zetten zich binnen en buiten de muren van ons VVV kantoor in Nunspeet en bij de agentschappen in Vierhouden en Elspeet (weer voortgezet per 1-4-2020) in, om onze bezoekers en onze eigen inwoners optimaal van dienst te zijn. Dat vraagt natuurlijk voortdurend aandacht en creativiteit.

Samen met onze zakelijke partners en tal van andere partijen zorgen we voor promotie van een mooi toeristisch product gedurende het hele jaar.

Vier Seizoenen Nunspeet uit de Kunst.

In 2021 bouwen we verder met iedereen die ons ondersteunt en met ons wil samenwerken.

Nunspeet uit de kunst, elk seizoen, ook in 2021

Visie, missie en strategie

Visie

Wij zien kunst in brede zin als een belangrijk onderdeel van de identiteit van de gemeente Nunspeet. Met het erfgoed van de kunstenaars die in het verleden in en rondom Nunspeet hebben geleefd en de hedendaagse activiteiten op artistiek en culinair terrein kan Nunspeet zich op recreatief vlak onderscheiden van haar regionale Veluwe concurrenten. Het merk 'Uit de kunst' kan zorgen voor nieuwe bezoekers voor de kernen Nunspeet, Elspeet, Hulshorst en Vierhouten. Bezoekers die terugkeren of langer verblijven en meer besteden. Een positieve impuls voor de lokale economie die moet leiden tot meer werkgelegenheid en een duurzaam aantrekkelijke gemeente voor bezoekers en bewoners.

Missie

Wij willen Nunspeet laten uitgroeien tot de meest gastvrije en inspirerende gemeente op de Veluwe. Om dit te bereiken streven wij naar een palet aan activiteiten dat Nunspeet het hele jaar door aantrekkelijk maakt, gastvrije en toegankelijke informatiepunten en een eenduidige heldere communicatie die alle doelgroepen bereikt. Dit doen wij niet alleen, maar samen met betrokkenen, stakeholders en ondernemers. We zorgen voor een breed draagvlak en win-win situaties. We handelen met respect voor de leefomgeving en de prachtige natuur die ons omgeeft.

Strategie

Verbinden onder één 'Uit de kunst'-paraplu

De strategie van Nunspeet uit de kunst is erop gericht om partijen met elkaar te verbinden en ervoor te zorgen dat alle activiteiten op het gebied van marketing, communicatie en promotie plaatsvinden onder één paraplu en met één heldere boodschap: Het is Uit de Kunst in de gemeente Nunspeet! Zo worden wij met elkaar zichtbaarder en sterker. Om dit te bereiken werken wij samen met de gemeente Nunspeet, de culturele instellingen, bedrijven, organisaties, retail- horecaondernemers en vakantieparken. Om de meest gastvrije en inspirerende gemeente op de Veluwe te worden hebben wij voor de komende periode de volgende strategische pijlers gedefinieerd:

- laden en verduidelijken van het **concept 'Uit de kunst'**. De voordelen van dit merkconcept eenduidig communiceren en uitdragen naar alle doelgroepen en betrokkenen: zowel recreanten, inwoners als ondernemers en stakeholders;
- zorgen voor brede **communicatie** en **promotie** van wat onze gemeente 'uit de kunst' te bieden heeft via alle kanalen waarmee we onze doelgroepen kunnen bereiken: de website, het Uit de kunst magazine, social media, kranten, beurzen, redactionele bijdragen in reismagazines, free publicity, enzovoort;
- het gezamenlijk ontwikkelen van **nieuwe** activiteiten, producten en concepten voor vrijetijdsbesteding, kunst- en cultuurbeleving, die passen bij het brede thema 'Uit de kunst';
- **bestaande** events en activiteiten gezamenlijk communiceren 'onder de paraplu van uit de kunst';
- kunst zichtbaar maken in alle dorpskernen, in straatbeeld, bij ondernemers en de invalswegen;
- zorgen voor duidelijk herkenbare, toegankelijke en gastvrije **VVV-informatiepunten**;
- kwantitatieve en kwalitatieve **informatie** verzamelen over bezoekers;
- introduceren van een citymarketing aanpak met onze gemeente als 'product' voor recreanten;
- promotie: Samenwerken met regionale en landelijke marketingorganisaties als Visit Veluwe, VVV Nederland, en het Nederlands Bureau voor Toerisme om Nunspeet regionaal en landelijk op de kaart te zetten;

- vergroten van de impact van social media door verhogen van betrokkenheid van inwoners (van de gemeente), zakelijke connecties en volgers;
- zorgen voor nieuwe en/of meer inkomsten om activiteiten te financieren en continuïteit te waarborgen

Doelstellingen

Primaire doelstellingen

Nunspeet uit de kunst heeft als doel om meer bezoekers naar de gemeente Nunspeet te halen en ze te verleiden om hier langer te verblijven. Naast een aantrekkelijke omgeving met bos, heide, water en zandverstuivingen is bereikbaarheid (spoor, auto, fietspaden) van belang. De kwaliteit van onze recreatievoorzieningen vraagt aandacht (o.a. via plan van aanpak 'Vitale Vakantieparken').

Het winkelcentrum van Nunspeet staat er goed bij. Er is weinig leegstand en een gevarieerd aanbod aan winkels. Ook de vitaliteit en leefbaarheid van elk van de kernen van Nunspeet draagt bij aan de hoge kwaliteit.

De verblijfsfunctie van Nunspeet in de regio met veel culturele en recreatieve voorzieningen is van groot belang.

Metten is weten

Voor de meeste van bovengenoemde zaken geldt dat wij die niet of maar zeer beperkt kunnen beïnvloeden.

We willen het uiteraard wel promoten.

De cijfermatige informatie is fragmentarisch, maar geeft wel een globaal beeld van toerisme in Nunspeet.

Enkele cijfers:

Bezoekersaantallen op onze vestigingen: 15.000 (2019 ca 27.000)

Gebruikers van toeristentreintje: 0

(vanwege de corona pandemie heeft het treintje niet gereden. In 2019 ca. 7.500 bezoekers.)

De bezetting op de recreatieparken en de hotels was op een hoog niveau. Kwaliteit en diversiteit is op orde, maar zal de komende jaren aandacht blijven vragen.

Een indicatie voor de bezetting kunnen we terugvinden in de opbrengsten toeristen- en forenzenbelasting, uiteraard met in achtneming van tariefstijgingen.

De gegevens zijn gebaseerd op de gemeentelijke jaarrekening.

Inkomsten toeristenbelasting 2019: € 1.469.659,00

Inkomsten forenzenbelasting 2019: € 657.768,00

De stijgende trend, zowel qua opbrengst als qua bezoekersaantallen zet door.

Communicatie en promotie

Een van de kerntaken van Nunspeet uit de Kunst is promotie en communicatie.

Er zijn steeds meer mogelijkheden om onze informatie naar buiten te brengen. Wij communiceren dan ook op vele manieren; via onze website, onze social mediakanalen, de narrowcasting-beeldschermen, nieuwsbrieven, persberichten, beursdeelname, uitingen van partners als Visit Veluwe en natuurlijk via ons mooie Uit de Kunst magazine. Het afstemmen van de juiste informatie op de verschillende doelgroepen is een hele uitdaging, waarbij er ook steeds weer nieuwe mogelijkheden en kansen ontstaan. Wij streven ernaar om al het moois wat Nunspeet te bieden heeft én wat al onze partners te bieden hebben hier zo goed mogelijk te presenteren en te promoten. Daarin spelen we in op de wensen en behoeftes die wij opvangen maar gaan wij ook proactief tewerk. In bijzondere situaties, zoals afgelopen jaar, kunnen wij dan een platform zijn voor nieuwe initiatieven. De komende jaren hopen wij op de ingeslagen weg verder te gaan en hier nog meer professionaliteit en structuur in aan te brengen.

Werving en behoud van partners

Waar het – zeker in een jaar als 2020/2021 – om gaat is door het jaar heen aandacht hebben voor onze partners. Ze op een gepaste manier benaderen. Dat alles heeft te maken met het kennen van achtergronden, op de hoogte zijn van de bedrijfsvoering, meeleven als het even wat minder gaat, maar ook de successen 'vieren'. Het jaar 2020 is in alle anders geweest. Voor de ene ondernemer is het een fantastisch jaar geweest, de andere ondernemer kan amper het hoofd boven water houden. Ook voor 2021 worden de bestaande partners weer benaderd. De horeca zal op een later tijdstip benaderd worden. (Eind januari / begin februari). Er zijn trouwe partners die aan hebben gegeven geen partners te kunnen zijn voor aankomend jaar (vanwege financiële redenen). Deze partners zullen door het uitzonderlijke jaar vermeld blijven als basispartner.

Ook zal er komend jaar gekeken worden naar de partnerpakketten, of deze nog uitgediept kunnen worden om onze partners nog beter te bedienen.

Koersnotitie Vier seizoenen uit de Kunst

Afgelopen jaar is door de gemeenteraad van Nunspeet het gemeentelijk beleid op het gebied van recreatie en toerisme vastgesteld. De zogenaamde Koersnotitie Vier seizoenen uit de Kunst vormt voor ons het kader voor de activiteiten die we uitvoeren met behulp van de gemeentelijke subsidie. We zijn blij dat onze jaarlijkse subsidie nu structureel op 150.000 euro is vastgesteld.

Enkele citaten uit de Koersnotitie:

“Nunspeet uit de Kunst is naast een organisatie ook de profilering van Nunspeet, vertaald vanuit het DNA van het Kunstenaarsdorp, vanuit de diversiteit en de kwaliteiten die de gemeente te bieden heeft en aansluitend op de wens voor spreiding en kwaliteit. Met deze city marketing gerichte aanpak kan men samen een eenduidige beleving creëren. Dat is in het economisch belang van ondernemers, de gemeente en Nunspeet uit de Kunst”.

Doe het samen.

“Samenwerken leek in Nunspeet niet vanzelfsprekend. Toch laat de ontwikkeling van de Koersnotitie en ook het traject “Nunspeet 1,5 meter uit de kunst” zien dat er betrokkenheid is bij mensen en dat men samen wil optrekken om een aantrekkelijke beleving te creëren die alles omvattend is.

Een beleving die vier seizoenen uit de kunst kan zijn en breed gedragen wordt in alle sectoren.”

Mooie uitdagingen om samen met alle betrokken partijen aan te werken.

Agentschap Nunspeet

Nunspeet is het “hoofdkantoor” van de agentschappen van Nunspeet uit de Kunst.

De grootste bezoekersstroom vindt hier plaats en het is de locatie waar het grootste assortiment aan informatie ligt.

Naast de kaarten, informatie van partners en de info balie, die 6 dagen in de week geopend is, biedt het agentschap ook de gedeelde winkelruimte met Froyo.

Aankomend jaar zal er gewerkt worden aan een formule van de agentschappen waar de verschillende doelen verder uitgewerkt zullen worden. Dit met het uitgangspunt, informatie voorziening, de beleving van de Veluwe overdragen, waarbij de zichtbaarheid van onze partners ook belangrijk is.

Er zal nauw worden gekeken naar de behoefte van de openingstijden, zodat deze aan zullen sluiten op de wensen van de bezoekers per seizoen. Daarnaast zal er grote zorg en aandacht zijn om de kennis van de medewerkers op niveau te houden en te verbeteren.

De samenwerking met Elspeet, maar ook met de nieuwe agentschappen in Hulshorst en Vierhouten zal ook de nodige extra aandacht krijgen.

Activiteiten

De informatie functie die onze medewerkers invullen vanuit ons kantoor in Nunspeet is nog altijd van groot belang. In samenwerking met Froyo geven we invulling aan onze "winkelruimte". We vinden het van groot belang dat we niet concurrerend, maar aanvullend zijn op onze partners.

Dat geeft enerzijds beperkingen, maar biedt ook kansen om aandacht te geven aan het streekeigene, zoals wandelroutes en fietsroutes. We proberen dat steeds te actualiseren.

De verkoop van overige producten is van beperkte omvang, maar daarom niet onbelangrijk. We zijn voornemens om dit komend jaar nog eens extra onder de loep te nemen. We zoeken daarbij samenwerking met onze partners in het productaanbod.

Een extra aanleiding is gelegen in het project Stationsomgeving. Over enkele jaren zal ons gebouw worden gesloopt. In samenwerking met de gemeente en wat ons betreft zo mogelijk met Froyo wordt naar een alternatieve locatie nabij het station gekeken. WE vinden het van belang ons wensenpakket in dezen scherp te gaan formuleren.

Evenementen

Op dit moment is het volstrekt onduidelijk in welke vorm en omvang er komend jaar evenementen kunnen worden georganiseerd. Deze onzekerheid weerhoudt ons er niet van om na te denken over datgene dat binnen de bestaande regelgeving wel mogelijk is.

Naast onze eigen evenementen, organiseren wij ook evenementen in samenwerking met lokale partners in elk van onze vier kernen.

Samenwerking OVN

Al een aantal jaren voeren we voor de organisatie van de OVN evenementen uit. In een Samenwerkingsovereenkomst zijn afspraken voor de jaren 2019/2021 gemaakt. Uiteraard met enkele slagen om de arm hebben we het programma vastgesteld.

Mei: Eibertjesdag

Augustus: Nacht van Nunspeet

November: Intocht van Sinterklaas

December: Winterlicht

Voorts: Een of meerdere strippenkaart acties

Communicatie en PR

Begroting

Stichting Nunspeet uit de Kunst
Nunspeet



Resultatenrekening

	Begroting 2021		
	€	€	
Omzet	436.000		
Kostprijs omzet	111.900		
Bruto-winst		324.100	74,3%
Afschrijvingen	12.000		
Loonkosten	94.400		
Huisvestingskosten	37.750		
Verkoopkosten	113.000		
Kantoorkosten	42.700		
Algemene kosten	16.200		
Som der bedrijfskosten		316.050	
Bedrijfsresultaat		8.050	1,8%
Financieringskosten		3.250	
Resultaat		4.800	
Afschrijvingen		12.000	
Cash flow		16.800	
Aflossingsverplichting		18.300	