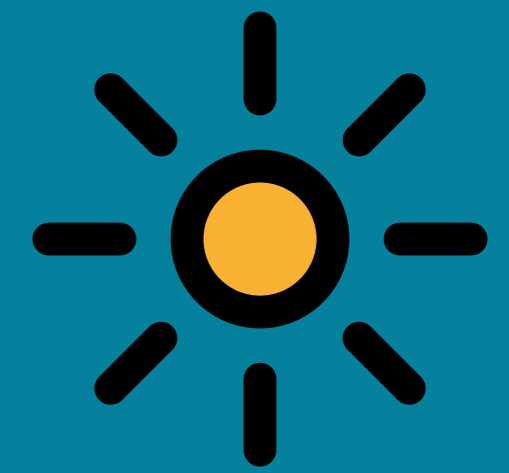
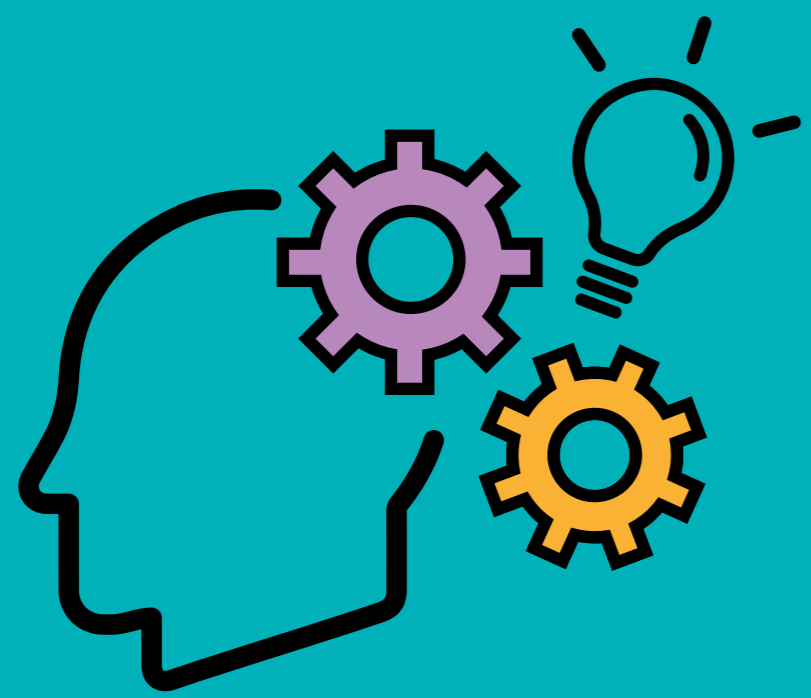


Streek  
van  
Verrassingen



2021



Regiosamenwerking  
Katwijk, Leiden, Leiderdorp,  
Oegstgeest, Voorschoten en  
Wassenaar

Budget: € 100.000



# Nieuwe website



**18.000**

pageviews in  
de eerste  
2 maanden

Sinds deze  
zomer drietalig  
(NL, EN, DU)

Verwachting:  
Op jaarbasis  
**108.000**  
views voor  
regiotips



## Meest bezochte pagina's:

- Streekhuisje
- Routes
- Bestemmingen
- Tips van media
- Regio UITagenda



## Online media



**1.432 volgers**  
(groeit wekelijks)



Per maand worden  
**2.900 accounts** bereikt,  
met **965 interacties**



Meer dan **3.000** nieuwe  
nieuwsbriefinschrijvingen  
dit jaar



# Proef de Streek magazine: bereik de regiobewoner



## Tips voor regiobezoek

**200.000**

Oplage Huis-aan-huis en bij ophaalpunten  
in de regio

Vertrouwen in dit product door ondernemers:

**€17.000**

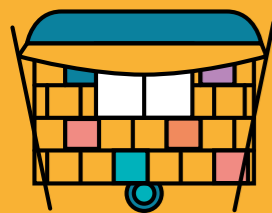
ingekocht aan advertenties



“Van de coupons in het huis-aan-huis magazine werden er ruim 1.000 ingeleverd bij onze zaak. Dat waren toch vele nieuwe klanten die ons nog niet kenden.”

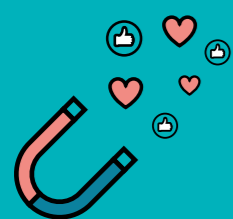
IJs van Matthijs





# Pop Up Streekhuisje

Samenwerking met lokale ondernemers.  
Media de regio zelf te laten ontdekken  
en hun positieve ervaringen door te  
geven aan lezers.



Bereik van influencers:  
**1.010.266**  
volgers

[@bemoreunicorn.nl](https://www.bemoreunicorn.nl)



**20**  
blogs tot dusver

[travelvalley.nl](https://www.travelvalley.nl)  
[authenticchicilifestyle.com](https://www.authenticchicilifestyle.com)



**8 locaties in  
6 maanden**

Kasteel Oud-Poelgeest,  
Marina Rijnsburg, Museum  
Volkenkunde, Duinrell, Kasteel  
Duivenvoorde, Hortus botanicus,  
Brasserie Buitenhuis,  
Vakantiepark Koningshof.



“Op een fijne wijze hebben wij meer aandacht kunnen schenken aan onze nieuwe audiotours. We merken dat steeds meer bewoners en bezoekers het landgoed ontdekken. De combinatie van print en online zorgt voor een mooie verspreiding van content binnen Nederland en ook Vlaanderen, passend bij onze doelgroepen.”

Antoinette van Dorssen  
Directeur Kasteel Duivenvoorde





# Productontwikkeling

Proef de Streek! box, in november 2020 ontwikkeld i.s.m. Brouwerij Pronck, met circa 20 streekproducten.

Doel: inkomsten voor regionale ondernemers, branding voor de Streek van Verrassingen.



**2.000**  
dozen verkocht  
sinds de start



“Door deze samenwerking hebben wij in COVID tijd veel van onze producten kunnen verkopen. Wij verzorgden ook de inkoop van de streekproducten, terwijl het Streek van Verrassingen team zorgde voor veel publiciteit, win-win dus.”

Benjamin Wegman  
Brouwerij Pronck

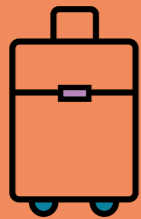
Nieuw!  
Proef de Streek!  
Bier en Kaas Box



**100+**  
verkocht  
sinds juni



# Verdere ontwikkelingen



## Duitsland campagne

Uitvoeren in Q3-Q4 in samenwerking met Duits PR bureau

**15**

persreizen

**5**

persberichten

Online campagne eind 2021 met focus op reserveringen voor voorjaar 2022



## Versterkende samenwerking

Door **regionaal overleg** tussen de citymarketeers worden ondernemers aan elkaar verbonden, komen arrangementen tot stand en vragen we collectief subsidies aan bij Provincie Zuid-Holland.

Zo zorgt het team voor **extra financiën** en **product-ontwikkeling**.



## Nieuw: arrangementen

Subsidie Provincie Zuid-Holland € 11.000 voor creatie van dag- en meerdaagsarrangementen

Conversie voor ondernemers

Verbinden en samenwerken

Arrangemententool in de maak Q3

Uitingen in **Kleine Globetrotter**, **Plus Magazine** en **Max Magazine**



## Aanvraag extra subsidie

LEADER

**€ 25.000**

voor ontwikkeling nieuwe streekproductenroute, verbinding stad en ommeland