



**NBTC**  
Nederlands Bureau  
voor Toesisme &  
Congressen

**Update**

9 november 2022

## Inhoud

### Activiteiten

- **Het Landelijke Van Gogh**
- **Passie voor kastelen & buitenplaatsen**
- **Dutch Design pers- en influencerreis**
- **Bekijk de nieuwe video: Nederland Waterland**
- **Growing Green Cities: resultaten campagne**
- **Terugblik CityDNA conferentie**
- **Retailagenda Festival 'De Waardevolle Binnenstad'**

### Feiten & cijfers

- **Deelnemen: wat is het imago van Nederlandse steden en regio's?**
- **Marketscans geactualiseerd**
- **Onderzoek: hoe staat de Meeting & Convention sector ervoor?**

### Events

- **Iets te vieren! 50 jaar UNESCO Werelderfgoed**
- **Aankomende evenementen**

### En verder...

- **Oproep: bijzondere kerstactiviteiten bij jou in de buurt?**
- **Mijlpaal: #hiermoetjezijn 100.000 getagd**

**Activiteiten**

## Startsein voor Het landelijke Van Gogh

**Van Gogh's verwondering voor Drentse en Brabantse natuur verbind erfgoedlocaties in beide provincies.**

Van Gogh Brabant, Marketing Drenthe, VisitBrabant en het Nederlands Bureau voor Toerisme & Co (NBTC) werken de komende jaren nauw samen om Het landelijke Van Gogh vorm te geven. Op ma november jl. werd deze samenwerking bekrachtigd. Dit gebeurde in Het NoordBrabants Museum in Hertogenbosch tijdens een werkbezoek van een delegatie uit Drenthe aan Noord-Brabant.

[Lees meer](#)



Crum, Marketing Drenthe | Henk Brink, Gedeputeerde van de Provincie Drenthe | Anouk van Eekelen, Nederlands Bureau voor Toerisme & Co (NBTC) | Frank van den Eijnden, Van Gogh Brabant | Heleen Huisjes, VisitBrabant | Stijn Smeulders, Gedeputeerde van Noord-Brabant | Nelleke Vedelaar, Gedeputeerde van de Provincie Drenthe  
Fotograaf © Frank van Delft

---



voor kastelen & buitenplaatsen

## Kasteelmusea bundelen krachten

Wat hebben een **wereldkampioen BMX**, een derde generatie **vakschilder** en een **huismeester**? Hun passie voor kastelen! In de 'Bring yourself'-campagne delen zij hun verhaal.

Zes toonaangevende kasteelmusea, RBT Heuvelrug & Vallei, provincie Utrecht en NBTC hebben hun gebundeld door gezamenlijk marketingactiviteiten te ontwikkelen én door samen aanbodinnovatie te stimuleren. Naast activiteiten onder de paraplu van de 'Bring yourself'-campagne zijn pers- en influe onderdeel van de samenwerking. Ook is er een vertaaldienst om de meertalige communicatie te ver met digitale belevingssessies wordt innovatie gestimuleerd. De marketingactiviteiten richten zich op Noordrijn-Westfalen en Vlaanderen en de samenwerking loopt tot eind maart 2023.

---

## Dutch Design pers- en influencerreis

Nederland is bij uitstek een ontworpen land. Dit maakbaarheidsperspectief is een onderwerp waarmee we ons graag internationaal profileren. Tijdens deze persreis gingen we dieper in op de betekenis van Dutch Design, onderdeel van het thema New Dutch.

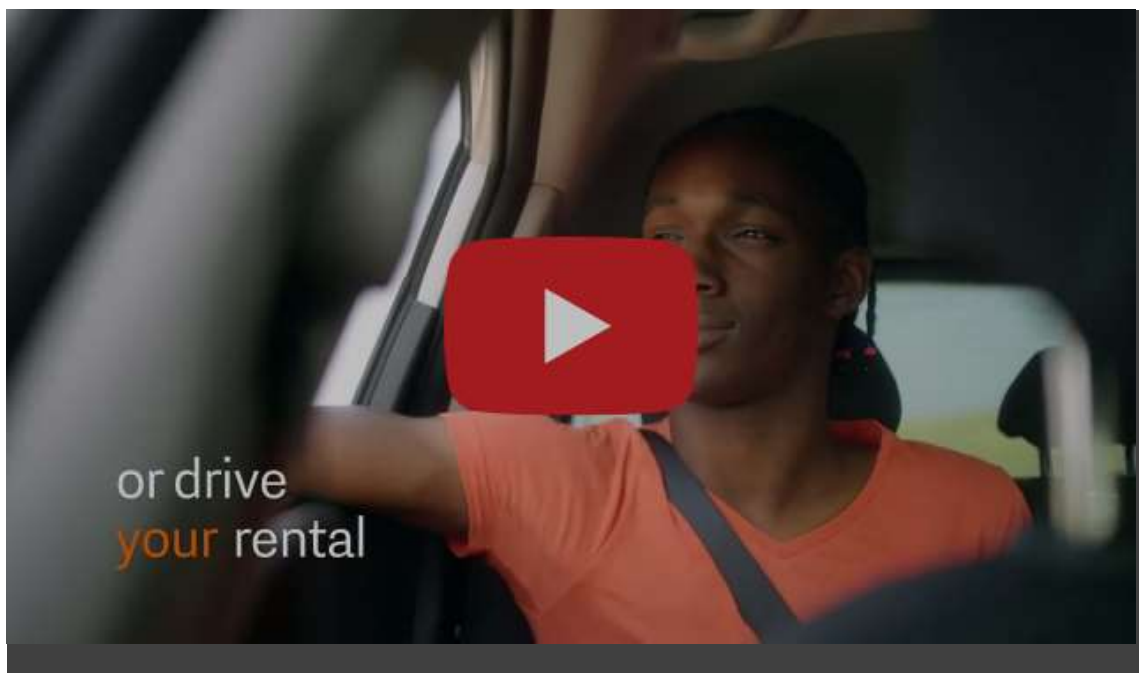
Negentien journalisten uit Nederland, Verenigd Koninkrijk, Duitsland en Frankrijk maakten op 25-27 oktober kennis met Dutch Design in Eindhoven en Tilburg. De groep trapte af met een bezoek aan de Dutch Design Week. Daarnaast werd onder andere het Van Abbemuseum bezocht, waar de journalisten door trendwatcher Lidewij Edelkoort werden verwelkomd. De tweede stad die tijdens deze persreis in de spotlights stond was Tilburg. Dit is van oudsher de textielstad van Nederland, waar nu industriële panden zijn omgevormd tot hippe hotspots en plek bieden aan mooie culturele centra zoals het De Pont Museum en het TextielMuseum. Na deze persreis verschenen er onder andere al publicaties op [Wallpaper](#), [NRZ](#), [Interior Design](#) en [thegreenlist.nl](#).

---

## Video

### Nederland Waterland: dat wil je zelf beleven!

De **nieuwste video** die we hebben gemaakt gaat over water. Uiteraard komt de bijzondere relatie van ons land met water aan bod. Maar - net als alle video's in de serie over de zeven passies voor toeristisch bezoek – maakt dit filmpje vooral één ding duidelijk: het beste van ons land ervaar je niet vanachter je scherm, maar alleen door Nederland zelf te bezoeken. De video's worden onder andere gedeeld via de NL Toolkit van de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO), onze eigen contentkanalen en onze [mediabank](#).







## Growing Green Cities: resultaten campagne

Samen met Almere Citymarketing, Visit Flevoland en Floriade Expo 2022 werkte NBTC vanaf eind 2021 aan een gezamenlijke campagne rondom het thema Growing Green Cities. De campagne richtte zich op de markten België en Duitsland en de gezamenlijke doelstellingen - gericht op awareness, bereik en publicaties - zijn ruimschoots behaald. Dit **digitale magazine** geeft inzicht in de activiteiten en resultaten van dit samenwerkingsverband.



## CityDNA conferentie bracht kennis, contacten en inspiratie

NBTC was aanwezig tijdens de herfsteditie van de CityDNA conferentie in Tel Aviv. Het centrale thema was 'Tourism in Transit'. Zo was er aandacht voor de veranderende rol van de DMO, de urgentie om de reisketen te verduurzamen, de verbreding van de toegevoegde waarde van toerisme voor gemeenschappen en plekken en de kansen van digitalisering. De opgedane kennis en contacten nemen we mee in onze aanpak om bestemming Nederland duurzaam te ontwikkelen. Bekijk **hier** het volledige programma van de conferentie. Mocht je over specifieke onderwerpen verder willen praten, neem dan contact op met **Thijs de Groot**.



---

## Sessie Retailagenda Festival

# Toerisme aanjager voor toekomstbestendige steden

Op 7 november vond het Retailagenda Festival 'De Waardevolle Binnenstad' plaats in het Spoorwegmuseum te Utrecht. NBTC en Deventer Marketing verzorgden hier de sessie 'toerisme als aanjager voor toekomstbestendige steden'.

Tijdens de sessie, waar 40 citymarketeers, beleidsmedewerkers en centrummanagers aan deelnamen, werd het belang van het integraal ontwikkelen van aantrekkelijke bestemmingen voor inwoners, ondernemers én bezoekers besproken. Het praktijkvoorbeeld van Deventer liet zien waarom een duidelijk uitgedragen identiteit belangrijk is. Het durven investeren en het volgen van een goede langetermijnvisie zijn in deze succesvolle aanpak onmisbaar. Meer weten? Op [onze website](#) vind je informatie over de dynamische steden-aanpak en de leidraad dynamische binnensteden.



## Feiten & cijfers

### Nieuw onderzoek

## Wat is het imago van Nederlandse steden & regio's?

Een sterk imago kan bijdragen aan het vergroten van de aantrekkingskracht van een stad of regio. Het meten van het imago biedt mogelijkheden om op promotie-en/of beleidsniveau actie te ondernemen. Daarom start NBTC binnenkort een nieuw imago-onderzoek. Benieuwd naar het imago van jouw stad of regio? [Meld je dan aan](#) om deel te nemen aan het onderzoek.

Wil je eerst meer weten? Stuur dan een bericht aan [Inge Huizenga](#).

Aanmelden kan nog tot 18 november.

---

## Update Marketscans

Onze marketscans geven je per herkomstland inzicht in de economie en het reisgedrag van inwoners. De marketscans voor Duitsland, België, Verenigd Koninkrijk, Frankrijk, Verenigde Staten en China zijn onlangs weer geactualiseerd. **Neem een kijkje** en neem bij vragen contact op met de betreffende Market Insight Manager.



## Resultaten 2e meting bekend Hoe staat de M&C sector ervoor?

MMGY Travel heeft in samenwerking met IMEX onderzoek gedaan naar de veranderingen en uitdagingen binnen de Meeting & Convention sector onder meeting planners en deelnemers. De uitkomsten geven inzicht in het herstel van de zakelijke markt. In het voorjaar is de eerste meting uitgevoerd en onlangs is de tweede meting voltooid. Is het sentiment veranderd? Speelt corona nog steeds een belangrijke rol bij de Europese planners? En hoe zit het met de oorlog in Oekraïne? Daarnaast zijn in deze tweede meting enkele vragen opgenomen over duurzaamheid. **Bekijk de resultaten van de tweede meting.**



## Events

**16 november 2022**

### **Viering 50 jaar UNESCO Werelderfgoed**

Op 16 november 2022 bestaat het internationale UNESCO Werelderfgoedverdrag vijftig jaar. Ter ere hiervan organiseren de Stichting Werelderfgoed Nederland en NBTC samen met de Gemeente Noordoostpolder een feestelijke bijeenkomst. Deze vindt plaats in Museum Schokland: het eerste Werelderfgoed van ons land.

Onder leiding van Dolores Leeuwin staan we stil bij deze historische dag én kijken we naar de toekomst. We presenteren het publieksonderzoek naar de bekendheid van Werelderfgoed en geven het blauwe UNESCO-licht door aan de volgende generatie. Ook bekrachtigen we de samenwerking tussen Stichting Werelderfgoed Nederland en NBTC om de beleefbaarheid, bekendheid en zichtbaarheid van ons Werelderfgoed te vergroten. Tijdens een panelgesprek gaan we in op de vraag hoe we ons Werelderfgoed beter zichtbaar kunnen maken, hoe we het kunnen behouden voor de toekomst en hoe duurzaam toerisme daar een rol in kan spelen.

#### **Ben jij erbij?**

Ben je werkzaam voor of betrokken bij Werelderfgoed en wil je erbij zijn op 16 november?

**Meld je dan hier aan!**