

Jaarverslag IntoNijmegen 2020

Het afgelopen jaar is een bijzonder jaar geweest, op meerdere vlakken. Allereerst bestond IntoNijmegen op 16 april 2020 één jaar! Dat betekent onder andere dat we in dit verslag een vergelijking kunnen maken tussen 2020 en 2019, en we niet langer meer vergelijken met de eerste websites en social media-kanalen van Centrum Nijmegen en Nijmegen Cultuurstad. Ten tweede heeft Ayse Yildiz haar functie als coördinator overgedragen aan Ruud Verdellen. En tot slot hadden we vanaf maart 2020 te maken met de coronacrisis.



Een lege stad en vrijwel leeg concertgebouw... 🙄

Website

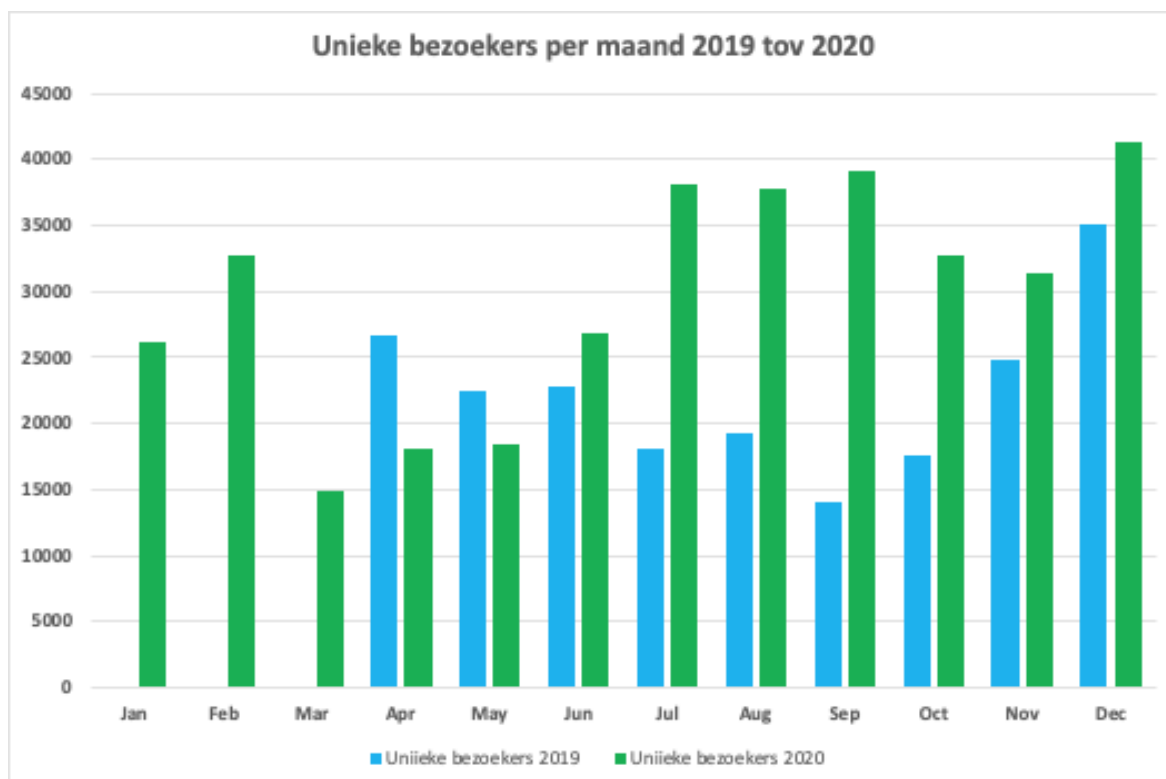
In 2020 hadden we in 10 van de 12 maanden last van de coronamaatregelen. Desondanks is er een mooie groei gerealiseerd.

- **324.004 unieke bezoekers** t.o.v. 189.612 in 2019 (+71%)
- **442.185 website bezoeken** t.o.v. 240.887 in 2019 (+84%)
- **1.026.800 pageviews** t.o.v. 669.515 in 2019 (+53%)

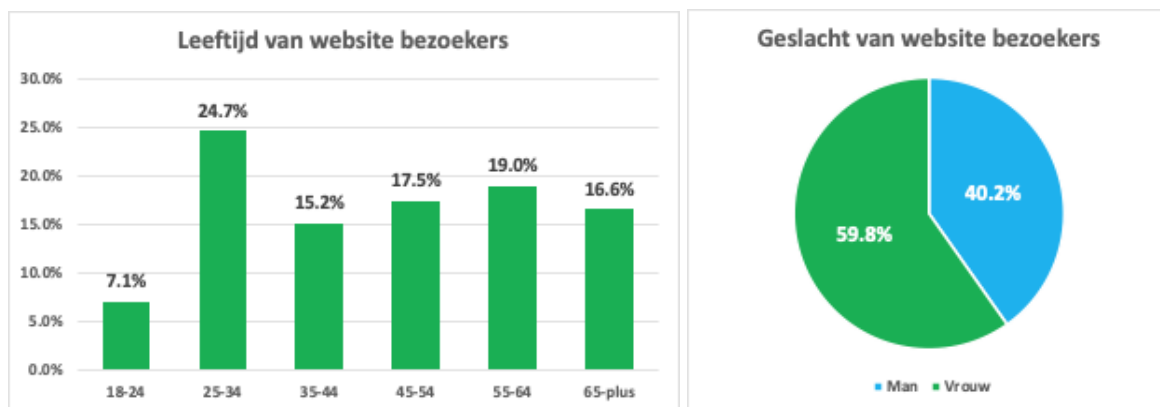
Uiteraard zijn we pas in april vorig jaar begonnen en is een volledige jaar-op-jaar vergelijking nog niet mogelijk.

Vanaf 1 juli, toen de horeca weer open ging, hebben we een sterke groei gezien t.o.v. dezelfde maanden vorig jaar (zie grafiek op de volgende pagina). **In de tweede helft van het jaar kwamen er 66% meer unieke bezoekers** dan in dezelfde periode in 2019. Het aantal bezoeken steeg in diezelfde periode met 81%.

Met ruim 41.000 bezoekers hadden we een record maand in december.



De bezoekers zijn overwegend vrouwen en de meeste bezoekers komen uit de leeftijdscategorie 25-34 jaar.



Volgens Google Analytics komt 46% van de bezoekers uit Gelderland, gevolgd door Zuid-Holland (16%) en Noord-Holland (12%).

28% van de bezoekers komt uit Nijmegen, gevolgd door Rotterdam (9%) en Amsterdam (8%).

Belangrijke kanttekening bij deze regio cijfers is dat wanneer een bezoeker op 4G naar de website gaat en bijvoorbeeld klant is van KPN, deze waarschijnlijk als bezoeker uit Rotterdam (hoofdkantoor KPN en IP-adres van daar) wordt aangetoond. Het aandeel van bezoekers uit Nijmegen is daarom wellicht een stuk groter.

Meest bezochte pagina's:

1. www.intonijmegen.com/zien-en-doen/shoppen
2. www.intonijmegen.com/zien-en-doen/shoppen/koopzondag-openingstijden-nijmegen
3. www.intonijmegen.com/agenda/agenda-overzicht
4. www.intonijmegen.com/zien-en-doen/shoppen/winkelaanbod
5. www.intonijmegen.com/overzicht/winkelaanbod
6. www.intonijmegen.com/zien-en-doen
7. www.intonijmegen.com/ontdek-nijmegen/binnenstad/markt-in-nijmegen
8. www.intonijmegen.com/agenda/agenda-overzicht?calendar_period=today
9. www.intonijmegen.com/agenda/jaarlijkse-evenementen/winterwekennijmegen
10. www.intonijmegen.com/ontdek-nijmegen/old-city-young-vibe

Meest gelezen artikelen:

1. www.intonijmegen.com/blijf-op-de-hoogte/uitgelicht/afhaalrestaurants-in-nijmegen
2. www.intonijmegen.com/blijf-op-de-hoogte/nieuws/nieuwe-restaurant-moons-carpaccio
3. www.intonijmegen.com/blijf-op-de-hoogte/verhaal/nieuw-casa-valencia-een-stukje-spanje-in-nijmegen
4. www.intonijmegen.com/blijf-op-de-hoogte/verhaal/webshops-van-nijmeegse-ondernemers
5. www.intonijmegen.com/blijf-op-de-hoogte/nieuws/bottendaal-buiten-zomerterras-in-het-thiemepark
6. www.intonijmegen.com/blijf-op-de-hoogte/verhaal/nieuw-groenste-terras-op-de-waalkade-grand-cafe-waterwolf
7. www.intonijmegen.com/blijf-op-de-hoogte/nieuws/deze-winkels-zijn-nog-wel-open-in-nijmegen

8. www.intonijmegen.com/blijf-op-de-hoogte/uitgelicht/x-oliebollen-kopen-in-nijmegen
9. www.intonijmegen.com/blijf-op-de-hoogte/nieuws/lichtsculpturen-weg-voor-de-jaarwisseling-nijmeegs-sprookje-online-te-bekijken
10. www.intonijmegen.com/blijf-op-de-hoogte/verhaal/interview-een-kijkje-achter-de-schermen-bij-het-vierdaagsefeesten-team

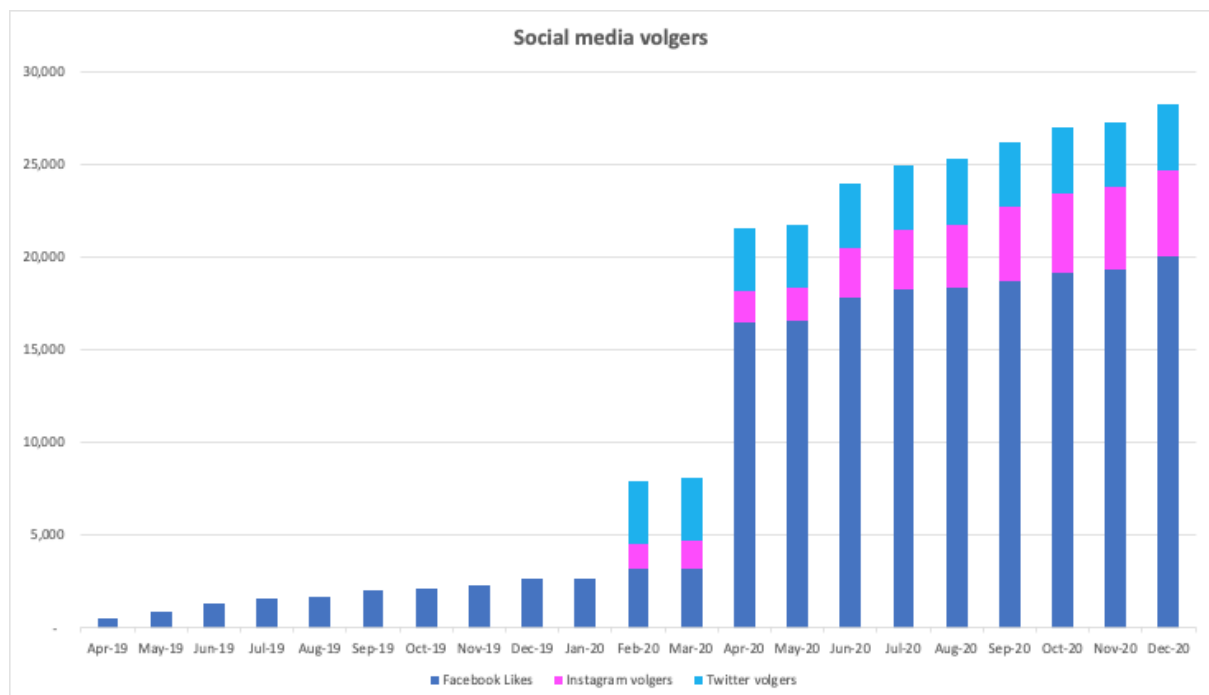
Social media

Aan het eind van 2020 hadden we ruim **28.000 volgers** op de social media kanalen:

- Facebook: 20.022 volgers t.o.v. 2.640 eind december 2019
- Instagram: 4.646 volgers t.o.v. 1.386 in februari 2020
- Twitter: 3.526 volgers t.o.v. 3.392 in februari 2020

In april zijn we overgestapt van de IntoNijmegen Facebookpagina naar de oude pagina van Centrum Nijmegen. De Centrum Nijmegen pagina had destijds ongeveer 16.000 volgers. Reden voor deze overstap was om ons bereik op social media te vergroten.

Oude cijfers van Instagram en Twitter zijn helaas niet terug te halen, daarom zijn we in februari begonnen met het handmatig bijhouden van de wekelijkse volg-cijfers.



Verkeer van social media zag de grootste groei van alle kanalen in 2020: ruim 280% meer dan in 2019. In 2019 kwamen er 18.800 bezoekers vanuit social media, in 2020 waren dat er 75.531.

Tevens is afgelopen jaar een [LinkedIn account](#) gelanceerd. Dit account heeft nu 214 volgers.

Nieuwsbrief

Op 17 september is IntoNijmegen gestart met het verzenden van nieuwsbrieven naar abonnees en wordt elke donderdag om 13.00 uur automatisch via MailChimp (RSS feed) verzonden. In de nieuwsbrief staan de 8 nieuwste artikelen (verhaal, uitgelicht of nieuws).

De nieuwsbrief is gestart met 529 abonnees van Centrum Nijmegen. Door het toevoegen van de inschrijfmogelijkheid in de footer en via aanmeldformulieren (cadeaubonnenactie en winterweken) steeds meer abonnees.

- Cadeaubonnenactie 400
- Winterweken 64

In totaal heeft de nieuwsbrief nu **1072 abonnees**.

De nieuwsbrief wordt het meest geopend via desktop **52,3%** (Gmail 26.5%, Apple Mail 10.8%, Outlook 2019 3.7%, Hotmail 3.6%, Outlook Mobile 1.8%) en via mobiel **47.7%** (iPhone 27.0%, Android webview 19.6 %, Chrome Mobile 1.1%).

Projecten

Support your locals

Tijdens de eerste lockdown (maart-mei) hebben we gefocust op het ondersteunen van lokale ondernemers: <https://www.intonijmegen.com/locals> (pagina is inmiddels geupdate met initiatieven uit de 2e lockdown). Het was duidelijk dat website bezoekers en volgers op social media vooral tijdens de eerste lockdown veel interesse hadden in alle locals initiatieven. Tijdens de tweede lockdown is dat duidelijk een stuk minder. De coronamoeiheid slaat duidelijk toe!

Ondernemersverhalen

In samenwerking met de gemeente zijn we afgelopen zomer begonnen aan een project om de [verhalen van de Nijmeegse ondernemers](#) te vertellen. Dit is uiteindelijk een collectie van bijna **100 verhalen over ondernemers uit verschillende branches: horeca, winkels, cultuur, etc.**

Inmiddels zijn de verhalen afgerond maar lang niet alle verhalen staan nog online, omdat we maximaal 2 ondernemersverhalen per week willen publiceren, anders komt er een overkill aan dit soort verhalen en krijgt elke individueel verhaal wellicht te weinig aandacht.

Op social media lichten we elke week een ondernemersverhaal uit en zetten we er een advertentie op. Zo wordt elke ondernemer extra uitgelicht, ook buiten onze eigen volgers. Tijdens de lockdown is ervoor gekozen om hier tijdelijk mee te stoppen, aangezien de ondernemers gesloten zijn. Na de lockdown start de campagne op onze socials weer.

Old City, Young Vibe

Tevens zijn we afgelopen zomer begonnen met het laden van de citymarketing slogan Old City, Young Vibe op IntoNijmegen. Doelstelling was om dit in eerste instantie onder de aandacht te brengen bij inwoners van de stad en directe omgeving. Er is een social media campagne en landingspagina aangemaakt waar [Old City, Young Vibe](#) tot uitdrukking wordt gebracht door een reeks filmpjes (cultuur, shoppen, overnachten, eten/drinken en natuur).

De pagina behoort inmiddels tot de top 10 van meest bezochte pagina's en middels de filmpjes werden zo'n 135.000 mensen in het Rijk van Nijmegen bereikt. Nadat de corona maatregelen zijn opgeheven kunnen we dit inzetten voor een eventuele landelijke campagne.

Uitbreiding aanbod van binnenstad naar hele stad

Een belangrijk project was het uitbreiden van het aantal locaties op de website. Op dit moment hebben we alleen de binnenstads locaties op de website staan en niet het aanbod uit de hele stad. Zo staan er bijvoorbeeld maar 2 bloemisten op IntoNijmegen, terwijl er 19 zijn. Voor de websitebezoeker is dat natuurlijk geen goede ervaring.

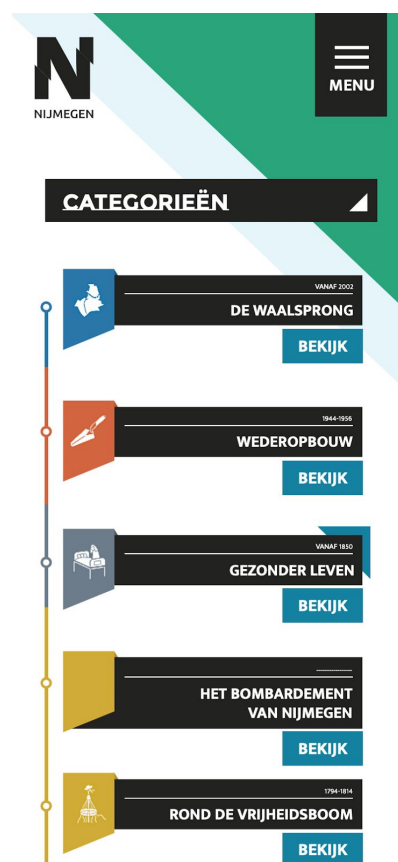
Daarom zijn we aan de achterkant bezig geweest om het technisch mogelijk te maken om alle locaties (winkels, horeca, cultuur, etc.) in de stad op IntoNijmegen te krijgen. In verband met wat technische uitdagingen heeft dit langer geduurd dan voorzien, maar we denken dat dit in het eerste kwartaal van 2021 nog live gaat.

Historische verhalen i.s.m. Radboud Universiteit

In het voorjaar hebben we samen met studenten van de Radboud Universiteit een project gedaan om een reeks historische gebeurtenissen beter onder de aandacht te brengen. De studenten hebben uiteindelijk 27 verhalen geschreven uit de oude en meer recente geschiedenis, bijvoorbeeld over [Doornroosje](#), [De Piersonrellen](#), [De Vereniging](#), [Keizer Karel](#) en [De Oudste Stad](#).

Inmiddels zijn we bezig om hier de verhalen van de [Canon van Nijmegen](#) aan toe te voegen en uiteindelijk alle historische verhalen op een overzichtelijke en chronologische tijdlijn te plaatsen.

Er is al een chronische tijdlijn ontwikkeld en zal naar verwachting rond maart zichtbaar zijn op IntoNijmegen.



Content uitbreiding website

De content op de website is het afgelopen jaar flink uitgebreid. Een paar voorbeelden hiervan zijn:

- **Net aangekondigd:** een strip op de homepage om nieuwe evenementen onder de aandacht te brengen en hopelijk ticketverkoop te bevorderen. Uiteraard is dit i.v.m. corona tot nog toe vrij lastig gebleven.
- **Weektips:** een wekelijks artikel dat op maandagmorgen live gaat en wat mensen informeert wat er die week te doen is in Nijmegen. Voorbeelden staan [hier](#). Dit zijn dikwijls de best gelezen artikelen. I.v.m. corona hebben we deze artikelen voor nu weer on hold gezet.
- **Uitgelicht:** dit zijn lijstje artikelen die [het beste van Nijmegen](#) etaleren in de breedste zin van het woord: van [10x street art](#) tot [7x interieurwinkels](#) en van [8x leuke uitjes als het regent](#) tot [5x vis eten](#).
- **Maandoverzicht cultuur:** een maandelijks overzicht wat er allemaal te doen is in cultureel Nijmegen, [voorbeeld van afgelopen december](#). Ook dit staat nu on hold. Daarnaast starten we na de lockdown met maandelijks film-artikelen, waarin we de nieuwste/bijzonderste films uitlichten.

- **Gast ‘bloggers’:** we stellen ons platform beschikbaar aan mensen die iets interessants te vertellen hebben over de aantrekkelijkheid van Nijmegen. Zo geeft de bieb bijvoorbeeld [maandelijks tips](#), hebben we sinds december een [stadsecoloog](#) die over de stadsnatuur praat en hebben we een maandelijkse bijdrage van [Beeldende Kunst Nijmegen](#).
- **Wandelroutes:** naast het toevoegen van [Walk of The Town](#), hebben we inmiddels ook [27 wandelroutes](#) en ommetjes gedigitaliseerd. Vooral tijdens de lockdowns zijn deze stadswandelingen populair.
- **Nijmeegse producten:** overzicht van typisch [Nijmeegse producten](#) die je bij lokale ondernemers (online) kunt kopen.
- **Nijmeegse buurten:** i.s.m. met lokale ondernemers is onder andere [mijnwaalkade.nl](#) gelanceerd en is [Valkhofkwartier](#) toegevoegd. In het eerste kwartaal van 2021 willen we alle Nijmeegse buurten een plaats geven op IntoNijmegen.

Uitbreiding Engelstalige website

We hebben in december de content van de [Engelstalige website](#) flink uitgebreid. In totaal zijn er ruim 45 pagina’s toegevoegd, waarmee er nu een volwaardige Engelstalige website staat die de aantrekkelijkheid van de stad en omgeving voor de buitenlandse bezoeker ook goed weergeeft.

Vrijwilligers

Het team

Een van de verbeterpunten van 2020 was het uitbreiden van het team vrijwilligers, met name het aantal schrijvers. Met die reden hebben we een aantal vacatures opgesteld en uitgezet. Inmiddels hebben we 19 vrijwilligers in het team; 11 fotografen (waarvan er 1 ook schrijft) en 8 schrijvers. Hoewel we nog een extra schrijver zouden kunnen gebruiken, krijgen we doorgaans alle klussen gedaan.

De kwaliteit van de aangeleverde materialen verschilt nog wel eens, zeker onder de fotografen. Inmiddels kennen we de fotografen goed genoeg om te weten waar ieders kracht ligt en welke klussen we aan wie kunnen toevertrouwen. Onder de schrijvers is de kwaliteit doorgaans hoog, zeker onder de nieuwe, jonge schrijvers die we hebben.

Aansturing

Qua aansturing van het team hebben we ook een aantal verbeteringen doorgevoerd:

- Er is een [document](#) opgesteld, met daarin de kernafspraken tussen vrijwilligers en de redactie. Dit document ontvangt elke vrijwilliger die wordt aangenomen en is ook naar het bestaande team gestuurd. Dit document maakt dat zowel vrijwilligers weten wat ze kunnen verwachten en hoe ze dingen aan kunnen pakken, en geeft ons een document met duidelijke afspraken om op terug te vallen. Een van de eerdere kritiekpunten vanuit foto's was het niet altijd en overal vermelden van namen. Dat is hiermee nu opgelost.
- Er is voor de schrijvers een [schrijfwijzer](#) opgesteld, dit document wordt gebruikt voor zowel de schrijvers van het vrijwilligersteam als voor externe schrijvers.
- Tot slot is er een plan opgesteld om meer binding te krijgen met het vrijwilligersteam en elkaar ook offline te treffen. Zo gaan we tweemaandelijks een borrel op een evenementen of een workshop organiseren. Door de coronacrisis is het echter nog niet gelukt dit plan door te voeren zoals gewild. Eind oktober is een borrel georganiseerd, waarbij vrijwel het hele vrijwilligersteam aanwezig was. Het plannen van een workshop of cursus is nog niet gelukt.

2021

Zoals iedereen kijken wij ook uit naar het einde van corona. We zijn inmiddels druk bezig om een en ander klaar te zetten zodat we inwoners en bezoekers van Nijmegen, na een versoepeling of volledige opheffing van de coronamaatregelen, kunnen inspireren op zowel onze eigen website als onze social media kanalen met het beste wat de oudste stad van Nederland te bieden heeft op het gebied van cultuur, winkelen, horeca en natuur.

We denken dat we het afgelopen jaar een goede sprong hebben gemaakt wat betreft het verbeteren van de samenwerking tussen de huidige stadspartners en de eerste stappen wat betreft toenadering tot de kennisinstellingen en Health & High Tech bedrijven zijn gezet.

Middels de nieuwe site menu structuur die in januari 2021 is live gegaan zijn we in ieder geval klaar om de site content verder uit te breiden. Zo kunnen we eventueel een nog bredere doelgroep aanspreken en inspireren over Nijmegen en de prachtige omgeving. Met als uiteindelijk doel om tot één platform te komen waaruit alle belanghebbenden het maximale rendement halen:

- **Binnenstad ondernemers:** een groot platform waar duizenden mensen kunnen worden geïnspireerd om naar de binnenstad te komen

- **Cultuurinstellingen:** een groot platform waar duizenden mensen kunnen worden geïnspireerd om van het volledige en uitgebreide culturele aanbod te gaan genieten
- **Gemeente Nijmegen:** die de stad kan neerzetten als aantrekkelijkste woon- en werkomgeving van Nederland en dat tevens de Oudste Stad van Nederland kan laden
- **Omliggende gemeenten:** de natuur van het Rijk van Nijmegen is zeer belangrijk in de aantrekkelijkheid van de regio voor bezoekers en (nieuwe) inwoners. Door betere samenwerking kunnen we zowel stad als regio veel beter onder de aandacht brengen, wat uiteindelijk zal leiden tot meer bezoekers voor de omliggende gemeenten.
- **Kennisinstellingen, Health & High Tech:** een platform wat een zeer brede doelgroep aanspreekt, wat inwoners van het Rijk van Nijmegen trots maakt over innovaties die hier plaatsvinden, wat van inwoners ambassadeurs maakt en waar expats, studenten en werknemers makkelijk kunnen worden geïnspireerd over de aantrekkelijkheid van de stad en omgeving. Hierdoor wordt het makkelijker om talent aan te trekken en te behouden.
- **Inwoners:** een platform waar inwoners makkelijk kunnen zien wat er te doen is in de stad en de omgeving, en waar men geïnspireerd raakt door al het goeds dat het Rijk van Nijmegen te bieden heeft en nieuwe dingen ontdekken die ze nog niet wisten,
- **Bezoekers:** een platform dat duidelijk maakt wat het Rijk van Nijmegen zo aantrekkelijk maakt als bestemming voor een city break, een dagtrip of een vakantie. Met vooral ook aandacht voor de niet-standaard hoogtepunten omdat de toerist tegenwoordig voornamelijk als een local een stad en omgeving wil beleven (zie succes van AirBnB).

Eenzijds is het voor binnenstad ondernemers, cultuurinstellingen, kennisinstellingen, health & high tech bedrijven en gemeenten interessant om te kunnen communiceren via een platform dat elke maand 70k-75k bezoekers trekt (i.p.v. verschillende platformen met kleinere doelgroepen). Anderzijds is het voor bezoekers, huidige en mogelijk toekomstige inwoners, via een platform makkelijk te zien wat Nijmegen en de regio zo aantrekkelijk maakt. Een levendige regio waar veel gebeurt en veel te doen & zien is. Succesvolle voorbeelden zoals die in [Eindhoven](#) en [Amsterdam](#) zijn ook in Nijmegen binnen handbereik.