Maak digitaal kennis met de kaasboer

Introductie

Cheese Valley, een uniek gebied midden in het Groene Hart. Vier gemeenten met bijzondere verhalen en belevenissen. En bovenal het hart en de oorsprong van echte kaas, het gele goud van Holland. Samen de ingrediënten voor een sterk merk.



Cheese Valley is van en voor ons allemaal: bewoners, ondernemers en bezoekers. Goudse kaas is een wereldproduct en wereldberoemd immaterieel erfgoed. Kaas is ook onlosmakelijk verbonden met het Groene Hart. Nog steeds vind je de meeste zelfkazende boeren in dit gebied. Een prachtige kans voor de regionale economie van het Groene Hart - of eigenlijk: het Goudgele Hart.

De toekomst van het gebied hangt samen met het onderscheidend vermogen van kaas. Dit kan op meerdere manieren, vanuit verschillende invalshoeken. Er lopen meerdere initiatieven. Die moeten uiteindelijk goed op elkaar aansluiten en elkaar versterken. Cheese Valley draagt met name bij aan de ontwikkeling en verduurzaming van het economisch profiel door de groei van de vrijetijdseconomie. Daarbij zorgt Cheese Valley ook dat boerenkaas uit het Groene Hart meer toegevoegde waarde krijgt als bijzonder culinair product, wat weer van belang is voor de groene cirkel kaas.

De doelstellingen zijn;

Toerisme stimuleren
Door betere vindbaarheid en bekendheid van Cheese Valley als recreatief aantrekkelijk gebied, met als doel meer bezoekers en langer verblijf in de regio. We zetten kaas in om het profiel van het gebied te versterken. Cheese Valley moet dé plek worden voor echte boerenkaas, met het hele boerenleven en landschap erbij. Cheese Valley draagt bij aan de ontwikkeling en verduurzaming van het economisch profiel door de groei van de vrijetijdseconomie.

De waarde van kaas uit Cheese Valley verhogen
Zorgen dat boerenkaas uit Cheese Valley toegevoegde waarde krijgt door het ambachtelijke maakproces te laten zien, maar ook de oorsprong bij de boerderijen, het landschap en de oud-Hollandse dorpen en steden die erbij horen. Het verkleinen van de afstand tussen de echte producenten (de kaasmakers) en burgers is van belang om de waardering voor deze kaas te vergroten. Daarbij moet de kaas ook als regionaal product op meerdere plaatsen in Cheese Valley en de directe omgeving te koop zijn. Ontdekken, proeven en beleven!

Culinair imago kaas uit Cheese Valley verbeteren
Cheese Valley is het bewijs dat kaas uit deze regio een heerlijk ambachtelijk product is, wat de moeite waard is om te proeven en kopen. Hierdoor wordt de vraag naar kaas uit Cheese Valley vergroot.
Het is écht het gele goud van Holland!

Digitale beleving van de kaasboer

Cheese Valley zet verschillende middelen in om de doelgroep te bereiken en deze te verleiden een bezoek te brengen aan de verschillende activiteiten in Cheese Valley. De doelgroep van Cheese Valley omvat de bezoeker uit binnen- en buitenland alsmede ook de inwoners van Cheese Valley en de provincie Zuid-Holland zelf.

Met dit project willen we de aantrekkelijkheid van een bezoek aan één van de échte kaasboeren van het gebied vergroten door in te zetten op digitale beleving. De pilot 'Digitale beleving' omvat de ontwikkeling van een online audio- & videotour, beschikbaar op het erf van de boer.



Bij zo'n 8 tot 10 kaasboeren die reeds open staan voor toeristisch bezoek én reeds deel uit maken van bestaande fiets-, wandel- en vaarroutes zoals de 'Koe-Kaas route' of de 'Boerenkaas' route zal de pilot voorzien in Cheese Valley welkomstborden waarna middels een QR-code via de smartphone een video wordt gestart. Hierbij worden ze welkom geheten door de boer of boerin zelf. In de korte video legt de boer uit wat de bezoeker zelfstandig op zijn kaasboerderij kan gaan ontdekken. De video's zullen we opnemen in het Nederlands en in het Engels ondertitelen om ook de buitenlandse bezoeker te kunnen bedienen.

Bij een drietal minder doorontwikkelde maar veelbelovende toeristische kaasboerderijen gaan we deze welkomstvideo uitbreiden met een audiotour op het erf. In de wei, in de stal, bij de kaasmakerij en de kaaswinkel kan de bezoeker op eigen houtje meer te weten komen over het boerenbedrijf en de prachtige kaas die er gemaakt wordt.

Deze vorm van (digitale beleving) van een bezoek aan de kaasboerderij zal de toeristische aantrekkelijkheid vergroten vanwege het innovatieve karakter, de lage drempel van deelname en het feit dat de bezoeker zichzelf kan rondleiden. Het aanbod zal verder ontsloten worden en de toeristische potentie van Cheese Valley en Zuid-Holland wordt hiermee vergroot. De pilot zal einde zomer, richting de herfstvakantie van 2021 van start gaan en dat zal mede door een social media campagne worden gepromoot.

Met dit project zetten we in op het vergroten van de toeristische toegankelijkheid van de regio Cheese Valley en de provincie Zuid-Holland middels een innovatieve digitalisering van de gastvrijheidssector. Het project stimuleert het gebruik van duurzame vervoersmiddelen door in te zetten op fietsen in Cheese Valley. Het groeiend toeristisch bezoek aan Cheese Valley draagt bij aan het versterken van de positie van agrotoerisme en (biologische) streekproducten en zorgt voor nieuwe verdienmodellen.

Tevens sluit het samenwerkingsverband van Cheese Valley aan bij het stimuleren van de bezoek- en beleefbaarheid van erfgoedlijnen en de NBTC-verhaallijnen. Een aantrekkelijk landelijk gebied vormt voor bewoners en bedrijven een essentieel onderdeel van de leefomgevingskwaliteit. En een groene leefomgeving draagt bij aan een gezonde leefstijl van de inwoners van Zuid-Holland. De landbouw wordt ook aantrekkelijker voor de consument door het agrotoerisme te versterken en het aanbod aan hoogwaardige en biologische streekproducten te vergroten. Bovendien maakt het de consument bewuster.

‘Hoe meer je weet, hoe meer je proeft.’

Maak digitaal kennis met de kaasboer

Als de bezoeker bij de kaasboerderij de QR-code scant en de video start op het online platform dat hiervoor zal worden gecreëerd weten we waar de bezoeker is, welke dag het is en welk moment van de dag het is. Hierop kunnen we extra aanbod toespitsen. Andere activiteiten in de buurt aanbieden of de bezoeker een leuk restaurant in de buurt tippen.



Door gebruik te maken van bestaande bezoekersstromen die de kaasboer reeds bezoeken of hier langs komen vanwege een fiets- of wandelroute hoeven we niet op zoek naar nieuw bezoek maar kunnen we het reeds bestaande bezoek een extra beleving bieden.

Door de bezoeker middels audiotours meer te vertellen over de boerderij, het houden van melkkoeien en het maken van echte kaas dragen we ook bij aan extra educatie en hopen we de boer-burger relatie te versterken alsmede de relatie tussen stad en platteland. Het project draagt bij aan nieuwe verdienmodellen o.a. door het versterken van de positie van agrotoerisme en het vergroten van hoogwaardig aanbod van biologische streekproducten. Hiermee levert het ook een bijdrage aan de duurzaamheid in de regio.

Stappenplan

	2021
1. Identificeren en samenwerkingen opstarten met 10 kaasboeren op basis van aanwezigheid in onder andere bestaande wandel- en/of fietsroutes.	Maart
2. Van deze 10 kaasboeren 3 kaasboeren identificeren voor de audio tour.	Maart
3. Vertalen identiteit van de kaasboer naar video en audio script + algemene informatie voor online platform.	April / Mei
4. Produceren van de digitale content met een professionele partner (derde partij) en vertalen (mei/juni)	Mei / Juni
5. Ontwikkelen online platform binnen de Cheese Valley omgeving waar elke boer z'n eigen gedeelte krijgt.	Mei /Juni / Juli
6. Ontwikkelen welkomstborden met een professionele partner (derde partij).	Mei / Juni
7. Plaatsen van welkomstborden, onthulling eerste bord en lancering project.	September
8. Opstarten on- en offline campagne om project wereldkundig te maken.	September

Begroting

Ontwerp en creatie digitale content Onderzoek naar geschikte boerenbedrijven en routes, het ontwikkelen, regisseren en produceren van 10 video's	20.000
Ontwerp, creatie en redactie online platform Het ontwerpen en creëren van de digitale omgeving waar de bezoeker de video's en andere content kan consumeren. Alsmede de redactie van dit platform	20.000
Ontwerp, creatie, plaatsen welkomstborden Ontwerpen en produceren van kwalitatieve welkomstborden. Het plaatsen hiervan op de meest geschikte plek op het boerenerf	5.000
On-offline campagne Promotie en PR in samenwerking met relevante marketingpartijen en een promotie campagne via de eigen kanalen op social media	5.000
Projectmanagement Voorbereiding, plan van aanpak, communicatieplan, project coördinatie en begeleiding	5.000
Onvoorzien	€ 5.000
	€ 60.000

Financiering

Bijdrage Gemeenten Cheese Valley is een samenwerking van de gemeente Bodegraven-Reeuwijk, Krimpenerwaard, Gouda en Woerden. Vanaf 2017 werken wij samen aan de doelstellingen van Cheese Valley, zoals beschreven in dit plan en de bijgevoegde merkgids van Cheese Valley. In oktober 2019 is deze samenwerking bestuurlijk opnieuw bevestigd door middel van een intentieverklaring van de betrokken gemeenten.	€ 20.000
Benodigde subsidie	€ 40.000

Genoemde bedragen zijn excl. btw.