

From: Kitty Kusters | Woerden Marketing <kitty@woerdenmarketing.nl>
Sent: 23 Mar 2018 12:27:50
To: !Griffie
Cc:
Subject: Toerisme/Recreatie: Wensenlijst coalitieonderhandelingen - t.b.v. politieke partijen
Attachments: 20180323 - wensenlijst toerisme en recreatie def.pdf

Geachte Raadsgriffie, Geachte heer Tobear,

U ontvangt hierbij 6 handreikingen die het toeristisch-recreatieve bedrijfsleven in Woerden graag wil meegeven aan de coalitieonderhandelingen n.a.v. de raadsverkiezingen.

Kunt u ervoor zorgen dat deze handreikingen op een zo kort mogelijke termijn bij alle politieke partijen terecht komt. Alvast hartelijk dank.

Met vriendelijke groet, namens alle betrokken toeristisch-recreatief betrokken partijen.

Kitty Kusters
Directeur

Woerden Marketing
VVV Toerist Information
Woerden/Groene Hart



'Het Kaaspakhuis'
Emmakade 6a
3441 AJ Woerden
Tel: 0348 - 745492
Mob:06-21564588

E-mail: kitty@woerdenmarketing.nl
Website: www.woerdenmarketing.nl



Wensenlijst coalitie-onderhandelingen gemeenteraad 2018

TOERISME & RECREATIE:

CRUCIAAL VOOR ECONOMIE, WERKGELEGENHEID, LEEFBAARHEID & VOORZIENINGEN

6 handreikingen van het toeristisch-recreatieve bedrijfsleven

Op woensdag 21 maart 2018 waren de gemeenteraadsverkiezingen. Met de coalitievorming breekt voor bewoners, bestuurders, politici, maar ook voor ondernemers een belangrijke periode aan. Wie gaan de komende 4 jaar onze gemeente besturen? En nog belangrijker: wat wordt hun agenda?

Ook in een tijd waarin het economisch goed gaat, is een agenda gericht op economische ontwikkeling belangrijk. Toerisme en recreatie voor Woerden zorgt voor een jaarlijkse toegevoegde waarde van circa 58 miljoen euro*. De werkgelegenheid (voltijdbanen) in de recreatie en toerisme sector is in de periode 2013-2015 bijna verdubbeld. Hiermee geven we het belang van recreatie en toerisme duidelijk aan. De sector levert een belangrijke bijdrage aan het voorzieningenniveau en de leefbaarheid in onze gemeente. Deze wensenlijst kan helpen voor de afstemming van beleidskeuzes en maatregelen.

1. **Blijf inzetten op toeristische marketing van Woerden**

Met de oprichting van Woerden marketing is in 2012 een belangrijke stap gezet om Woerden op de kaart te zetten. In de afgelopen jaren is er enorm veel vrijwillige, onbetaalde én betaalde inzet gedaan op lokale en regionale verbindingen en op nationale en internationale versterking van recreatie en toerisme voor de gemeente Woerden. Dit heeft al tot zeer goede resultaten geleid, waaronder in 2017 een online bereik van ruim 800.000 bezoekers, een nominatie voor de nationale citymarketing trofee en de plaatsing van de Koeiemart op de Inventaris Immaterieel Cultureel Erfgoed. In 2016 heeft Woerden Marketing het VVV (voorheen TIP) omarmd en onder de financiële en organisatorische hoede van de stichting genomen. VVV Woerden heeft inmiddels 15 bezoldigde ambassadeurs die ervoor zorgen dat bezoekers op een excellente wijze gastvrij worden ontvangen en geïnformeerd. Een samenwerking met Stichting Kaaspakhuis is tot stand gekomen waarbij de VVV ambassadeurs bezoekers van het Kaaspakhuis voorzien van rondleidingen, proeverijen en workshops. Inmiddels zorgt de organisatie Woerden Marketing voor werkgelegenheid van 3,3 FTE en is zij erkend opleidingsbegeleider van ca 36 studenten geweest. Om deze beweging(en) continuïteit te geven is het belangrijk te blijven inzetten op gezamenlijke marketing van Woerden. Wij vragen u geen extra budget maar om een continuering van de huidige subsidie bijdrage voor de komende jaren.

2. **Investeer in lokale ondernemerssamenwerking**

Ondernemers en overheid kunnen samen de aantrekkelijkheid en leefbaarheid van onze regio vergroten. In de afgelopen jaren is een groot netwerk van belanghebbenden (waaronder 50 ondernemers) ontstaan die recreatie en toerisme mee willen en kunnen dragen. Wij vragen u te blijven investeren in deze samenwerking(en). Door ondernemers te verbinden en samenwerking te versterken, onder meer via de Recreatie & Toerisme koersgroep, het collectief Ontmoet Woerden, de binnenstad Vestingraad, POVW en de samenwerking met VVV en stichting Kaaspakhuis waarbij

**Toelichting cijfers:*

Totale toeristische bestedingen –2011: 55 miljoen -> 2013: 56 miljoen -> prognose 2017: -> 58 miljoen (Ecorys)

Zakelijke toeristische bestedingen – 2011: 25 miljoen -> 2013: 26 miljoen -> prognose 2017: -> 28 miljoen (Ecorys)

Werkgelegenheid: 2013 - 2015 verdubbeling aantal voltijdbanen (Ecorys & monitor toerisme&recreatie Utrecht)

Overnachtingen 2016 bijna 55.000 -> prognose 2017 stijging 5% naar 57.750 overnachtingen (bezoekersmonitor Woerden)



overheden en het toeristisch-recreatieve bedrijfsleven strategisch samenwerken om te komen tot een aantrekkelijk en leefbaar Woerden.

3. **Ondersteun innovatie van (verblijfs)recreatie**

Met ruim 55.000 overnachtingen* per jaar is verblijfsrecreatie van belang voor een vitale toeristische sector in onze gemeente. Het heeft een versterkend effect op de horeca die hier duidelijk van meeprofiteert. Om ook de komende jaren concurrerend te kunnen blijven ten opzichte van andere omliggende steden is innovatie van (verblijfs)recreatie noodzakelijk. Wij vragen u dit kansrijke traject te blijven ondersteunen en innovatieve concepten van ondernemers te omarmen.

4. **Versterk zakelijk toerisme**

Het economisch belang van vergaderingen, congressen en andere zakelijke evenementen vormt bijna de helft van het totale toerisme in onze regio met een toegevoegde waarde van 28 miljoen euro*. Met het collectief Ontmoet Woerden zetten we hier met 16 ondernemers in de gemeente Woerden vanaf 2017 vol op in om Woerden als MICE (Meetings, Incentives, conventions and exhibitions) markt onder de aandacht te brengen. Wij vragen u de komende bestuursperiode extra in te zetten op versterking van het zakelijk toerisme.

5. **Zet in op regionale samenwerking**

Door de verwachte aanhoudende toeristische groei krijgt deze regio de komende jaren te maken met een toenemend aantal bewoners en (internationale) bezoekers uit Amsterdam, Utrecht en de Randstad. Omdat Woerden geen massatoerisme toelaat, is het belangrijk in te zetten op kwaliteitstoerisme en spreiding van recreatiedruk waar mogelijk te faciliteren. Dit heeft geleid tot de aanzet en opzet van het Cheese Valley concept, een regionale samenwerking met onder andere marketingorganisaties, gemeenten en provincie voor de Regio Utrecht, waar Woerden zitting heeft in de stuurgroep. In deze samenwerking wordt strategie en beleid gevoerd op de marketing van (inter)nationaal gebied. Daarnaast is er ingezet op een regionale samenwerking van marketingpartijen en overheid binnen het Groene hart, waarbij ingezet wordt op een regionale iconen aanpak op nationaal gebied. Wij vragen u de komende bestuursperiode ondersteuning te blijven bieden voor deze regionale samenwerkingen.

6. **Historie als toeristisch thema**

Historie is een belangrijk toeristisch thema. Woerden heeft veel te bieden en kan zich hiermee onderscheiden van andere bestemmingen. 2022 is een belangrijk jubileumjaar (650 jaar stad, 350 jaar Hollandse Waterlinie, 700 jaar Waterschap Groot-Woerden). Daarom is het van belang om te werken aan meer samenhang en samenwerking omtrent dit thema. Ook op het gebied van bestuurlijke samenwerking; regionaal (Romeinse Limes en Hollandse Waterlinie) en provinciaal middels cultuurpacten.

Stichting Woerden Marketing/VVV

23 maart 2018



**Toelichting cijfers:*

Totale toeristische bestedingen –2011: 55 miljoen -> 2013: 56 miljoen -> prognose 2017: -> 58 miljoen (Ecorys)

Zakelijke toeristische bestedingen – 2011: 25 miljoen -> 2013: 26 miljoen -> prognose 2017: -> 28 miljoen (Ecorys)

Werkgelegenheid: 2013 - 2015 verdubbeling aantal voltijdbanen (Ecorys & monitor toerisme&recreatie Utrecht)

Overnachtingen 2016 bijna 55.000 -> prognose 2017 stijging 5% naar 57.750 overnachtingen (bezoekersmonitor Woerden)