



Informatiebrief

Zaaknummer: Z - 26954- VS
Documentnummer: Intern 16760-VS
Datum: 28 maart 2017 05 APR. 2017
Onderwerp: Voortgang Toerisme en Recreatie
Bijlage(n): Marketingroadmap naar de groei van recreatie en toerisme

Geachte Raad,

Op 17 maart ontvingen de wethouders voor toerisme en recreatie, Inge Nieuwenhuizen (Voorschoten) en Freddy Blommers (Wassenaar), de Marketingroadmap 'Vorstelijk Vrij' uit handen van de Stichting Wassenaar-Voorschoten Marketing in oprichting. Met dit marketingplan willen Voorschotense en Wassenaarse aanbieders van toeristische, recreatieve en cultuurhistorische producten de kansen voor toerisme en recreatie verzilveren. Graag bieden wij u deze Marketingroadmap voor kennisgeving aan.

Economische Visie

In januari 2016 heeft u de Economische Visie Voorschoten 2016-2019 vastgesteld. In de visie is vastgelegd dat Voorschoten het potentieel van toerisme en recreatie beter wil benutten, zodat er een toeristisch recreatief aanbod ontstaat dat elkaar versterkt. Een in de visie genoemde maatregel die hieraan bijdraagt, is het vergroten van onderlinge samenwerking en gezamenlijke promotie.

Van opstarten Toeristisch Overleg naar Marketingroadmap

In juni 2016 hebben wij het Plan van Aanpak voor de start van het Toeristisch Overleg Voorschoten en Wassenaar aan u voorgelegd. De start van het Toeristisch overleg had als doel het bieden van een structuur waarmee ondernemers een ambitie vormden en een plan maakten om zelfstandig projecten op het vlak van Toerisme en Recreatie te initiëren en te starten. De start van het Toeristisch Overleg heeft geresulteerd in de Marketingroadmap 'Vorstelijk Vrij' (werktitel) en de Stichting Wassenaar-Voorschoten Marketing in oprichting. Wij kijken terug op een energiek participatief traject.

Nieuwe rol van gemeente

De rol van de gemeente past bij de in het Bestuurskrachtonderzoek Voorschoten genoemde veranderende rol van de gemeente. Met dit traject heeft de gemeente partijen samengebracht en verbonden en is een samenwerkingsverband gesmeed van partijen die elkaar aanvullen, van elkaar kunnen leren en die de gemeenschappen sterker maken



(vitaliteit). De gemeente heeft hiermee een faciliterende rol en maakt gebruik van de kracht van de samenleving.

De samenwerking

Met de aanbidding van de Marketingroadmap heeft de stichting in oprichting de gemeenten uitgenodigd om een gezamenlijke uitvoeringsstrategie te bepalen om zo prioriteit te geven aan relevante en onderscheidende projecten. De genoemde samenwerking sluit aan bij de Economische Visie Voorschoten 2016-2019 en bij de verschuiving van een maakbaar naar betekenisvol bestuur. Met deze samenwerking wordt gebruik gemaakt van de kracht van de samenleving en kan met dezelfde gemeentelijke inspanning, meer rendement behaald worden. Daarom gaan wij in op de uitnodiging en verwachten in het 2^e kwartaal van 2017 samen met gemeente Wassenaar en Stichting Wassenaar-Voorschoten Marketing afspraken te maken over gezamenlijke doelen en de uitvoering van projecten. Verwacht wordt dat hiermee een positieve en strategische wisselwerking gaat ontstaan tussen lokale projecten en (boven)regionale slagkracht (bijvoorbeeld Duin, Horst en Weide, Leidse Ommelanden, Hollandse Duinen). De afspraken leggen wij u ter kennisname voor.

On-line marketing

Als uitwerking van de Economische Visie en de Marketingroadmap heeft het de Stichting in oprichting alvast één project in uitvoering genomen: het opzetten van de on-line marketing, inclusief een digitaal informatiepunt met evenementenkalender. De gemeente Voorschoten heeft hiervoor eind 2016 - evenals Wassenaar - een stimuleringsbedrag beschikbaar gesteld. Dit omdat de aanbieders een actie uitvoeren, die Gemeente Voorschoten had geprioriteerd en begroot en anders zelf met beperktere capaciteit zou uitvoeren. Inmiddels heeft de stichting in oprichting de kennis en expertise van Leiden Marketing ingeschakeld om een succesvolle start te maken met digitale marketing. De marketing moet - naast rendement voor de aanbieders - gaan bijdragen aan de verhoging van werkgelegenheid, de versterking van voorzieningen en het verbeteren van het vestigingsklimaat.

Financiële situatie Voorschoten

Gezien de financiële situatie van Voorschoten worden alleen afspraken met aanbieders gemaakt als deze voor Voorschoten geen financiële consequenties hebben. Voordat afspraken worden gemaakt die wel financiële verplichtingen voor Voorschoten met zich meebrengen, worden deze eerst ter goedkeuring voorgelegd aan de gemeenteraad.



Toelichting op Marketingroadmap

Stichting Wassenaar-Voorschoten Marketing heeft aangeboden om tijdens een commissievergadering de Marketingroadmap toe te lichten. Indien u gebruik wenst te maken van dit aanbod, dan kunnen wij dit voor u in gang zetten.

Wij vertrouwen erop u hiermee voldoende te hebben geïnformeerd.

Met vriendelijke groet,

het college van burgemeester en wethouders,



M.H. van der Veer,
gemeentesecretaris




P.J. Bouvy-Koene,
burgemeester



SVORSTELIJK VRIJ

*Marketingroadmap naar de
groei van recreatie en toerisme*

A close-up, top-down view of a vast field of light blue hydrangea flowers. The flowers are densely packed, filling the entire frame. Each flower has five petals and a small, light-colored center. The overall color palette is a soft, monochromatic blue, with subtle variations in tone and texture across the petals.

*“Een heerlijk verblijf voor
tevreden gasten, dat is ons doel”*



WELKOM OP HET PLATFORM RECREATIE EN TOERISME

Hartelijk welkom op het Platform recreatie & toerisme. Een nieuw platform van en voor ambitieuze ondernemers die trots zijn op het gebied en samen de aantrekkingskracht van Voorschoten en Wassenaar willen vergroten. Het platform dankt haar bestaan aan een aantal enthousiaste aanbieders: ondernemers, aanbieders van een recreatief of toeristisch product en overige betrokkenen die, net als de gemeente, volop kansen zien waar het gaat om recreatie & toerisme. Kansen die naast economische groei ook perspectief bieden voor het versterken van onze natuur en ons cultureel erfgoed. Kansen die het meeste rendement opleveren wanneer we krachten bundelen en meer samenwerken. Onderling, maar ook samen met lokale en regionale overheden. Wanneer we elkaars belangen en projecten kennen en op elkaar afstemmen, bereiken we aanzienlijk meer mensen die genieten van het rijke aanbod in Voorschoten en Wassenaar.

Wat dat betreft bruisen we stuk voor stuk van de ideeën die we willen en vooral moeten vertalen naar aanbod, verbindingen, informatie en promotie in ons gebied. Deze marketing roadmap laat zien hoe we dat samen kunnen doen. Het is een route voor het gezamenlijk ontwikkelen van aanbod, het leggen van verbindingen, het verbeteren van de informatievoorziening en het gezamenlijk promoten van dit alles als een geheel. De inhoud van deze roadmap komt voort uit groepsbijeenkomsten, individuele gesprekken en gemeentelijke stukken zoals de visiedocumenten van Voorschoten en Wassenaar en het programma Duin, Horst & Weide. Het is een eerste resultaat van het Platform recreatie & toerisme. Wij dagen u uit om mee te bouwen aan het platform. U profiteert van de groeimogelijkheden terwijl u gast volop geniet van ons prachtige gebied.

INHOUD

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 1. INLEIDING | 5 |
| 2. ONZE GAST STELT ZICH VOOR | 6 |
| 3. POSITIONERING VAN ONS GEBIED | 8 |
| 4. GROEISTRATEGIE | 10 |
| <i>4.1 Onze groeistrategie</i> | |
| <i>4.2 Doelgroepen</i> | |
| <i>4.3 Meten van groei</i> | |
| 5. PROJECTEN WAARMEE WE HET VERSCHIL MAKEN | 13 |
| <i>5.1 Online marketing, voor complete en overzichtelijke informatie.</i> | |
| <i>5.2 Gastheerschap voor een vorstelijke ontvangst</i> | |
| <i>5.3 Een rijk programma aan activiteiten</i> | |
| <i>5.4 Verbindingen, meer dan van a naar b</i> | |
| 6. HET PLATFORM | 19 |
| <i>6.1 Organisatie en taakverderling</i> | |
| <i>6.2 Stappenplan naar groei van samenwerking</i> | |
| <i>6.3 Financieringsbehoefte eerste jaar</i> | |
| 7. BOUW MEE EN LAAT UW EIGEN ACTIVITEITEN GROEIEN | 25 |
| 8. VERANTWOORDING EN COLOFON | 30 |





1

SAMEN BENUTTEN WE DE KANSEN BETER

Recreatie en toerisme bieden volop kansen voor economische groei in Voorschoten, Wassenaar en omgeving. Naast de grote verscheidenheid aan landschapstypen herbergt ons gebied een rijke ontstaansgeschiedenis. Het is van oudsher niet alleen een vestigingsplaats voor agrariërs en industriëlen maar ook een buitenplaats voor gegoede burgerij, regenten en adel. Dit verhaal brengen we graag tot leven met onderscheidende producten, routes, promotie en informatie die we met elkaar ontwikkelen. Het is deze geschiedenis die onze gasten inspireert. Door onze kennis, initiatieven en investeringskracht te bundelen zijn we meer dan voorheen in staat om hen, in verschillende opzichten, een 'vorstelijk verblijf' te bieden. Zo zorgen we samen voor onze eigen groei en voor groei van onze sector als geheel.

ALSTUBLIEFT, DE ROUTE NAAR EEN SUCCESVOL SAMENWERKINGSVERBAND

De kansen die er liggen verzilveren we door samen het onderscheidend vermogen en de bekendheid van ons gebied te vergroten en gebiedsmarketing professioneel te organiseren. Deze marketing roadmap laat zien hoe we dat samen kunnen doen. Het is een voorgestelde route. Een stappenplan van en voor ambitieuze ondernemers en ieder ander die trots is op het gebied, bij wil dragen aan groei en gelooft in de kracht van samenwerken.

RUIMTE VOOR EIGEN INITIATIEF

Op de eerste plaats biedt dit plan ruimte en richting aan iedereen die partners zoekt om projecten mee te starten die het verhaal van het gebied versterken. Daarnaast verbindt het plan gemeente en aanbieders zodat zij de ontwikkeling van het aanbod en de openbare ruimte beter op elkaar kunnen afstemmen, ten dienste van onze gasten.

2

ONZE GAST STELT ZICH VOOR

Ons gebied en zijn gasten. Om een aantrekkelijk en onderscheidend aanbod te ontwikkelen schetsten we samen het profiel van onze gast. Dit helpt ons bij het maken en onderbouwen van keuzes ten aanzien van de positionering, de ontwikkeling van aanbod, de informatievoorziening en de promotie.





Hallo,

Wij zijn jullie gasten, aangenaam kennis te maken. Wij staan volop in het leven en voelen ons betrokken bij de wereld om ons heen. De dingen die wij doen, doen we weloverwogen en moeten van betekenis zijn voor onze omgeving, onze naasten en onszelf. We trekken er regelmatig op uit. Maar doen ook graag even helemaal niets. We zijn geïnteresseerd in natuur en cultuurhistorie en ontdekken dan ook graag nieuwe dingen en plekken op de wereld. Dit verrijkt ons levensbeeld en onze levenservaring. Daarnaast zijn wij behulpzame, sociale mensen die houden van een goede sfeer.

Hoe onze vrije tijd eruitziet? Dat is voor ons tijd maken voor onze interesses en liefhebberijen. We maken bewust tijd om onszelf te verrijken op het gebied van cultuur, historie en natuur. En soms gaan we er gewoon even uit en zien wel waar we op dat moment zin in hebben. Wat we ook doen, we zijn nieuwsgierig.

We ontdekken graag nieuwe plekken waar we ons kunnen verdiepen in andere culturen, tradities en gewoontes.

Wat we dan het liefst doen? Bovenaan staat lekker actief wandelen, fietsen en varen. Samen of met het hele gezin. We bezoeken ook regelmatig een concert of theatervoorstelling. Ook vindt u ons in musea of bij historische en culturele bezienswaardigheden. Dit wisselen we af met een bezoek aan een amusementspark of evenement of gewoon lekker winkelen en een terras pakken in een dorps- of stadscentrum.”

3

POSITIONERING VAN ONS GEBIED

In ons gebied tussen Den Haag en Leiden liggen verschillende dorpen. Elk dorp heeft haar eigen kwaliteiten, ambities en verhaal. Toch zijn er overeenkomsten die de moeite waard zijn om te vertalen naar één gezamenlijk verhaal dat onze gasten boeit en bindt. Met dit verhaal kunnen we een aantrekkelijk en groot gebied onderscheidend op de kaart zetten. Het omvat een boodschap die gebruikt kan worden in alle specifieke media met toeristische informatie. Het is een vertaling van de gezamenlijke belofte aan onze gasten. Het verhaal zorgt voor een investeringsimpuls waarmee we in de nabije toekomst de recreatieve aantrekkingskracht van ons centra en ons buitengebied kunnen

vergroten, samen met de gemeente Wassenaar, Voorschoten en Leidschendam-Voorburg maar ook samen met de gemeentes Leiden en Den Haag. Het verhaal en de boodschap zijn afgeleid van de thema's ofwel, van de unieke gebiedskenmerken die het gebied haar identiteit geven. Tegelijkertijd vormt het een opdracht aan ons allen om te werken aan de bewijsvoering: een mix van onderscheidende arrangementen, routes, evenementen, informatiedragers, promotiecampagnes, bezienswaardigheden, enzovoort. Door u aan te sluiten bij het platform bouwt u mee aan die bewijsvoering en creëert u nieuwe mogelijkheden voor groei van uw eigen activiteiten en omzet.

VORSTELIJK VRIJ! HET VERHAAL

Een grote diversiteit en hoge kwaliteit van activiteiten en omgeving verrijken het recreatieprogramma. De 'rijke' cultuurhistorie spreekt tot de verbeelding en inspireert. Het komt tot leven in alles wat je hier kunt zien, doen en beleven. Hier in onze 'historische buitenplaats' waan je je voor even als 'een vorst.'



‘VORSTELIJK VERHAAL’

De rijkdom aan cultuur- geschiedenis van het gebied als woonplaats en buitenverblijf voor gegoede burgerij, regenten en adel en vestigingsplaats voor florierende bedrijfstakken. Historische en eigentijdse bezienswaardigheden zoals agrarisch en industrieel erfgoed, buitenplaatsen, koninklijk landgoed de Horsten en andere landgoederen, de Arlantikwall en musea vertellen het verhaal over het ontstaan met behulp van excursies, exposities, thematische arrangementen en informatiedragers zoals panelen en websites.

‘VORSTELIJKE VERBINDINGEN’

Rijkdom aan historische en fysieke verbindingen. Zowel bestemming als uitvalsbasis voor Den Haag, Delft, Gouda, Leiden Amsterdam en Rotterdam. Al varende de geschiedenis en functie van de trekvaart en andere historische vaarwegen ontdekken. Wandelen, fietsen en paardrijden op eeuwenoude routes tussen stad en land. Fijnmazig routenetwerk met ‘vorstelijke voorzieningen’ Thematische evenementen, routes en arrangementen.

‘VORSTELIJK GENIETEN’

Een grote belevingswaarde van bezoek en verblijf. Grote verscheidenheid aan winkels, cafés en restaurants. Lokale lekkernijen. Ruime aanwezigheid van kunst en cultuur. Hoge kwaliteit in alle segmenten. Gastvrije en unieke overnachtingsmogelijkheden. Thematische evenementen en arrangementen, culturele agenda.

‘VORSTELIJK BUITEN’

De rijkdom aan natuur- en cultuurlandschappen. De grote (bio)diversiteit en hoge kwaliteit flora en fauna en landschapstypen. De afwisseling in de brede duinenrij, het bosrijke horstengebied en het agrarische weidelandschap. De historische bomen en lanenstructuur en de hoge kwaliteit van het beheer van de groene openbare ruimte. Unieke paden en plekken waar je kunt ‘opgaan in de groene omgeving’.

‘VORSTELIJK VERMAAK’

Hoogwaardig attractief en sportief aanbod. De activiteiten in zee, op het strand en in de duinen. De gezellige, historische en authentieke dorpscentra. Vertier in Duinrell. Klasse op de golfbanen en Duindigt Thematische evenementen en arrangementen.

4

GROEISTRATEGIE

ONS GEZAMENLIJKE DOEL

De trots op onze gebiedshistorie en de groeikansen verbinden ons en geven ons een gezamenlijk doel namelijk groei van de lokale economie door datgene te versterken waar we trots op zijn. Het meeste rendement behalen we, wanneer we onze krachten bundelen en samen van ons gebied een prachtige bestemming en heerlijke omgeving maken voor onze gasten en onze bewoners.

WAT BRENGT DE STRATEGIE

Aansluitend op ons doel en ons verhaal (de positionering) formuleerden we samen de strategie. Deze is opgebouwd uit het profiel van de gast en onze doelgroepen en is een vertrekpunt voor de doelstellingen met groei-indicatoren. De positionering, ons doel en de strategie helpen ons om samen te investeren in die projecten waarmee we onze trots kunnen uitdragen, de positionering van ons gebied kunnen versterken en bestedingen van gasten kunnen laten toenemen.

ONZE GROEISTRATEGIE

We zien de grootste potentie in de groei van de verblijfsduur en de bestedingen van regionale gasten in het gebied en in de dorpscentra. Ook zien we potentie in de groei van het aantal regionale gasten en het aantal nationale en internationale bezoekers. Tussentijds beoordelen we of onze inspanningen tot het gewenste resultaat leiden en stellen we vast hoe de groei zich ontwikkelt. Met name de gemeentes Leidschendam-Voorburg, Leiden en Den Haag kunnen partners zijn die met hun eigen marketing-activiteiten kunnen bijdragen aan de positionering van ons gebied. In de uitvoering van de promotie blijft hun eigen identiteit leidend maar worden de promotiemiddelen en media wel met elkaar verbonden via de gezamenlijke propositie 'Vorstelijk genieten'. Binnen de onderlinge programma's worden projecten voor groei van aanbod, verbinding en promotie/informatie gezamenlijk uitgevoerd.

DOELGROEP

Historie- en cultuurliefhebbers –
Natuurlijkhebbers - Sportievelingen - Gezinnen met kinderen - Empty-nesters
Herkomst: Lokaal, regionaal/stedelijk,
(Nederlanders en buitenlanders, waaronder expats)

METEN VAN GROEI

HOE WE STRAKS DOELEN STELLEN

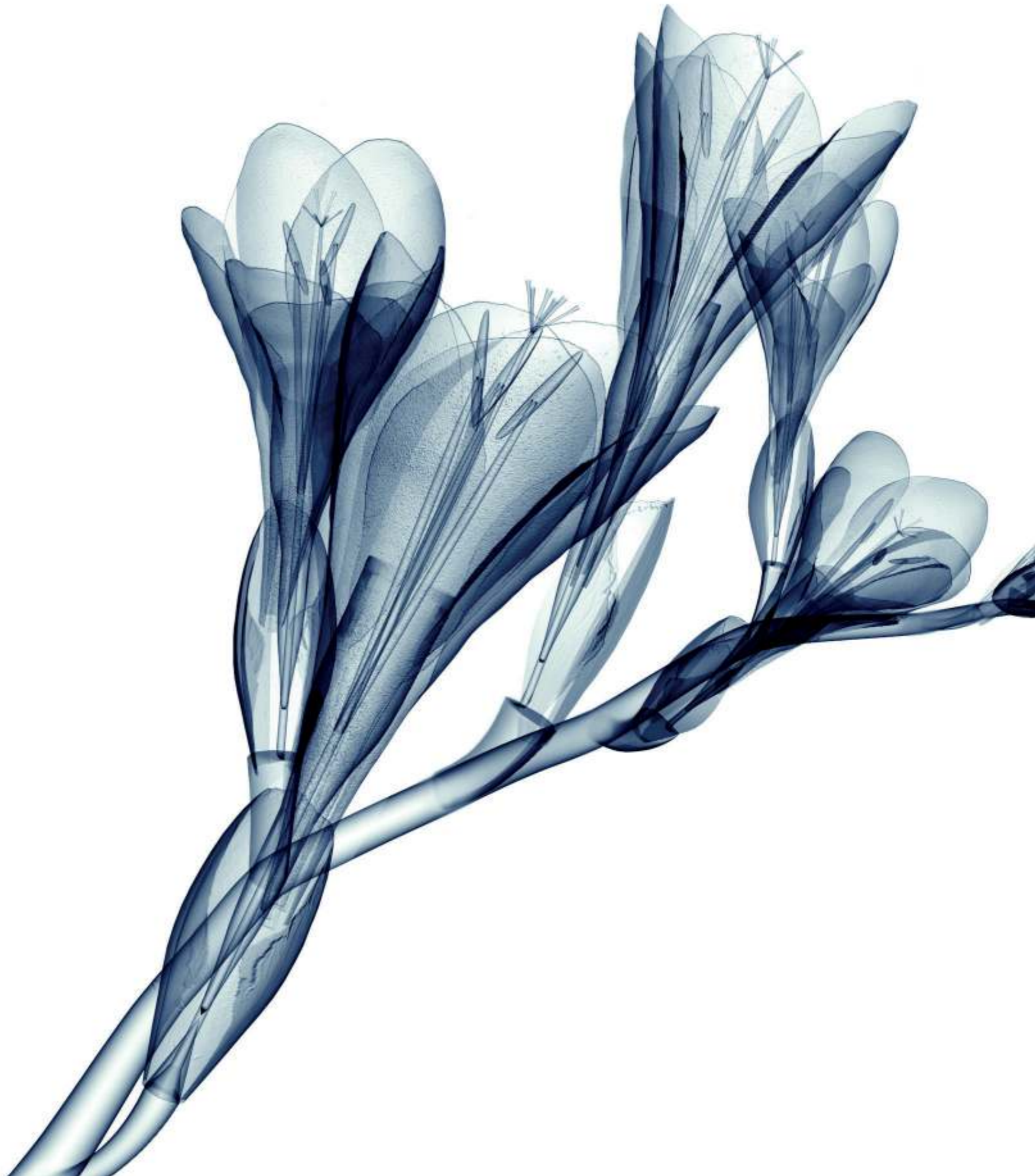
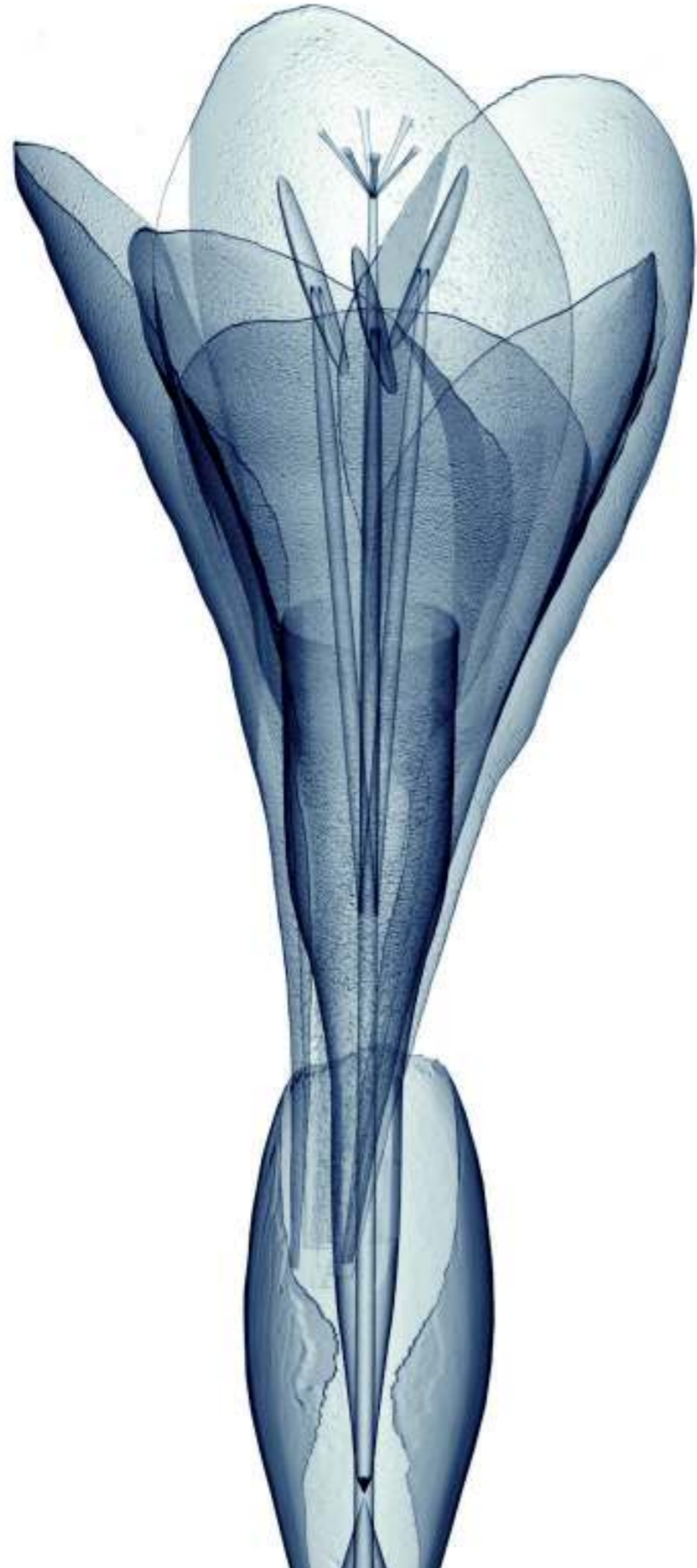
We maken groei meetbaar zodat projecten die groei realiseren, kunnen rekenen op zowel meer draagvlak en ondersteuning van investeerders als op groeiende belangstelling onder onze gasten. Het kunnen meten van bezoekersaantallen en besteding in het gebied vraagt om onderzoek vooraf. Dit onderzoek zou, in deze jaren van ontwikkeling, een onevenredig deel van het gezamenlijke budget aanspreken. Om in deze fase de groei toch meetbaar te maken zonder hoge onderzoekskosten, wordt de groei gemeten aan de hand van de projecten.

HOE WE GROEI KUNNEN METEN

Voor het stellen van doelen en het meten van groei benoemen we groei-indicatoren. Op basis van deze indicatoren stellen we per project, doelen vast, die we aan het einde van het kalenderjaar op resultaat beoordelen.

GROEI-INDICATOREN

- Aantal deelnemende partners
- Mate van investering (in pecunia en natura)
- Bereik van de promotiemiddelen en media
- Bezoek en besteding
- Waardering van het aanbod



5

PROJECTEN WAARMEE WE HET VERSCHIL MAKEN

Dit hoofdstuk geeft inzicht in de projecten waarmee we verschil willen maken. Aanbieders en gemeente kunnen bijdragen aan deze projecten door zich persoonlijk in te zetten en/of projecten te financieren. Het platform helpt hen hierbij met haar netwerk en marketingkennis.



ONLINE MARKETING, VOOR COMPLETE EN OVER- ZICHTELIJKE INFORMATIE.

HOE KUNNEN WE (TOEKOMSTIGE) BEZOEKERS BETER BEREIKEN EN INFORMEREN?

Alle gefragmenteerde, toeristische informatie wordt geïnventariseerd, gebundeld en gecategoriseerd in één database. Van daaruit kunnen afzonderlijke, toeristische websites voor onder andere Voorschoten en Wassenaar worden gevuld. Net als een evenementenkalender. Ook andere toeristische en thematische websites kunnen zo worden voorzien van informatie. Recreatie en gebiedsgerelateerde websites worden benaderd om informatie over ons gebied te plaatsen en te linken naar de toeristische websites van Voorschoten en

Wassenaar. Daarnaast wordt een goede social-mediastructuur opgezet. Dit trekt bezoekers naar de toeristische websites van Voorschoten en Wassenaar. Toeristische informatie wordt frequent en actief uitgewisseld tussen Wassenaar, Voorschoten, Leidschendam-Voorburg, Leiden en Den Haag. Ten slotte wordt op kleine schaal geëxperimenteerd met online advertentiecampaagnes. Zo worden meer potentiële gasten bereikt en voorzien van goede informatie. Aanbevolen wordt om vroegtijdig de informatie ook meertalig aan te bieden.

| MIDDELEN (suggestie) | BENODIGD BUDGET | KOSTENDEKKING (suggestie) |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ONTWIKKELING WEBSITE <i>voorschoten en wassenaar</i> | € 15.000 (eenmalige kosten uitvoering projecten) | Sponsoring ondernemers, partnerschap mediabedrijf, advertentie-inkomsten |
| REDACTIE EN CONTENT MANAGEMENT <i>voor websites en social media, nieuwsbrief en app/mobile website</i> | € 10.000 (jaarlijkse kosten marketingorganisatie) | Sponsoring ondernemers, partnerschap mediabedrijf, stimuleringsubsidie gemeente, vrijwillige inzet |



GROEI-INDICATOREN VOOR INFORMATIE EN BEREIK*:

- Aantal partners/redactieleden
- Aantal adverteerders/sponsors
- Hoeveelheid informatie en het aantal verwijzingen naar de website
- Bezoek van de website

TAKEN PLATFORM

- Coördineren en begeleiden van de ontwikkeling van de websites
- Betrekken mediapartners en redactieleden voor het voeren van redactie
- Verzamelen, produceren, publiceren en verspreiden van content.

GASTHEERSCHAP VOOR EEN VORSTELIJKE ONTVANGST

HOE MAKEN WIJ ONZE GASTEN VERTROUWD MET HET GEBIED?

In het gebied komt tenminste één Toeristisch informatiepunt, bijvoorbeeld een VVV. Ook maken we een aantrekkelijke informatiegids over het gebied, met in de gids voordeelcoupons voor onze gasten. Het Toeristisch informatiepunt zet een distributienetwerk op voor de verspreiding van de informatiegids en ander informatie-materiaal van aanbieders uit het platform.

Dit versterkt niet alleen een goed gastheerschap. Het zorgt er ook voor dat we op de hoogte zijn van elkaars aanbod. De vrijwilligers van het Toeristisch informatiepunt maar ook aanbieders uit het gebied, kunnen een ambassadeurstraining volgen. Deze training stelt hen in staat om in een persoonlijk gesprek de wensen en behoeften van een bezoeker te achterhalen en er met de juiste tips en aanwijzingen op in te spelen.

MIDDELEN *(suggestie)*

BENODIGD BUDGET

KOSTENDEKKING *(suggestie)*

ONTWIKKELING INFORMATIEGIDS

€ 20.000 (jaarlijkse kosten uitvoering projecten)

Sponsoring ondernemers, partnerschap mediabedrijf, advertentie-inkomsten

COORDINATIE EN WERVING

€ 10.000 (jaarlijkse kosten marketingorganisatie)

Sponsoring ondernemers, partnerschap mediabedrijf, stimuleringsubsidie gemeente, vrijwillige inzet

**per project vast te stellen door platform en projectpartners*

GROEI-INDICATOREN VOOR EEN VORSTELIJKE ONTVANGST*:

- Aantal ambassadeurs/participerende aanbieders/vrijwilligers
- Oplage en verspreiding informatiebrochure
- Inlevering coupons

TAKEN PLATFORM

- Opstellen succesvoorwaarden Toeristisch informatiepunt
- Coördinatie en werving voor bemensing Toeristisch informatiepunt
- Aantal verspreiding spunten van informatie
- Werven van mediapartners voor bijvoorbeeld de informatiegids
- Verzorgen ambassadeurstraining



EEN RIJK PROGRAMMA AAN ACTIVITEITEN

Alle bestaande activiteiten in kaart brengen en de informatie hierover verzamelen (zie paragraaf 5.1 Online marketing). Dat is stap één. Stap twee is het ontwikkelen van een aanvullend ‘vorstelijk’ activiteitenaanbod dat invulling geeft aan de positionering. Zo ontstaat in ons gebied een

onderscheidend en authentiek aanbod. Mooie voorbeelden zijn: de Koninklijke fietsroute, de Engelandvaardersroute, de route Tussen vorst en adel en de audiotour vorstelijk en adellijk. Dit ‘vorstelijke aanbod’ bestaat uit thematische routes, arrangementen, evenementen, excursies en andere producten.

| MIDDELEN <i>(suggestie)</i> | BENODIGD BUDGET | KOSTENDEKking <i>(suggestie)</i> |
|--------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| COÖRDINATIE, BEGELEIDING EN WERVING. | € 10.000 (jaarlijkse kosten marketingorganisatie) | Stimuleringsubsidie gemeente |
| ONTWIKKELING EN PROMOTIE VAN HET AANBOD | € 20.000 (jaarlijkse kosten uitvoering projecten, stelpost) | Sponsoring en partnerschap ondernemers, stimuleringsubsidie gemeente |



GROEI-INDICATOREN VOOREEN ONDER- SCHEIDEND EN AU- THENTIEK AANBOD*:

- Aantal projecten en participanten
- Gezamenlijke investering
- Bereik van de gezamenlijke promotie
- Bezoek en besteding

TAKEN PLATFORM

- Platform stimuleert en betreft aanbieders om samen aanbod te bedenken, ontwikkelen en promoten. Daarbij voorziet het platform de betrokken partners van kennis om in samenwerking tot onderscheidende producten te komen.
- Promotie van de projecten.

VERBINDINGEN, MEER DAN VAN A NAAR B

Voor een goede basis inventariseren we de 'knelpunten' in het vaar- fiets- en wandelnetwerk en in de ov-verbindingen. Deze knelpunten pakken we vervolgens aan door de verbindingen informatief, bereikbaar, begaanbaar en beleefbaar te maken. Zo verbeteren we niet alleen de routes.

We maken ze ook aantrekkelijker en luxer: er ontstaan 'vorstelijke verbindingen'. Verbindingen en routes die het 'vorstelijk aanbod' ontsluiten - zoals de bezienswaardigheden maar ook de dorpscentra en grotere aanbieders van arrangementen en attracties - hebben de hoogste prioriteit.

| MIDDELEN <i>(suggestie)</i> | BENODIGD BUDGET | KOSTENDEKKING <i>(suggestie)</i> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------------------------------------------------|
| TOERISTISCHE BEWEGWIJZERING | P.M. | Gemeente en ondernemers |
| BEREIKBAARHEID <i>OV, wandel- en fietsknooppunten, aanleg en onderhoud paden.</i> | P.M. | Gemeente |
| COMFORT <i>Aanleg en onderhoud vorstelijke stop-, top- en pleisterpunten voor rust, picknick en oriëntatie.</i> | P.M. | Gemeentebegroting openbare ruimte, sponsoring ondernemers |
| BELEEFBAAR <i>Infopanelen met verhalen over bezienswaardigheden. Eventueel gekoppeld aan online informatiedragers en kanalen.</i> | P.M. | Gemeente en ondernemers |

*per project vast te stellen door platform en projectpartners

GROEI-INDICATOREN VOOR VORSTELIJKE VERBINDINGEN*:

- Groei van investering
- Groei van kwaliteitsbeleving
- Groei van bereik en conversie van de promotie

TAKEN PLATFORM

Het platform betreft aanbieders en gebiedskenners. Samen inventariseren zij knelpunten en –helpen zij –in werkgroepverband– de gemeente met het doorvoeren van verbeteringen. De uitvoering van verbeteringen is een coproductie en –financiering van gemeente en aanbieders. (Binnen het programma Duin, Horst & Weide is recent een inventarisatie van een recreatief netwerk gemaakt.)



6

H E T P L A T F O R M

Ons gebied kenmerkt zich van oudsher door ondernemerschap. Daarnaast kent het een ruimhartige inzet voor het behoud van de natuur en cultuurhistorie. We zijn trots op onze dorpscentra en het buitengebied en zetten ons er graag voor in. Door goed samen te werken zijn we in staat om alles waar we trots te delen met onze gasten. Iedereen met dezelfde ambitie kan meebouwen aan en meeprofiteren van de samenwerking op het platform.

MEETBAAR VOORDEEL VOOR AANBIEDERS

Wij zoeken aanbieders met de ambitie om samen het aanbod, de verbindingen en promotie in het gebied te verbeteren. Zo maken we ons gebied nog aantrekkelijker; bereiken en trekken we samen meer gasten en profiteren we individueel van de extra bekendheid en omzet die de projecten ons brengen. Meetbaar!

MEETBAAR VOORDEEL VOOR GEMEENTE

In deze vorm worden participatie, investering en publiek-private samenwerking optimaal gefaciliteerd. We maken het meetbaar in de mate waarin aanbieders tijd en geld investeren in de organisatie en projecten.

ORGANISATIE EN TAAKVERDERLING

DUIDELIJKE TAAKVERDELING TUSSEN AANBIEDERS EN GEMEENTE

We stellen samen het groeiplan op. Hiervoor gebruiken we bestaande visiedocumenten, gebieds- en centrumprogramma's en onze jarenlange kennis en ervaring. Zo geven we als aanbieders en gemeente gezamenlijk prioriteit en uitvoering aan relevante en onderscheidende projecten. We stellen de volgende taakverdeling voor:

PLATFORM RECREATIE EN TOERISME:

- Stimuleert en ondersteunt aanbieders bij de ontwikkeling en promotie van aanbod
- Is verantwoordelijk voor de uitvoering van de promotieactiviteiten

GEMEENTE:

- Ontwikkelt en beheert de bereikbaarheid en de verbindingen
- Verbetert het beheer en de beleving van de openbare ruimte

DE STRUCTUUR VAN HET PLATFORM

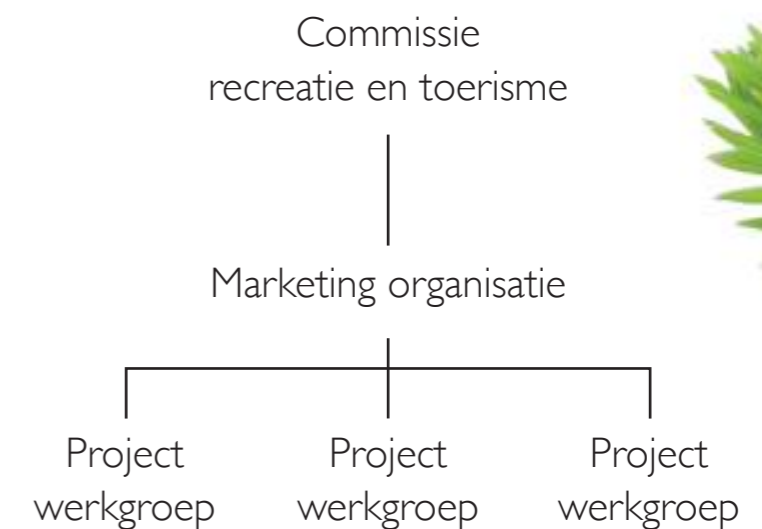
Door het inrichten van onderstaande organisatiestructuur kan het platform haar taken optimaal uitvoeren.

DE COMMISSIE RECREATIE EN TOERISME

Deze commissie bestaat uit aanbieders die vanuit gebieds- vak- en/of sector kennis sparringpartner willen zijn voor de gemeente. De commissie vertaalt het groeiplan naar doelstellingen en prioriteiten, als opdracht voor de marketingorganisatie.

DE MARKETINGORGANISATIE

Onze gebiedsmarketeer schrijft jaarlijks een operationeel marketingplan dat gebaseerd is op het groeiplan, doelen en projecten. In dit plan staan de middelen die aanbieders en gemeente -in werkgroepen- samen ontwikkelen en promoten. De marketeer werft hiervoor aanbieders, coördineert en coacht de werkgroepen en voert zelf promotionele activiteiten uit voor de overkoepelende media zoals de websites. De marketeer rapporteert aan de commissie.





BENT U HET IDEALE COMMISSIELID?

Heeft u oog voor zowel de belangen van aanbieders als de agenda's van beleidsmakers? Gaat het algemeen belang bij u voor het individuele belang? Durft u keuzes te maken voor activiteiten die bijdragen aan de positionering van uw gebied en stelt u de vraag van de bezoekers centraal? Dan bent u het ideale commissielid waarmee we graag in gesprek gaan.

BENT U DE IDEALE GEBIEDSMARKETEER?

Als gebiedsmarketeer beheerst u natuurlijk alle marketingkennis en -vaardigheden die nodig zijn voor het opstellen en uitvoeren van een marketingplan. U enthousiasmeert financiers en aanbieders, verbindt hen en brengt hen moeiteloos in beweging. U promoot het aanbod en het gebied via een media-mix die u zelf hebt ontwikkeld en waarvoor u mediapartners werft die willen investeren in uw plan. Bent u daarnaast een goede coach? Deelt u gemakkelijk uw kennis en weet u aanbieders met succes te helpen bij het ontwikkelen van een onderscheidend aanbod? Dan bent u de ideale gebiedsmarketeer waarmee we graag kennismaken.

STAPPENPLAN NAAR GROEI VAN SAMENWERKING

Het ontwikkelen van een gebied vanuit een professioneel samenwerkingsverband brengt op termijn groei en vraagt daarom om een langdurig commitment van zowel aanbieders als gemeente. Daarom is het belangrijk om een

gezamenlijk beeld te hebben van de tussentijdse resultaten die geboekt moeten worden om tot goede samenwerking en groei van de sector te komen. Om het wederzijds commitment te laten groeien wordt het plan gefaseerd uitgevoerd.

FASE 01 - VOORBEREIDING

ACTIVITEITEN:

- Aanstellen commissie leden
- Aanstellen programma management

PERIODE:

jan 2017 - april 2017

RESULTATEN:

- Platform opgericht en deelnemers geïnstalleerd
- Het gebied is geïnformeerd over het programma
- Administratie op orde
- Start werving van leden

FASE 02 - STARTEN

ACTIVITEITEN:

- Projectplannen uitwerken,
- Partners, vrijwilligers en financiering voor de projecten werven
- Starten met uitvoering

PERIODE:

april 2017 - april 2018

RESULTATEN:

- Online platform en website met bundeling van alle info.
- Toeristische gids met verspreidingsnetwerk van verspreidingslocaties die bekend zijn met toeristische tips.

FASE 03 - ONTPLOOIEN

ACTIVITEITEN:

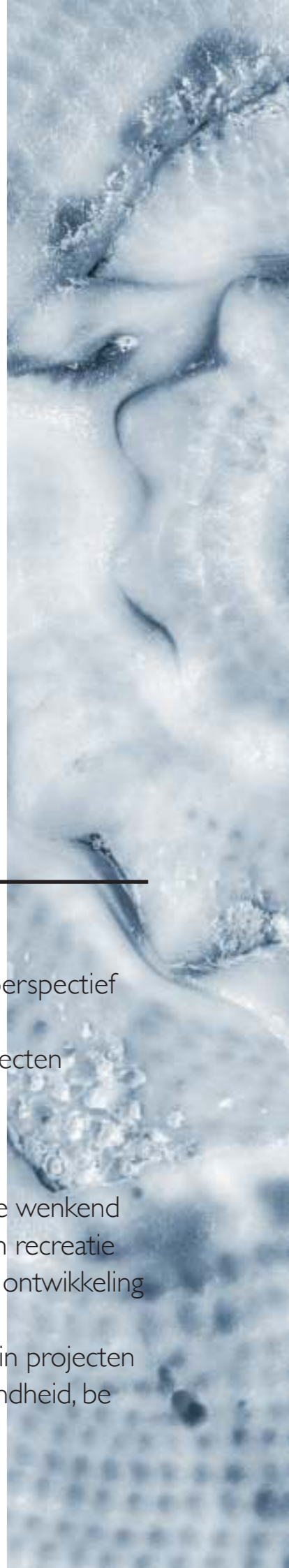
- Eerste evaluatie van de activiteiten
- Marktonderzoek t.b.v economisch perspectief voor recreatie en toerisme
- Aanscherpen marketingplan en projecten

PERIODE:

april 2017 - dec 2018

RESULTATEN:

- Rapport met inzicht in marktpotentie wenkend perspectief voor deelsectoren binnen recreatie en aanbevelingen voor beleid, sector ontwikkeling en gebiedsmarketing
- Meetbare investering en participatie in projecten en meetbare groeiresultaten in bekendheid, bezoek en besteding bij



FINANCIERINGSBEHOEFTE EERSTE JAAR

MOGELIJK MAKEN VAN DE ORGANISATIE

Om de samenwerking en investeringen in het gebied een impuls te geven, moeten aanbieders en gemeente beiden investeren in de marketingsorganisatie van het platform. Het is te overwegen een proefperiode van drie jaar aan te gaan, waarbij gemeente en aanbieders opeenvolgend investeren in de groei van de organisatie en de realisatie van projecten.

FINANCIERING ORGANISATIE

De investeringen van de gemeente en van aanbieders in het platform is bij voorkeur gelijk. Met een eerste investering van de gemeente kan de organisatie van het platform opgezet worden, waarna aanbieders na verloop van tijd evenredig investeren. Bijvoorbeeld in de vorm van sponsoring, donateurschap of een ondernemersfonds. De aanwas van private investeringen in de organisatie moet het platform in de toekomst minder afhankelijk maken van de financiële middelen van de gemeente.

FINANCIERING UITVOERING PROJECTEN

De uitvoering van projecten wordt grotendeels gefinancierd door deelnemende, belanghebbende aanbieders in de vorm van tijd, kennis en/of geld (sponsoring, adverteren of exploitatie). Wij vragen de gemeente om een stimuleringssubsidie waarmee we de samenwerking en ontwikkeling van aanbod kunnen stimuleren. Deze dient als aanjagende cofinanciering voor de realisatie van de eerste middelen die we op korte termijn via de projecten willen opleveren.

FINANCIERINGSBEHOEFTE 1STE JAAR

JAARLIJKSE KOSTEN BESTUUR

*verzekeringen, stichting, jaarrekening, etc.
(commissieleden werken op vrijwillige basis,
niet vergoed)*

€ 2.000

*Jaarlijkse kosten secretariaat, administratie en
platformcommunicatie*

€ 7.000

Jaarlijkse kosten marketingorganisatie

€ 30.000

Eenmalige investering uitvoering projecten

€ 15.000

Jaarlijkse kosten uitvoering projecten

€ 40.000

€ 94.000 +

Heeft u een idee en zoekt u mensen waarmee u uw idee kunt realiseren? Onderstaande vragen helpen u om uw idee te vertalen naar onderscheidend en uitvoerbaar initiatief.

UW IDEE VOOR GROEI VAN RECREATIE EN TOERISME:

Omschrijf kort uw idee. Vertel daarbij wat het origineel maakt voor de bezoeker.

WAAROM IS DIT EEN GOED IDEE

1. In welke behoefte van de recreant wilt u met uw idee voorzien?
2. Hoe draagt uw idee bij aan het onderscheidend vermogen van ons gebied?
3. Hoe draagt uw idee bij aan de groei van lokale economie?
4. Hoe wilt u het idee promoten?
5. Welke fysieke verbindingen heeft u hiervoor nodig?

MET WIE WILT U HET IDEE SAMEN REALISEREN

Geef zo specifiek mogelijk aan wat de rolverdeling is tussen ondernemers, overheid en andere partners die u wilt betrekken.

HOE MAAKT U HET IDEE REALISEERBAAR

1. Welke kennis en expertise zijn nodig?
2. Hoeveel tijd is er nodig?
3. Hoe wilt u het idee financieren?



7

BOUW MEE EN LAAT UW EIGEN ACTIVITEITEN GROEIEN

Aanbieders investeren jaarlijks in de ontwikkeling van hun aanbod. De gemeente investeert jaarlijks in het verbeteren van verbindingen en de openbare ruimte. Promotie en informatievoorziening zijn een zaak van aanbieders en gemeente samen en vragen dan ook om een gezamenlijke investering. Daarvoor onderzoeken wij de mogelijkheden. Als platform roepen wij iedereen (zowel gemeente als aanbieders) op die wil mee investeren in de ontwikkeling en promotie van ons gebied.

WAT LEVERT HET U ALS ONDERNEMER UITEINDELIJK

Door ons gebied –en daarmee ook uw activiteiten- gezamenlijk te ontwikkelen en promoten groeit uw omzet. Dat is per slot van rekening de kurk waar de lokale economie op drijft. Sluit u zich aan bij het platform, dan profiteert u direct van de mogelijkheden die leiden tot omzetgroei. U ontmoet collega-aanbieders die met tijd, kennis en/of geld willen investeren in uw idee. Samen met andere aanbieders ontwikkelt en promoot u concrete producten waarmee u uw activiteiten kunt laten groeien. Het platform ondersteunt u met raad en daad. Ook kunt u een beroep doen op de aanwezige marketingkennis. Hoe meer aanbieders de handen in een slaan en professioneel samenwerken, hoe eerder overheden en andere gebiedspartners geneigd zijn meer te investeren in de groei van onze sector. Laten we beginnen!





'We maken het onvergetelijk'

*“Koppelen
landgoederen”*

*“Route van de
maand”*

*“Hop-on-hop-off
fietsenplan”*

U W I D E E W A S D E V O E D I N G

*“Ontwikkelen routes en
arrangementen”*

V O O R D I T P L A N

*“Bewegwijzering
toeristische bordjes”*

“Cirkelbus”

*“Virtuele portaal
met arrangementen”*

*“Infobordjes met QR-codes bij
bezienswaardigheden”*

*“Website en krant
maken”*

“VVV met ambassadeurs”

“Digitale infoborden”

“Marketing op wegdek”

*“Ondernemers en aanbieders
worden ambassadeurs”*

*“Regionale
evenementenkalender”*

*“Samenwerken met steden
en andere gemeenten”*

*“Gebiedspromotie met Duin,
Horst & Weide”*



WIJ BEDANKEN IEDEREEN DIE INPUT HEEFT GELEVERD VOOR DEZE ROADMAP

ANWB De heer K. Droogers - Mevrouw J. van Scherpenseel - Beachclub De Golfslag De heer Tjepkema - Bibliotheek Voorschoten en Wassenaar Mevrouw R. Wijntjes - Bistro de Bollenschuur Mevrouw I. van Teijlingen - De Knip De heer M. van Teijlingen - Duinrell De heer R. van Zuylen van Neijvelt - Catamaranschool Zeehelden De heer W. van Raaij - Centrum Management Wassenaar Mevrouw T. van der Feltz - Centrum Ondernemers Voorschoten De heer J. van Oel - Chateau Deux Filles De heer D. van Straalen - Columbus Watersport De heer B. van der Wal - Cultuurraad Mevrouw J. Neuteboom - Den Haag Marketing De heer H. Doets - Duin, Horst & Weide De heer L. Langerak - Dunea De heer B. van Engeldorp Gastelaars - De heer A. Siebel - Gemeente Leidschendam-Voorburg Mevrouw M. Kastelic - Gemeente Voorschoten wethouder I. Nieuwenhuizen - Gemeente Wassenaar wethouder F. Blommers - Hotel De Gouden Leeuw De heer M. van der Valk Mevrouw M. Kaldeway Mevrouw L. Ooms - IJssalon Luciano De heer L. Bloc - Kasteel Duivenvoorde Mevrouw A. de Vries - Kasteel De Wittenburg De heer R. Meppelder - De heer S. Neher. La Casita bed en breakfast De heer P. Bruijnzeels - Museum Voorschoten De heer R. van der Smeede - Ondernemend Wassenaar De heer R. Joosten - Oranjevereniging Voorschoten: De heer F. Vergossen - Recreatiecentrum Vlietland De heer A.S. Carpentier Alting - st LibertyTour De heer R. Beisser De heer A. v. d. Klei - Vlinders aan de Vliet & Life and Garden Mevrouw L. de Groot - Warmenhoven Botenstalling Mevrouw M.J. van den Berg - Watersportvereniging Leidschendam & Omstreken De heer A. van Velzen - Watersportvereniging Leidschendam & Omstreken / 't Vaarhuys De heer A. van Ommen - Welkominwassenaar De heer M. van Veen - Werkorganisatie Duivenvoorde Mevrouw K. Veurman Mevrouw A. Vlietstra De heer H. van Son De heer W. Minkhorst Mevrouw E. Coenen Mevrouw C. Scheffer

8

VERANTWOORDING EN COLOFON

RELATIE MET BESTAANDE GEBIEDSONTWIKKELINGSPROGRAMMA'S

Onze aanpak, vertaald naar deze roadmap, sluit aan bij bestaande programma's en projecten voor gebiedsontwikkeling. De mensen die betrokken waren bij deze programma's en projecten werkten ook mee aan de realisatie van onze aanpak. Relevante projecten uit bestaande programma's worden opgenomen in het marketingplan en in samenhang gepromoot via media en campagnes. Onze aanpak kan bovendien de verbindende schakel zijn voor projecten uit diverse gebiedsprogramma's die samen een synergetische voordeel kunnen behalen.

COLOFON

Procesbegeleiding: Werkorganisatie
Duivenvoorde en Bureau Bolwerk
Redactie en vormgeving: Bureau Bolwerk

Wilt u meer weten? Neem dan contact op met:
toerismewassenaarvoorschoten@gmail.com

VERANTWOORDING

De marketing roadmap is samengesteld in opdracht van ondernemers en de gemeente Voorschoten en Wassenaar en opgesteld door Bureau Bolwerk. De inhoud van deze roadmap is gebaseerd op inzichten, ervaringen en meningen van ondernemers die deelnamen aan workshops onder begeleiding van Bureau Bolwerk. De beschreven richting in de roadmap moet worden geïnterpreteerd als ambitie en aanbeveling. Geadviseerd wordt om de geschetste richting voor de ontwikkeling van het gebied en de promotie op haalbaarheid en doelmatigheid nader te onderzoeken. De inhoud mag niet als waarheid worden gezien. De partijen die aan deze roadmap meewerkten kunnen daarmee niet aansprakelijk worden gesteld voor eventuele onvolkomenheden in deze roadmap, of schade die voortvloeit uit het gebruik van de inhoud.