



vvd delft

markt 83/85, 2611 GS delft, holland
internet www.vvvdelft.nl

Jaarverslag 2001 VVV Delft

28 mei 2002

Jaarverslag 2001 VVV Delft
28 mei 2002



VVV Delft
Markt 83/85
2611 GS DELFT
www.vvvdelft.nl
tel (0900) 3 353 888
fax (015) 2 158 695
e-mail vvvdelft@vvvdelft.nl

Jaarverslag 2001 VVV Delft

Inleiding	1
1 Organisatie	2
1.1 Stichting	2
1.2 A-kantoor en Regio-VVV	2
1.3 Missie en identiteit	2
1.4 Donateurs	3
1.5 Bestuursorganen	4
1.5.1 Raad van Toezicht	4
1.5.2 Bestuur	4
1.5.3 Adviesraad	4
1.6 Personeel	5
1.6.1 Personeelsbezetting	5
1.6.2 Cursussen en interne opleiding	6
1.6.3 Stagiairs	6
1.6.4 VVV-gidsen	6
2 Informatie	7
2.1 Inleiding	7
2.2 Documentatie	7
2.3 Informatie	7
2.4 Productontwikkeling en marketing-communicatie	8
3 Winkel	10
3.1 Inleiding	10
3.2 Drukwerken en souvenirs	10
3.3 Bemiddeling	10
3.4 Productontwikkeling en marketing-communicatie	11
4 Reserveren	13
4.1 Inleiding	13
4.2 Stadswandelingen en groepsdagtochten	13
4.3 Logies, congressen en hotelarrangementen	13
4.4 Productontwikkeling en marketing-communicatie	14
5 Public relations en advisering	17
5.1 Inleiding	17
5.2 Adviseren	17
5.3 Public relations	18
5.4 Klachtenafhandeling	19
5.5 Productontwikkeling en marketing-communicatie	19
Bijlagen	21
1 Voordelen donateurschap VVV Delft	23
2 Overzicht per maand van het aantal personen aan wie mondeling, telefonisch, schriftelijk en elektronisch informatie werd verstrekt in 2001	24
3 Overzicht per maand van het bezoek van de VVV-internetsite 2001	25
4 Aantal bezoekers bezienswaardigheden en attracties in 1999, 2000 en 2001	26
5 Overzicht activiteiten marketing-communicatie 2001	27
6 De VVV doet veel meer dan u denkt!	30
7 Overzicht per maand van het aantal overnachtingen dat in 2001 door de informatiedienst en de reserveringsdienst geboekt is naar logiesvorm	32
8 Overzicht per maand van het aantal overnachtingen dat in 2001 door de informatiedienst en de reserveringsdienst geboekt is naar nationaliteit	33
9 VVV-ideeën ter verbetering van het toeristisch product Delft	34

Inleiding

Het afgelopen jaar 2001 was een succesvol jaar voor VVV Delft. Zowel de informatiedienst als de reserveringsdienst noteerden flinke groeicijfers voor de afzet van VVV-diensten en -producten aan toeristen uit binnen- en buitenland. Met name de VVV-internetsite droeg bij aan de positieve resultaten. Bovendien waren er per 31 december 2001 389 donateurs en deelnemers aangesloten bij VVV Delft. Dit aantal was in de geschiedenis van de VVV nog nooit zo groot.

Belangrijke onderwerpen die in 2001 speelden waren: de herstructurering VVV-organisatie (Regio-VVV), de uitvoering en financiering en het ontbreken van een werkplan *Meerjaren Marketingplan Toerisme Delft 2000-2004 (MMT)*, gesprekken met politieke partijen en de gevolgen van de aanslagen op 11 september.

In 2001 heeft de informatiedienst goede resultaten geboekt. De medewerkers van VVV Delft verstrekten mondeling, telefonisch, schriftelijk en per mail ruim 280.000 informaties aan toeristen en Delftenaren, dat is 13% meer dan in 2000. De VVV-infowinkel werd door zo'n 236.000 mensen bezocht en dat is 20% meer dan in 2000. Het aantal telefonische informatieaanvragen in het afgelopen jaar was 11.757, een daling van 14% ten opzichte van 2000, die het gevolg is van het invoeren in februari 2001 van een 0900-telefoonnummer waarvoor de beller moet betalen.

De reserveringsdienst had te maken met een groei op alle fronten. Bij het aantal overnachtingen dat is geboekt in 2001 was er een groei van maar liefst 45%, een stijgingspercentage dat vooral verband houdt met de sterke groei van congresboekingen in Delft het afgelopen jaar. Ook de VVV-hotelarrangementen (+14%), groepsdagtochten (+39%) en stadswandelingen (+19%) werden meer geboekt dan in 2000.

De afdeling marketing-communicatie heeft in de maanden augustus, september en oktober een groot deel van de donateurs van VVV Delft, dat participeert in de marketingprojecten van VVV Delft, bezocht. In totaal zo'n 120 bedrijven. Het doel van het bezoek was tweeledig. Enerzijds diende het bezoek om de banden met het bedrijfsleven aan te halen. Anderzijds resulteerde het bezoek erin dat de vele brieven betreffende de dienstverlening van de VVV, die voorheen naar de actieve donateurs werden gestuurd overbodig werden. In 2002 zal de rest van de actieve donateurs door de afdeling marketing-communicatie worden bezocht.

1 Organisatie

1.1 Stichting

In 1897 is de vereniging VVV Delft opgericht onder de naam Verfraaiingsvereniging Delfia. Na een naamsverandering in Vereniging voor Vreemdelingenverkeer Delfia heette de vereniging sinds 1991 VVV Delft. Sinds 16 februari 1996 is de VVV omgezet in een stichting met de naam VVV Delft en omstreken.

De statuten zijn opgenomen in een notariële akte. De stichting is ingeschreven in het Stichtingenregister van de Kamer van Koophandel en Fabrieken voor Haaglanden onder nummer S41147147.

1.2 A-kantoor en Regio-VVV

Alle plaatselijke VVV's moeten op gezag van de landelijke koepelorganisatie Algemene Nederlandse Vereniging van VVV's (ANVV) voldoen aan minimumeisen ten aanzien van de kwaliteit en kwantiteit van de dienstverlening. Kantoren die zelfstandig aan deze eisen voldoen en ondersteuning willen geven aan kleinere VVV's krijgen een A-kantoor licentie. Kantoren die niet zelfstandig aan de minimumeisen kunnen voldoen en dus moeten samenwerken met een groter kantoor, heten S-kantoor. Alle VVV's moeten één keer per drie jaar hun A- of S-status opnieuw aanvragen.

In 1999 heeft VVV Delft opnieuw de A-erkenning gekregen voor de periode tot 1 februari 2002 of tot VVV Delft een Regio-VVV heeft gevormd.

In 1998 is door de Algemene Ledenvergadering van de ANVV besloten tot herstructurering van de VVV-organisatie. De bedoeling hiervan is te komen tot Regio-VVV's, met een professionele organisatie en management, met een voor toeristen herkenbaar toeristisch product, met eigen product/markt combinaties en met een groot draagvlak bij het toeristisch bedrijfsleven in het hele werkgebied. Dit besluit is bindend voor alle VVV's. Het doel van het proces van regionalisering is een stelsel van professionele VVV-organisaties in Nederland, met een kwalitatief hoogwaardige dienstverlening voor de consument, toeristisch bedrijfsleven en gemeentelijke overheid.

VVV Delft opteert voor een eigen zelfstandige positie als Regio-VVV met als werkgebied het oude ANVV steunpuntgebied in de omgeving van Delft (zie ook 2.2), waar de VVV haar donateurs en deelnemers werft, wederverkopers van de VVV-geschenkbond heeft en informatie over verstrekt.

In juni 2001 ontving VVV Delft bericht van de ANVV dat de aanvraag voor erkenning als Regio-VVV was afgewezen. VVV Delft voldeed wel aan de organisatiecriteria maar niet aan de uitgangspunten van de herstructurering en de erkenningscriteria voor werkgebied en regionale samenwerking. Op 10 december 2001 heeft VVV Delft opnieuw een aanvraag ingediend.

1.3 Missie en identiteit

De missie van VVV Delft is: zorgen dat de consument graag en lang in Delft verblijft en de (potentiële) bezoekers behulpzaam zijn bij het vinden van hun weg in Delft en omgeving. De organisatie van de VVV is daarop afgestemd en heeft de volgende identiteit en daarop afgestemd takenpakket:

- 1 **Informatie verstrekken** aan toeristen, zakelijke bezoekers en eigen bevolking over vrijetijdsbesteding, door middel van persoonlijke dienstverlening en (elektronische) media.
- 2 **Winkel** voor bemiddeling van toeristische dienstverlening en verkoop van goederen.
- 3 **Reserveren** van kant-en-klare en op-maat vrijetijdsproducten voor groepen en individuele bezoekers.
- 4 **Ontwikkelen en samenstellen van producten en diensten** ten behoeve van 1, 2 en 3.
- 5 **Marketing-communicatie, public relations en advisering** ten behoeve van 1, 2, 3 en 4.

De corporate communicatie van de VVV is primair gericht op de consument. Voor de productleveranciers (hotels, restaurants, winkels, attracties en musea) heeft de VVV een intermediaire functie.

1.4 Donateurs

In de gemeente Delft moet een bedrijf of instelling donateur zijn van VVV Delft om voor dienstverlening en verwijzing in aanmerking te komen. Het donateurschap biedt een aantrekkelijk pakket dienstverlening en is onmisbaar voor de toeristische branche (zie bijlage 1). Voor een aantal extra marketingdiensten betaalt een donateur de kostprijs.

Een bedrijf buiten de gemeente Delft dat wil profiteren van de landelijke VVV-geschenkbond kan bij VVV Delft deelnemer worden. Wil een bedrijf of instelling buiten Delft profiteren van meer vormen van dienstverlening of van verwijzing door de VVV, dan moet dat bedrijf volwaardig donateur worden. Participatie aan een enkele activiteit kan tegen betaling.

Regelmatig worden (startende) ondernemingen die belang hebben bij het werk van de VVV aangeschreven en bezocht met het verzoek om VVV-donateur of -deelnemer te worden. Daarnaast melden donateurs zich spontaan aan.

In het donateurs- en deelnemersreglement zijn de rechten en plichten van de donateurs en deelnemers vastgelegd.

De communicatie met de donateurs is er continu het hele jaar door over alle activiteiten van de VVV. In 2001 werden zo'n 120 donateurs persoonlijk bezocht (zie paragraaf 5.3). Jaarlijks ontvangen de donateurs aan het begin van het toeristenseizoen de VVV- nieuwsbrief met interessante nieuwtjes.

Verder is de Adviesraad van VVV Delft samengesteld uit donateurs.

Het **donateurs- en deelnemersbestand** van VVV Delft was op 31 december 2001 als volgt samengesteld:

- banken	4
- bezienswaardigheden/attracties	9
- Delfts blauw ateliers	2
- Delfts blauw fabrieken	3
- Delfts blauw winkels	5
- diversen	7
- galeries/ambachten	11
- horeca exclusief restaurants	24
- hotels 1/2/3/4/5 sterren	17
- kampeerterreinen	3
- koepelorganisaties	4
- musea	12
- niet toeristische bedrijven en instellingen	10
- overige detaillisten/winkels	116
- pensions	2
- restaurants	60
- sport/recreatie	11
- theaters	3
- zaalverhuur/partycentra	16
Totaal aantal donateurs	319
Totaal aantal deelnemers	70
Totaal bij VVV Delft aangesloten donateurs en deelnemers op 31 december 2001	389

Dit aantal was in de geschiedenis van de VVV nog nooit zo groot.

1.5 Bestuursorganen

De stichting kent drie statutaire organen: een Raad van Toezicht, een bestuur dat bestaat uit één of meer directeuren en een Adviesraad.

1.5.1 Raad van Toezicht

De Raad van Toezicht bewaakt de doelstelling van de stichting en bestaat uit onafhankelijke leden. De Raad voldoet als collectief aan een in de statuten omschreven kwaliteitsprofiel. De leden van de Raad worden benoemd voor een periode van vier jaar en zijn eenmaal herbenoembaar.

De Raad van Toezicht van VVV Delft was op 31 december 2001 als volgt samengesteld:

- a *openbaar bestuur*: de heer drs. W.H.M. Aalbers, planoloog, oud-gedeputeerde provincie Zuid-Holland, Hoogheemraad, diverse bestuursfuncties. Dit lid treedt af in 2004.
- b *pr/communicatie*: mevrouw drs. M.E.H. Koop, directeur/mede-eigenaar Bureau Koop & Koot, communicatie-adviseur, CDA-gemeenteraadslid in Delft. Dit lid treedt af in 2003.
- c *informatietechnologie*: de heer A.J.F. Lepoutre, directeur Computerplan B.V. Dit lid treedt af in 2005.
- d *financiën*: de heer J.H. Reissenweber, directeur Rabobank Delflanden. Dit lid treedt af in 2004.
- e *marketing*: mevrouw dr. A. Rima, TU Delft, Staf College van Bestuur, hoofd Master of Science-bureau en projectleider Postgraduate School. Dit lid treedt af in 2002.
- f *management en economie*: de heer ir. J.M. van de Wiel, directeur Morée, Van de Wiel & Partners. Dit lid treedt af in 2005.

De voorzitter van de Raad van Toezicht is mevrouw Rima; de vice-voorzitter is de heer Reissenweber.

Volgens het rooster van aftreden was de voorzitter de heer Koster voor de tweede keer aan de beurt van aftreden en kon dus niet opnieuw benoemd worden. In de vergadering van 1 mei trad de heer Koster af als voorzitter en lid en werd mevrouw Rima benoemd tot voorzitter. In de vergadering van 7 september 2001 werden als nieuwe leden benoemd de heren Lepoutre en Van de Wiel.

Vergaderingen

De vergaderingen van de Raad van Toezicht werden in het verslagjaar gehouden op 21 maart, 1 mei, 7 september en 13 november.

De belangrijkste onderwerpen die aan de orde kwamen waren: herstructurering VVV-organisatie (Regio-VVV), uitvoering en financiering en (ontbreken van) werkplan *Meerjaren Marketingplan Toerisme Delft 2000-2004 (MMT)*, hoteloverleg en kostendekkend maken reserveringsactiviteiten, bezoeken donateurs, overleg met Duwo over short stay housing, uitvoeren marketing binnenland MMT, gesprekken met politieke partijen, gevolgen aanslagen 11 september, jaarverslag en jaarrekening 2000, *Activiteitenplan marketing-communicatie 2002* en begroting 2001.

1.5.2 Bestuur

Het bestuur van de stichting VVV Delft is opgedragen aan de directeur. De directeur is eindverantwoordelijk voor het besturen van de stichting. De functie van directeur wordt vervuld door de heer drs. J.S. Stokvis.

1.5.3 Adviesraad

De Adviesraad vormt de binding van de stichting met de donateurs en andere relatiegroepen. De Adviesraad heeft tot taak het bevorderen en in stand houden van de binding van de stichting met haar relatiegroepen (met name de donateurs) en mede op grond hiervan het gevraagd en ongevraagd met raad terzijde staan van de directeur.

In de Adviesraad zitten vertegenwoordigers van Delftse toeristische bedrijven en instellingen. De leden van de Adviesraad worden benoemd door de Raad van Toezicht voor een periode van vier jaar en zijn eenmaal herbenoembaar. De leden van de Adviesraad zijn donateur van VVV Delft en vervullen hun functie op persoonlijke titel.

De Adviesraad was op 31 december 2001 als volgt samengesteld:

- a *museum*: mevrouw M. Berendsen (Techniek Museum Delft). Dit lid treedt af in 2005.
- b *attractie*: de heer A. Brands (Rondvaart Delft). Dit lid treedt af in 2003.
- c *horeca*: de heer S. Edink (Delftstede). Dit lid treedt af in 2003.
- d *detailhandel*: de heer J.M.A. de Groot (Parfumerie Schipper). Dit lid treedt af in 2004.
- e *galerie/ambacht*: mevrouw S.B. Haak (Terra keramiek). Dit lid treedt af in 2005.
- f *restaurant*: de heer H. Hanssen (Het Wapen van Delft). Dit lid treedt af in 2004.
- g *pension*: mevrouw I. Kramer (Bed & Breakfast Oosteinde). Dit lid treedt af in 2004.
- h *kampeerb企业*: de heer P.W.M. Meykamp (Recreatiecentrum Delftse Hout). Dit lid treedt af in 2002.
- i *Delfts blauw fabriek*: de heer N.G. van Nieuwenhuijzen (De Delftse Pauw). Dit lid treedt af in 2003.
- j *cultuur*: de heer H.J. Weyers (Evenementenbureau Delft). Dit lid treedt af in 2004.
- k *detailist/grootwinkelbedrijf*: de heer P. de Wit (Hema). Dit lid treedt af in 2005.

De voorzitter van de Adviesraad is de heer Meykamp; de vice-voorzitter is de heer Weyers.

De heer De Geus (Oude en Nieuwe Kerk) was voor de tweede keer aan de beurt van aftreden en kon daarom niet worden herbenoemd. Ook door het vertrek in de loop van het verslagjaar van de heer Van den Eeckhout bij het Delft Museumhotel & Residence ontstond er een vacature.

Door de Adviesraad zijn in 2001 voor benoeming door de Raad van Toezicht voorgedragen de dames Berendsen, Haak en Kramer en de heren Hanssen en De Wit. Alle kandidaten zijn door de Raad van Toezicht benoemd in de eerste vergadering van 2001.

Vergaderingen

De vergaderingen van de Adviesraad werden in het verslagjaar gehouden op 6 maart en 18 september. De belangrijkste onderwerpen die aan de orde kwamen waren: subsidie gemeente Delft, gebrekkige uitvoering *Meerjaren Marketingplan Toerisme Delft 2000-2004 (MMT)*, internetsite VVV Delft, hoteloverleg, stand van zaken Regio-VVV, bezoeken aan donateurs door VVV-medewerkers, Horecanota "Wie durft", nieuwe Stichting Promotie Delft en *Activiteitenplan marketing-communicatie 2002*.

1.6 Personeel

1.6.1 Personeelsbezetting

In totaal zijn in 2001 13,5 mensjaren arbeid besteed (exclusief VVV-gidsen, stagiairs, automatiseringsadviseurs en schoonmaakpersoneel). Deze mensjaren waren verdeeld over de informatiedienst (manager, informatrices, seizoeninformatrices, bureaumedewerker, weekend- en oproepkrachten), reserveringsdienst, marketing-communicatie, administratie, secretariaat en directie.

Een van de medewerksters van de informatiedienst ging begin 2001 met zwangerschapsverlof en was aansluitend de rest van het jaar ziek. Daarnaast was er opnieuw verloop van personeel en kostte het veel tijd, geld en inspanning om nieuwe collega's te vinden. Ook is er opnieuw veel tijd en geld gaan zitten in opleiden van de nieuwe medewerkers.

Voor het personeel zijn er collectieve regelingen voor pensioen, WAO-aanvulling en spaarloon. In het verslagjaar heeft regelmatig personeelsoverleg plaatsgevonden waarin vragen, knelpunten en ideeën aan de orde zijn gesteld. Jaarlijks vinden in de periode oktober tot en met december beoordelingsgesprekken plaats met het personeel.

1.6.2 Cursussen en interne opleiding

Personeelsleden van VVV Delft hebben de volgende cursussen gevolgd: ToerInfo (landelijk informatie-systeem voor VVV's), workshop VVV-vakanties en Praktisch leidinggeven.

Voor alle nieuwe (tijdelijke) medewerkers en stagiairs heeft VVV Delft een speciaal inwerkprogramma samengesteld. Voor de verschillende afdelingen van de VVV zijn er aparte handboeken met afspraken en beschrijvingen van de procedures.

Alle personeelsleden en de VVV-gidsen hebben een VVV-legitimatiekaart die geldig is als doorlopend toegangsbewijs zodat iedereen op de hoogte kan blijven van de wisselende tentoonstellingen in de musea en van de veranderingen bij de bezienswaardigheden in Delft.

1.6.3 Stagiairs

VVV Delft begeleidde dit verslagjaar stagiairs van: Ichthus Hogeschool Rotterdam, Hogeschool Holland, Albeda College, Meander College, Hoornbeeck College, NHTV kort-hbo, TIO en vier stagiaires van de MTRO's Den Haag (3) en Leiden.

1.6.4 VVV-gidsen

De VVV zorgt voor het opleiden en in stand houden van een team van VVV-gidsen die groepen en individuele bezoekers begeleiden in het Nederlands, Frans, Duits en Engels. De VVV-gidsen worden ingezet bij de door VVV Delft georganiseerde dienstverlening voor groepen zoals de stadswandelingen en de groepsdagtochten maar ook bij persbezoek en op aanvraag van Delftse organisaties, bedrijfsleven, gemeente, Zuid-Hollands Bureau voor Toerisme en Toerisme Recreatie Nederland. Bovendien kunnen groepen alleen onder begeleiding van een VVV-gids een bezoek brengen aan molen De Roos en de markt-kamer in Het Steen (de toren van het stadhuis).

Zowel in theorie als in praktijk worden de VVV-gidsen gedurende het jaar bijgeschoold door speciale rondleidingen, werkbezoeken en diavoorstellingen. Op 30 oktober was er een plenaire bijeenkomst met de VVV-gidsen. Eind 2001 waren er 16 (aspirant-)gidsen.

In opdracht van VVV Delft heeft één van de VVV-gidsen, mevrouw B.A.M. Geburtig, in 2001 een opleidingspakket voor aspirant-gidsen ontwikkeld: *Wegwijzer voor VVV-gidsen*. De *Wegwijzer* is een belangrijke leidraad voor nieuwe gidsen die het vak gaan leren en geeft basisinformatie, een overzicht van belangrijke te bestuderen literatuur, een calendarium, een overzicht van bezienswaardigheden en een aantal tips voor verdere studie.

2 Informatie

2.1 Inleiding

De informatiedienst van VVV Delft selecteert en documenteert alle mogelijke gegevens met betrekking tot toerisme, recreatie en vrije tijd in Delft en omgeving en de rest van Nederland.

Op basis van deze documentatie verstrekt de VVV informatie aan inwoners van Delft en omgeving en aan toeristen uit binnen- en buitenland. Deze front-officetaak aan de balie van de VVV levert geen geld op.

2.2 Documentatie

Toeristische documentatie over evenementen, voorstellingen, bezienswaardigheden en (toeristische) bedrijven wordt door de VVV systematisch verzameld en bijgehouden. Deze documentatietask heeft de VVV niet alleen voor Delft maar ook voor het steunpuntgebied met de gemeenten Berkel en Rodenrijs, De Lier, 's-Gravenzande, Maasland, Monster, Nootdorp, Pijnacker, Schipluiden en Wateringen.

VVV Delft heeft een geautomatiseerd gegevensbestand Delft Toeristische Informatie (DTI), waarin gedetailleerde informatie over donateurs van VVV Delft is opgenomen. Om deze gegevens actueel te houden, krijgen alle donateurs één keer per jaar in het najaar een uitdraai van hun gegevens met het verzoek om ze te corrigeren. Mutaties door het jaar heen moeten de donateurs zelf aan de VVV schriftelijk doorgeven. VVV Delft maakt gebruik van deze database voor alle functies en activiteiten van de VVV. Naast eigen gebruik wordt deze documentatie over Delft en omgeving ook verstrekt aan binnen- en buitenlandse uitgevers en samenstellers van brochures, kaarten, kranten, gidsen, boeken en naslagwerken.

Voor toeristische informatie over de rest van Nederland is VVV Delft geabonneerd op het landelijke informatiesysteem Toerinfo.

2.3 Informatie

Op basis van de bij paragraaf 2.2 genoemde documentatie en praktische kennis van Delft en omgeving, verstrekt de informatiedienst zowel **mondeling**, **telefonisch**, **schriftelijk**, als **elektronisch** (e-mail, internet) informatie aan toeristen uit Nederland en het buitenland en aan inwoners van Delft. De informatieverstrekking heeft betrekking op onder andere bezienswaardigheden, musea, logies, eten en drinken, uitgaan, winkelen, wandelen en fietsen. Daarnaast wordt informatie gegeven over talloze niet-toeristische/recreatieve onderwerpen.

Deze informatie wordt niet alleen verstrekt over Delft en omgeving, maar ook over de rest van Nederland.

Telefoon

Op 29 januari 2001 ging bij VVV Delft een nieuw telefoonnummer voor inlichtingen in gebruik: 0900 – 3 353 888. Het telefoonnummer is een betaalnummer en kost 1 gulden (€ 0,45) per minuut. VVV Delft is in 2001 geld gaan vragen voor telefonische informatieverstrekking omdat de gemeente Delft minder subsidie verstrekt.

Internet

De internetsite van VVV Delft (www.vvvdelft.nl en www.delft.com) geeft de bezoekers een compleet en uitgebreid overzicht van alle toeristische informatie over Delft en omgeving. Het hoofdmenu bestaat uit 16 onderdelen die ieder weer duidelijke submenu's hebben. Het betreft informatie over hotels, horecagelegenheden, musea, bezienswaardigheden, winkelen, uitgaan, evenementen en recreatie. Ook zaken als geschiedenis, ligging, bereikbaarheid van Delft, groepsbezoek, stadswandelingen, interessante bedrijven, persberichten en vacatures zijn te vinden op de internetsite. Divers toeristisch drukwerk kan via het digitale VVV-filiaal aangevraagd worden; tevens zijn er foto's van Delft te bekijken.

De internetsite is beschikbaar in vier talen, te weten Nederlands, Engels, Duits en Frans.

Winkelcommunicatie

Voor gratis informatiedrukwerken over culturele en groene activiteiten is er in de VVV-infowinkel het **Delft Special rek**. Op de leestafel staat de **restaurant- en cafémolen**. Deze molen geeft toeristen en Delftenaren een indruk van het aanbod van restaurants en cafés in Delft. In de **diadisplay** (een serie verlichte diabakken met vergrote kleurendia's boven de schappen en toonbank van de VVV-infowinkel) maken VVV Delft en een aantal donateurs reclame voor diverse diensten. Donateurs kunnen hun producten tonen door een gedeelte van de **vitrinekasten** in de VVV-infowinkel te huren.

Gedurende de openingstijden van de VVV-infowinkel staat er een **sandwichbord** buiten bij de ingang en hangen er twee **schoolborden** aan de gevel met actuele informatie. Tevens hangen er twee **informatieborden** op de buitendeur met informatie over de diverse diensten van de VVV (in Nederlands en Engels).

In de **etalages** van het VVV-kantoor hangen programma's van theaters, evenementen en informatie over toeristische bedrijven in Delft en omgeving. Deze etalages zijn 's avonds verlicht, zodat Delftenaren en toeristen ook na sluitingstijd kunnen zien wat er in Delft te doen is.

Op het **hotel- en campingbord** kunnen toeristen 's avonds zien welke hotels nog kamers beschikbaar hebben.

Cijfers

In 2001 verstrekten de medewerkers van VVV Delft mondeling, telefonisch, schriftelijk en per mail ruim 280.000 informaties aan toeristen en Delftenaren, dat is 13% meer dan in 2000. De drukste maanden waren achtereenvolgens augustus, juli, mei en juni.

De VVV-infowinkel werd door zo'n 236.000 mensen bezocht en dat is 20% meer dan in 2000. Van deze mensen kwam 24% uit Delft, 30% uit de rest van Nederland en 46% uit het buitenland (zie bijlage 2). Het aantal telefonische informatieaanvragen in het afgelopen jaar was 11.757, dat is een daling van 14% ten opzichte van 2000. Deze daling is het gevolg van het invoeren per februari 2001 van een 0900-telefoonnummer waarvoor de beller moet betalen. Van de bellers komt 21% uit Delft, 71% uit de rest van Nederland en 8% uit het buitenland. Het aantal informatieaanvragen per post en fax daalde met 17% ten opzichte van 2000. De groeicijfers zijn des te opmerkelijker omdat de reusachtige groei van het aantal internetsite bezoekers niet is opgenomen in deze cijfers.

De **internetsite** www.vvvdelft.nl en www.delft.com is in 2001 zeer druk bezocht; meer dan 202.000 bezoekers bekeken bijna 762.000 pagina's. Dat is 59% meer dan in 2000. De bezoekers bleven gemiddeld 6 minuten op de VVV-site en 19% van de surfers had de VVV-internetsite al eerder bezocht (zie bijlage 3). Augustus, juni en april waren de drukste maanden met gemiddeld 640 bezoekers per dag. De meest bekeken pagina's waren de fotogalerij, de hotels, de bezienswaardigheden, de winkels, de restaurants en de evenementen. In 2001 was het aantal bestellingen en reserveringen via de VVV-internetsite meer dan verdubbeld ten opzichte van 2000: 1152 bestellingen van brochures en 992 reserveringen van stadswandelingen, hotelovernachtingen en groepsdagtochten. Ook cadeaubonnen, waaronder de VVV-geschenkbond, werden via de internetsite besteld.

Een overzicht van bezoekersaantallen van Delftse musea en bezienswaardigheden staat in bijlage 4.

2.4 Productontwikkeling en marketing-communicatie

Ten behoeve van de informatiefunctie van de VVV werden producten en diensten ontwikkeld die aan het publiek werden aangeboden met behulp van media en de marketing-communicatiemiddelen drukwerk, advertenties, beurzen, public relations, direct marketing, internet en winkelcommunicatie. In bijlage 5 is een beknopt overzicht opgenomen van de activiteiten die uitgevoerd zijn in 2001. Gedetailleerde informatie over het totale programma staat in het *Activiteitenplan marketing-communicatie* dat jaarlijks verschijnt.

Internet

In 2001 werd voor het eerst informatie over de verkoop van toegangskarten op de internetsite vermeld en wel karten voor Taptoe Delft, African Festival, de Keukenhof, Six Flags, Warner Bros. Movie World, Russisch Staatscircus, Duinrell en Stingers.

Bovendien kunnen bezoekers van de internetsite met ingang van 2001 hun bestellingen per creditcard betalen.

Publiciteit

In 2001 zijn er beduidend meer persberichten ten behoeve van de informatiefunctie van de VVV verstuurd. Onderwerpen waren o.a. de stadswandeling voor individuele bezoekers en de verkrijgbaarheid van toegangskarten.

Arrangementen lekkerweg.nl en vvv.nl

Gedurende een half jaar zijn er (verblijfs)arrangementen en evenementen op de internetsites www.lekkerweg.nl en www.vvv.nl gepubliceerd. Hiermee werden zowel de stadswandelingen voor groepen, als de individuele stadswandeling en de VVV-hotelarrangementen onder de aandacht gebracht van de Nederlandse markt.

3 Winkel

3.1 Inleiding

Verkoop en bemiddeling is de front-officetaak van de informatiedienst in de VVV-infowinkel. Van belang waren vooral het wisselen van vreemde valuta, de verkoop van VVV-geschenkbonnen, informatieboekjes, drukwerken, souvenirs en ansichtkaarten en het reserveren van hotels aan de balie. Een overzicht van alle diensten en producten die de informatiedienst aanbiedt staat in bijlage 6.

3.2 Drukwerken en souvenirs

Sinds maart 1994 heeft VVV Delft een VVV-infowinkel met zelfbediening waar Delftenaren en toeristen hun toeristische boodschappen kunnen doen, die ze afrekenen bij de kassa. Voor toeristen is er een uitgebreid assortiment aan boeken, gidsen, kaarten, plattegronden en routes over Delft. Delftenaren vinden er volop informatie voor hun vakantie of dagje uit in Nederland. De schappen zijn ingedeeld aan de hand van de volgende thema's: wandelen, fietsen, wandel- en fietskaarten, regiogidsen, Delft, stadsplattegronden en Holland. Bovendien heeft de VVV-infowinkel een ruim assortiment souvenirs en ansichtkaarten. In 2001 bezochten zo'n 236.000 mensen de VVV-infowinkel.

3.3 Bemiddeling

Toegangsbewijzen en (lidmaatschaps)kaarten

Aan de balie zijn HTM-tramkaarten te verkrijgen: een dagkaart, een 2-dagenkaart en een groepsretour. Er was bijna uitsluitend belangstelling voor het groepsretour.

VVV Delft verkoopt hotelcheques waarmee men goedkoop kan overnachten bij aangesloten hotels in de Benelux.

In 2001 hebben vele toeristen gebruik gemaakt van de mogelijkheid om bij VVV Delft vreemde valuta te wisselen in Nederlandse guldens.

VVV Delft is verkooppunt voor onder andere het Cultureel Jongeren Paspoort (CJP) en de vakantie-voordeelkaart van de Nederlandse Jeugdhierberg Centrale (NJHC).

Tot halverwege 2001 verkocht de VVV-infowinkel parkeerdagkaarten. Een parkeerbewijs is goedkoop en maakt het de automobilist mogelijk om langere tijd te parkeren bij een parkeermeter of parkeerautomaat in de binnenstad zonder bij te vullen. In 1 juli 2001 voerde de gemeente een nieuw parkeerbeleid in waardoor de verkoop van de parkeerkaart moest stoppen. In december werd gestart met de verkoop van dagkaarten voor de nieuwe Phoenixparkeergarage.

De VVV verkoopt ook postzegels, telefoonkaarten en strippenkaarten voor het openbaar vervoer per metro, tram of bus.

De VVV heeft regelmatig toegangsbewijzen van plaatselijke evenementen, voorstellingen en manifestaties in de voorverkoop. VVV Delft verkoopt ook entreekaarten voor enkele grote landelijke attractieparken.

Logies boeken aan balie

Van oudsher reserveren de informatrices **aan de balie** logies voor toeristen in Delft en via het landelijke netwerk Logies Informatie Dienst (LID) bij aangesloten hotels elders in Nederland.

In 2001 werden aan de balie 1785 overnachtingen geboekt bij hotels, pensions en de camping in Delft (13% minder dan in 2000) en 820 overnachtingen bij hotels buiten Delft (13% minder dan in 2000). In totaal werden er aan de balie dus 2605 overnachtingen geboekt, 13% minder dan in 2000 (zie bijlage 7).

De meeste boekingen aan de balie waren in augustus, juli, april en mei. De belangrijkste herkomstlanden waren achtereenvolgens Frankrijk, Italië, Groot-Brittannië, de Verenigde Staten en Duitsland.

Naast deze boekingen aan de balie, boekt de reserveringsdienst ook logies in Delft (zie paragraaf 4.3).

Stadswandeling onder leiding van een VVV-gids voor individuele bezoekers

In het hoogseizoen organiseert VVV Delft tweemaal per week een stadswandeling onder leiding van een VVV-gids voor individuele bezoekers. Afhankelijk van de nationaliteit van de deelnemers is deze stadswandeling in het Nederlands en/of in het Engels. Recreatiecentrum Delftse Hout biedt deze wandeling gratis aan zijn gasten aan; in 2001 hebben 69 campinggasten zich aangemeld. Daarnaast namen aan de stadswandeling nog 455 individuele toeristen deel die zich aanmeldten bij de VVV. In totaal waren er dus 524 deelnemers. Dit is een stijging van 40%.

Reisbureau

Aan de reisbureaubalie van de VVV-infowinkel vindt wederverkoop plaats van producten van VVV Vakanties zoals groepsdagtochten (VVV's), hotel- en bungalowarrangementen en wandel- en fietsvakanties (kant en klaar verzorgde vakanties samengesteld door VVV's in geheel Nederland). Tevens is er de mogelijkheid om bungalowvakanties bij CenterParcs te boeken; hiervoor was echter weinig belangstelling. In 2001 zijn in totaal 59 arrangementen geboekt, dat is 67% minder dan in 2000.

Cadeaubonnen

In 2001 was de **VVV-geschenkbond** verkrijgbaar in de coupures f 10, f 12,50, f 15, f 20, f 25, f 50 en f 100. De geschenkbonden zijn te besteden bij deelnemende bedrijven in Delft en geheel Nederland. Ten opzichte van 2000 is de totale omzet met 22% gestegen. De omzet aan de balie is met 21% gestegen. De omzet via de wederverkopers is met 24% gestegen. De meeste verkopen vonden plaats in december en november. In december werd alleen al 46% van de jaaromzet behaald. Dit is uiteraard te danken aan de particulieren en bedrijven die de cadeaubonnen als sinterklaas- of kerstgeschenk kopen.

In 2001 had VVV Delft 11 wederverkooppunten. De VVV-geschenkbonden waren verkrijgbaar bij de *Rabobanken* in Schipluiden en Den Hoorn, *Boekhandel Mieke van der Burg* in Berkel en Rodenrijs, *Electro World Radio Koenen* in 's-Gravenzande, *Boek- en kantoorboekhandel Van Atten* in Pijnacker, *Novalux Fischer* in Monster, *W.A. Brabander* in Wateringen, *Tweewielercentrum Kees van den Burg* in Maasland, *Kerklaan Doe Het Zelf* in Delfgauw, *Rabobank De Maaslanden* in De Lier, *N.J. Kerklaan BV* in Delfgauw, *Bruna* in Rijswijk en *Boekhandel Ben Kempers* in Delft. Er zijn in 2001 geen nieuwe wederverkopers geworven. *Tweewielercentrum Kees van de Burg*, wederverkoper in Maasland, heeft het contract beëindigd.

VVV Delft verkoopt ook de **Nationale Bioscoopbond** en de **Theater & Concertbond**. Deze waren verkrijgbaar in coupures van respectievelijk f 10, f 15, f 25 en f 40 en van f 10, f 15, f 25, f 40 en f 100. De Nationale Bioscoopbond kan in alle bioscopen in Nederland besteed worden. De verkoop van de Bioscoopbond is ten opzichte van 2000 met 8% gedaald. Voor matineeën en avondvoorstellingen van theater en concerten in Nederland kan de Theater & Concertbond cadeau gegeven worden. De verkoop van de Theater- en Concertbond is ten opzichte van 2000 met 36% gestegen.

De **VVV-aktiefbond** en de **Charibond** zijn in de coupures van respectievelijk f 10 en f 15 en van f 25, f 50 en f 100 verkrijgbaar. Met de VVV-aktiefbond kan men terecht bij verschillende sport- en recreatie-instellingen. De ontvanger van de Charibond schenkt de waarde aan één of meer charitatieve instellingen. Voor beide bonnen was weinig belangstelling en daarom zijn ze eind december dan ook uit het assortiment gehaald.

VVV Delft verkoopt ook de **Nationale Dinercheque**, een bon die uitsluitend in restaurants besteed kan worden. De Nationale Dinercheque was verkrijgbaar in coupures van f 50, f 75 en f 100. De omzet van de Nationale Dinercheque is met 13% gestegen.

3.4 Productontwikkeling en marketing-communicatie

Ten behoeve van de winkelfunctie van de VVV werden producten en diensten ontwikkeld die aan het publiek werden aangeboden met behulp van media en de marketing-communicatiemiddelen drukwerk, advertenties, beurzen, public relations, direct marketing, internet en winkelcommunicatie. In bijlage 5 is een

beknopt overzicht opgenomen van de activiteiten die uitgevoerd zijn in 2001. Gedetailleerde informatie over het totale programma staat in het *Activiteitenplan marketing-communicatie* dat jaarlijks verschijnt. De volgende nieuwe activiteiten werden in 2001 ontwikkeld ten behoeve van de winkelfunctie.

VVV-routes

In 2001 werd het uitgebreide pakket aan routes voor diverse doelgroepen letterlijk in een nieuw jasje gestoken. Er zijn verschillende uitvoeringen voor de diverse wandel-, fiets-, kano- en inlineskateroutes ontworpen en gedrukt. Ook het binnenwerk werd helemaal gecontroleerd en zonodig aangepast. De vernieuwde routes zullen vanaf april 2002 in de winkel liggen.

Informatieboekje

In 2001 heeft dit boekje een nieuwe kleurenomslag gekregen, die past in de huisstijl van het nieuwe Meerjaren Marketingplan Toerisme van de Gemeente Delft: *Ontdek de andere kleuren van Delft*. De inhoud van het Informatieboekje is in 2001 vernieuwd. Ieder onderwerp heeft een eigen kleur en met de gekleurde tabs kan heel snel het gewenste onderwerp worden gevonden. Nieuw in het boekje was ook de informatie over *Op stap met kinderen* en *Evenementen*.

Direct Mail hotels en VVV's Zuid-Holland

Er is een brief gestuurd naar alle hotels en campings in Zuid-Holland om de tweetalige folder *Stadswandeling Delft o.l.v. een VVV-gids voor individuele bezoekers* onder de aandacht te brengen.

Cadeaubonreclame

Er zijn minder, maar grotere advertenties geplaatst in lokale huis-aan-huisbladen ten behoeve van de cadeaubonnen. De advertenties zijn in een nieuwe stijl ontworpen, met zwarte letters en witte vlakken zodat de advertenties meer opvallen.

4 Reserveren

4.1 Inleiding

De primaire VVV-taak reserveren wordt back-office uitgevoerd door de reserveringsdienst. De reserveringsdienst boekt 5 producten: groepsdagtochten, stadswandelingen voor groepen, logies, hotelarrangementen en congressen. Alle producten zijn door VVV Delft samengesteld en hebben betrekking op Delft en omgeving. Ze worden overzichtelijk aangeboden in 2 brochures (*Groepen in Delft* en *Overnachten in Delft*). Met behulp van reserveringsformulieren uit de brochures en op de VVV-internetsite, kunnen klanten via verschillende communicatiemiddelen (schriftelijk, fax, e-mail, via de internetsite) boekingen plaatsen bij de reserveringsdienst. De reserveringsdienst is op werkdagen bereikbaar van 8.30-17.00 uur.

4.2 Stadswandelingen en groepsdagtochten

VVV Delft organiseert en verkoopt via de reserveringsdienst speciaal voor groepen gemaakte stadswandelingen en groepsdagtochten die begeleid worden door VVV-gidsen (zie paragraaf 1.6.4). In het verslagjaar werden in totaal 465 groepen met in totaal 13.347 personen door de VVV-gidsen rondgeleid door Delft. Inclusief de individuele aanmeldingen voor stadswandelingen onder leiding van een gids zijn er in 2001 maar liefst 13.871 bezoekers in Delft door VVV-gidsen rondgeleid.

De **stadswandeling in groepsverband** wordt geboekt door de reserveringsdienst. Er waren in 2001 vijf verschillende wandelingen: Vermeer-wandeling, VOC-wandeling, historische wandeling, Oranje-wandeling en bibliotheek-wandeling (Technische Universiteit Delft). Er werden 329 groepen (in totaal 8.846 personen) rondgeleid door Delft. De gemiddelde groepsgrootte van de stadswandeling was 27 personen. Het aantal deelnemers was 18 % meer dan in 2000. De meeste stadswandelingen voor groepen vonden plaats achtereenvolgens in de maanden mei, september, oktober, juni en juli. Op woensdag en vrijdag (april-september) kunnen ook **individuele toeristen** zich bij de balie aanmelden voor een stadswandeling onder leiding van een VVV-gids (zie paragraaf 3.3). Samen met de stadswandeling voor individuele bezoekers hebben de gidsen in totaal 9.370 personen rondgeleid.

In 2001 heeft VVV Delft 136 **groepsdagtochten** met in totaal 4.501 personen geboekt voor één van de kant-en-klare groepsdagtochten (*Sfeer proeven in Delft*, *De Gouden Eeuw in Delft*, *Met de Camera op stap* en *Delft's Knus*) en de dagtocht-op-maat. Het aantal deelnemers is ten opzichte van 2000 gestegen met 39%. De gemiddelde groepsgrootte was 33 personen. De deelnemers kozen voor 77% de dagtocht-op-maat, voor 13% *Sfeer proeven in Delft* en voor 6% *Met de camera op stap*. De meeste groepsdagtochten werden uitgevoerd in september, mei, oktober en juni.

4.3 Logies, congressen en hotelarrangementen

De reserveringsdienst van VVV Delft boekt logies bij hotels, pensions en de camping in Delft. De reserveringsdienst boekt deze logies voor toeristen en zakelijke bezoekers, ook voor congressen en hotelarrangementen. In 2001 boekte deze afdeling van de VVV in totaal 2.770 overnachtingen, dat is 45% meer dan in 2000 (zie bijlage 7). De meeste boekingen waren in juli (congres), september (congres), en juni. De belangrijkste herkomstlanden voor deze logiesboekingen waren achtereenvolgens Nederland, Groot Brittanie, Duitsland, Frankrijk, USA, Japan en Italië.

Anders dan logies reserveren aan de balie door de informatiedienst, reserveert de reserveringsdienst vooraf aan de dag van aankomst **logies** bij hotels, pensions en de camping in Delft. De klant betaalt geen reserveringskosten, de hotels betalen commissie. Zo werden 1.483 overnachtingen geboekt in 2001, dat is 20% meer dan in 2000. In 2001 werd ca. 75% van de logiesreserveringen via internet geboekt.

Met deze door de VVV zelf ontwikkelde methode boekte de reserveringsdienst, in opdracht van congresorganisatoren, ook logies voor **congressen**. Deze congresservice van de VVV is een dienst om het zakelijk toerisme in Delft te bevorderen. Deze service bestaat onder meer uit het gratis reserveren van hotelkamers in Delft en het verzorgen van vrijetijdsprogramma's. VVV Delft heeft in 2001 in juli en september 839 overnachtingen geboekt voor congresgangers. Dat is 200% meer dan in 2000. Voor congresboekingen waren de belangrijkste herkomstlanden achtereenvolgens Groot-Brittannië, Verenigde Staten, Japan en Duitsland.

Ter stimulering van de verblijfsduur van toeristen stelt VVV Delft **hotelarrangementen** samen met aantrekkelijke activiteiten en overnachten in Delft. In 2001 waren er 7 verschillende hotelarrangementen: *Delft Verwenarrangement*, *De Verenigde Oost-Indische Compagnie in Delft*, *Koninklijk Delft*, *Shoppern in historisch Delft en pierewaaier in mondain Scheveningen*, *Delfts blauw in vele kleuren*, *Delft Techniekstad* en *Het Geheim van Delft*.

Bij de reserveringsdienst zijn in 2001 in totaal 448 overnachtingen geboekt voor één van de VVV-hotelarrangementen. Dat is 14% meer dan in 2000. De boekers komen voornamelijk uit Nederland. Ze betalen geen reserveringskosten.

Het beste liep het arrangement *VOC in Delft* met 132 overnachtingen gevolgd door *Shoppern in historisch Delft en pierewaaier in mondain Scheveningen* met 102 overnachtingen. De drukste maanden waren achtereenvolgens september, februari en augustus.

Totaal logiesboekingen informatiedienst en reserveringsdienst

Alle logiesboekingen samen van zowel de informatiedienst aan de balie (zie paragraaf 3.3) als van de reserveringsdienst back-office (zie paragraaf 4.3), staan in het overzicht van bijlage 7.

In 2001 werden in totaal 5.375 overnachtingen geboekt; dat is 9% meer dan in 2000.

De belangrijkste herkomstlanden in 2001 (bijlage 8) waren achtereenvolgens Nederland, Groot-Brittannië, Frankrijk, Duitsland, Italië en de Verenigde Staten.

4.4 Productontwikkeling en marketing-communicatie

Ten behoeve van de reserveringsfunctie van de VVV werden producten en diensten ontwikkeld die aan het publiek werden aangeboden met behulp van media en de marketing-communicatiemiddelen drukwerk, advertenties, beurzen, public relations, direct marketing, internet en winkelcommunicatie. In bijlage 5 is een beknopt overzicht opgenomen van de activiteiten die uitgevoerd zijn in 2001. Gedetailleerde informatie over het totale programma staat in het *Activiteitenplan marketing-communicatie* dat jaarlijks verschijnt.

De volgende nieuwe activiteiten werden in 2001 ontwikkeld ten behoeve van reserveren.

Groepsdagtochten

De brochure *Groepen in Delft 2001* is verschenen in een nieuwe kleurenomslag die past in het nieuwe marketingplan *Ontdek de andere kleuren van Delft*. Nieuw in 2001 was dat er niet alleen programma's van VVV Delft opgenomen waren maar ook van Delftse ondernemers. Deze nieuwe dagtochten waren de kant-en-klare groepsdagtochten *Delft's Knus: Actief en Ongedwongen* van KNUS en *Met de camera op stap* van party- en recreatiecentrum 't Karrewiel. Voor het eerst is de folder met vier groepsdagtochten kant-en-klaar en de stadswandelingen voor groepen o.l.v. een VVV-gids in het Frans verschenen. De boekingsresultaten van de groepsdagtochten staan in paragraaf 4.2. De groepsdagtochten werden dit jaar ook aangeboden via de AVN-brochure *Groepsdagtochten in Nederland* en in de brochure van de touringcaronderneming Brabant Express.

In 2001 is de groepsdagtocht-op-maat op de VVV-internetsite gezet. Via deze pagina kan de consument eenvoudig een offerte aanvragen of een reservering maken.

Hotelarrangementen

In 2001 is het aanbod van VVV-hotelarrangementen gelijk gebleven. Deze VVV-hotelarrangementen werden aangeboden in de brochure *Overnachten in Delft*, die in 2001 net als de brochure *Groepen in Delft* een nieuwe kleurenomslag kreeg, conform het gemeentelijke gemeenschappelijke concept *Ontdek de andere kleuren van Delft*. De boekingsresultaten van de VVV-hotelarrangementen staan in paragraaf 4.3.

Samen naar Nederland

Door een advertentie in *Samen naar Nederland*, een uitgave van het NBT-kantoor in België, werden de groepsdagtochten en stadswandelingen voor groepen onder de aandacht gebracht van de Belgische markt (touroperators, reisbureaus, scholen en verenigingen).

Nieuwsflash Scandinavië

Een nieuwsflash is per e-mail verstuurd naar de consumenten in de Scandinavische Holland Club. Hiermee werden het gratis reserveren van overnachtingen in Delft en de VVV-internetsite onder de aandacht gebracht van de Scandinavische consumentenmarkt.

E-mails Noord-Amerika

Begin 2001 is een actie uitgevoerd waarbij iedereen die per e-mail een antwoord van het call center van het NBT Noord-Amerika ontving, ook per e-mail een boodschap van VVV Delft kreeg. Hiermee werden het gratis reserveren van overnachtingen in Delft, de stadswandelingen en de VVV-internetsite onder de aandacht gebracht van de Noord-Amerikaanse markt.

Le carnet de Bosch

In het kader van "Rotterdam Culturele Hoofdstad" heeft vanaf 1 september tot 11 november 2001 de expositie "Jeroen Bosch" plaatsgevonden in het Rotterdams Museum Boymans van Beuningen. Door een advertentie in *Le carnet de Bosch*, een uitgave van het NBT-kantoor in Frankrijk, werd het gratis reserveren van overnachtingen in Delft onder de aandacht gebracht van de Franse en Franstalige Zwitserse consumenten die de expositie bezochten.

VVV-wandeling op de fiets

Ten behoeve van het sociale programma tijdens een internationale conferentie van Ikea heeft VVV Delft een fietstocht door de stad ontwikkeld langs Delftse bezienswaardigheden met een Hollandse versnapering (korenwijn met haring) onderweg. Deze fietstocht is in 2001 twee maal uitgevoerd.

Kerstwandeling met VVV-gids

Voor het eerst heeft VVV Delft een stadswandeling onder leiding van een VVV-gids op lichtjesavond 18 december 2001, georganiseerd. Tijdens de wandeling werd de Markt bezocht waar de kerstboom werd ontstoken en konden de deelnemers van historisch Delft in kerstsfeer genieten.

Arrangementen lekkerweg.nl en vvv.nl

Gedurende een half jaar zijn er (verblijfs)arrangementen en evenementen op de internetsites www.lekkerweg.nl en www.vvv.nl gepubliceerd. Hiermee werden zowel de stadswandelingen voor groepen, als de individuele stadswandeling en de VVV-hotelarrangementen onder de aandacht gebracht van de Nederlandse markt.

VVV-congresservice

VVV Delft beschikt al enkele jaren over een uitgebreide internetsite met de mogelijkheid via e-mail hotel-accommodatie te reserveren. Speciaal voor het congres *Ultrasonics International 2001* heeft VVV Delft een reserveringsformulier op de internetsite ontwikkeld en veel deelnemers aan *Ultrasonics International* uit o.a. Europa, Japan, Australië, Zuid-Afrika en de Verenigde Staten hebben hier gebruik van gemaakt.

Vanwege het grote succes is dit herhaald voor het *GLARE*-symposium georganiseerd door de Faculteit Luchtvaart- en Ruimtevaarttechniek van de TU Delft.

5 Public relations en advisering

5.1 Inleiding

De VVV adviseert de relatiegroepen zoals de donateurs, de gemeente Delft, het Delftse Actieplan Toerisme en de reisindustrie. VVV-medewerkers ontvangen pers en media, zijn lid van werkgroepen, commissies, kringen en handelen klachten af. De visie van de VVV op de marketing van het toeristisch product van Delft en omgeving staat genoteerd in het *Activiteitenplan marketing-communicatie*.

5.2 Adviseren

Op verzoek adviseert de VVV haar donateurs over de kwaliteit van hun toeristisch product. Daarnaast adviseert VVV Delft de gemeente en het Delfts Actieplan Toerisme over de toeristische ontwikkeling van de stad. In dit kader voert de VVV ook projecten uit.

De toeristische belangen van Delft werden door de VVV vertegenwoordigd bij personen en (overkoepelende) instanties in en buiten Delft in werkgroepen, commissies en besturen.

Om het toerisme naar Delft te stimuleren is naast marketing vooral ook productuitbreiding en productvernieuwing van het grootste belang. De ideeën van de VVV voor productontwikkeling en verbetering van de kwaliteit van het toeristisch product van Delft zijn opgenomen in bijlage 9.

Delfts Actieplan Toerisme

Het gemeentelijk toeristisch beleid wordt concreet uitgewerkt in het Delfts Actieplan Toerisme (DAT). Het DAT geeft richting aan de bestedingen uit het toerismefonds.

De DAT-werkgroep is samengesteld uit vertegenwoordigers van de gemeente Delft, Kamer van Koophandel en Fabrieken voor Haaglanden kantoor Delft, Koninklijk Horeca Nederland afdeling Delft/Oostland, Ondernemers Federatie Delft, Recron, Zuid-Hollands Bureau voor Toerisme en VVV Delft. De wethouder voor economische zaken is voorzitter van de DAT-werkgroep. De werkgroep adviseert het college van B & W over toeristische projecten. Het secretariaat is in handen van de afdeling economische zaken van de gemeente. Een belangrijk project van het DAT is het Geheim van Holland, het samenwerkingsverband van de zes Oudhollandse steden Delft, Dordrecht, Gouda, Haarlem, Leiden en Schiedam.

Meerjaren Marketingplan Toerisme

Om het toerisme naar Delft te stimuleren heeft de gemeenteraad in het najaar van 1999 het Meerjaren Marketingplan Delft 2000-2004 (MMT) vastgesteld en een budget beschikbaar gesteld voor de uitvoering van het plan. In opdracht van de gemeente Delft, is het Zuid-Hollands Bureau voor Toerisme (ZHBT) aangewezen als coördinator en budgetbeheerder voor de uitvoering van het plan. Het ZHBT verbond zich ook aan de gemeente om de marketing-activiteiten op de binnenlandse markt uit te voeren. De Stichting Promotie Den Haag werd gevraagd om de marketing op de buitenlandse markten uit te voeren. VVV Delft werd belast met de receptieve taken en het gastheerschap.

Op verzoek van de gemeente en het ZHBT is in 2001 besloten dat VVV Delft met ingang van 2002 de ontwikkeling en de uitvoering van de marketing-communicatie activiteiten op de binnenlandse markt zal uitvoeren onder regie van het ZHBT. Hiervoor zal de VVV in 2002 een marketing-communicatieplan schrijven.

Koninklijke bijzetting

Als een lid van het Koninklijk Huis overlijdt, zal de bijzetting mogelijk in Delft plaatsvinden. Dit zal leiden tot een enorme stroom van bezoekers en journalisten uit binnen- en buitenland. Hierdoor komt er een grote druk te liggen op de informatie- en logiesverstrekken functie van de VVV. Daarom heeft de VVV

in samenwerking met het DAT een scenario ontwikkeld, dat zich toespitst op het verzamelen van materiaal voor journalisten, het reserveren van logies en het opvangen van bezoekers na de bijzetting. In 2001 is dit plan aangepast.

400 jaar VOC

VVV Delft heeft in 2001 deelgenomen aan een aantal brainstormbijeenkomsten geïnitieerd door de Gemeente Delft over 400 jaar VOC in Delft. VVV Delft heeft producten ontwikkeld met als thema de VOC in Delft: een fietsroute langs de belangrijkste VOC-locaties in Delft, Delftshaven en Schiedam, een wandelroute langs de belangrijkste VOC-locaties van Delft, een stadswandeling onder leiding van een VVV-gids met als thema *De Verenigde Oost-Indische Compagnie in Delft* (zowel voor individuen als groepen), een groepsdagtocht (koffie met gebak, een VOC-wandeling onder leiding van een VVV-gids, een bezoek aan de Oude Kerk, rondrit met de Paardentram, een bezoek aan de Botanische Tuin en de Koninklijke Porceleynse Fles) en een hotelarrangement (inclusief het *Informatieboekje Delft, De VOC in Delft* wandelroute, toegang tot het Stedelijk Museum het Prinsenhof en de Oude en de Nieuwe Kerk).

5.3 Public relations

Donateurs

Ruim 120 **donateurs** werden in augustus, september en oktober 2001 bezocht door medewerkers van de afdeling marketing-communicatie. Doel van de bezoeken was tweeledig. Enerzijds het verkrijgen van inzicht in de situatie en opvattingen van de donateurs: wat leeft er onder de donateurs? waar zijn de donateurs mee bezig? hoe is de communicatie met VVV Delft? zijn er nieuwe/andere toeristische diensten en producten die VVV Delft aan zou kunnen bieden? En anderzijds het informeren van de donateur over de activiteiten en producten van VVV Delft en het bevorderen van de participaties door donateurs aan die activiteiten en producten.

Het bezoeken van de donateurs nam veel tijd in beslag, maar er werd ook veel tijd bespaard door geen wervingsbrieven meer op te stellen en te versturen, niet meer na te bellen en door de facturen gelijktijdig te versturen. Nagenoeg iedereen heeft het bezoek als positief ervaren.

Gedurende het gehele jaar bezochten de manager informatie- en reserveringsdienst en de directeur de donateurs als daar reden voor was. Voor het werven van nieuwe donateurs werden het hele jaar door potentiële donateurs bezocht door medewerkers van afdeling marketing-communicatie.

Pers en media

VVV Delft ontving en begeleidde afgelopen jaar een fors aantal **journalisten** uit het buitenland. Voor deze journalisten heeft VVV Delft persmappen samengesteld en rondleidingen door Delft verzorgd. In bijlage 5 staat een overzicht van de persbezoeken.

Met de binnenlandse **pers** en **media** (plaatselijk, regionaal en landelijk niveau) zijn goede contacten onderhouden. Er zijn regelmatig publicaties over Delft verschenen. Op aanvraag van diverse damesbladen en andere tijdschriften en kranten levert VVV Delft regelmatig informatie aan over het toeristisch product Delft. Ook zijn er steeds meer informatie-aanvragen van beheerders van internetsites.

De VVV heeft persberichten en artikelen vervaardigd voor de locale, regionale en landelijke pers en voor de buitenlandkantoren van TRN. Deze persberichten en artikelen gingen over Delft, de activiteiten van VVV Delft en andere organisaties in Delft. In 2001 zijn in totaal 20 persberichten verstuurd. Dit leverde ca. 50 plaatsingen op, voornamelijk in Delftse Post, Delft op Zondag, Postiljon en Delftsche Courant.

In 2001 is de VVV zeer regelmatig benaderd door de **reisindustrie** (touroperators, reisbureaus, vervoersmaatschappijen) met het verzoek om toeristische gegevens (overnachten, bezienswaardigheden, excursies e.d.).

VVV Delft beschikt over een uitgebreid **foto- en dia-archief**. De archieven worden gebruikt door de VVV zelf en door andere geïnteresseerden zoals de pers, media, uitgevers, particulieren, ZHBT, NBT, AVN e.d.. De foto's en dia's worden aan donateurs gratis in bruikleen gegeven.

Er waren nog vele andere externe public relations activiteiten. Het onderhouden van gegevensbestanden, het beleggen van vergaderingen voor donateurs en het bezoeken van donateurs en potentiële donateurs. Voor deze gelegenheden zijn speciale drukwerken vervaardigd, zoals de *presentatiemappen* en de *Nieuwsbrief VVV Delft*.

5.4 Klachtenafhandeling

Ter bewaking van de kwaliteit van het toeristisch product Delft, behandelt VVV Delft klachten van toeristen met betrekking tot het toeristisch bedrijfsleven en instellingen in Delft. De klachten bereiken de VVV via klachtenformulieren bij de balie, brieven, faxen en e-mails van klanten en schriftelijke klachten via andere organisaties. Om misverstanden te voorkomen neemt VVV Delft alleen schriftelijk ingediende klachten in behandeling. Mondelinge klachten worden wel genoteerd maar er wordt in principe geen actie op ondernomen.

In 2001 heeft VVV Delft 30 schriftelijke klachten ontvangen (2000: 27 klachten). Er waren onder andere klachten over Delftse hotels en over de (uitvoering van) groepsdagtochten van VVV Delft; de aard van de overige klachten en de bedrijven waarover geklaagd werd, was divers. Soms heeft het betrokken bedrijf op verzoek van de VVV de klacht in behandeling genomen; soms liep het antwoord via de VVV. Het merendeel van de klachten kon naar tevredenheid van de klagers opgelost worden.

5.5 Productontwikkeling en marketing-communicatie

Ten behoeve van de advies- en public relationsfunctie van de VVV werden producten en diensten ontwikkeld die aan het publiek werden aangeboden met behulp van media en de marketing-communicatiemiddelen drukwerk, advertenties, beurzen, public relations, direct marketing, internet en winkelcommunicatie. In bijlage 5 is een beknopt overzicht opgenomen van de activiteiten die uitgevoerd zijn in 2001. Gedetailleerde informatie over het totale programma staat in het *Activiteitenplan marketing-communicatie*.

Bijlagen

Bijlage

1 Voordelen donateurschap VVV Delft

Met de steun van donateurs bevordert de VVV het toerisme naar Delft en is de VVV gastheer voor alle bezoekers van de stad. Een donateur heeft de volgende exclusieve rechten:

- *Gegevens* van donateurs worden opgenomen in computerbestanden, adreslijsten, agenda's en folders van VVV Delft, die worden doorgegeven aan pers, uitgevers, reisorganisatoren, touring-carbedrijven, marketingorganisaties, plaatselijke VVV's e.d.
- De VVV-informatrices verstrekken zowel mondeling, schriftelijk als telefonisch *alleen informatie* over winkels en bedrijven die donateur zijn van de VVV.
- Donateurs kunnen gratis deelnemen aan de landelijke VVV irischeque met een omzet in 2001 van meer dan 860.000 euro in Delft en 83 miljoen euro in Nederland.
- De meeste categorieën van donateurs worden vermeld in het *informatieboekje* dat jaarlijks in 4 taalversies verschijnt en waarvan er ca. 40.000 exemplaren verkocht worden. Alleen donateurs kunnen advertentieruimte in dit informatieboekje kopen.
- Alle donateurs worden gratis vermeld op de *internetsite* van VVV Delft. Donateurs komen in aanmerking voor het doorklikken naar de eigen site of eigen pagina's. Donateurs uit de categorieën niet-toeristische bedrijven en banken krijgen een gratis hyperlink.
- Donateurs komen in aanmerking voor deelname aan de *promotie-activiteiten* van de VVV. In 2002 wordt door VVV Delft voor meer dan 136.000 euro besteed aan zo'n 80 marketingprojecten in binnen- en buitenland.
- Donateurs profiteren van de VVV-bemiddeling voor het *reserveren van logies* in Delft (balie, telefoon, fax, schriftelijk en internet). Alleen donateurs worden gratis aangesloten op het landelijke VVV-hotelreserveringssysteem LID (Logies Informatie Dienst) en doen mee met de VVV-congressservice.
- Donateurs komen in aanmerking voor opname in door de VVV georganiseerde (hotel)arrangementen, groepsdagtochten en stadswandelingen, en profiteren van de intensieve marketing voor deze producten.
- De VVV reserveert en bemiddelt alleen voor uitvoeringen, evenementen en tentoonstellingen van donateurs; de VVV maakt daarvoor reclame in de VVV-infowinkel.
- Donateurs kunnen gratis gebruik maken van sommige *VVV-diensten* (o.a. lenen van foto's en dia's) en krijgen *korting* (o.a. VVV-gidsen en Informatieboekjes Delft).
- Donateurs kunnen gratis gebruik maken van de *VVV-kennis en -ervaring* bij de verbetering van hun product of dienst en hun marketing.
- De *belangen* van donateurs worden door de VVV behartigd bij gemeentelijke, provinciale en nationale overheden en instellingen, bij overkoepelende (marketing)organisaties e.d.

Bijlage

2 Overzicht per maand van het aantal personen aan wie mondeling, telefonisch, schriftelijk en elektronisch informatie werd verstrekt in 2001

	mondeling					telefonisch								post / fax / e-mail					totaal (zonder internet)	% 2000						
	informatiedienst					informatiedienst				reserveringsdienst				tot		% 2000		info. dienst			tot		% 2000			
	Delft	Ned	bui	tot	% 2000	Delft	Ned	bui	Delft	Ned	bui	Delft	Ned	bui	Delft	Ned	bui	Ned			bui	Ned	bui	Ned	bui	
jan	1393	877	962	3232	20%	118	291	87	40	107	32	675	30%	8	36	80	81	205	0%							
feb	1379	1072	1155	3606	95%	128	430	21	63	84	39	765	7%	51	26	119	138	334	21%							
mrt	1633	1338	1702	4673	10%	125	516	5	59	134	57	896	-33%	43	34	97	127	301	-38%							
april	1233	1258	4344	6835	10%	164	654	14	51	108	70	1061	-11%	54	34	167	198	453	75%							
mei	1656	2482	4685	8823	42%	220	771	32	14	91	97	1225	-16%	60	34	152	231	477	57%							
juni	1711	2670	3573	7954	27%	164	699	15	64	96	60	1098	-11%	47	18	139	172	376	59%							
juli	1693	3108	5055	9856	11%	194	760	6	57	134	57	1208	-25%	42	23	64	30	159	-32%							
aug	1267	3601	5950	10818	12%	119	915	15	88	129	65	1331	-13%	48	27	73	56	204	-37%							
sept	1348	2242	3073	6663	1%	107	640	16	68	133	54	1018	0%	31	12	41	65	149	-62%							
okt	1406	2338	2995	6739	15%	127	587	18	30	105	66	933	-17%	29	15	75	67	186	-60%							
nov	1609	1478	1677	4764	34%	176	473	13	18	70	34	784	-44%	27	21	57	30	135	-59%							
dec	2467	1168	1007	4642	28%	222	441	11	35	47	7	763	24%	14	18	0	0	32	-85%							
tot	18795	23632	36178	78605	20%	1864	7177	253	587	1238	638	11757	-14%	454	298	1064	1195	3011	-19%							

Bijlage

3 Overzicht per maand van het bezoek van de VVV-internetsite 2001

maand	aantal succesvolle hits	aantal bekeken pagina's	aantal bezoekers	gem. aantal bezoekers per dag	drukste dag	gem. tijd bezoek (min)	herhaalbezoek	aantal bestel- kaarten	aantal reser- veringen
januari	374.809	38.395	12.123	319	di. 16-01-01	4,39	19,00%	47	30
februari	429.904	45.413	12.139	433	ma. 26-02-01	6,52	18,19%	83	38
maart	578.526	58.772	16.526	516	ma. 26-03-01	5,25	17,94%	123	80
april	681.420	70.354	19.247	641	wo. 11-04-01	5,56	18,74%	174	126
mei	651.113	69.475	19.181	599	ma. 21-05-01	5,45	20,34%	139	135
juni	626.193	71.286	19.333	644	vr. 22-06-01	6,16	20,53%	101	128
juli	575.752	63.946	17.951	472	ma. 23-07-01	5,25	18,92%	104	70
augustus	664.744	76.664	19.869	567	wo. 08-08-01	6,03	18,78%	94	95
september	521.221	62.382	16.408	546	ma. 10-09-01	5,48	18,73%	89	86
oktober	624.055	70.986	18.506	596	ma. 22-10-01	5,19	18,03%	87	94
november	591.466	70.149	16.187	539	ma. 19-11-01	5,57	18,12%	56	64
december	457.769	63.950	14.570	416	ma. 3-12-01	6,02	17,91%	55	46
Totaal	6776972	761.772	202.040	524		5,57	18,77%	1152	992

Bijlage

4 Aantal bezoekers bezienswaardigheden en attracties in 1999, 2000 en 2001

Cijfers zijn afkomstig van de betrokken bedrijven en instellingen

Bezienswaardigheid/attractie	1999	2000	2001
Nieuwe Kerk en Oude Kerk ^{1/2}	103.022	106.218	178.016
Koninklijke Porceleyne Fles	170.000	170.000	170.000
De Delftse Pauw	150.000	145.000	137.500
Legermuseum	52.820	45.812	57.201
Stedelijk Museum Het Prinsenhof	58.434	51.515	50.617
De Candelaer	25.000	25.000	40.000
Rondvaart Delft	g.g	g.g	40.000
Toren Nieuwe Kerk	31.996	24.048	36.908
Reptielenzoo Serpo	g.g	g.g	23.124
Volkenkundig Museum Nusantara	20.223	22.611	23.157
Museum Lambert van Meerten	22.356	24.313	22.790
Techniek Museum Delft	18.448	18.493	21.347
Botanische Tuin TU Delft	16.000	19.000	20.000
Museum Paul Tétar van Elven ³	5.857	5.049	5.010
Molen de Roos	g.g.	1.750	1.750
Mineralogisch-Geologisch Museum ⁴	1.200	1.200	1.250
Stichting Gereedschap Museum Mensert ⁵	751	560	665
Museum Psychiatrisch Centrum Joris	400	425	385
Het Steen (toren Stadhuis) ⁶	249	185	283

Er zijn geen cijfers ontvangen van Rondrit Paardentram.

g.g. = geen gegevens ontvangen

- 1 exclusief bezoekers tijdens open dagen
- 2 kaarten geven toegang tot beide kerkgebouwen
- 3 's winters gesloten
- 4 exclusief studenten en gasten van de faculteit en schoolbezoek op afspraak
- 5 geopend iedere 1^e zaterdag van de maand
- 6 bezoek uitsluitend mogelijk onder leiding van VVV-gids

Bijlage

5 Overzicht activiteiten marketing-communicatie 2001

Voor gedetailleerde informatie zie het *Activiteitenplan marketing-communicatie*.

Drukwerk		
naam	Taalversie	oplage
<i>Informatieboekje Delft</i>	Ne, En, Du, Fr	35.000
<i>shellomslag</i>	Ne, En, Du, Fr	63.000
<i>brochure Groepen in Delft</i>	Ne, En, Du	14.400
<i>Stadswandelingen o.l.v. een VVV-gids voor individuele bezoekers</i>	Ne, En	2000
<i>brochure Overnachten in Delft</i>	Ne, En, Du, Fr	11.000
<i>deelnemersboekje landelijke VVV-geschenkbon</i>	Ne	40.000
<i>presentatiemappen</i>	n.v.t.	400
<i>bestelkaart VVV-infowinkel</i>	Ne, En, Du, Fr	3.000
<i>nieuwsbrief VVV Delft</i>	Ne	400
<i>parkeerplattegrond voor touringcars</i>	Ne, En, Du, Fr	-
<i>Shoppingroute Delft</i>	Ne, En	1.100
<i>rondleiding door de bibliotheek van TU Delft o.l.v. een VVV- gids</i>	Ne, En	-
<i>Italiaanse vertaling 'Historische wandeling door Delft' uit het Informatieboekje</i>	It	60
<i>Spaanse vertaling 'Historische wandeling door Delft' uit het Informatieboekje</i>	Sp	135
<i>wandelroute In het voetspoor van Johannes Vermeer</i>	Ne, En, Du, Fr	960
<i>wandelroute De Verenigde Oost-Indische Compagnie in Delft</i>	Ne, En, Du, Fr	428
<i>Puzzeltocht Het Geheim van Delft</i>	Ne, En, Du, Fr	606
<i>Puzzeltocht door Delft voor jeugd</i>	Ne, En	493
<i>wandelroute Bekende Delftse schilders, schrijvers en wetenschappers</i>	Ne, En, Du, Fr	373
<i>routebeschrijving NS-station Delft naar de VVV-infowinkel</i>	Ne, En	800
<i>fietsroute Fietsen door de Delftse Hout en de polders van het Oostland.</i>	Ne, En, Du, Fr	395
<i>fietsroute VOC-fietsocht door Delft, Delfshaven en Schiedam</i>	Ne, En	253
<i>kanoroute Kanoën door de Delftse grachten</i>	Ne, En, Du, Fr	304
<i>inlineskateroute Inlineskaten in Delft en omgeving</i>	Ne, En	110

Adverteren		
medium	markt	Oplage
Delft op Zondag (1x achterpagina, 2x halve pagina)	Delft en omgeving	60.000
CRM-signalen	België	1.500
Stadsplattegrond (Falkplan)	Delft	7.000
Samen naar Nederland (NBT)	België	12.000
Nieuwsflash Scandinavië (NBT)	Scandinavië	5.000
E-mails Noord-Amerika	Verenigde Staten	4.000
Le Carnet de Bosch (NBT)	Frankrijk	10.000
Arrangementen lekkerweg.nl en vvv.nl	Nederland	100.000
Diverse bladen van (plattelands-)vrouwenorganisaties	Nederland	divers
Dagarrangementen in Nederland (AVN)	Nederland	55.000
Westlandpost (1x)	Westland	41.000

Persbezoeken	
naam en soort medium	land
RDF (televisie)	Duitsland
Vancouver Courier, Northshore News (dagbladen)	Canada
Ming Pao en The Sun (dagbladen)	Hong Kong
Financial Times (dagblad)	Groot-Brittannië
The Times (dagblad)	Groot-Brittannië
The Guardian (dagblad)	Groot-Brittannië
The Observer (dagblad)	Groot-Brittannië
Telegraph Magazine (bijlage dagblad)	Groot-Brittannië
Gardening Illustrated (tijdschrift)	Groot-Brittannië
Regionale en provinciale omroepen	België
Senioren	Nederland
Radio Midvliet	Nederland
Mail on Sunday (zondagskrant)	Groot-Brittannië
'Be inspired.com'	Groot-Brittannië
Itinerari & Luoghi (tijdschrift)	Italië
Guide de Routard	Frankrijk
Classic FM en National Post (radio/dagblad)	Groot-Brittannië
Anglia TV	Groot-Brittannië
Radio West (4 x in 2001)	Nederland
Nationale TV	Polen
Travel Holiday (tijdschrift)	Verenigde Staten
BBC (tijdschrift antiek & kunst)	Groot-Brittannië
Financial Times (dagblad)	Groot-Brittannië
Recreatiekrant	Nederland
Holland Traveller	Japan
The Times, The Evening Echo, Birmingham Metro News, Essentials	Groot-Brittannië
Télétourisme, RTBF	België
KRO Ontbijt TV	Nederland
RDF (televisie)	Duitsland
ARD	Duitsland
Les Lumières du Nord (boek)	Frankrijk
Falkan Magasinet, Eskilstuna Kuriren, Flensborg Avis, Batnytt, Vi	Scandinavië
Batagare	
Diverse damesbladen	Groot-Brittannië

direct marketing	
naam	doelgroep
direct mail Groepen in Delft Nederland	relevante clubs, (personeels)verenigingen en organisaties
direct mail Groepen in Delft België	relevante verenigingen
direct mail Groepen in Delft Duitsland	touroperators
direct mail Groepen in Delft Engeland	touroperators/reisbureaus
direct mail Groepen in Delft Frankrijk	touroperators/reisbureaus
direct mail Stadswandelingen voor groepen Frankrijk	touroperators/NBT
direct mail congresorganisatoren Zuid-Holland	congresorganisatoren

direct mail VVV-diensten en producten voor niet-toeristische bedrijven en instellingen	niet-toeristische bedrijven, wetenschappelijke instituten en instellingen
direct mail VVV-geschenkbonnen	niet-toeristische bedrijven, wetenschappelijke instituten en instellingen
direct mail VVV-geschenkbond, nieuwe acceptanten	winkels en restaurants omgeving Delft en Westland
direct mail hyperlink en (personeels)advertenties VVV-internetsite	donateurs VVV Delft
direct mail hotels en VVV's Zuid-Holland	bezoekers van hotels en VVV's Zuid-Holland
direct mail <i>Informatieboekje en stadswandelingen o.l.v. een VVV- gids voor individuele bezoekers</i>	kust-VVV's, grote VVV's in heel Nederland, alle VVV's in Zuid-Holland en de VVV's die de afgelopen jaren <i>Informatieboekjes</i> besteld hebben
direct mail NBT-buitenlandkantoren	NBT-buitenlandkantoren
direct mail reisbureau Nederland	consumenten die de afgelopen twee jaar bij de VVV een reis hebben geboekt

beurzen

locatie	markt	doelgroep
1x regionale vakbeurzen	Ne	groepen
2x vakbeurs buitenland	Be	groepen

winkelcommunicatie

naam	taalversie
restaurant-café molen	Ne, En
hotelbord	En
diadisplay VVV-infowinkel	n.v.t.
folderrek 'Delft Special'	divers
etalages en vitrines	divers
persoonlijke verkoop	Ne, En, Du, Fra

Bijlage

6 De VVV doet veel meer dan u denkt!

verkrijgbaar in de VVV-infowinkel

Cadeaubonnen

- VVV irischeque
- Nationale Diner Cheque
- Nationale Bioscoopbon (+ filmblik)
- Theater & Concertbon
- Avondje Uit Cadeau

Fietsen

- Fietsen door de Delftse Hout en de polders van het Oostland
- VOC-fietsocht door Delft, Delfshaven en Schiedam
- ANWB/VVV fietsgidsen Nederland
- Fietspuzzeltocht
- Fietskaarten
- Fietsklapper

Wandelen

- Historische wandeling door Delft
- Stadswandeling Delft o.l.v. VVV-gids
- Geheim van Delft puzzeltocht
- Shoppingroute door Delft
- Vermeer-wandelroute Delft
- VOC-wandelroute Delft
- Bekende Delftse schilders, schrijvers en wetenschappers-wandelroute Delft
- Natuurwandelingen in Delft (KNNV)
- Overzichtskaart Nederland lange-afstands wandelpaden
- Historische wandeling Delfts Oranje
- Stadswandelingen grote steden ANWB
- Diverse wandelkaarten in natuurgebieden
- Landelijk wandelprogramma 2001
- Regio-wandelgidsen
- Wandelklappers
- Odyssee Delft stadswandelgids

Inline-skaten

- Inlineskating in Delft en omgeving
- Kroonroutes in Line
- Den Haag Rotterdam in Line

Watersport

- Kanoën door de Delftse grachten
- Kanoklapper Delft & Westland
- Watersportgids
- Viskaart
- Schaatsplanner
- Waterkaart Biesbosch

Autotoeren

- Autokaarten Nederland
- Benelux Autokaart
- Recreatiekaart Nederland
- Toeristenkaart Nederland
- Auto tab-gids Nederland

Gidsen en boeken

- VVV-gidsen Nederland
- ANWB hotel-, camping-, bungalow-, en restaurantgids Nederland
- Groepsaccommodaties Nederland
- 22 Verrassende Groepsaccommodaties
- Fantastische Locaties
- Dagarrangementen Nederland
- Trekkershutten in Nederland
- Recreëren op het platteland
- Goedkoop Overnachten
- Stedenboek Nederland
- Gidsen grote steden
- Fotoboeken van Delft, Amsterdam en Nederland
- Fotoboeken molens
- Michelingids Nederland
- NJHC-gids Europa
- Boeken over het Huis van Oranje
- Vermeer in Delft
- NS Er-op-Uit!
- Lijnennetkaart HTM
- Nederlandse Kastelengids
- Nederland Museumland gids
- Partylocaties in Nederland
- Bijzondere zaken in Delft
- Informatieboekje Delft

Plattegronden en kaarten

- Plattegrond Delftse Hout
- Stadsplattegronden Delft
- ANWB Wegenkaart Noord-, Midden- en Zuid Nederland
- Stadsplattegronden van grote steden Nederland
- Beneluxkaart
- Stratengids Westland & Delft
- Holland-kaart in 6 talen

Kinderen

- Souvenirs voor kinderen
- Puzzeltocht door Delft voor jeugd
- Onder de loep (ideeënboekje Delft)
- Drie kogels voor de Prins (wandeling)
- Pannenkoek-doe-boek

Geschenken/souvenirs

- Delfts blauw aardewerk
- Kerstartikelen
- Stropdassen
- Puzzels
- Sleutelhangers
- Koelkastmagneten
- Delft zeep
- Ansichtkaarten
- Pannenlappen en ovenwanten
- Paraplu's
- Vingerhoedjes
- Portemonnees
- Fotorolletjes
- Frisdrank
- Wegwerpcamera's
- Oudhollands snoep, cacao, kaaskoekjes etc.
- Babbelaars en lollies
- Batterijen
- Klomp-, koe- en tulpartikelen
- Pennen en potloden
- Bakers
- Placemats
- Mousepad

VVV-reisbureau

- Reserveren hotels in Delft en Nederland
- Reserveren kampeerplaatsen en chalets in Delft
- Reserveren hotel- en bungalowvakanties in Nederland uit Gastvrij Verblijf en Center Parcs
- Reserveren van fiets- en wandelvakanties uit Gastvrij Actief
- Reserveren van Citybreaks
- Reserveren van groepsdagtochten

Geld wisselen

- Wisselen buitenlandse valuta en travellers cheques voor Euro's

Tickets en (lidmaatschaps)kaarten

- Evenementen in Delft
- 2- en 3 nachten Hotelcheque Benelux
- Telefoonkaarten
- Strippenkaarten
- Dagparkeerkaarten parkeergarage Delft
- Postzegels
- Cultureel Jongeren Paspoort
- NJHC vakantie voordeel kaarten
- Tramgroepsretour Delft-Den Haag-Scheveningen
- Tramdagticket Delft-Den Haag-Scheveningen
- Entreekaarten attractiekaarten
- Delftpas

Bijlage

7 Overzicht per maand van het aantal overnachtingen dat in 2001 door de informatiedienst en de reserveringsdienst geboekt is naar logiesvorm

	Informatiedienst							reserveringsdienst							totaal	% 2000
	Delft				elders			Delft				elders				
	hotels	camping	totaal	% 2000	hotels	totaal	% 2000	logies	congres	arrang.	camping	totaal	% 2000			
jan	49	0	49	227%	11	60	216%	16	0	4	0	20	-66%	80	3%	
feb	45	0	45	10%	20	65	23%	39	0	52	0	91	90%	156	54%	
mrt	74	0	74	-6%	34	108	-11%	163	0	48	0	211	97%	319	39%	
april	252	0	252	-31%	126	378	-33%	193	0	38	0	231	-32%	609	-33%	
mei	166	0	166	-10%	82	248	-18%	87	0	52	0	139	-57%	387	-38%	
juni	131	0	131	-39%	44	175	-41%	222	0	32	0	254	248%	429	15%	
juli	223	4	227	10%	262	489	54%	142	616	35	0	793	590%	1282	197%	
aug	461	0	461	-9%	170	631	-16%	139	0	52	0	191	-14%	822	-16%	
sep	185	0	185	-19%	37	222	-28%	104	223	63	0	390	90%	612	19%	
okt	112	0	112	-14%	11	123	-24%	130	0	26	0	156	61%	279	8%	
nov	66	0	66	3%	7	73	-4%	194	0	38	0	232	-19%	305	-16%	
dec	17	0	17	-23%	16	33	-3%	54	0	8	0	62	72%	95	36%	
tot	1781	4	1785	-13%	820	2605	-13%	1483	839	448	0	2770	45%	5375	9%	

Bijlage

8 Overzicht per maand van het aantal overnachtingen dat in 2001 door de informatiedienst en de reserveringsdienst geboekt is naar nationaliteit

	Dui	Ned	Gr	Fra	USA	Ita	Belg	Jap	Can	Isr	Oost/ Zwit	Span	Aust	Brazil	Div
jan	4	32	10	14	7	10	0	1	0	0	2	0	0	0	0
feb	39	71	11	2	4	14	0	4	0	0	1	0	0	0	15
mrt	27	168	22	34	7	12	6	9	5	2	4	0	4	4	15
april	66	70	90	132	86	10	15	10	21	2	18	11	4	4	70
mei	30	46	52	66	82	11	7	12	20	2	5	0	10	4	40
juni	109	38	30	25	80	17	9	20	5	3	11	14	6	8	48
juli	80	71	186	122	117	57	52	99	46	24	51	40	19	4	314
aug	107	49	99	101	41	285	10	14	18	27	0	22	6	4	39
sep	88	75	110	52	60	18	15	20	33	20	5	15	9	18	74
okt	55	55	34	59	11	10	6	6	8	2	4	0	4	4	21
nov	33	60	55	61	19	10	3	6	0	8	3	0	4	10	33
dec	24	11	20	3	0	0	2	12	3	0	0	0	2	0	18
tot	662	746	719	671	514	454	125	213	159	90	104	102	68	60	687

totaal	% 2000
80	3%
161	59%
319	39%
609	-33%
387	-38%
423	14%
1282	197%
822	-16%
612	19%
279	8%
305	-16%
95	36%
5374	9%

Bijlage

9 VVV-ideeën ter verbetering van het toeristisch product Delft

Door verbreding en verbetering van zowel de dag- als verblijfstoeristische mogelijkheden van Delft, zullen zowel toeristen als zakelijke bezoekers langer in onze stad verblijven met positieve effecten voor de economische ontwikkeling en werkgelegenheid. Met dit doel publiceert de VVV ieder jaar een lijst van ideeën van toeristen, donateurs en VVV zelf, ter verbetering van het toeristisch product Delft.

Onderstaande ideeën zijn gerangschikt volgens de indeling van het Delfts Actieplan Toerisme.

De Markt, het toeristisch hart van Delft

- Sommige terrassen, luifels, reclameborden en gevels ontsieren de Markt door omvang en aard en belemmeren de doorgang op trottoirs. Terrasareaal niet uitbreiden.
- Stimuleren dat niet alleen horecabedrijven zich aan de Markt vestigen, maar ook winkeliers van buiten de horecabranche.
- Kleinschaliger warenmarkt op de Markt zodat historische waarde van de Markt zichtbaar blijft.
- Op marktdag Markt afsluiten voor gemotoriseerd verkeer om huidige chaos en onveilige situaties te voorkomen.

Verkeer en bewegwijzering

- Bewegwijzeren voetgangers naar openbare toiletten Visbanken, McDonald's, station en De Waag.
- Huidige bewegwijzering voor automobilisten verwijst niet of onvoldoende naar VVV, station, universiteit, centrum en bedrijfsterreinen. Ook bewegwijzeren hoe automobilisten de binnenstad (of het parkeerterrein) moeten verlaten richting Den Haag of Rotterdam.
- Plaats een mooie oriëntatiekaart met een kort historisch verhaal op de witte muur in de onderdoorgang van het Jongenshuis voor bezoekers van de Phoenixparkeergarage.
- Gratis parkeren op zondag.
- Verkeersborden met tekst over parkeren e.d. vertalen voor buitenlanders.
- Inrichten van voetgangersvriendelijke looproutes met verrassingselementen naar het NS- en busstation, de belangrijkste parkeerplaatsen, toeristische attracties en winkelcentra in de oude stad.
- Autoparkeergarage onder de Markt.
- Bevorderen toerisme per openbaar vervoer, door opwaarderen NS-station Delft tot intercity-station.
- Het realiseren van aanlegplaatsen voor boten van passanten en charters (jachthaven voor recreanten) en vaste ligplaatsen voor historische schepen aan de rand van de oude stad.
- Bij voorkeur ondergrondse bewaakte fietsenstalling in de binnenstad en geen fietsen meer aan bruggen, lantaarnpalen etc.
- Op touringcarparkeerplaats Maria Duystlaan een kiosk plaatsen met koffie, toilet e.d. voor chauffeurs.
- Introductie van fluisterkarren (elektrische open golfkar of ander milieuvriendelijk vervoer) naar en in de binnenstad van Delft.
- Delft moet een goed bij het karakter van de stad passend toeristische (historie, blauw, oranje en dus niet techniek) Landmark plaatsen langs de A13 bij de afslag Delft-centrum stadszijde. Bijvoorbeeld bij Harderwijk en Amstelveen zijn bijzondere lantaarnpalen geplaatst.

Musea/bezienswaardigheden/evenementen

- Museum Lambert van Meerten opwaarderen tot hét Delfts (blauw) aardewerk museum in Nederland.
- In één van de Delftse musea een permanente overzichtstentoonstelling inrichten over de geschiedenis van Delft.
- Ruimte in een museum of kerk inrichten met een (permanente) tentoonstelling over beroemde Delftenaren (Vermeer, De Groot, Van Leeuwenhoek, Hein, Tromp e.d.).
- Ontwikkelen van nieuwe attractiepunten in het centrum zoals een Delfts aardewerkmuseum, een Vermeershuis, een brouwerijmuseum (en een ambachtelijk textielmuseum).

- Ingang van Prinsenhofmuseum verplaatsen naar Oude Delft en beter markeren, bijvoorbeeld door middel van een standbeeld van Willem van Oranje. En hier tegenover in gebruik nemen van de ingang van de Oude Kerk aan de Oude Delft zijde.
- Maquette van de historische binnenstad van Delft die opgesteld wordt in bijvoorbeeld de Nieuwe Kerk, het Stadhuis of een museum.
- Voorzie alle gebouwen waar toeristen voor stil staan van een informatiebord in twee talen.
- Duidelijk vermelden van openingstijden bij de deur van alle bezienswaardigheden in minstens twee talen.
- Jaarlijks organiseren van bij het karakter en de thema's van de stad passende grote evenementen en tentoonstellingen van internationale betekenis.
- Uitgeven van een evenementenkalender in vier verschillende taaledities.
- Plaats op de belangrijkste toegangswegen naar Delft digitale borden met wisselende informatie over evenementen en tentoonstellingen in Delft.
- Ieder nieuw college van B&W zou een nieuw gebrandschilderd raam moeten geven aan de Oude of Nieuwe Kerk met een afbeelding van de historische thema's van Delft of beroemde Delftenaren.
- Stadhuis en kerken in zomerseizoen open op zondag.

Bewaren van de historisch-architectonische waarden van de stad

- Bouwbeleid waarbij rekening wordt gehouden met de historische waarden en monumentale aantrekkelijkheid van onze binnenstad: verbouw vóór nieuwbouw.
- Beginnend verval van straten, stoepen, stoepranden, lantaarnpalen e.d. vlugger herstellen.
- Onmiddellijk en consequent graffiti en andere beschilderingen van alle gebouwen, bruggen e.d. verwijderen.
- 's Avonds verlichten van bruggen, pleinen en historische panden zoals Oostpoort (!), Armamentarium, Markt, Beestenmarkt, Prinsenhof, St. Agathaplein en Gemeenlandshuis.
- Oorspronkelijk karakter van binnenstad Delft zoveel mogelijk bewaren door terughoudend beleid ten aanzien van reclameborden, moderne gevels, terrasboten, waterfietsen, fontein en waterplanten in de grachten, luifels en terrassen op de Markt. Aanpassen straatmeubilair van gemeente en op terrassen aan historisch karakter van de stad.
- Toegangsweg naar centrum Delft (Stalpaert van der Wieleweg en Maria Duystlaan) qua gebouwde omgeving verfraaien. De toegangsrouten Maria Duystlaan is een historische stad als Delft onwaardig.
- Oude gedempte grachten ontgraven en in oude eer herstellen; o.a. deel Oude Langendijk, Nieuwe Langendijk, Brabantse Turfmarkt, Burgwal, Nieuwe Plantage e.d.

Verblijfsklimaat

- Openingstijden openbaar toilet (naast Visbanken) uitbreiden, met name op zondag. Openbaar toilet voor rolstoelgebruikers. Goede bewegwijzering aanbrengen, ook naar openbaar toilet in De Waag, McDonald's, station en op Koepoortplaats.
- Vestiging van enkele grote restaurants in centrum met accommodatie voor groepen.
- Bewaakte fietsenstalling in de binnenstad.
- Na sluitingstijd winkels geen rolluiken, maar verlichte etalages.
- De vestiging van één of twee internationale stadshotels met meer dan 200 kamers van 3 à 4 sterren niveau met vergaderfaciliteiten e.d., goed bereikbaar en met voldoende parkeergelegenheid, gelegen in of aan de rand van de oude binnenstad.
- Vestiging van een bungalowpark in de omgeving van Delft.
- Vestigen van goedkope (groeps)accommodatie voor trekkende jongeren en anderen met een kleine beurs.
- Op pleintjes, Markt en elders in het centrum gerieflijke zitbanken plaatsen.
- Brabantse Turfmarkt aantrekkelijker maken met bijvoorbeeld terrasjes, straatmeubilair, fontein, permanente bloemenmarkt.

