

**PUUUR
MIDDEN
DELFLAND**



Bijlage 2

Hoofdstuk 5 – Wat is nodig voor resultaten?

Meerjaren Ambitie en Strategie
Stichting PUUUR Midden-Delfland

Versie 13 februari 2025

5 Wat is nodig voor resultaten? – volledige tekst

Een systemische aanpak bij de uitvoering

Uit ervaring van de afgelopen jaren van PUUUR wordt steeds duidelijker dat veel factoren invloed hebben op het succes. Alles hangt met elkaar samen en die samenhang is belangrijk om de naamsbekendheid van Midden-Delfland te vergroten. Om de sterke punten van dit gebied goed uit te dragen, is een stevig fundament in aansturing, afstemming en samenwerking nodig die bijdragen aan het gewenste resultaat.

In plaats van een lineaire aanpak, waarbij je stap voor stap vooruit werkt zonder naar het grotere geheel te kijken, kiest PUUUR voor een systemische aanpak. Een lineaire aanpak helpt om te focussen, maar mist de samenhang. Daarom is het belangrijk om breed te kijken en de omgeving én betrokken partijen mee te nemen in de plannen.

PUUUR ziet dat gebiedsmarketing vraagt om een aanpak waarin **alle relevante partijen samenwerken**. Dit betekent samenwerken op twee niveaus:

Horizontale samenwerking – Organisaties en mensen met gemeenschappelijke doelen werken samen. Ze delen kennis, middelen en ervaring.

Verticale samenwerking – Samenwerking tussen organisaties met verschillende rollen, zowel van bovenaf (overheid en beleid) als van onderaf (lokale ondernemers, bewoners en initiatieven). Dit zorgt ervoor dat plannen goed aansluiten bij de praktijk.

Door deze aanpak ontstaat er een stevig fundament, waarin partijen zich betrokken voelen en bereid zijn om samen te werken. Dit versterkt de verbinding tussen iedereen die bij de positionering van Midden-Delfland betrokken is en zorgt ervoor dat ze elkaar blijven ondersteunen.

Praktisch voorbeeld

PUUUR wil de naamsbekendheid van Midden-Delfland vergroten door meer zichtbaarheid online en offline te creëren en daarmee toeristen en bezoekers aan te trekken. Met een lineaire aanpak zou je direct starten met een marketingcampagne of reclameborden langs de snelweg. Maar dat hoeft niet de beste oplossing te zijn voor het vergroten van de naamsbekendheid.

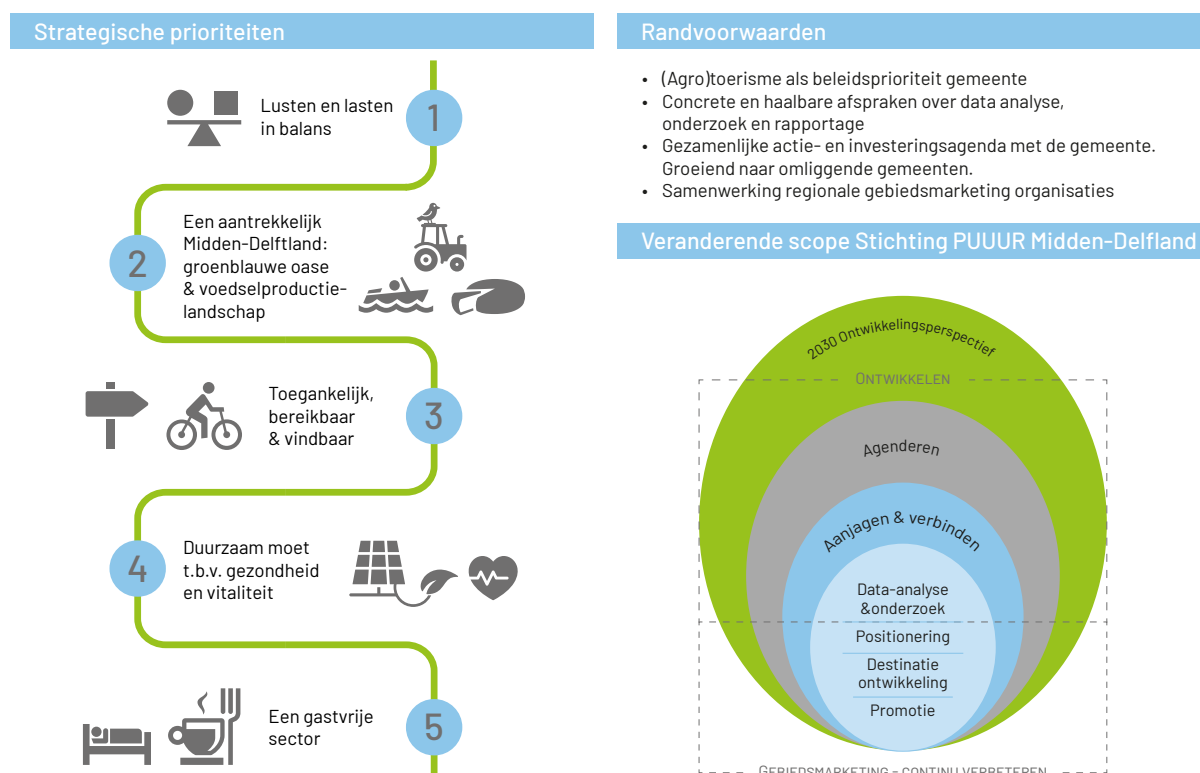
Met een systemische aanpak betrek je alle betrokken partijen:

- Gemeenten en natuurorganisaties helpen bij het ontwikkelen van een duurzaam toeristisch beleid.
- Lokale ondernemers en gebiedsorganisaties werken samen aan arrangementen om bezoekers een complete ervaring te bieden. En in samenwerking met de boeren en Coöperatie Heerlijk van Dichtbij worden streekproducten gepromoot.
- Bewoners en vrijwilligersorganisaties worden betrokken, zodat zij zich eigenaar voelen van het plan en bijdragen aan een gastvrije sfeer.
- Regionale marketingorganisaties worden betrokken om Midden-Delfland te promoten via bredere campagnes met focus op win-win in de samenwerking.

Door deze aanpak ontstaat een krachtiger en duurzamer effect. Meer mensen leren Midden-Delfland kennen, de bezoekerservaring verbetert en de samenwerking zorgt voor duidelijke afspraken. Waarmee we met elkaar langs verschillende lijnen tot resultaat komen. Hierdoor komen we met elkaar langs verschillende lijnen tot het gewenste resultaat.

PUUUR bewaakt deze systemische aanpak met behulp van onderstaande strategische prioriteiten, randvoorwaarden en de eigen scope. Dit zorgt ervoor dat de samenwerking en brede blik behouden blijven, ook als omstandigheden veranderen.

WAT IS HIERVOOR NODIG?



5.1 Strategische prioriteiten¹

PUUUR ziet vijf strategische prioriteiten die essentieel zijn voor het in het oog houden van het grotere geheel. Deze prioriteiten zorgen voor richting in de aansturing door het bestuur en duidelijkheid in de (interne) communicatie met partners. De gebiedsmarketing-activiteiten gaan binnen deze context vorm gegeven worden.

1. Lusten en lasten in balans
2. Een aantrekkelijk Midden-Delfland: groenblauwe oase & voedselproductielandschap
3. Toegankelijk, bereikbaar & vindbaar
4. Duurzaam moet t.b.v. gezondheid en vitaliteit
5. Een gastvrije sector

¹Gebaseerd op [Perspectief 2030](#)

5.2 Randvoorwaarden

Om tot resultaten te kunnen komen zijn onderstaande randvoorwaarden essentieel:

- **(Agro)toerisme als beleidsprioriteit gemeente**
Duidelijkheid is nodig over waar (agro)toerisme een plek krijgt en houdt. Waaronder in welke 'polders' wel of geen toerisme of recreatieve activiteiten mogen plaatsvinden, voordat deze activiteiten gepromoot kunnen worden.
- **Concrete en haalbare afspraken over data analyse, onderzoek en rapportage**
PUUUR ziet het nut in verbeterde data analyse en onderzoek t.b.v. meetbaarheid. Daarvoor is het nodig om goed af te stemmen met partijen zoals de gemeente t.b.v. verantwoording van de subsidie. Daar waar PUUUR vanuit haar activiteiten bij kan dragen om te voorzien in die informatiebehoefte, zal zij dat doen. Echter niet ten koste van uitgaven die niet in verhouding staan tot de inzichten die het oplevert. Of waardoor het budget van gebiedsmarketing te ver onder druk komt te staan.
- **Gezamenlijke actie- en investeringsagenda met de gemeente. Groeiend naar omliggende gemeenten.**
Afstemming over frequentie en inhoud van de overleggen met de gemeente is noodzakelijk. Het afgelopen jaar zijn daar goede stappen in gemaakt die de samenwerking positief heeft beïnvloed. Op basis daarvan is minimaal 2x per jaar bestuurlijk overleg gewenst. En minimaal 2x per jaar ambtelijk overleg, naast incidenteel contact wanneer vragen zich aandienen. Dit blijft noodzakelijk gezien de complexiteit in het geheel, met name ook gericht op toekomstige ontwikkelingen binnen de Landschapstafel en de benodigde financiering om gezamenlijk uiting te geven aan het belang van het BPL.
- **Samenwerking regionale gebiedsmarketing organisaties**
PUUUR ziet hier kansen. Het belang van wederkerigheid moet duidelijk worden om naar een duurzame samenwerking toe te gaan. PUUUR heeft daarbij de steun van o.a. de gemeente nodig voor het faciliteren in de juiste contacten m.b.t. samenwerkende partijen in de Landschapstafel.

5.3 Veranderende scope Stichting PUUUR Midden-Delfland

De scope van PUUUR gaat de komende jaren veranderen, geïnspireerd op de visie van Perspectief 2030 (NBTC), waarin de rol van DMO's (Destinatie Marketing Organizations) breder wordt. Niet alleen gebiedsmarketing, maar ook bestemmingsmanagement van het gebied wordt essentieel. Dit vereist samenwerking op lokaal en regionaal niveau, waarbij het gezamenlijke belang van het buitengebied voorop staat. PUUUR wil zich aanvullend richten op betrokkenheid, verbinding en gezamenlijke aansturing, gedragen door de inwoners en omgeving. Het doel is een gezamenlijke kracht te mobiliseren voor het behoud en de ontwikkeling van het gebied. Waardoor een olievlek ontstaat waarin steeds meer inwoners, ondernemers en lokale overheden mede het behoud en ontwikkeling van het gebied dragen. Samen sterk!

De uitbreiding in rol is zichtbaar gemaakt in bijgaande afbeelding. Deze is gericht op toevoeging van Data-analyse & onderzoek in relatie tot gebiedsmarketing. En aanjagen & verbinden en agenderen passend bij de ontwikkeling naar *Destinatie Management Organisatie*.

Veranderende scope Stichting PUUR Midden-Delfland

