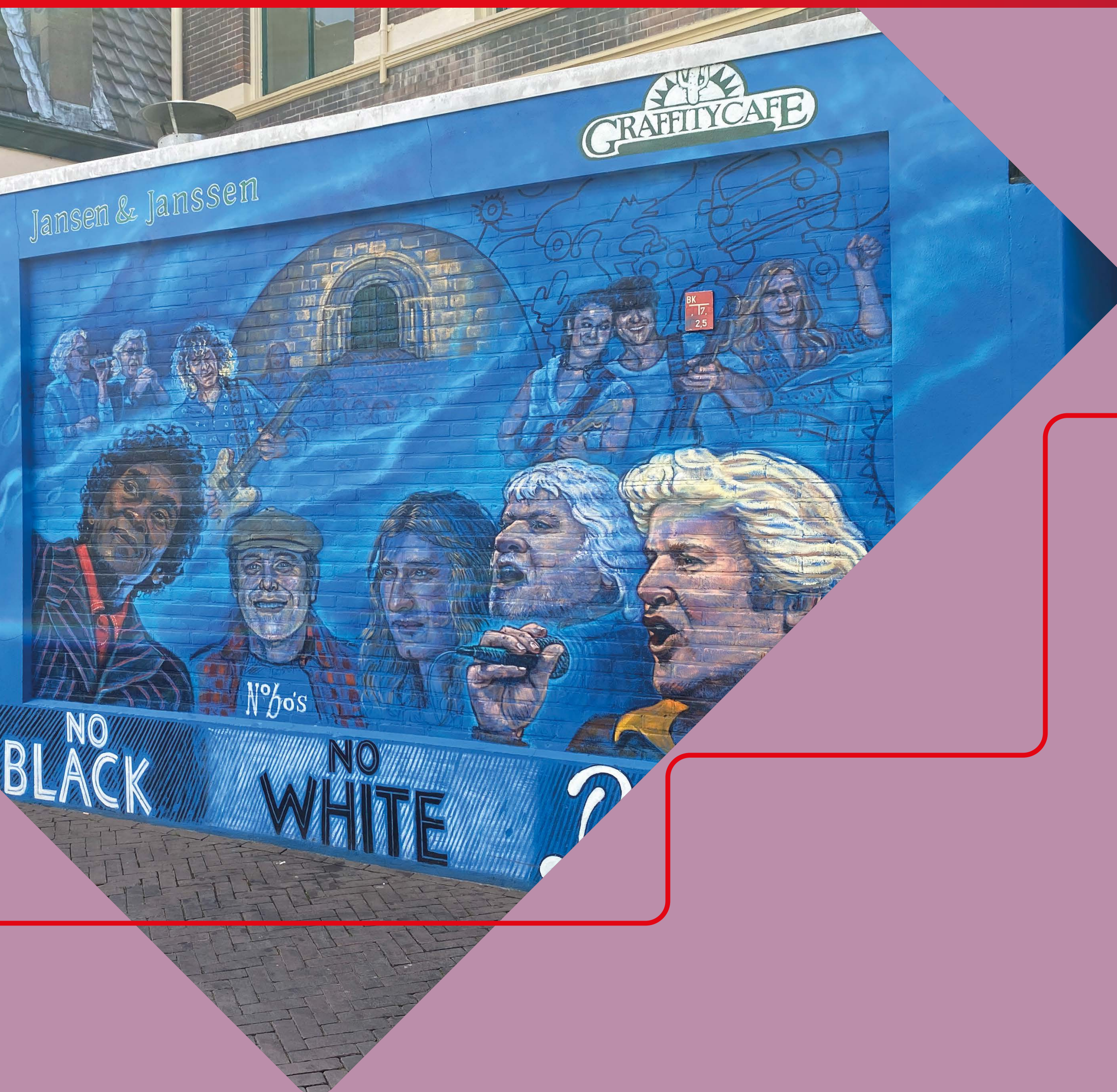


TERUGBLIK 2022

 ENSCHEDE
PROMOTIE

 ENSCHEDE





JANUARI

- 10 De Stadsgravenstraat kreeg de afgelopen jaren een flinke boost. De afronding is met de gedichtenborden en als laatste de onthulling van een nieuwe muurschildering met daarop lokale muzikanten uit de blues en soulperiode, gemaakt door Sonna Krom.
- 26 De harde corona-lockdown is ten einde. Hoewel er nog restricties gelden mogen museu, bioscopen, theaters en horeca hun deuren weer openen. In onze online cijfers is direct een stijgende lijn te zien in de interesse in Enschede, zowel op de Nederlandse als Duitse website.

FEBRUARI



15 “Liefs uit Enschede”, een beproefd oud content concept, wordt nieuw leven ingeblazen. Lokale ondernemers worden in het zonnetje gezet.

19 Start regionale campagne “Zoek de grens op”. Met de inzet van abri’s, radioreclame, advertenties in regionale huis-aan-huis bladen en online advertising werd de doelgroep bereikt. De CTR van de online campagne was 2.24%, ruim boven het landelijke gemiddelde van 1,92%.



MAART

- 11 Eddy, ons nieuwe, elektrische, mobiele informatiepunt rijdt naar zijn eerste bestemming: de open dagen op de Universiteit Twente.
- 21 Enschede zet de Bloemetjes Buiten. De binnenstad is een maand lang aangekleed met gigantische tulpen, mooie narcissen en kleurige margrietten. In de weekenden waren er stadswandelingen. Tevens is hier een outdoor- en online campagne aan gekoppeld om bezoekers uit de regio naar de stad te trekken. Met in totaal een online bereik van ruim 300.000.
- 31 Enschedeërs trots op toerisme in de stad', dit kwam uit het onderzoek van Stenden European Tourism Futures Institute, waarbij de impact van de vrijetijdseconomie op Twente is onderzocht. Lees [hier](#) de conclusies uit het onderzoek.





U4

APRIL



01 Start landelijke campagne “Wanneer ga jij naar Enschede” met als doel toeristen te interesseren voor een weekendje Enschede. De campagne bestond uit radiospots op NPO Radio 1, Radio 2 en 3FM en advertorials in Libelle Magazine, Delicious Magazine en Volkskrant. En tevens een online advertentiecampaignedie geresulteerd heeft in 26.000 leads naar de website.

06 Overhandiging vernieuwd Citymagazine aan burgemeester Roelof Bleker.



07 Netwerkbijeenkomst in De Kleine Willem om ondernemers en partners te inspireren en de plannen voor 2022 te delen. Bekijk de aftermovie.

26/27 Koningsfestival Enschede: na twee jaar van afwezigheid kleurde de binnenstad weer oranje. De online advertentiecampaane leverde een uitzonderlijk hoge CTR op van 14,16% op. De interesse zagen we ook terug in de stad. Het was zeer goed bezocht en één groot feest!



Uit MEI



- 03** Hernieuwde start van de samenwerking met de culturele instellingen op het gebied van culturele programmering voor de doelgroep jeugd genaamd: Zoek het maar Uit. Hiervoor verzorgen wij het online gedeelte.
- 04** Start Duitsland campagne “Enschede. Sei unser Gast.” De rode loper werd figuurlijk uitgerold voor de Duitse bezoeker.
- 05** Vrijheidsfestival in een nieuw jasje. Het nieuwe concept met als locatie het Volkspark sloeg goed aan.



10 Bedrijven en studenten ontmoeten elkaar voor workshops en lunchsessies tijdens het studentenevenement de Talent Take Off.

13/14 Als onderdeel van de Duitsland campagne reden er zes opvallende 'Enschede' Velotaxi's rond in Bielefeld, die bezoekers vervoerden.

16 Leisure bijeenkomst bij Bad Boekelo met toeristische ondernemers.



TALENT TAKE OFF ENSCHEDE

**SAY WHAT?
FREE LUNCH,
COFFEE AND
CAREER TALKS**

Get in contact with organisations from the region and join workshops and talks from experts about innovation, coaching, culture and creativity.
Tuesday 10 May, Downtown Enschede

STUDYINENSCHEDA.COM/TAKEOFF

ENSCHEDA



UvB

JUNI

- 01** Regionale collectieve evenementenpromotie. Naast de reguliere agendadoeken zijn er diverse flights ingezet met bus- en outdoorreclame.
- 10/
11** De Special Olympics worden in Twente gehouden, de campus van de Universiteit Twente werd omgetoverd tot het Olympisch Dorp. De onderdelen bowlen, judo en zeilen vonden in Enschede plaats.



JULI

04

Start van “Vier de zomer in Enschede”. Met zomerse decoratie is de binnenstad in zomerse sferen gebracht.





08

Openluchtconcert Symphonic Broadway op de Oude Markt. Dit hebben wij georganiseerd i.s.m. Phion, orkest van Gelderland & Overijssel, de Nederlandse Reisopera en Consensus Vocalis. Met financiële steun van Ondernemersfonds Enschede en het Paul Pella Fonds is dit concert mogelijk gemaakt.

16


Lancering van de Bouwroute, met kleurplaat voor kinderen, die gekoppeld was aan het evenement “Wij Bouwen de Toekomst”. De route liep door de binnenstad en was te lopen t/m 21 augustus. In totaal hebben 2.215 kinderen meegedaan met de activiteiten.



W&O AUGUSTUS



**13/
14** Als onderdeel van “Vier de Zomer” traden in dit weekend diverse straatartiesten op.

24  Campagne “We Make A Perfect Pair” gericht op nieuwe en huidige studenten om de Enschede Kortingskaart onder de aandacht te brengen. Studenten konden een gratis paar sokken ophalen. Aantal uitgegeven digitale kortingspassen staat op 3.599.

31 Introductieconcert: de aftrap van het nieuwe collegejaar. Dit jaar in samenwerking met Metropool als programmapartner, met als resultaat een uitbundig feestende menigte op de Oude Markt.



09 SEPTEMBER



16 Lancering van Street Art fiets- en wandelroutes met als doel om de creativiteit in de stad zichtbaar en toegankelijk te maken.

18 Eddy ging voor het eerst op tour langs leuke plekken en events in de stad. Dit weekend was hij bij Theater on Tour. Bekijk de reel op Instagram.



103 vind-ik-le

SEPTEMBER

Aan

re



26

10 miljoen bereik op onze Facebookpagina's @enschede en @stadtenschede.

27

Flight 2 van de Duitsland campagne "Enschede. Sei Unser Gast".



29

Onze Duitse Facebookpagina wordt gevolgd door 30.000 mensen. Eind 2022 staat de teller inmiddels op ruim 31.000 volgers.



OKTOBER

- 03** 2e flight regionale campagne “zoek de grens op. De regionale dagbezoeker werd bereikt met outdoor reclame, radioreclame, advertenties en online via Facebook Advertising en Google Ads. De online campagne heeft ruim 800.000 weergaven gegenereerd.
- 06/09** Promotiestand tijdens de Military Enschede-Boekelo, waarbij de winactie voor de nieuwe merchandise-lijn 200 waardevolle leads heeft opgeleverd.
- 11** Lancering speurtocht voor jeugdige speurneuzen! De 1,5 kilometer lange route leidt langs bijzondere plekken. In het doeboekje “Op avontuur in Enschede” staat de route, opdrachten en tips en grappige weetjes.
- 13** Lancering webshop met officiële Enschede-merchandise artikelen. Van coole caps tot hippe sokken. Bekijk [hier](#) de webshop.





18 Bekendmaking nieuwe exploitanten schaatsbaan Winter Wonderland: Tim Lammers (Kibeco) en Matthijs Vinke (de Heren Catering). Daarnaast zijn er meer sponsors binnengehaald dan bij eerdere edities.

22 Drie zaterdagen achter elkaar boden we gratis stadswandelingen i.s.m. de Enschedese Stadsgidsen. In totaal zijn er 17 wandelingen georganiseerd, waaraan 157 mensen hebben deelgenomen. Op social media heeft de campagne een bereik van 40.000 opgeleverd.

31 41.368 auto's met Duitse kentekens hebben dit jaar in de gemeentelijke parkeergarages geparkeerd. Dit is het hoogste aantal ooit.

NOVEMBER

21 “Je kan de korting krijgen!” Met deze boodschap is er campagne gevoerd om te shoppen in Enschede, met een knipooog naar Black Friday. De campagne was goed zichtbaar door de inzet van 200 outdoor vlakken en snelwegmasten langs de A1 en A2. Het online bereik was ruim een half miljoen weergaven.

28 Workshop Online Zichtbaarheid voor ondernemers.






DECEMBER



02 Aftrap van de 2e flight van de landelijke campagne “Wanneer ga jij naar Enschede”. Met de inzet van radiospotjes en advertenties is er een bereik van ruim 4 miljoen gehaald.

05 Workshop Content Schrijven voor ondernemers.

09 Opening van Winter Wonderland met o.a. de schaatsbaan, sfeerverlichting- en objecten en de Stadsherberg.

12  Feestje! Twee miljoen sessies op onze websites samen. Het vorige record stond op 1,6 miljoen sessies (eind 2019).





15 Opening nieuwe Brandstore in ons pand aan de Langestraat 41.

 15/18 20.000 mensen bezoeken Enschede Lights Up. Zie de [aftermovie](#).

24 Eerste editie van Kerstmiddag Outdoor. Een event van de VHSE, maar met een grote rol van onze evenementen-afdeling.

 31 Ruim 5.000 bezoekers hebben de Tourist Info en de Brandstore bezocht. Dat is een stijging van 73% t.o.v. 2021.





ONLINE RESULTATEN



**TOTAAL
AANTAL SESSIES**
2.136.500

Uit in Enschede: 1.343.000
Stadt Enschede: 718.000
Study in Enschede: 53.000
Enschede Promotie: 22.500

BEREIK FACEBOOK
15,5 MILJOEN

2022
IN CIJFERS



ABONNEES NIEUWSBRIEVEN

Uit in Enschede **10.172** Stadt Enschede **6.981**
Study in Enschede **4.550** Stakeholders Enschede Promotie **720**



**VOLGERS SOCIAL
MEDIA ACCOUNTS**
100.919

Facebook NL: 46.748
Facebook DE: 31.288
Instagram: 18.170
Instagram Study: 1.842
Pinterest NL: 203 volgers
Pinterest DE: 90 volgers
LinkedIn: 2.578

CITY RANKING



GROOTSTE GEMEENTEN

- | | |
|--------------|--------------------|
| 01 Amsterdam | 09 Breda |
| 02 Rotterdam | 10 Nijmegen |
| 03 Den Haag | 11 Apeldoorn |
| 04 Utrecht | 12 Arnhem |
| 05 Eindhoven | 13 Haarlem |
| 06 Groningen | 14 Enschede |
| 07 Tilburg | 15 Haarlemmermeer |
| 08 Almere | |

TOP 15 STEDEN



FACEBOOK

- 01 Amsterdam
- 02 Groningen
- 03 Den Haag
- 04 Enschede**
- 05 Eindhoven
- 06 Rotterdam
- 07 Utrecht
- 08 Apeldoorn
- 09 Arnhem
- 10 Haarlem
- 11 Nijmegen
- 12 Breda
- 13 Almere
- 14 Haarlemmermeer
- 15 Tilburg



INSTAGRAM

- 01 Amsterdam
- 02 Eindhoven
- 03 Rotterdam
- 04 Den Haag
- 05 Groningen
- 06 Enschede**
- 07 Breda
- 08 Haarlem
- 09 Apeldoorn
- 10 Arnhem
- 11 Nijmegen
- 12 Almere
- 13 Utrecht
- 14 Haarlemmermeer
- 15 Tilburg