

WOERDEN
MARKETING



**Marketing &
activiteitenplan 2022
Verantwoording**



Verantwoording activiteitenplan 2022 – Inhoud

Hoofdstuk 1 Ambities 2022

Pagina 3 – 4

Hoofdstuk 2 Projecten en activiteiten 2022

Pagina 5 - 10



Hoofdstuk 1

1a Ambities 2022

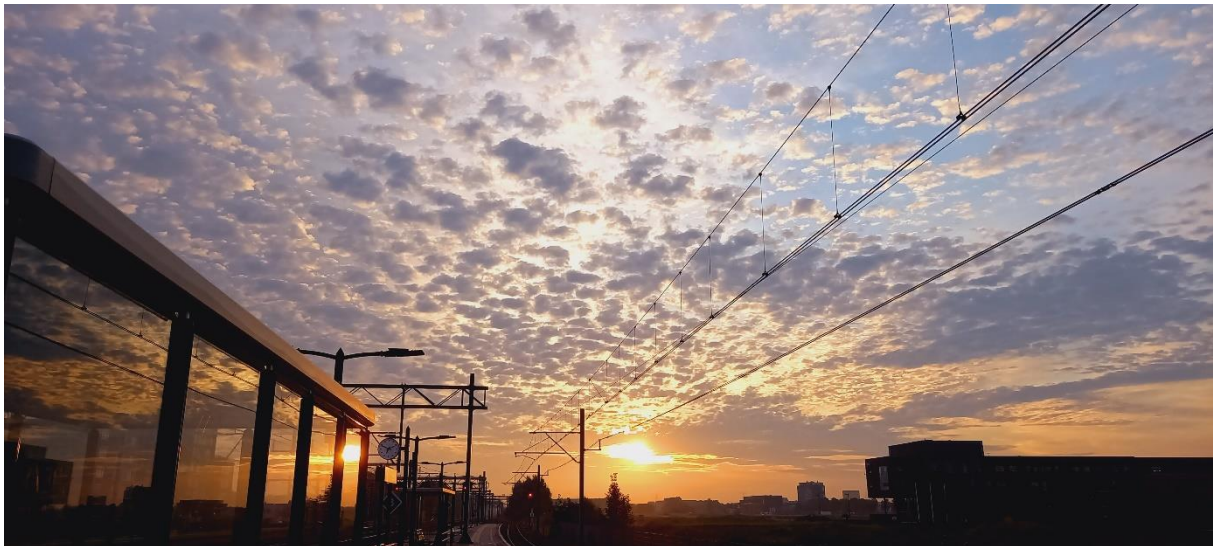
Woerden is de hoofdstad van het Groene Hart. Veel inwoners voelen zich nauw verbonden met Woerden en de regio en zijn diepgeworteld. De sociale cohesie is groot en dit uit zich in het bruisende evenementenleven in Woerden. Daarnaast kent Woerden een regionale functie met culturele locaties zoals het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

In 2022 zetten we in op herstel van de vrijetijdseconomie, de lokale en regionale marketing van Woerden en ondersteuning en stimulering in de vitaliteit van de stad en gemeente.

We zetten in op continuering van marketingcommunicatie, lopende marketing en recreatie projecten, festiviteiten zoals 650 jaar Woerden, activiteiten en onderhouden en continueren de vele samenwerkingsverbanden die zijn gelegd om zo bewoners en bezoekers te verleiden tot dag en meerdaags bezoek aan Woerden.

Missie

Dit draagt bij aan de 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.



Om onze missie uit te voeren zijn er een aantal speerpunten opgesteld;

1 Lokale en Regionale rol – Verbinden/Verrassen

Woerden Marketing heeft een sterke lokale rol binnen de maatschappij gebaseerd op vertrouwen. Ondernemers en bewoners zijn zich bewust van deze rol en met dit vertrouwen blijven we inzetten op lokale samenwerkingsverbanden en uitvoering van marketingcommunicatie. Dit versterkt Woerden in de regio op gebied van informatie, gastvrijheid en merkbeleving. Daarnaast blijft de organisatie zich inzetten op de regionale samenwerking met regio Utrecht en het Groene hart. Vanwege de diverse bestaande partner(programma's) waar Woerden Marketing zitting in heeft zoals; 650 jaar stad Woerden, Vestingraad, Retaillab met het Stadshart, de Koersgroep, platform Ontmoet Woerden, Kaascommissie ACW, Boerenmarkstad commissie en Cheese Valley zorgt zij voor een stabiele basis voor de uitvoering van de marketingcommunicatie.

2 Inzet op herstel van de (inter)nationale markt – Vertellen/Verassen

Door de samenwerking met lokale en regionale partijen op gebied van marketingcommunicatie en toerisme projecten zetten we in op het herstel van de (inter)nationale markt. Samen met de lokale en regionale partners zetten we in op (nieuw) aanbod voor bewoners en bezoekers. De campagnes worden lokaal en regionaal ingezet zoals "Woerden verrast", "Woerden verovert", "Woerden vertelt" "kom naar buiten", "op pad in het Groenehart" en "visit Utrecht Region"

3 Productontwikkeling stimuleren/duurzaam samenwerken - Verbinden

Naast het bestaande aanbod, moet er (nieuw) aanbod ontwikkeld worden voor de toekomst om Woerden aantrekkelijk te houden. Aantrekkelijke en duurzame bestemmingen & (inclusieve) belevingen, passende accommodaties en de daarbij behorende voorzieningen zijn een must om als stad te kunnen blijven concurreren met andere steden om ons heen. Samen met lokale en regionale partijen willen we samenwerken en adviseren omtrent de vitaliteit van onze unieke stad, gemeente en regio. 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 nieuwe projecten zoals de waterfietsen in Woerden of de samenwerking met het Stadshart omtrent het project Sociale Meerwaarde voor Woerden.

4 Inzet op zakelijke markt - Vertellen

Woerden ligt zeer centraal tussen de Randsteden. Met 13 zakelijk toeristische ondernemers werken we samen aan de groei van zakelijk toerisme en willen we het bestaansrecht van deze ondernemers bestendigen door 5% extra bezoekers in 2022 aan te trekken ten opzichte van 2021. We werken hierin samen met de lokale ondernemers, regio Utrecht en het Utrecht Convention Bureau om Woerden als vergader- en congreslocatie aan te bieden aan de MICE-markt.

5 Inzet op Kunst & Cultuur – Verbinden/Vertellen/verrassen

Cultuur is de drager van de stad. Cultuur en kunst is een onmisbare factor in onze maatschappij en voor onze bezoekers. De doelgroep is steeds meer cultuurbezoeker door een groeiende interesse in kunst en cultuur en de authenticiteit van streek en stad. 2022 leent zich bij uitstek om dit te onderstrepen en uit te dragen. Door het festivaljaar, Woerden 650, zullen er vele activiteiten ontplooid worden welke Woerden Marketing onder de label 650 jaar zal promoten via de website en sociale media. Een gezamenlijke eventkalender en gezamenlijk marketinguitingen met onder andere het Stadshart zorgen voor het uitdragen van een eenduidige communicatie voor bewoners en bezoekers.

Hoofdstuk 2

Realisatie projecten en activiteiten 2022

2.1 Marketing communicatie & promotie activiteiten

City Branding (Websites, SEO en SEA optimalisatie en sociale media)

Doelstelling 2022:

- Groei van 10.000 bezoekers extra voor de website (naar 100.00 bezoekers);
- Groei van 2000 extra consumenten per dag via sociale media;
- Met inzet van SEO en SEA optimalisatie zorgen we voor een optimale vindbaarheid van Woerden en staan we op pagina 1 van Google.

Realisatie 2022:

- Groei van 71.058 unieke bezoekers in 2021 naar 128.199 bezoekers op Beleefwoerden; 1^e Prijs behaald voor de meest populaire pagina tot 100.00 bezoekers.

- Groei van 2000 extra consumenten per dag via sociale media is niet behaald.

Realisatie 2022

Op de sociale media kanalen is een bereik genereert van 2048 consumenten per dag in 2022. In 2021 bereikte we 2270 consumenten per dag op de sociale media kanalen. De doelstelling voor 2022 om 2000 extra consumenten te bereiken per dag, was te hoog gegrepen. Dat er een daling heeft plaatsgevonden in het bereik op de sociale media kanalen is als volgt verklaarbaar.

Facebook

Het totale bereik van de berichtgeving op Facebook is gedaald ten opzichte van 2021. Echter is het gemiddelde per berichtgeving gestegen ten opzichte van 2021. Hoe kan dit? In 2021 zijn er meer berichten geplaatst namelijk 500 berichten, terwijl het totaal in 2022 op 363 berichten ligt. Dit wil dus zeggen dat er met minder berichten toch ongeveer hetzelfde bereik hebben behaald. De berichten sluiten dus beter aan op de mensen, kijk maar naar het gemiddelde bereik per bericht: 2021: 1085 en in 2022: 1346. Kortom, de onderwerpen en de berichten sluiten beter aan bij de doelgroep dan in 2021

Instagram

De berichten van Facebook en Instagram zijn precies hetzelfde. Dit verklaart ook waarom het bereik minder is dan op Facebook. Op Instagram bevindt zich een wat jongere doelgroep dan op Facebook. Kortom, de berichtgeving sloot minder goed aan bij de doelgroep.

- Realisatie: In 2022 2048 consumenten per dag via sociale media.

Met inzet van SEO en SEA optimalisatie staan we op pagina 1 van Google

Campagnes

Doelstelling 2022:

- 10 facebookcampagnes;
- 5 Adwordscampagnes op jaarbasis op verschillende thema's;
- Inzet van 4 campagnethema's zoals; historie/cultuur/natuur/festivaljaar 650.

Realisatie 2022:

- 10 campagnes Facebook & Instagram;
- 6 Adwordscampagnes;
- 4 campagnethema's: Lente, Zomer, Herfst en Winter. Inzet van sociale media, website en publicaties in kranten, tijdschriften en andere media.

Realisatie campagnes:

In 2022 hebben we 10 campagnes gedraaid op Facebook en Instagram met thema's: kunst & cultuur, Woerden 650, natuur en historie, fietsen en wandelen. Met een totaal bereik van 426.696 bereikte personen met als doel om meer bezoekers naar de website te leiden.

Daarnaast hebben we 6 Adwordscampagnes uitgevoerd met de thema's: Woerden 650, kunst & cultuur en natuur. De campagnes hebben een totaal aantal van 2190 kliks opgeleverd.

Als laatste hebben we meerdere mediums ingezet zoals kranten, tijdschriften en magazines met als hoogtepunt 4x deelname aan de Recreatiekrant Utrecht.

Infuencemarketing,

Doelstelling 2022

- 2 persreizen (in combinatie met andere thema's zoals CheeseValley, Groene hart of Utrecht Regio).

Realisatie 2022

- 3 persreizen georganiseerd:
 - 1 Nederlandse influencer met als thema 'Proef het Groene Hart';
 - 1 Belgische influencer op bezoek in 'Regio Utrecht';
 - 1 Internationale groeps Influencersreis met als thema Cheese Valley.

Media en Perswaarden

Doelstelling 2022

- 240.000 perswaarde.

Gerealiseerd 2022

In 2022 hebben we een perswaarde van € 394.000 euro gerealiseerd welke is behaald door de inzet van wekelijkse persbewerking van onze redactie. Er is een sterke groei in perswaarde behaald, dit komt mede door het einde van de coronamaatregelen, de vele (regionale) samenwerkingen en het feestjaar Woerden 650.

Sociale meerwaarde en merkbeleid Woerden

Doelstelling 2022

- 1 Merkbeleid en Branchering – Brandmap en digitale toolkits voor een eenduidig merkbeleid;
- 2 Events en Activiteiten - ten gunste van de vitaliteit in de binnenstad;
- 3 Marketingcommunicatie – gezamenlijke inzet op historie, shoppen, sociale media, streekproducten;
- 4 Hospitality – gastvrijheidstrainingen, muzikale ondersteuning en welkomspakketten.

Hier is een aparte subsidie voor waar bovenstaande acties mee worden bekostigd.

Realisatie 2022

- Ontwikkeling gezamenlijke toolkit brandmap voor logogebruik;
- Inzet op gezamenlijke marketingcommunicatie met Stadshart op kanalen Beleefwoerden en Stadshart;
- Inzet op Woerdense eigen producten <https://www.stadshartwoerden.nl/woerdens-eigen/> ;
- Inzet op gezamenlijke acties <https://www.stadshartwoerden.nl/natuurlijk-zijn-wij-open/> en <https://www.stadshartwoerden.nl/woerdense-iconen/> .

Folders, uitagenda's, infozuil en advertising

Doelstelling 2022

- 25.000 flyers – thema's Historie en bezienswaardigheden, Eten, drinken en Uitgaan, Omgeving en -activiteiten, Overnachten, Shoppen;
- 6 posities op de infozuil;
- 4 advertenties in relevante magazines zoals Recreatiekrant regio Utrecht, ANWB bladen.

Realisatie 2022

In 2022 hebben we een volledig nieuwe folderlijn uitgebracht bestaande uit 5 folders: Historie & Bezienswaardigheden, Eten, drinken & Uitgaan, Omgeving & Activiteiten, Overnachten en Shoppen met een totaal van 19.000 folders.

In 2022 hebben we geen uitagenda gemaakt en verspreid in verband met de onzekerheden of evenementen wel doorgaan door corona. Tevens heeft Woerden 650 jaar een Uitagenda laten maken en verspreid, waardoor het voor Woerden Marketing geen toegevoegde waarde had om zelf nog een Uitagenda te laten maken in het belang van de bezoekers om dubbelingen te voorkomen.

Realisatie 2022

- 19.000 folders bestaande uit een lijn van 5 verschillende folders. Door corona zijn er nog veel onzekerheden geweest waardoor de behoefte aan folders uitbleef;
- 4 posities op de infozuil in samenwerking met Gemeente Woerden;
- 8 advertenties in relevantie magazines zoals 100% NL, Op weg in de provincie, Recreatiekrant regio Utrecht, Vrijtijdskrant, Recreatiekrant Zuid-Holland, In eigen land, Watersporter, Vesting! en Facile-en-Route Campergids.

2.2 Recreatie & (zakelijk) toerisme activiteiten

VVV Woerden / Kaaspakhuis Kaaspakhuis bezoekers

Doelstelling 2022

- 9000 bezoekers op jaarbasis voor VVV en Kaaspakhuis;
- Fusering van stichting Woerden Marketing en Stichting kaaspakhuis.

Realisatie 2022

De doelstelling voor het aantal bezoekers is 2022 is niet gehaald. Door Corona was het Kaaspakhuis tot medio maart gesloten. De bezoekersstroom is na de opening langzaam op gang gekomen. Een bezoek aan het kaaspakhuis is een binnen activiteit, bezoek aan musea en binnen activiteiten werden de eerste 6 maanden van 2022 vermeden. De fusering van Stichting Woerden Marketing en Stichting Kaaspakhuis is in 2022 vastgesteld op 1 januari 2023.

Totaal aantal bezoekers 2022: 6100

Beurzen (inter)nationaal

Doelstelling 2022

- Één nationale beurs;
- Twee internationale beurzen.

Realisatie 2022

- Citypress event beurs;
- NBTC touroperators event;
- Regionale inzet op beurs Camping en Reise Essen;
- Regionale inzet op beurs Expo Antwerpen.

Welkom in Woerden banieren, informatie op locatie

Doelstelling 2022

Realisatie van 'Welkom in Woerden' banieren bij binnenkomst via de ingangswegen van Woerden
4 gastvrije uitgiftepunten voor folders: Plein 7, Best Western hotel, Stadshotel Woerden, De Blauwe Meije.

Realisatie 2022

- 8 Nieuwe welkom in woerden banieren;
- 7 uitgiftepunten: Plein 7, Best Western Hotel, Posthoorn Lodge, Stadshotel Woerden, Kas Woerden, Hotel Wapen van Harmelen, De Boerinn.

Vakdagen

Doelstelling 2022

- Organisatie van 1 lokale vakdag voor bedrijven;
- Organisatie van 1 regionale vakdag voor bedrijven.

Realisatie 2022

- Recreatie en toerisme bijeenkomst 2022;
- Digitale vakdag voor zowel lokale als regionale hotels en B&B's.

2.3 Netwerken, samenwerkingen en kennisdelen

Partners in Promotie, Collectief Ontmoet Woerden en Koersgroep Recreatie & Toerisme

Doelstelling 2022

- 24 partners in promotie;
- 13 zakelijke partners in promotie;
- 5% meer zakelijk bezoek naar Woerden t.o.v. 2021 ;
- 2 bijeenkomsten Ontmoet Woerden voor strategie;
- 53 uur werkzaamheden voor collectief Ontmoet Woerden (betaald door ondernemers)
- Inzet op 1 zakelijke MICE beurs;
- 4 bijeenkomsten Koersgroep met deelname van Woerden Marketing medewerker.

Realisatie 2022

- 17 partners in promotie. De ambitie was vrij hoog gesteld, want na corona zijn ondernemers voorzichtig geweest met het uitgeven van marketingmiddelen;
- 13 zakelijke partners in promotie (collectief Ontmoet Woerden);
- We kunnen geen exacte cijfers opleveren, omdat de zakelijke partners hebben aangegeven door corona inzet te willen doen op herstel en daarom een nulmeting willen laten verzorgen in 2023 wanneer de corona pandemie niet meer van toepassing is;
- 92 uur + 104 uur werkzaamheden voor Collectief Ontmoet Woerden. Het aantal uren is hoger uitgevallen dan verwacht door de organisatie van de Woerdense Locatieronde;
- 5 bijeenkomsten Ontmoet Woerden. Door de organisatie van de Woerdense Locatieronde zijn het aantal bijeenkomsten hoger dan verwacht;
- MICE beurs; organisatie en planning van de Woerdense Locatieronde verzorgd voor 7 zakelijke locaties;
- 3 bijeenkomsten Koersgroep met deelname van Woerden Marketing medewerker. Door ziekte van de wethouder en doordat er geen aanvragen waren, zijn er 3 bijeenkomsten geweest.

Lokale recreatie & toerisme bijeenkomst, Kennisnetwerk VVV Nederland, Toerisme Top en overige netwerkbijeenkomsten

Doelstelling 2022

- 1 lokale recreatie & toerisme bijeenkomst;
- Netwerken die van toepassing zijn bezoeken.

Realisatie 2022

- 1 lokale recreatie & toerisme bijeenkomst;
- Bezoeken aan: Insiders dag, NBTC meetings, VVV meetings, Netwerk Citymarketing, Landelijke toerismetop, regionale toerismetop, Jaarevent Utrecht Marketing, bijeenkomsten regio provincie, gemeenten en marketingorganisaties.

Woerden 650 jaar stad

Doelstelling 2022

- Gedurende het feestjaar eventpromotie ism de organisatie Woerden 650;
- Pagina inrichten en agenda items plaatsen op beleefwoerden.com.

Realisatie 2022

- Sociale media inzet eventpromotie Woerden 650 events;
- Pagina op beleefwoerden ingericht met vermelding naar Woerden 650 site;
- Agenda items ingezet als promotie voor Woerden 650.

Regionale samenwerking VVV 's Groene Hart

Woerden Marketing heeft een trekkersrol in de samenwerking met 9 VVV's in het Groene Hart. Woerden Marketing is initiatiefnemer van deze regionale VVV samenwerking. De regionale VVV's komen circa drie à vier keer per jaar bij elkaar. Woerden Marketing fungeert als adviesorgaan en is de centrale leverancier voor cadeaucards voor de VVV's.

De kosten van deze regionale samenwerking worden gedekt uit de inkomsten van de 9 VVV's die een licentie afnemen via VVV Woerden.

Regionale samenwerking Groene Hart

Woerden marketing heeft zitting in de stuurgroep en het platform van het Groene Hart. Hier adviseert en faciliteert zij en wordt ingezet voor de strategie van het merk en de branding op gebied van marketing communicatie en gastvrijheid. Tot en met 2022 verzorgt Woerden Marketing in opdracht van de Groene hart Verbinders de uitvoering van online marketing voor de website Groene hart. Daarnaast heeft Woerden Marketing een helpdeskfunctie voor het Groene Hart platform en voert zij een opdracht uit voor

Deze werkzaamheden worden vergoed via stichting Groene hart Verbinders.

Kaasgenootschap Woerden

In 2022 is het Kaasgenootschap Woerden opgericht. Dit is een genootschap van kaasbedrijven die trots zijn op het feit wat Kaas in Woerden betekent. Dit exclusieve collectief van ondernemers worden gefaciliteerd in partnerpakketten door Woerden Marketing in samenwerking met de gemeente. We bieden ondersteuning bij vakdagen, vacaturedagen en zorgen voor de promotie van diverse evenementen en activiteiten waar de kaasbranche hun naam aan koppelt.

De uren en kosten die hiervoor gemaakt worden komen uit de bijdrages van het Kaasgenootschap.

Cheesevalley

Waar nodig sluit Woerden Marketing aan bij de bijeenkomsten van de CheeseValley en draagt ze bij met het leveren van content, beeldmateriaal en het faciliteren van het persbezoek in Woerden.

Regionale samenwerking Regio Utrecht

Binnen het samenwerkingsverband met de Regio Utrecht vervuld Woerden Marketing twee rollen: deelname in de stuurgroep en deelname aan het regio-marketingoverleg. Beide overleggen vinden circa vier keer per jaar plaats. Tot en met 2022 levert Woerden Marketing een actieve bijdrage in de uitvoering van projecten en activiteiten en het aanleveren van informatie, content, beeldmateriaal en contacten voor o.a. de recreatiekrant. Tevens heeft ze de rol als coördinator voor de projecten: Hollandse Ambachten, influencer marketing en beursorganisatie.

Naast het vergroten van de zichtbaarheid van de website, sociale media, inzet op influencer marketing en de recreatiekrant worden diverse activiteiten uitgevoerd. De Regio Utrecht wordt indien mogelijk vertegenwoordigd op de beurzen: Vakantiesalon in Antwerpen en de Fiets- en wandelbeurs in Gent. In samenwerking met de regio wordt ingezet op verschillende campagnes, welke zowel online- als offline worden gepromoot, binnen de thema's: Kastelen en Buitenplaatsen en Hollandse Ambachten en Buitenleven. Daarnaast wordt in samenwerking met het Routebureau Utrecht routes ontsloten, verbonden en uitgelicht.

Specifieke uren die worden gemaakt in de uitvoering voor deze regionale projecten worden vergoed. Hierbij is de strekking dat alle DMO's in de regio kunnen meewerken aan een sterke regio en een sterk merk. Dit leidt tot een groot samenwerkingsgevoel en schaalvergroting voor Woerden.

Bezoekersmonitor

Meten is weten. Een bezoekersmonitor welke gericht is op de recreatieve branche, waarbij bezoekers cijfers van accommodaties, recreatieve locaties en top evenementen worden gemeten. De bezoekersmonitor wordt gedeeld met de gemeente* De totale aantallen van de bezoekersmonitor en het procentuele gemiddelde wordt gedeeld met de stakeholders via de nieuwsbrief van Woerden Marketing en de recreatie en toerisme bijeenkomst.

**de bezoekersmonitor is in oktober 2022 over het jaar 2021 gepresenteerd en wordt als bijlage bij deze verantwoording meegezonden.*

Hoofdstuk 3

De organisatie

Stichting Woerden marketing had in 2022 de volgende structuur.

Raad van Toezicht

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

Bestuur

- Voorzitter - Wout den Boer
- Penningmeester - Lex Albers
- Bestuurslid - Gineke van Kesteren

Organisatie Woerden Marketing-VVV/Kaaspakhuis

- Directeur Woerden Marketing- Kitty Kusters 0,8 FTE
- Projectmanager VVV/Kaaspakhuis Mariëlle Driessen 0,8 FTE
- Marketingmedewerker – Wietske Laudy 1 FTE
- VVV medewerker – Sasha Sahuleka 0,4 FTE
- VVV medewerker - Grietje Steensma 0,8 FTE
- 4 vrijwilligers VVV Woerden – Jose/Dike/Connie/Ria 0,1 FTE
- Stagiaire Marketingmedewerker– 1 FTE
- Stagiaire Front Office VVV – 1 FTE
- 2 vrijwilligers Kaaspakhuis – 0,1 FTE