

Ontdek **KAAG & BRAASSEM**



J A A R V E R S L A G 2 0 2 0
KAAG EN BRAASSEM PROMOTIE



VOORWOORD

IN KAAG EN BRAASSEM...

... is veel moois te zien en beleven. Voor recreanten en toeristen, maar natuurlijk ook voor inwoners. Dat laatste klinkt heel vanzelfsprekend, maar in het afgelopen coronajaar beseften wij weer eens hoe bevoorrecht we zijn hier te wonen. In het afgelopen jaar werd er volop genoten: wandelend, fietsend en varend. Zwemmend als het wat warmer is en schaatsend als het echt koud is.

Het is niet voor niets dat mensen uit allerlei windstreken graag bij ons op bezoek komen, of vakantieviëren. In de stad is ook veel te zien en beleven, maar dan anders. Zelfs stadstoeristen kiezen Kaag en Braassem graag als uitvalsbasis. Waarom? Natuurlijk vanwege dat groenblauwe landschap, de rust, de ruimte en de goede verblijfsvoorzieningen. Vanwege onze locatie nabij grote steden. Maar ook, zo hoorden wij van een willekeurige toerist, omdat de mensen je hier nog gedag zeggen.

SAMEN MAKEN WE HET MOOIER

Het is hier geen stad, maar er is hier wel veel moois om van te genieten en om te beleven. Ons bestuur ziet het als haar opdracht om daar bekendheid aan te geven voor de inwoners en de recreanten van buiten. Dat doen we op sociale media (Facebook, Instagram, YouTube en Twitter), op onze website www.kaagenbraassem promotie.nl en in de recreatiekrant. We organiseren met behulp van vrijwilligers de lokale edities van Nationale Molendag en Open Monumentendag. Dat is mogelijk dankzij de inzet van vele vrijwilligers, maar ook door een subsidie van de gemeente Kaag en Braassem en bijdragen van ruim honderd "vrienden van Kaag en Braassem Promotie". Veel daarvan zijn horecaondernemer of waterrecreatieondernemers.

Wij verbinden, activeren en begeleiden ondernemers die samenwerken, omdat zij onze omgeving nog mooier en "beleefbaarder" maken. Op die manier is bijvoorbeeld de Tulpenroute door de polder in Roelofarendsveen tot stand gekomen. Soms is het minder succesvol, zoals bij het idee om de "Tulpensteiger" in het Braassemmermeer te bouwen. We kunnen, willen en doen het niet alleen, voor dit project is de gemeente Kaag en Braassem verantwoordelijk. Wat we onszelf bij dit project aanrekenen, is dat we in de samenwerking met de vrijwilligers en de gemeente geen duidelijke afspraken hebben gemaakt.

GENOEG TE ZIEN EN TE BELEVEN

In Kaag en Braassem is veel te zien en beleven. Dat mag wel weer, na het bijzondere afgelopen jaar. Inwoners hebben ontdekt dat de eigen omgeving onverwachte mogelijkheden biedt. Wandelend, fietsend of varend. Voor 2021 gaan we voor een jaar waarin we weer op een terrasje kunnen gaan zitten of uit eten bij een van onze vrienden - ondernemers. Langsgaan bij een van de zelfkazende boeren. Of gebruikmaken van de gastvrijheid van de B&B's, campings en jachthavens.

Het is hier immers mooi wonen, werken én recreëren.

Stichting Kaag en Braassem Promotie
John Willemsen voorzitter



TERUGBLIK 2020

2020 zou een belangrijk jaar worden voor de recreatie en het toerisme in Kaag en Braassem. Landelijk gezien door de organisatie van Sail Amsterdam, het Eurovisiesongfestival, GP Zandvoort en vaste evenementen als Keukenhof, waar veel internationale toeristen op af komen. Kaag en Braassem ging hier een graantje van meepikken, met overnachtingen en bootverhuur en met bezoekers die terrassen bevolkten.

Volgens het Nationaal Bureau voor Toerisme werd er een flinke groei verwacht aan internationale bezoekers, die allemaal een plek zochten om te recreëren. Regionaal werd 2020 speciaal door de grootse plannen rondom de organisatie van Nationale Molendag (met een speciale Molennacht) en Open Monumentendag. Ook voor 5 mei, de dag dat Nederland 75 jaar vrijheid vierde, waren grootse plannen ...

KINK IN DE KABEL

En toen kwam er een virus het land in, met als resultaat een lockdown en een crisis. Veel grenzen sloten en niet alleen had dat gevolgen voor de internationale bezoekers; mensen die van plan waren de grens over te gaan voor een (korte) vakantie bleven juist in Nederland. Een tijd waarin de inwoners van Kaag en Braassem en onze regiogenoten hun eigen leefomgeving herontdekt lijken te hebben. Mensen zagen weer hoe mooi de zon opkomt boven het Braassemeer, hoe de spreuwen er een dansshow gaven en hoe mooi de Kagerplassen zijn, ook als het niet zo zonnig is.

LOKAAL RECREËREN

Voor Kaag en Braassem Promotie begint het recreatieseizoen traditiegetrouw met de uitreiking van de Recreatiekrant tijdens de voorjaarsbijeenkomst met recreatieondernemers en verbinders. De locatie voor deze bijeenkomst was gevonden: Verschuur Watersport, een mooi bedrijf in Rijnsaterwoude dat zich begin 2020 gevestigd had binnen de gemeentegrenzen. Door de maatregelen rondom het virus werd de bijeenkomst afgeblazen en bleven de kranten een tijd lang op de pallets liggen. Recreatieondernemers moesten de deuren gesloten houden en de prachtige stalen krantenhouders bleven in de opslag. Zonde, vonden wij. We besloten 11.000 van de 25.000 gedrukte exemplaren van de krant huis-aan-huis te verspreiden in de gemeente. Immers, de dagen sleten we vooral in en om onze eigen woning, waarbij in de buurt recreëren beter was dan eropuit trekken. Na de lockdown heeft het team de overige kranten alsnog bezorgd bij de

begunstigers en bij toeristische plekken die goed bezocht werden als pontjes en supermarkten, waar ze gretig aftrek vonden van bezoekers uit het hele land.

ONDERNEMERS VOOR ONDERNEMERS

2020 was het jaar van de vele contactmomenten met ondernemers. De 'Vriendendienst', kleine evenementen met als doel websites onder de loop te nemen (vindbaarheid), informatie te delen en ondernemers te verbinden, werd in 2020 omgezet naar een online variant, waarbij ondernemers elkaar via het scherm ontmoeten. Diverse ondernemers 'Vrienden-van' hebben wij gebeld om te vragen hoe het met ze ging, nu alle recreatieve plannen op losse schroeven stonden. Dit heeft geresulteerd in de verhalenrubriek 'Hoe is het met ...' op onze website en op Facebook. De insteek van de verhalen was andere ondernemers te inspireren hoe de crisistijd door te komen. Al met al een jaar met uitwisseling, verwijzingen en intensief contact.

PLATFORM

Zonder uitagenda werd onze Facebookpagina meer dan ooit een platform voor het gebied. In de zomer was er weer het een en ander mogelijk, men ging weer naar buiten. Door bijvoorbeeld terrastips, tips voor een nachtje weg en afhaaltips werden de volgers gewezen op de lokale mogelijkheden. De rubriek "route van de week" – die elke vrijdag een route uitlicht om het weekend te lopen, fietsen of varen – bleek een hit. Het zorgde voor een beter bereik op sociale media. En niet alleen dat, op de website werden de pagina's met recreatieve routes zeer goed bezocht. De top drie best bezochte pagina's in 2020 was routes/wandelen, routes/fietsen en vermaak/sloep- en motorbootverhuur. Mensen waren beperkt, maar wilden toch naar buiten, wat op elke mooie dag te zien was. Nationale Molendag ging helaas niet door, maar we hebben een bijdrage kunnen leveren aan het online Festival "Samen uit Samen Thuis" met bijzondere documentaires over molens (nog te bewonderen via ons YouTube-kanaal). Omdat een organisatie van samenkomsten rondom Open Monumentendag ook niet mogelijk was, maakte deze ontwikkeling dat we een prachtige nieuwe fietstocht uitgezet hebben, langs de Rijksmonumenten van Kaag en Braassem, die nog op onze website te vinden is. In het najaar is er ondersteuning verleend aan de voorbereidingen in de subsidieaanvraag van de nieuwe fietsroute "Veenmeermin, waar ben je?" die eind 2020 is gelanceerd.

MOOI GEBIED VOOR IEDEREEN

Om nog meer lokale traffic te genereren hebben we een aantal fotowedstrijden georganiseerd, o.a. tijdens deze Open Monumentendag. De uitkomst? Mensen kijken echt met een ander oog naar hun leefomgeving en gaan op vakantie in Kaag en Braassem. En om beter gevonden te worden door iedereen is de website geactualiseerd en spamverkeer gereduceerd. Het aantal routes is uitgebreid en om voorbereid te zijn op internationale bezoekers in de toekomst zijn er meer pagina's vertaald in het Engels en het Duits. Hierbij wordt het team ondersteund door vrijwilligers. Voor de mooie plaatjes heeft Kaag en Braassem Promotie een account aangemaakt op Instagram, waar het gros van de geplaatste foto's ingestuurd wordt door inwoners en bezoekers. De bedoeling hiervan is iedereen laten meegenieten van ons mooie gebied en dat lukt. Elke week groeit het aantal volgers. De samenwerking met Hier! in de regio resulteerde wederom in een informatieve Recreatiekrant. Daarnaast wordt de Hier! in de regio-app automatisch gevuld met content vanuit de website van Kaag en Braassem Promotie, zodat alle bezoekers en inwoners van Kaag en Braassem achtergrondverhalen kunnen lezen, de recreatieve ondernemers en wandel-, fiets- en vaarroutes kunnen vinden en hopelijk binnenkort weer een actuele agenda, bomvol activiteiten.



BESTUURSVISIE

TERUGBLIKKEN EN VOORUITKIJKEN, WAT HEBBEN WE GELEERD IN 2020?

Het coronajaar: zo gaat 2020 de geschiedenisboeken in. Maar dat wisten we in januari 2020 nog niet. Het jaar zou, als het aan ons bestuur lag, het jaar moeten worden waarin we een flinke stap voorwaarts zetten in de ontwikkeling van de organisatie. In 2019 hadden we onder de enthousiaste en professionele begeleiding van Arjan Bakker al een aantal denkstappen gezet en in 2020 zouden we een besluit nemen. Als organisatie met een groot vriendennetwerk van ondernemers in de recreatiesector, richten we ons vooral op het bekendmaken van al het moois dat er in Kaag en Braassem en omgeving te beleven en genieten valt. Maar zo kwamen we tot de conclusie: we zijn meer dan een marketingorganisatie. Het is hier mooi en er is hier veel te beleven. Daarover vertellen we onder andere op onze website en in de recreatiekrant, maar we organiseren ook evenementen, waar onder de lokale Nationale Molendag en Open Monumentendag. En samen met een klein team van zzp'ers en gemeente Kaag en Braassem proberen we onze omgeving nog mooier te maken. Dat doen we door inwoners en ondernemers te activeren en begeleiden en te helpen bij de zoektocht naar financiële middelen. Zo is, om een voorbeeld te geven met de werkgroep "Tulpen vertellen" ook de tulpenroute in Roelofarendsveen ontstaan.

SAMEN MAKEN WE HET MOOIER, MAAR WAT IS MOOI?

Een lang verhaal kort: Kaag en Braassem Promotie is geen groot bedrijf, maar een stichting met een vrijwilligersbestuur, een klein team van enthousiaste zzp'ers en een netwerk van inwoners en ondernemers met eenzelfde motto: samen maken we het mooier. En dat gaat, zo is ook het afgelopen jaar gebleken, met vallen en opstaan. Want niet iedereen vindt alles mooi en niet iedereen vindt het leuk als het nou net op jouw favoriete plekje of route heel erg druk is. Huiseigenaren, wandelaars, natuurliefhebbers, fietsers, wielrenners, motorrijders, zeilers, sloepvaarders, speedbootliefhebbers en waterskiërs kunnen elkaar aardig in de weg zitten, lopen, fietsen, rijden, varen of skiën.

Dan hebben we het nog niet over gebiedsontwikkeling, waarbij gebieden of kleinere plekken een ander aanzien en gebruik krijgen of soms van eigenaar veranderen. Het is aan de gemeente om te bepalen wat waar wél en niet mag. Ook de aanleg en onderhoud van wegen, paden en openbaar groen is hun taak. Soms leidt dat tot een maatschappelijke

discussie, waar Kaag en Braassem Promotie direct of indirect (via vrijwilligers, inwoners of ondernemers) bij betrokken raakt. Voorbeelden zijn de ontwikkeling van De Bult in Nieuwe Wetering en de afloop en evaluatie van het plan voor een "Veense Hout" in Roelofarendsveen en in het afgelopen jaar de Tulpensteiger, de Veenmeerminroute en de mogelijke aanleg van Dobberhuisjes op Kevereiland in de Kagerplassen. Er werd een inbreng geleverd bij de opstelling van de Omgevingsvisie van de gemeente. De vraag is dan altijd: wat is mooi en is er genoeg moois te beleven? Daarover kunnen de meningen verschillen, maar dat het mooier kan, daar zijn velen het over eens. Uiteindelijk beslist de gemeente, maar wat is de rol van Kaag en Braassem Promotie?

DE ROL VAN ONZE STICHTING

Stichting Kaag en Braassem Promotie is mede op aandringen van gemeente Kaag en Braassem in 2012 opgericht. In de statuten is het volgende te lezen: "De stichting heeft ten doel: "a. het vergroten van de trek- en plakkracht van de gemeente voor bezoekers van buiten de gemeente, zodat de gemeente meer bezoekers kan verwelkomen die langer blijven; b. het verrichten van verdere handelingen, die met voorgaande in de ruimste zin verband houden of daartoe bevorderlijk kunnen zijn." Die doelstelling (het "wat") staat nog steeds overeind. We willen het bezoek en verblijf van recreanten en toeristen aan en in onze mooie gemeente bevorderen. Over het "hoe" hebben we, tussen de bedrijven door, in 2019 en 2020 nagedacht. Waar zijn we goed in en wat moeten we nog ontwikkelen? Als marketingorganisatie hebben we, zeker gegeven de bescheiden beschikbare financiële middelen, een goede naam en netwerk opgebouwd. Ook hebben we ervaring met het activeren en begeleiden van inwoners en ondernemers om de openbare ruimte mooier en aantrekkelijker te maken. Want die moet wel mooi en aantrekkelijk blijven, niet in de laatste plaats door participatie van de eigen inwoners.

INWONERSPARTICIPATIE

Participatie is ook in het belang van het gemeentebestuur en daarover hebben we dan ook verkennende gesprekken met de gemeente gevoerd. Door de coronacrisis, waarin de gemeente en wij veel moesten improviseren, zijn die gesprekken in 2020 nog niet tot een gezamenlijke conclusie gekomen over de samenwerking tussen de gemeente en onze stichting. Wel heeft de gemeenteraad zich gebogen over de mogelijkheden

om de participatie van inwoners te verbeteren. Ze kwam onder andere tot de conclusie dat initiatieven van inwoners soms stranden in de ambtelijke molen. Daar gaat de gemeentelijke actie op ondernemen. Die actie kreeg de naam "groene golfambtenaar". Die actie moet er in ieder geval toe leiden dat de interne processen beter op elkaar worden afgestemd. Naar verwachting wordt het gesprek tussen de gemeente en ons in 2021 voortgezet. Daarbij zullen wij ook de uitwerking van het idee groene golfambtenaar aan de orde stellen. De gemeente is, zo is ons medegedeeld, tot de conclusie gekomen dat participatie echt een opgave is die de komende jaren nog verder invulling moet krijgen in lijn met de Omgevingswet. Ook is aangegeven dat de gemeente in veel gevallen niet de initiatiefnemer is. Ze schakelen vaak een derde partij in om het gesprek met de inwoners aan te gaan en stellen daar eisen en randvoorwaarden aan.

Als bestuur hebben we ons afgevraagd of die rol, het begeleiden van participatie van inwoners, wel past bij onze statutaire doelstelling. Natuurlijk is dat niet in alle gevallen zo. Daar waar het gaat om initiatieven van inwoners en ondernemers om de omgeving mooier en recreatief aantrekkelijker te maken, past het wel in onze doelstelling.





SAMEN ZAAIEN, SAMEN OOGSTEN

DOEL: GROEI INITIATIEF

Activiteitenplan, werving en activatie t.b.v. nieuwe initiatieven

Groene Hart
Rijn & Veenstreek Leidse Ommelanden
Hollandse Plassen
Provincie Zuid-Holland

ACTIES

Inventariseren en activeren t.b.v. initiatieven en aanbrenge op projectmedia.

- Oproepen via platform-media
- Netwerkbijeenkomsten voor ophalen initiatieven
- Product/locatieontwikkeling
- Op de hoogte blijven ontwikkelingen en aan blijven haken in regio om gezamenlijk kansen te benutten

Matchen van onze lokale initiatieven en projecten met projecten uit regio

RESULTATEN

- Versterken via eigen netwerk Kaag en Braassem Promotie
- Versterken samenwerking met Stichting Promotie Kaag

Oproep tot initiatieven:

- Mogelijk vervolg Rijn en Veenstreek programma.
- Actieve promotie en van deelname aan LEADER bijeenkomsten
- Bijgedragen aan marketingprogramma platform Groene Hart verbinders

DETAILS

- Actieve promotie en oproepen in eigen communicatiekanalen. (Initiatieven met name kleinschalig, groei van activiteiten zoals arrangementen en activiteiten op locatie)
- 8 Nieuwsbrieven verstuurd in seizoen aan achterban (350 personen) en 3 Nieuwsbrieven specifiek naar Vrienden, alle reguliere berichten circa 50% betrokkenheid ontvangers; naar vrienden ruim 50% betrokkenheid
- Eind 2020 Twitter 193 volgers
- Groei Facebookpagina van bijna 1900 likes in 2019 naar bijna 2200 eind 2020
- In januari/februari bijeenkomst en diverse contactmomenten Molenstichting over mogelijk te organiseren Molennacht in 2020 en toekomstvisie molen activiteiten in KenB
- 49 arrangementen nu op website
- Tulpen vertellen voortgang: Subprojecten Veense Veiling op achtergrond ontwikkeling. Project Ervaar de polder wederom nieuwe beelden bij geplaatst op de kassen met QR-codes en historische verhalen. Overleg met ondernemers over plannen. Ondernemers op achtergrond ook zelf aan plannen gewerkt en veel uren ingestoken
- Poldershoppen – onderhouden contacten
- Nauwe samenwerking Stg Promotie Kaag
- Afspraak ondernemer Kaag meedenken en onderzoeken mogelijkheden dobberhuisjes
- Aantal meetings met team KBP Hier! in de regio App
- Familiewandelpad afronding ondersteuning
- Kaas en Braassem begeleiden nieuwe route inclusief gesprekken gemeente
- Door corona bijna geen fysieke bijeenkomsten. Wel in zomer een op een gesprekken of digitaal

- Aanwezig op avond Archeon regio presentatie verzorgd aanhalen banden Alphen en Nieuwkoop.
- Samenstellen regiovisie presentatie “de Kracht van regionale samenwerking”
- Bijdrage geleverd aan tot stand komen van nieuwe promotieactiviteiten Groene Hart en aangehaakt blijven mogelijk nieuw activiteitenprogramma en financiering
- Bijeenkomsten Leader
- Verkennende gesprekken Nieuwkoop en Alphen Marketing inzake Rijn en Veenstreek
- Leidse Ommelande subsidie in voortraject gemeente ondersteund in meedenken, meewerken en aanvraag project Veenmeermin
- Begeleiden Hier! in de regio app contact Alphen Marketing
- Gesprekken Nieuwkoop Marketing
- Gesprekken Alphen Marketing
- Gesprekken VVV Noordwijk en Lisse
- Gesprekken Leiden Marketing
- Presentatie ondersteuning Veense Veiling op Alphen Fonds
- Ondersteunen ondernemers met plannen die voldeden aan subsidieregeling Provincie Zuid-Holland. Online meetings georganiseerd om mogelijkheden te bespreken en uiteindelijk twee plannen ingediend (een losse ondernemer en een groep ondernemers).



BELEEF HET VERHAAL

DOEL: GROEI VAN BEKENDHEID

In samenwerking met Hier! in de regio ontwikkelen en distribueren (meertalige) recreatiekrantformule

Promotieactiviteiten door corona en wegvallen evenementen.

Online redactie Kaagenbraassempromotie.nl

ACTIES

Ontwikkelingsessies voor samenstelling integratie recreatiekaart en krant – en verbreden aanbod in krant van agenda om recreant langer in streek vast te houden.

Oproepen tot bezoek gerelateerde activiteiten, verwijzing in diverse media-activiteiten verspreiden via regionale websites.
* door corona gebied nog beter op de kaart zetten voor Nederland (aanpalende provincies) om dichtbij huis te ontspannen en ons gebied te beleven met tips voor varen, fietsen, wandelen en meer

Intensief contact door redactie met vrijwillige webredacteuren om de vertaalde content verder uit te bouwen

- Actief verzamelen, verrijken en beheren van toeristische Informatie op de website en de facebookpagina - rapportage groei van online bereik
- Nieuwe flyer ontwikkeld Vriend van om potentiële begunstigers te enthousiasmeren en overtuigen meerwaarde Vriend van.
- SEO specialist laten meekijken en acties hierop waren: landingspagina's aanmaken, toevoeging content slim aanpakken

RESULTATEN

Gerealiseerd

Gerealiseerd

Gerealiseerd

Campagne Nieuwe Vrienden niet complete kunnen uitrollen door corona.
• SEO gerealiseerd, vervolg voorjaar 2021

DETAILS

- Voorbereidingen gericht op druk activiteitenjaar 2020, echter door corona uitwerking uiteindelijk heel anders
- Recreatiekrant: Oplage 25.000, samenwerking productie door Hier! In de regio
- Door corona is officiële bijeenkomst uitreiking afgelast
- Recreatiekrant 11.000 huis aan huis verspreid
- Geïntegreerde recreatiekaart in elke krant met specifieke Vriend van informatie daarbij
- Uitwisselingspagina met buurgemeente Nieuwkoop Recreatiekrant Nieuwkoop editie 70.000 stuks)
- 5000 Recreatiekaart Kaag.nl verspreid bij kranten aan water gerelateerde informatiepunten
- Aantal uitdeelpunten promotiepakket meer dan 150. Dit jaar ook met herhaling uitgedeeld (na lockdown voorjaar), daardoor verbeterde bevoorrading en bijna geen restanten.
- 53 adverteerders recreatiekrant 2020

- Digitale Molendag in vorm Festival. Filmpjes en docu's van grote waarde voor promotie nu en in de toekomst cultureel erfgoed Kaag en Braassem. Alle filmpjes op YouTube kanaal
- Verwijzing in Social media
- Bereik Social media KBP meer bereik dan ooit. Zelfs in Q4 veel bezoekers routes wandelen website
- 14 ondernemers hun verhaal laten doen in coronatijd. Met inspiratie voor anderen en hun activiteiten onder de aandacht te brengen
- Op social media fiets, vaar, wandeltips.
- Rondje van de week nieuwe facebook thema
- Afhaaltip, vaartips, fietstips van de week
- Route van de week
- Fotowedstrijd om meer traffic lokaal FB

- Omzet vriendenbijdrage van 75 naar 83 vrienden € 9.400,-
- Best bezochte pagina's website:
- Zien en doen/ routes/ wandelen 14.132
- Zien en doen/ routes/ fietsen
- Zien en doen/ vermaak /sloep- en motorbotenverhuur
- Plan je bezoek Veerdienst Oude Wetering
- Zien en doen/ zoek/strandjes lig en speelweiden
- Plan je bezoek overnachten /vakantiehuisje
- Best verwijzende Ondernemers websites 2020: Hihahut.nl, Bijbenjamin.nl, Bobonboard.nl
- Website geactualiseerd, spamverkeer gereduceerd. Totaal aantal pagina weergaven in 2020 251.771 tov 181.563 in 2019 en 164.966 in 2018)
- Vermaak (fietsen, varen, zwemstrandjes en meer) werd in 2020 21.443 bezocht tov 8.614 in 2019
- Nu van 31 naar 37 routes uitgebreid, waarvan 11 Duits en 18 Engelstalig
- Engelstalige en Duitstalige informatie verder uitgebreid
- Voorzieningen in 2020 20.900 keer bezocht tov 2019 14.702 en 2018 12.050
- Eten en drinken werd in 2020 11.553 bezocht tov 6.415 in 2019 en 2018 5.287
- Overnachten uniek in in 2020 18.075 tov 2019 9.745 en 2018 8.230 in bezocht
- In 2020 7691 unieke pagina bezoekers tov 4.861 in 2019 en 3.606 in 2018 website/verhalen



BELEEF HET VERHAAL

DOEL: GROEI VAN BEKENDHEID

Contentmarketing network websites

ACTIES

Actief aanbrengen en verspreiden van toeristische informatie via regionale website zoals Groene Hart en Leiden.nl –een regionaal netwerk webredactie

RESULTATEN

Gerealiseerd

DETAILS

- Bezoek website vanaf externe websites gebruikers in 2020 7.981 en 5.966 in 2019 en 5.280 in 2018.
- Websites waar content wordt aangeboden zijn o.a. Groenehart.nl, Ontdek Nieuwkoop.nl
- ContentvisitLeiden.nl ook Engels- en Duitstalig, Groene Hart, Alphen, Nieuwkoop en Warmond.
- 44 overnachtingslocaties centraal gezet in de eigen website en promotiepakket.
- Naar aanleiding van signaal op social media ook nieuwe tag gecreëerd. fietsvriendelijk
- 2 vrijwilligers vertalers Duits/Engels hebben weer een aantal routes, verhalen en meer vertaald om er klaar voor te zijn als de buitenlandse toeristen weer mogen komen

Organiseren kennissessie ontwikkeling online marketing

Netwerkbijeenkomst voor ontwikkeling online marketing

- Ontwikkeling kennis online recreatiemarketing
- Toolkit met online communicatiemiddelen en tips voor verwijzende websites

Gerealiseerd

- In 2020 vervolg Vriendendienst. Tijdens deze bijeenkomst kwamen online media, vindbaarheid en delen van informatie aan bod. Dit is een online vriendendienst geweest. In het najaar is er nog een oproep gedaan aan de begunstigers met tips voor hun website en social ook in coronatijd.



ontdek BRAASSEM & KAAK

