

STAKEHOLDERONDERZOEK ENSCHEDA PROMOTIE

2022-2023





Eind 2022/begin 2023 heeft 26% van de stakeholders meegewerkt aan het stakeholders-onderzoek voor Enschede Promotie (N=52). Gemiddeld genomen beoordelen stakeholders Enschede Promotie met een 7,4 en bevelen zij de samenwerking met Enschede Promotie aan met een 8,7. Evenementenorganisatoren en toeristische ondernemers geven het hoogst gemiddelde rapportcijfer (resp. 8 en 7,9).

“BLIJF DOEN WAT JE DOET, MET EEN FLINKE SCHEP VISIE, PRIKKELENDE AMBITIE EN LEKKER OUT OF THE BOX.”

CITYMARKETING

Enschede Promotie biedt volgens de stakeholders de meeste toegevoegde waarde op de pijlers 'Bruisende stad' en 'Creatieve Stad'. Voor de toekomst worden deze pijlers tevens als de twee belangrijkste bestempeld, waarbij er volgens de stakeholders nog meer aandacht mag worden besteed aan de pijler 'Creatieve Stad'. De pijler 'Ondernemende Kennisstad' staat op plek 3. Verder geeft 61% van de respondenten aan Enschede Promotie te zien als regisseur en bewaker van het Merk Enschede.

BRON

Het stakeholderonderzoek voor Enschede Promotie is uitgevoerd door I&O Research in de periode van december 2022 t/m januari 2023.

EVENEMENTEN

Enschede Promotie is een onmisbare partner bij het promoten van activiteiten en evenementen, geeft 81% aan. Verder heeft Enschede Promotie diverse rollen met betrekking tot evenementen. Van de respondenten is...

- 82% bekend met de rol bij evenementenpromotie.
- 80% bekend met de rol als organisator en coördinator voor stadsbrede evenementen.
- 61% bekend met de adviserende rol richting organisatoren.
- 58% bekend met de strategische rol op het gebied van het nieuwe evenementenbeleid.
- 52% bekend met de ondersteunende rol voor organisatoren.

GASTVRIJHEID & TOERISME

73% van stakeholders vindt dat Enschede Promotie inspirerende folders en magazines maakt voor toeristen. Ook op social media en online vinden bewoners en bezoekers volgens hen voldoende inspiratie voor een bezoek aan de stad (resp. 68% en 66%). 44% geeft zelfs aan dat de promotie-middelen van Enschede Promotie onmisbaar zijn voor het promoten van hun activiteiten en/of bedrijf.

Een ruime meerderheid (77%) geeft daarnaast aan dat de Tourist Info ook in het weekend geopend zou moeten zijn.

ZICHTBAARHEID & COMMUNICATIE

De frequentie van het contact tussen de stakeholders en Enschede Promotie is wisselend. De grootste groep (38%) heeft 1-3 keer per jaar contact. Het contact verloopt voornamelijk persoonlijk (70%) en via de mail/telefoon/WhatsApp. 53% gebruikt www.enschedepromotie.nl om te lezen over de activiteiten en middelen van de stichting. Ook zijn zij op de hoogte door de media (49%) en de corporate nieuwsbrief (34%).

“MARKETINGACTIVITEITEN, ZOWEL ON- ALS OFFLINE. DAAR IS ENSCHEDER PROMOTIE GEWOON ERG STERK IN. ENSCHEDER LIGHTS UP VIND IK OOK ERG TOT DE VERBEELDING SPREKEN EN PAST FANTASTISCH IN DE STAD DIE WE WILLEN ZIJN.”