



# REGIOMARKETING

DE DUIN- EN BOLLENSTREEK IS EEN VEELZIJDIGE REGIO DIE JAARLIJKS MILJOENEN BEZOEKERS TREKT UIT BINNEN- EN BUITENLAND. OM IN TREK TE BLIJVEN, MOET CONTINUE EN STEVIG ENERGIE GESTOPT WORDEN IN PROFESSIONELE 'BRANDING' VAN DE STREEK EN HAAR ECONOMISCHE MOGELIJKHEDEN.

Er zijn natuurlijk al veel partijen druk bezig met het opzetten en uitvoeren van marketingactiviteiten. We zien echter dat er veel versplinterde energie wordt ingezet, waarbij allerlei verschillende beelden van onze regio gecommuniceerd worden. De Economische Agenda is een prachtige kans om de streek gezamenlijk van zijn beste kant te laten zien. De businesscase biedt daarom een visie op de samenwerking aan de positionering van de streek naar buiten toe. Het is niet een inhoudelijke visie op de promotie van de Duin- en Bollenstreek. De inhoud wordt aan professionals overgelaten. Er zijn al vele spontane initiatieven, prille samenwerkingsverbanden en professionele promotors bezig met het vermarkten van de streek. Het programma regiomarketing beoogt niet dit uitstekende werk over te doen. Het richt zich op het positioneren van de streek naar buiten toe en hoe en door wie de output uit andere business cases van de EADB professioneel vermarkt kan worden. Uiteraard in samenspraak met bestaande promotors.

## DOELEN

- 1 Regiomarketing van de streek als programma vorm laten geven door professionals vanuit de inhoud, onder aansturing van een professional (programma directeur regiomarketing) op gepaste afstand (publiek/private samenwerking) met mandaat en vanuit inhoud. Op deze manier starten we direct vanuit kracht met de inhoud en zetten we meteen in op waardecreatie.
- 2 Vanuit het Programma Regiomarketing wordt gewerkt aan het heel bewust en krachtig neerzetten van het merk en eenduidige positionering van de regio.
- 3 Verdiepen van de gedeelde identiteit en kracht in de Duin- en Bollenstreek.
- 4 Het komen tot gebundelde regiomarketing op basis van een implementatieplan.
- 5 Complementair aan Noordwijk Marketing.



## ACTIVITEITEN

Het aanstellen van een Programmadirecteur Regiomarketing die:

- Met de promotors uit de streek werkt aan het heel bewust en krachtig neerzetten van het merk en eenduidige positionering van de regio.
- De coördinator en verbinder is voor alle marketingactiviteiten die vanuit de businesscases van de Economische Agenda worden uitgevoerd. Businesscases van de Economische Agenda met een marketingbehoefte nemen zelf projectfinanciering mee voor de marketingactiviteiten.
- Toeziet op een leidraad voor de regionale branding in de marketingactiviteiten binnen de verschillende sectoren.
- Marketingbehoefte uit de businesscases naar bestaande professionele promotors leidt, zoals Noordwijk Marketing, Katwijk Marketing, Lisse Marketing, Hillegom Marketing, Warmond aan de Kaag en Leiden Marketing.
- Als gesprekspartner fungeert voor het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen en andere stads- en regiomarketingorganisaties, WestHolland Foreign Investment Agency, Provincie Zuid-Holland en de Economische Programmaraad Zuidvleugel.

## COFINANCIERING

- Als doel is in deze businesscase opgenomen dat er toegewerkt wordt naar 50% cofinanciering voor de marketingactiviteiten die vanuit het projectbudget van regiomarketing gefinancierd worden. De coördinatiekosten (programmadirecteur en ondersteuning) worden uit publiek geld gefinancierd.

## GEVRAAGDE ONDERSTEUNING VAN GEMEENTEN

- Ambtelijke ondersteuning is nodig bij het positioneren van de Programmadirecteur Regiomarketing.

## VERWACHTE RESULTATEN BUSINESSCASE

Mediawaarde (impact van een bericht in de media) geeft een indicatie van de opgeleverde PR. Dit kan al snel in de miljoenen euro's lopen. Verder worden de volgende resultaten verwacht:

- Betere zichtbaarheid van de streek als geheel.
- Bevordering van de werkgelegenheid in de streek.
- Aantrekkingskracht op bezoekers.
- Aantrekkingskracht op mensen die in de regio willen (komen) wonen.
- Nieuwe economische activiteiten doordat organisaties/bedrijven gaan samenwerken.
- Aantrekkingskracht voor het vestigingsklimaat voor bedrijven.
- Bijdrage aan betere aansluiting van onderwijs en arbeidsmarkt.

## FINANCIERING 2018 T/M 2021

	<b>Totaal</b>
Programmادirecteur regiomarketing voor vier jaar	€ 480.000
Projectbudget regiomarketing	€ 300.000
<b>Totaal</b>	<b>€ 780.000</b>

## PROJECTEIGENAAR

- Voor het projecteigenaarschap van regiomarketing wordt uitgegaan van een groeimodel. De programmادirecteur regiomarketing start onder aansturing van de Economic Board, maar valt onder de stichting promotie Duin- en Bollenstreek zodra de stichting aangeeft daar klaar voor te zijn en de Economic Board dit ook zo beoordeelt.

