

WOERDEN
MARKETING



**Activiteitenplan
citymarketing 2023**

Inhoud

Inleiding	3
Ambities 2023.....	4
Strategie Woerden Marketing	5
Doelgroepen Woerden Marketing.....	7
Projecten en activiteiten 2023.....	7
Marketingcommunicatieprojecten	7
Websites Woerden Marketing.....	7
Sociale mediakanalen	8
Google adwordscampagnes.....	8
Cross mediale campagnes.....	8
Influencer marketing	8
Media en persbewerking	8
Folders, uitagenda's, infozuil en advertising.....	9
Route- en arrangementontwikkeling.....	9
Aanvragen bloggers, vloggers, journalisten en vakorganisaties.....	9
Merk Woerden (producten en acties)	9
Bezoekersmonitor.....	9
Evenementen en activiteiten (centrale agenda).....	9
Recreatie en Toerisme projecten.....	10
Beurzen.....	10
Distributie informatie VVV's en openbare punten – gastvrijheid	10
Organisatie netwerkbijeenkomst.....	10
Vakdag recreatie	10
Netwerken branche en strategische overleggen	10
Lokale en regionale samenwerking.....	11
De organisatie.....	12

Inleiding

2022 en de toekomst!

Als we terugblikken dan heeft de afgelopen twee jaar Covid pandemie een enorme impact gehad op onze samenleving, gezondheid en manier van leven. In 2022 was er een voorzichtige start vanaf april echter werd deze overschaduwd door een startende oorlog in deze moderne wereld. Met alle onzekerheden van dien. Hogere prijzen, personeelstekorten waardoor de economie niet floreert zoals deze zou moeten.

Dit alles heeft wel gezorgd voor een versnelde digitalisering. Online was nog nooit zo belangrijk en dit eist voor vele ondernemers een andere manier van werken. Daarnaast zijn we ons enorm bewust van het milieu en willen we duurzaam leven, genieten en daarmee ook ondernemen.

Voor Woerden Marketing en het VVV was het een bewogen jaar. Alles weer opstarten met minder personeel, minder budget waarbij de vraag steeds hoger werd vanuit de samenwerkende partijen. Ondanks deze factoren hebben wij met het team een 100% inzet gedaan op lokale en regionale samenwerkingen en blijven we in beweging om in te spelen op lokale en regionale kansen om Woerden die zichtbaarheid te geven die zij verdient.

We beseffen hiermee dat het herstel binnen de vrijetijdseconomie pas richting 2025 zichtbaar zal zijn en blijven wij hiermee de huidige vorm van werken behouden. De werkwijze is inmiddels al verschoven van marketing naar management, van stadspromotie naar branding en performance. Met het jaarthema 'Samen Verder' willen we werken aan een nieuwe visie voor de toekomst waarbij alle stakeholders met elkaar samenwerken aan een (nog) beter Woerden voor iedereen.

Binnen de gemeente is er een nieuwe coalitie en daarmee een nieuwe regeerperiode aangekomen. Wij willen hierbij uitspreken dat Woerden Marketing de stakeholders, gemeente en daarmee financiën nodig heeft om te kunnen groeien als organisatie om weer in te kunnen zetten op de groei- en aantrekkingskracht van Woerden voor bewoners, bezoekers en bedrijven.

Kitty Kusters

Directeur Woerden Marketing-VVV

Ambities 2023

Ambitie

Woerden is de hoofdstad van het Groene Hart. Een stad die groen en blauw kleurt. Veel inwoners voelen zich nauw verbonden met Woerden en de regio en zijn diepgeworteld. De sociale cohesie is groot en dit uit zich in het bruisende evenementenleven in Woerden. Daarnaast kent Woerden een regionale functie met culturele locaties zoals het Klooster, Annex Cinema en het Stadsmuseum en heeft Woerden een grote aantrekkingskracht als vestingstad met een grote historische achtergrond. Het ommeland met natuur- en waterlandschap bieden een enorme diversiteit op het gebied van recreatie en toerisme.

Missie

Woerden integraal vermarkten als merk, met als doel het positief beïnvloeden van de bewoners en bezoekers in hun associatie over Woerden. Het merk en de identiteit van Woerden versterken, de bekendheid en imago vergroten en bewoners en bezoekers in Woerden te behouden en aan te trekken voor een langere verblijfsduur en een hogere besteding op recreatief, toeristische en zakelijk toeristisch gebied. Samenwerking met partners en stakeholders staan hierin centraal.

Dit leidt tot de volgende speerpunten in onze marketingstrategie:

Bouwen aan een toekomstbestendig Woerden

Al 10 jaar bouwen wij met Woerden Marketing en haar ondernemers aan Woerden als gastvrije bestemming voor bezoekers, bewoners en bedrijven. In 2023 bouwen we, na en ondanks crisissen, verder aan het herstel van de vrijetijdseconomie, de lokale marketing van Woerden en bieden ondersteuning voor stimulering in de vitaliteit van de stad en gemeente. Het vergt nog een lange aanloop om ervoor te zorgen dat we in de komende jaren weer een stijging van de bezoekerseconomie kunnen laten zien.

Bestemmingsmanagement

Mede door de digitalisering, de veranderende behoeftes van de consument en ons milieu waar we voorzichtig mee om dienen te gaan, heeft dit geleid tot een nieuwe strategie voor Woerden op het gebied van Citymarketing. De rol van Citymarketing is in de loop der tijd veranderd naar Citymanagement. We zetten in op het managen van de bestemming. Dit doen we door een duidelijke verbindende lokale en regionale rol te pakken en stevige samenwerkingen en partnerships te initiëren om gezamenlijk op te trekken en projecten uit te voeren voor de ontwikkeling van onze mooie gemeente. We werken hierin samen met alle branchevertegenwoordigers in de Vestingraad om ervoor te zorgen dat er breder wordt gekeken dan alleen recreatie en toerisme. Domeinen als duurzaam ondernemen, toegankelijkheid en inclusiviteit worden steeds belangrijker en verdienen een nieuw beleid en uitvoering voor de toekomst. De sociale meerwaarde van Woerden is een doorlopende samenwerking met het Stadshart waarbij we meerdere stakeholders zoals de culturele partijen en het leerlingwezen aan laten haken om mee te denken over de nieuwe generatie. Daarnaast werken we met diverse stakeholders als Stadshart, de duurzaamheidswinkel, iedereen doet mee aan een pilot duurzaamheid binnen de citymarketing om concreet acties te genereren die meehelpen aan een duurzamer ondernemerslandschap in Woerden.

Strategie Woerden Marketing

Woerden Marketing zet vanaf 2023 in op de volgende 6 pijlers binnen haar strategie voor de komende jaren 2023-2028.

1 Investeer in de lokale (ondernemers)samenwerkingen

Woerden Marketing heeft een sterke lokale rol binnen de maatschappij, gebaseerd op vertrouwen, opgebouwd in de afgelopen tien jaar. Wij adviseren, faciliteren, verbinden en vertellen. Ondernemers en bewoners zijn zich bewust van deze rol en met dit vertrouwen willen we de komende jaren blijven inzetten op de sterke lokale samenwerkingsverbanden en uitvoering van marketingcommunicatie ter promotie van de vrijetijdseconomie. Dit versterkt Woerden in de regio op gebied van informatie, merkbeleving en gastvrijheid. Vanwege de diverse bestaande partner(programma's) waar Woerden Marketing zitting in heeft of een sterke samenwerking mee onderhoudt zoals; de Vestingraad, het Stadshart, de Koersgroep, het platform Ontmoet Woerden, de Kaascommissie ACW, de Boerenmarkstad commissie, stichting Kaaspakhuis en de Cultuursector zorgt zij voor een stabiele basis voor de lokale uitvoering van de citymarketing van de gemeente.

2 Fusering van bedrijfsentiteiten

Woerden Marketing heeft in 2016 de VVV onder haar hoede genomen, op aanvraag van de gemeente. Deze fusering is succesvol gebleken in de loop der jaren. VVV Woerden is inmiddels een pilotwinkel voor vele VVV's in Nederland. Daarnaast heeft Woerden Marketing een collectief van 10 VVV's in het Groene Hart geïnitieerd en werken we samen om op een gastvrije manier meerdaagse verblijfsrecreatie te stimuleren en in te zetten op spreiding van bezoekers binnen regio Groene Hart.

Het Kaaspakhuis onder de vlag van Woerden Marketing

In 2017 heeft Woerden Marketing/VVV haar intrek genomen in het Kaaspakhuis aan de Emmakade. Stichting Kaaspakhuis had als aparte entiteit de zorg over de educatieve kant en Stichting Woerden Marketing/VVV de zorg over de recreatieve kant. Hierdoor is het Kaaspakhuis een icoon van Woerden geworden en dit willen we graag borgen. We moeten blijven investeren in dit icoon. De wens vanuit gemeente Woerden is om de stichtingen te laten fuseren per 2023 om effectief om te kunnen gaan met kosten en overhead en een gezonde financiële huishouding te creëren. Deze fusering is omarmd door beide partijen en zal op 1 januari 2023 plaatsvinden.

Groei

Door middel van deze fusering ligt er een kans om te kunnen groeien door middel van inzet op de Travel Trade markt voor het aantrekken van Internationale groepen naast de individuele bezoeker. Daarnaast is de wens om te investeren in digitalisering en vernieuwing van de Cheese Experience die geboden wordt aan bezoekers. Naast de exploitatie van het Kaaspakhuis zetten we in op onder andere verhuur van E-choppers en E-bikes waardoor nieuwe (voornamelijk jongeren en jongvolwassenen) worden aangetrokken.

3 Inzet op samenwerkingen leisure en zakelijk toerisme

Woerden Marketing heeft in 2016 als initiatiefnemer de opstart verzorgd van twee stevige regionale collectieven waarbij vele marketingpartijen, gemeenten en provincie met elkaar samenwerken en investeren in de gebiedsmarketing van regio Utrecht en regio Groene Hart. De beide collectieven zijn inmiddels geborgd middels een stevige governance waarbij Woerden Marketing als stuurgroep lid de vinger aan de pols houdt omtrent de ontwikkelingen. Hierdoor is onze lokale rol steeds steviger in de regio komen te staan. We willen de komende jaren blijven inzetten op deze succesvolle samenwerking met onze partners Visit Utrecht Region in de regio Utrecht en het Groene hart teneinde meerdaags

verblijfsrecreatie op nationaal en internationaal gebied te creëren wat resulteert in groei voor de vrijetijdseconomie.

Collectief Ontmoet Woerden

Naast de regionale samenwerking op leisure gebied is de afgelopen jaren gewerkt aan een sterke lokale samenwerking voor zakelijk toerisme middels het collectief Ontmoet Woerden. Een 10 tot 13-tal zakelijk toeristische bedrijven werken met Woerden Marketing samen om een aantrekkelijke zakelijke bestemming te zijn en te blijven voor de MICE markt. Daarnaast is er ingezet op een regionale samenwerking binnen regio Utrecht. Deze samenwerking wordt in 2023 uitgerold. Woerden Marketing heeft hieraan meegewerkt en zal zitting nemen in de stuurgroep.

4 Productontwikkeling stimuleren / duurzaam samenwerken

Naast het bestaande aanbod, moet er (nieuw) aanbod ontwikkeld worden om onze groen/blauwe gemeente aantrekkelijk te houden. Zeker omdat onze gemeente groeit qua inwonersaantallen. Een toekomstbestendige, duurzaam aantrekkelijke en vitale binnenstad is noodzakelijk om als stad te kunnen blijven concurreren met andere steden om ons heen. We werken samen met lokale en regionale partijen en adviseren omtrent de vitaliteit van onze unieke stad, gemeente en regio. We investeren in een gemeente waar: bewoners graag wonen en werken, gasten graag op bezoek blijven komen en ondernemers kunnen floreren. Gastvrijheid, duurzaamheid en inclusief zijn thema's die hierin leidend zijn. Denk hierbij aan de inzet en opstart van projecten als de rondvaartboot, de waterfietsen in Woerden of de samenwerking met het Stadshart omtrent het project Sociale Meerwaarde voor Woerden. Dit willen we in de komende jaren blijven stimuleren en nieuwe samenwerkingen creëren zoals de culinaire foodtour, inzet op Woerdense producten en events.

5 Inzet op Kunst & Cultuur

Cultuur is de drager, oftewel de ziel van de stad. Cultuur en kunst is een onmisbare factor in onze maatschappij voor bewoners en bezoekers. Cultuur verbindt ons allen, geeft zin aan het leven en verzet de zinnen. Het maakt ons tot wat we zijn. Bewoners en bezoekers ontwikkelen een groter groeiende interesse in kunst en cultuur en de authenticiteit van streek en stad. 2023 leent zich bij uitstek om dit te onderstrepen, uit te dragen en waar mogelijk verbindingen te leggen voor nieuwe initiatieven. Door het festivaljaar, Woerden 650, zijn er vele activiteiten ontplooid worden waardoor we onze voetafdruk af hebben gegeven. Woerden Marketing wil haar inzet blijven doen op de promotie van deze culturele parels. Een centrale agenda, samenwerken aan de promotie met lokale culturele partijen en het Stadshart maar ook regionaal instappen op culturele projecten om ervoor te zorgen dat de ziel van Woerden zichtbaar is voor elke bewoner en bezoeker.

6 Agenda Recreatie en Toerisme 2023-2028

In 2022 heeft Woerden Marketing haar inzet gedaan om bij te dragen aan een nieuwe visie voor de vrijetijdseconomie voor de komende jaren voor de gemeente Woerden. Vanuit gemeente Woerden wordt er ingezet op een vervolg van de beleidsnota "Samenwerken aan een puur en gastvrij Woerden". Deze agenda Recreatie en Toerisme 2023-2028 wordt in 2023 leidraad voor uitvoering. Hiervoor is het van belang om met stakeholders te kijken naar de ontwikkeling van Woerden. We willen een volwaardige bestemming zijn en blijven binnen regio Utrecht en het Groene hart waar lusten en lasten in balans zijn en waar crossovers met andere visies een brede doorkijk geeft naar een vitale, duurzame bestemming voor bewoners, bezoekers en bedrijven. Dit vergt een goede visie op bestemmingsmanagement.

Doelgroepen Woerden Marketing

Woerden Marketing richt zich op twee doelgroepen, namelijk haar bewoners en bezoekers. Uit de doelgroep analyse volgens de Leefstijlvinder is naar voren gekomen welke doelgroepen volgens de het meest interessant zijn voor Woerden Marketing. Het gaat hier om de volgende vier leefstijlen:

Stijlzoekers
Plezierzoekers
Verbindingszoekers
Inzichtzoekers

Deze doelgroepen vertegenwoordigen een eigen identiteit waarbij we in de berichtgeving rekening houden met targeting, mediagebruik en communicatie. Via de online kanalen, adwordscampagnes, sociale mediacampagnes richten we ons per thema, per doelgroep op deze vier verschillende doelgroepen. Hierin willen we een zorg uitspreken dat er weinig aanbod is voor jongeren en jongvolwassenen. Hier willen we in 2023 met partijen als Stadshart, het culturele werkveld en het leerlingwezen aan werken om de behoeftes van deze doelgroep te bepalen.

Projecten en activiteiten 2023

Jaarlijks ontvangt Woerden Marketing een subsidie van de gemeente. Deze subsidie dient als basis om het totaalpakket van werkzaamheden te kunnen uitvoeren voor Woerden Marketing, het VVV en het Kaaspakhuis als icoon. Daarnaast gebruiken we de subsidie als basis om andere inkomsten te kunnen genereren. Volgens de Algemene Subsidie Verordening Woerden moet er in een uitvoeringsovereenkomst worden vastgelegd welke diensten en producten, tegen welke prijs, met welke kwaliteit, in welke frequentie worden aangeboden. Hieronder volgt een overzicht van activiteiten die concreet tegenover het aangevraagde subsidiebedrag staan.

Marketingcommunicatieprojecten

Websites Woerden Marketing

De website beleefwoerden.nl een belangrijk marketingmiddel en zorgt voor vindbaarheid voor alle recreatieve locaties in gemeente Woerden. Met inzet van SEO en SEA optimalisatie zorgen we voor een optimale vindbaarheid van Woerden en staan we op pagina één van Google.

Beleefwoerden.com

- Domeinnaam en hostingkosten
- Insiders CMS systeem – abonnement
- Nieuwe toepassingen / modules / optimaliseren achterkant van website
- Uren webmaster
- Search Engine Advertising
- Search Engine Optimalisatie

Boerenmarktstad.nl/Kaaspakhuis.nl

- Domeinnaam en hostingkosten
- Uren webmaster

Sociale mediakanalen

Met een bereik van gemiddeld 2050 consumenten per dag (FB 1340 en Instagram 710) zijn de sociale mediakanalen een belangrijk middel. De FB-pagina van Beleef Woerden heeft 4.477 volgers en een jaarbereik van 488.484 consumenten. Instagram heeft 2.693 volgers en een jaarbereik van 259.187 consumenten. Het VVV heeft ook een eigen Facebookpagina met 604 volgers. Hier worden berichten van Beleef Woerden doorgeplaatst. Op de Facebookpagina van de VVV wordt bijvoorbeeld ook de verkoop van kerstpakketten gepromoot en de VVV bonnen uitgelicht. De Facebookpagina Boerenmarktstad heeft 1900 volgers.

Google adwordscampagnes

Google biedt de mogelijkheid om met bepaalde zoektermen te adverteren. Wanneer iemand zoekt binnen google op deze termen komt de website van Beleef Woerden bovenaan te staan. Aan deze manier van promotie wordt ingezet op de onderstaande thema's:

1. Historie, kunst & cultuur
2. Duurzaamheid en aanbod
3. Kaasgenootschap, Kaaspakhuis, Kaasevents
4. Evenementen en activiteiten
5. Wandelen/Fietsen/Varen - Natuur
6. voorjaarsvakantie/meivakantie/zomervakantie/herfstvakantie/wintercampagne

Cross mediale campagnes

Om specifieke doelgroepen aan te spreken worden op basis van thema's cross-mediale campagnes uitgerold. Cross-media houdt in dat er zowel offline als online uitingen zijn. De campagnes worden altijd ontwikkeld en ingezet in samenwerking met ondernemers en stakeholders. Voor 2023 is gekozen voor de thema's:

- Boerenmarktstad/Kaasevents & Kaasgenootschap/Kaaspakhuis/Streekproducten
- Woerdense Winterweken
- Natuur & buitenbeleving
- Historie, Kunst & cultuur
- Bewonerscommunicatie/campagnes
- Duurzaamheid en aanbod

Influencer marketing

Door middel van influencer marketing ontstaat een groot bereik op social media die het merk Woerden onder de aandacht brengen bij een specifieke doelgroep. Woerden Marketing zet twee keer per jaar een influencer in waarvan één keer specifiek voor het merk Woerden. De overige keer haken we aan bij campagnes voor het Groene Hart en Visit Utrecht Region (VUR).

Media en persbewerking

Jaarlijks worden er persberichten opgesteld en verzonden naar lokale en regionale pers. De persberichten worden ingezet als promotor voor evenementen of speciale acties ten gunste voor Woerden. Daarnaast zetten we media in voor de zichtbaarheid voor Woerden Marketing en het Kaaspakhuis als entiteit. Als het bericht voldoende interessant is voor internationale pers wordt ook deze betrokken.

Folders, uitagenda's, infozuil en advertising

Woerden moet zichtbaar zijn en dit wordt verzorgd op meerdere manieren.

- Er worden jaarlijks fysieke folders gemaakt welke bij high traffic locaties in Woerden worden gedistribueerd en in de regio bij VVV's, hotels en high traffic locaties.
- UIT agenda. Er wordt gewerkt aan een fysieke UIT ladder in samenwerking met CPW en Stadshart Woerden.
- Digitale informatiezuilen. Bij de entree van Woerden staan twee digitale zuil waarop zes berichten roulerend te zien zijn van Beleef Woerden voor promotie van evenementen, uitgaan, overnachten, fietsen, wandelen etc.
- Jaarlijks zet Woerden Marketing in op lokale en regionale advertenties om de zichtbaarheid te vergroten voor recreatieve ondernemers, evenementen en activiteiten. De advertenties worden geplaatst in lokale en regionale kranten en magazines zoals recreatiekranten of diverse magazines zoals de Kampioen van de ANWB, Plus Magazine en andere media.

Route- en arrangementontwikkeling

Bij het ontwikkelen van routes gaat het om hele specifieke lokale routes zoals de limesroute, de gilderoutes, de Woerdense stadswandeling en routes die ontwikkeld worden in samenwerking met het Stadshart zoals de foodtour en online routes via de spacetime layers app. De taak van verdere routeontwikkeling ligt bij het routebureau. We ontwikkelen arrangementen waarbij een route wordt gekoppeld aan het aanbod van lokale recreatie en toerisme aanbieders. Deze aanbieders worden benaderd om deel te nemen aan arrangementen en deze komen vervolgens op de website te staan.

Aanvragen bloggers, vloggers, journalisten en vakorganisaties

Jaarlijks ontvangen we diverse verzoeken van bloggers, vloggers, journalisten en vakorganisaties die we wegwijs maken in Woerden en hen het aanbod laten zien. Hier wordt ook duurzaam aanbod onder de aandacht gebracht. We werken hierin lokaal en regionaal en haken aan bij samenwerkende partijen als Cheesevalley, Visit Utrecht Region en Groene Hart.

Merk Woerden (producten en acties)

Met Stadshart Woerden wordt jaarlijks materiaal gemaakt zoals bijvoorbeeld Z-cards, tassen, routes, een app voor routes, verkoopmateriaal en acties. Een maandelijks overleg met Stadshart zorgt voor uitvoering van acties en het maken van middelen. Dit draagt bij aan de sociale meerwaarde voor bewoners van Woerden en heeft laat een eenduidig merk Woerden zien voor bezoekers.

Bezoekersmonitor

Jaarlijks publiceren we een bezoekersmonitor waarbij bezoekerscijfers van accommodaties, recreatieve locaties en top evenementen worden gemeten. Deze bezoekersmonitor richt zicht op overnachtingscijfers, bezoekersaantallen van evenementen en recreatieve locaties.

KPI: De bezoekersmonitor wordt eenmalig jaarlijks opgeleverd nadat cijfers van gemeente bekend zijn.

Evenementen en activiteiten (centrale agenda)

Alle evenementen en activiteiten in de lijn van de vrijetijdseconomie worden op beleefwoerden.com geplaatst om bezoekers gastvrij te informeren over de events en activiteiten. Middels contacten met stakeholders voert Woerden Marketing een centrale agenda waarbij gestreefd wordt naar en zo uitgebreide agenda die bedoeld is voor bewoners én bezoekers.

Recreatie en Toerisme projecten

Beurzen

Jaarlijks neemt Woerden Marketing deel aan één nationale en twee internationale beurzen. Een van de beurzen is het pressevent waar gesproken wordt met diverse journalisten, bloggers en vloggers en een travel trade beurs via het NBTC om touroperators vanuit België en Duitsland naar Woerden te halen. Op de internationale beurzen wordt Woerden vertegenwoordigd op de Fiets- en wandelbeurs in Antwerpen en in Essen.

Distributie informatie VVV's en openbare punten – gastvrijheid

Voor optimale gastvrijheid en informatievoorziening in de hele gemeente faciliteert Woerden Marketing de distributie naar 120 punten in Woerden en het Groene Hart. Daarnaast worden drie locaties (Plein 7 - Best Western hotel - Stadshotel Woerden) jaarlijks ingericht als extra informatiepunt voor bezoekers waar men terecht kan voor small information en folders over Woerden.

Organisatie netwerkbijeenkomst

Eénmaal per jaar wordt er door Woerden Marketing een netwerkbijeenkomst georganiseerd voor alle Recreatie & Toerisme ondernemers. Op deze dag wordt het beleid van Woerden Marketing toegelicht en geëvalueerd, wordt er een interessante spreker uitgenodigd en is er een netwerkborrel. De bijeenkomst vindt ieder jaar plaats bij een andere ondernemer van het collectief Ontmoet Woerden.

Vakdag recreatie

We organiseren jaarlijks een vakdag recreatie waarop we uitleg geven aan recreatieve ondernemers over het aanbod van Woerden, welke arrangementen er zijn en wat er “nieuw” is. Wij bieden hen de mogelijkheid aan om partner in promotie te worden.

Netwerken branche en strategische overleggen

Woerden Marketing is actief in diverse samenwerkingsverbanden. Er worden netwerkdagen en vergaderingen bijgewoond en dit levert nieuwe inzichten, opdrachten en samenwerkingen op.

Lokale overleggen

- Gemeentelijke overleggen;
- Bestuurlijke overleggen;
- Raad van Toezicht overleggen;
- Kaasgenootschap;
- Koersgroep;
- ACW overleg;
- Ontmoet Woerden collectief;
- Stadshart Sociale Meerwaarde;
- Vestingraad overleg.

Regionale overleggen

- Groene hart toerismedag;
- VVV netwerk;
- Groene hart regio overleg;
- Visit Utrecht Region en Provinciaal overleg;
- Stuurgroep regio overleggen;
- Nationale citymarketingdag;

- NBTC toerismedag.

Lokale en regionale samenwerking

De inzet van Woerden Marketing op lokaal en regionaal gebied komt ten goede aan de bestemming Woerden. Door deze inzet is Woerden Marketing een verbindende partij die in gezamenlijkheid werkt aan de vitaliteit van Woerden. De volgende uren wordt door Woerden Marketing aan lokale en regionale thema's en samenwerkingen besteed:

- Partner in Promotie/ samenwerking met stakeholders / stakeholdergesprekken/ partners in promotie. Woerden Marketing onderhoudt contact met alle relevante Recreatie en Toerisme ondernemers om behoeften te peilen en met hen af te stemmen of zij partner in promotie willen worden van Woerden Marketing. Door deze vorm genereren we inkomsten die worden ingezet voor marketingdoeleinden;
- (Immaterieel) erfgoed - Limes en Oude Hollandse Waterlinie;
- Vestingraad bijeenkomsten;
- Koersgroep Recreatie & Toerisme;
- Cheesevalley;
- Samenwerking Stadshart (Sociale meerwaarde);
- Medewerking aan de realisatie van de nieuwe agenda Recreatie en Toerisme 2023-2028. Woerden Marketing draagt bij aan de stakeholdergesprekken en advies;
- Samenwerking Groene hart;
- Samenwerking Visit Utrecht Region.

De organisatie

Stichting Woerden marketing bestaat per 1 januari 2023 uit de volgende structuur.

Raad van Toezicht

- Voorzitter - Sebo Havinga
- Algemeen lid - Jan Zwaneveld
- Algemeen lid - Anton Gevaert

Bestuur

- Voorzitter - Wout den Boer
- Secretaris - Gineke van Kesteren
- Penningmeester – George Becht
- Directeur – Kitty Kusters

Organisatie Woerden Marketing-VVV/Kaaspakhuis

- Directeur Woerden Marketing- Kitty Kusters 0,8 FTE;
- Projectmanager VVV/Kaaspakhuis Mariëlle Driessen 0,8 FTE;
- Marketingmedewerker Noa Jacobs – 0,4 FTE;
- Marketingmedewerker – Wietske Laudy 1 FTE;
- VVV medewerker – Sasha Sahuleka 0,4 FTE;
- VVV medewerker - Grietje Steensma 0,8 FTE;
- VVV medewerker – 0,2 FTE – Anne/Puck;
- 4 vrijwilligers VVV Woerden – Jose/Jose/Dike/Connie/ 0,1 FTE;
- Stagiaire Marketingmedewerker - Bas van der Lit– 1 FTE;
- Stagiaire Front Office VVV – 1 FTE (Nynke de Jong);
- 3 vrijwilligers Kaaspakhuis – 0,2 FTE – Jos/Leo/Roel.