

Geachte leden van de Raad,

Op 16 maart jongstleden zijn de raadsverkiezingen in Woerden geweest. Met de coalitievorming breekt voor de bewoners, bestuurders, politici, maar ook voor de ondernemers en betrokken stakeholders een belangrijke periode aan. Wat wordt de agenda van onze vertegenwoordigers? Wie gaan de komende jaren met elkaar samen besturen? En hoe kunnen we zoveel mogelijk met elkaar samenwerken, luisteren en leren van elkaar om ervoor te zorgen dat we een vitale, duurzame en leefbare gemeente creëren waar het fantastisch wonen, werken en recreëren is.

Hierbij willen wij u graag een aantal handreikingen meegeven aan de coalitie onderhandelingen en de komende bestuursperiode vanuit Woerden Marketing en haar betrokken recreatieve & toeristische partners.

Al bijna 10 jaar bouwen wij met Woerden Marketing en haar ondernemers aan Woerden als gastvrije bestemming voor bewoners, bezoekers en bedrijven. Dit willen wij graag voortzetten in de komende jaren met u als betrokken partner. Mogen wij op uw steun rekenen voor de komende jaren?

Graag lichten wij deze speerpunten toe tijdens een ronde fracties. En willen wij graag alle vertegenwoordigers (die ons nog niet kennen) hierbij uitnodigen een kijkje te komen nemen bij onze organisatie.

Met vriendelijke groet,

Directeur
Stichting Woerden Marketing/VVV

Herstelimpuls benodigd voor de vrijetijds- en bezoekerseconomie.

Het inkomend zakelijk en recreatief toerisme groeide in Nederland snel en dat zagen we ook in Woerden terug tot en met 2019 met bezoekersaantallen*. Tot in maart 2020 Covid toesloeg en tot en met februari 2022 de scepter zwaaide, de vrijetijds- en bezoekerseconomie bepaalde en beperkte. Door deze pandemie werden we geconfronteerd tot het stilvallen van de bezoekerseconomie en het halveren van de aantallen bezoekers. Dit vergde omdenken voor het herstel van onze bestemming.

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 een duurzame toekomst voor Woerden op het gebied van Citymarketing. De rol van Citymarketing is in de loop der tijd veranderd naar City management. Meer en meer wordt ingezet op de lokale en regionale rol en stevige samenwerkingen en partnerships om gezamenlijk op te trekken en projecten uit te voeren voor de ontwikkeling van onze mooie gemeente. Duurzaam ondernemen wordt steeds belangrijker, toegankelijk en inclusief voor iedereen. Dit vergt een duurzaam herstel om ervoor te zorgen dat we in de komende jaren weer een stijging in de bezoekerseconomie kunnen laten zien.

Met het oog op de coalitieonderhandelingen willen we vanuit Woerden Marketing u graag meenemen in onze strategie voor de komende jaren omtrent de ontwikkeling van Woerden en Woerden Marketing.

*cijfers uit bezoekersmonitor 2020

Bezoekers per jaar	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Overnachtingen	24.465	54.742	65.548	67.210	71.000	48.549
<i>Gemiddeld 2 personen per overnachting</i>	48.930	109.484	131.096	134.420	142.000	97.098
Recreatieve locaties	465.242	490.940	536.014	564.444	592.277	298.760
Top evenementen	178.600	186.100	191.700	195.350	172.490	3.000
Totaal	717.237	841.266	924.358	961.424	977.767	447.407

1 Investeer in de lokale en regionale (ondernemers)samenwerkingen

Woerden Marketing heeft een sterke lokale rol binnen de maatschappij gebaseerd op vertrouwen opgebouwd in de afgelopen 10 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 Bestendiging voor de toekomst

Woerden Marketing heeft in 2016 het VVV onder haar hoede genomen op aanvraag van de gemeente. Deze samenvoeging van entiteiten is succesvol gebleken in de loop der jaren. VVV Woerden is als onderdeel van Woerden Marketing inmiddels een pilotwinkel voor vele VVV's in Nederland. Daarnaast werken we regionaal samen met 9 VVV's in het Groene Hart om meerdaags verblijfsrecreatie te stimuleren. Deze VVV's kunnen hun werkzaamheden uitvoeren onder de licentievlag van Woerden Marketing.

In 2017 heeft Woerden Marketing/VVV haar intrek genomen in het Kaaspakhuis aan de Emmakade wat een project is van de gemeente Woerden. Hiervoor is een aparte stichting opgericht die ervoor moest zorgen dat het Kaaspakhuis uit zou groeien tot een icoon. Stichting Kaaspakhuis draagt zorg over de educatieve kant en door de organisatiestructuur en personele inrichting draagt Stichting Woerden Marketing/VVV de zorg over de recreatieve kant. De recreatieve kant is succesvol gebleken en dit willen we graag behouden voor de toekomst. We moeten blijven investeren in dit icoon van Woerden omwille van het DNA kaas wat doordrenkt is in de Woerdense economie en maatschappij. De wens van de gemeente is om de beide stichtingen, die onder een dak gevestigd zijn, te laten samengaan per 2023. Hiervoor zijn we in gesprek met de gemeente en stichting Kaaspakhuis om te bepalen wat benodigd is voor deze wens.

3 Inzet op regionale samenwerkingen Leisure

Woerden Marketing heeft in 2016 als initiatiefnemer de opstart verzorgd van 2 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 een groeiende vrijetijdseconomie.

4 Productontwikkeling stimuleren / duurzaam samenwerken

Naast het bestaande aanbod, moet er (nieuw) aanbod ontwikkeld worden om onze 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 nieuwe projecten zoals 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.

5 Inzet op lokale en regionale zakelijke markt

Woerden ligt zeer centraal tussen de Randsteden. Met 16 zakelijk toeristische ondernemers werken we in co-creatie samen aan de groei van de zakelijke bezoeker. Jaarlijks ontvangen deze ondernemers bijna 200.000 bezoekers waardoor het economisch belang voor Woerden als stad en gemeente onmiskenbaar is. Deze bezoekers krijgen allen Woerden onder ogen als stad om terug te komen als Leisure bezoeker, te wonen of te werken. Dit sneeuwbal effect is dan ook van groot belang. We werken hierin samen met onze lokale ondernemers maar ook met onze regionale partners in provincie Utrecht om te komen tot een RUCB, een Regionaal Utrecht Convention Bureau om de regio maar in dit geval Woerden als vergader- en congreslocatie aan te bieden en bezoekers aan ons te binden. We willen de komende jaren hierin investeren en door ontwikkelen in samenwerking met gemeente en provincie Utrecht.

6 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. 2022 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, zullen er vele activiteiten ontplooid worden waar we onze voetafdruk mee kunnen geven. 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 in te stappen op culturele projecten om ervoor te zorgen dat de ziel van Woerden zichtbaar is voor elke bewoner en bezoeker.

Afsluitend willen we met deze handreikingen aan u meegeven dat we met ons voltallige team van Woerden Marketing en VVV de komende jaren doorbouwen aan onze gastvrije bestemming voor bezoekers en met elkaar samen blijven werken aan onze prachtige gemeente.

