

Zuid-holland

juli 2003
nummer 1
8^e jaargang



in icht

Dagrecreatief bezoek Zuid-Holland in de lift!

Drie keer per jaar (april, juni en augustus / september) wordt het onderzoek Monitor Toeristische Bedrijven onder het toeristisch-recreatieve bedrijfsleven van Nederland gehouden. Dit onderzoek wordt uitgevoerd in opdracht van diverse Provinciale Bureaus voor Toerisme en VVV's van grote steden. De financiering wordt mede mogelijk gemaakt door de provincie Zuid-Holland. Binnen Zuid-Hollands zijn in april in dit kader 106 toeristische bedrijven geënkquêteerd.

Uit de meting van april bleek dat Zuid-Holland met name op het gebied van dagrecreatief bezoek positief afsteekt ten opzicht van de rest van Nederland. De eerste drie maanden van 2003 is het aantal bezoeken aan dagrecreatie-bedrijven Zuid-Holland toegenomen met 24% ten opzichte van dezelfde periode in 2002. Het landelijke gemiddelde lag op 6%. De omzet van deze bedrijven (met name musea en attracties) steeg in deze periode met 6% (landelijk 0%). Als reden voor deze hogere bezoekerscijfers en omzet wordt ondermeer het plaatsvinden van een bepaald evenement opgegeven. Hierbij valt bijvoorbeeld te denken aan succesvolle tentoonstellingen zoals de CoBrA-tentoonstelling in Schiedam. Ook het goede weer werd genoemd als reden voor het gestegen bezoek en de hogere omzet.

Space Expo ontvangt 9,5 % meer bezoekers.

Een van de attracties die de eerste drie maanden van dit jaar meer bezoekers trok, is Space Expo in Noordwijk. Zij ontvingen in deze periode 9,5 % meer bezoekers dan in 2002. Oorzaken die hierbij volgens Space Expo een rol speelden waren de mindere economische situatie en de crisis in Irak, waardoor meer mensen voor een vakantie in Nederland blijven. Daarnaast was de ruimtevaart in het algemeen in deze periode regelmatig in het nieuws, wat de belangstelling voor dit onderwerp stimuleert.

Verblijfstoerisme

Minder goed is het gesteld met het verblijfstoerisme in Zuid-Holland: dit kende de eerste drie maanden van het jaar een daling in het aantal gasten van 8% ten opzichte van dezelfde periode in 2002 (landelijk 0,7%). Ook de omzet

daalde met 4,7% (landelijk 0%). Als voornaamste redenen voor deze daling noemen de verblijfsaccommodaties de tegenvallende economie en de crisis in Irak, waardoor met name de zakelijke markt negatief wordt beïnvloed.

VVV Vakanties West - en Midden Nederland blijkt optimistisch

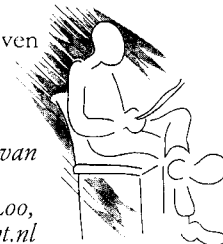
Sandra te Morsche van VVV Vakanties West-en Midden Nederland bevestigt dat de boekingen de eerste maanden van dit jaar achter bleven bij de boekingen in dezelfde periode vorig jaar, maar vertelt dat dit sinds maart langzaam aan het bijtrekken is en dat de omzet inmiddels weer 2% boven de omzet van vorig jaar ligt. Het aantal boekingen blijft hierbij gelijk aan het aantal boekingen in 2002. Wel is het zo dat het aantal boekingen voor de specifieke stedenarrangementen achter blijven bij de resultaten van vorig jaar.

Verwachtingen

Hoewel een ruime meerderheid van de geënkquêteerde dagrecreatiebedrijven ook voor de rest van dit voorjaar meer bezoekers verwacht dan in 2002, zijn de verblijfsaccommodaties minder positief. Met name de hotels verwachten de rest van het jaar minder bezoekers dan in 2002. De bungalowparken verwachten daarentegen juist dat als gevolg van de tegenvallende economie meer mensen de zomervakantie in Nederland zullen willen doorbrengen. Dit wordt bevestigd door het CVO (Continu Vakantie Onderzoek), dat aangeeft dat het aantal mensen dat dit voorjaar aangaf de zomer in eigen land te willen doorbrengen, is gestegen met 12%.

Het rapport 'Monitor Toeristische Bedrijven – 1e meting, april 2003' kunt u vinden op onze internetsite www.zhbt.nl

Voor meer informatie over de uitkomsten van de Monitor Toeristische Bedrijven kunt u contact opnemen met Monique van der Loo, tel. 015-251 23 30 of projectbureau@zhbt.nl



Tweede fase Strategisch Productontwikkeling en Promotieplan Zuid-Holland

Op 1 mei is gestart met de tweede fase van het Strategisch Productontwikkelings- en promotieplan (spopp), waarmee de provincie Zuid-Holland de komende jaren toeristisch op de kaart wordt gezet. In september startte reeds de wervende campagne om de provincie een sterker toeristisch imago te geven. Het thema van de campagne – Hollands Glorie – moet Zuid-Holland neerzetten als de provincie die alles heeft wat Nederland zo mooi maakt. Zowel de binnen- als de buitenlandse toerist wordt hiermee verleid om een bezoek te brengen aan één van de vele attracties die Zuid-Holland kent. In de zomer en herfst worden opnieuw verschillende communicatiemiddelen ingezet. Zo verschijnen er bijvoorbeeld een tweetal wervende toeristische magazines, worden diverse persontvangsten georganiseerd en vindt er een advertentiecampagne plaats. De site www.zuid-holland.com ondersteunt alle communicatie uitingen met up to date informatie over alle attracties in Zuid-Holland.

*Wilt u deelnemen aan een van de activiteiten?
Of meer weten over het spopp?
Neem dan contact op met Marieke van Meurs
tel. 015-251 2330 of projectbureau@zhbt.nl*

Lente en Zomer Magazine Zuid-Holland

Begin juli komt het nieuwe Zomer Magazine Zuid-Holland uit. Dit is een kleurrijk magazine, boordevol tips voor een dagje uit in Zuid-Holland deze zomer, en is uitgegeven in het kader van het Strategisch Product Ontwikkelings en Promotieplan (spopp) Zuid-Holland. Zowel de VVV's als toeristisch-recreatief bedrijfsleven hebben geparticipeerd in deze uitgave. Naast beschrijvingen van o.a. de dierentuinen, de Oudhollandse steden en de kindvriendelijke kust vindt u in het Zomer Magazine ook informatie over de grotere evenementen die plaats vinden, tips voor uitstapjes met de kinderen en verschillende lezersaanbiedingen. Het Zomer Magazine laat zien dat er in Zuid-Holland meer dan 1.000 attracties bij elkaar zijn en geeft een overvloed aan ideeën en tips voor een dagje uit in de maanden juli, augustus, september. Het Zomer Magazine is voor iedereen gratis af te halen bij de VVV of op te vragen via www.zuid-holland.com

Voor meer informatie over het Zomer Magazine Zuid-Holland kunt u contact opnemen met Monique van der Loo, tel. 015-251 23 30, of projectbureau@zhbt.nl



Vernieuwde internetsite www.zuid-holland.com.

De toeristische site van Zuid-Holland is onlangs geheel vernieuwd. Behalve een nieuwe frisse uitstraling, betekent dit ook dat de site is uitgebreid met informatie en tips over onder andere een dagje uit met de kinderen aan de kust, sportieve activiteiten aan de kust, bezienswaardigheden in de cultuurhistorische steden en bijzondere logiesaccommodaties.

Via interactieve GIS-kaarten is het mogelijk om precies te zien waar de verschillende attracties van Zuid-Holland zich bevinden. Vervolgens kunt u in de toeristische database de openingstijden en prijzen van de door u uitgekozen attractie, accommodatie of evenement opzoeken. Behalve in het Nederlands, is de site ook in het Engels, Duits en Frans beschikbaar.

Wilt u een link met deze site? Of meer informatie over de internetsite www.zuid-holland.com dan kunt u contact opnemen met Monique van der Loo, tel. 015-251 23 30 of projectbureau@zhbt.nl

Verbetering Recreatieve en Cultuurtoeristische functie Molendriegang Stompwijk

In de periode januari tot en met april 2003 is er een onderzoek uitgevoerd naar de verbetering van de Recreatieve en Cultuurtoeristische functie van de Molendriegang te Stompwijk. Het onderzoek vond plaats in opdracht van het projectbureau Cultuurtoerisme van de provincie Zuid-Holland.

De drie historische grondzeilers, gelegen aan de Stompwijkseweg, zijn eigendom van de provincie Zuid-Holland. De provincie streeft naar een beter publieksgebruik en een bredere economische basis voor het industrieel en cultureel erfgoed. In het onderzoek is uitgewerkt wat mogelijk en wat wenselijk is. Daarbij is ook het nabijgelegen gemaal 'De Antagonist' betrokken. De drie molens liggen aan de rand van het Groene Hart, op fietsafstand van ruim 1 miljoen potentiële bezoekers. In combinatie met het omliggende 'Land van Wijk en Wouden' hebben de molens potentie om een sterkere recreatieve functie te krijgen. Voor de ontwikkeling van die functie is een stappenplan opgezet. Het advies is opgesteld in overleg met de landinrichtingscommissie en met de gemeente Leidschendam-Voorburg.

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met Cees van Lent tel. 015-251 23 34 of k.vanlent@zhbt.nl

Kwaliteitsverbeteringsplan Strandopgangen

In het kader van het 'Actieplan Toerisme 2001-2005' heeft de provincie Zuid-Holland het ZHBT de opdracht gegeven een kwaliteitsverbeteringsplan voor de strandopgangen van Zuid-Holland te schrijven. Het doel van deze opdracht is het in beeld brengen van het huidige voorzieningenaanbod en de kwaliteit ervan bij de Zuid-Hollandse strandopgangen. Op basis daarvan wordt een concreet verbetering- en ontwikkelingsplan opgesteld waarbij het ontwikkelen van kleinschalige recreatieve knooppunten aandachtspunt is. Vanuit dit verbetering- en ontwikkelingsplan worden één

of meer locaties als pilot voor de uitvoering geselecteerd. Momenteel zijn de strandopgangen vallend onder de gemeente Westvoorne geselecteerd als pilot locatie en wordt er samen met de betrokken partijen, zoals de gemeente en strandbeheerders, gekeken naar een daadwerkelijk uitvoeringsplan. Deze zomer wordt het gehele verbetering- en ontwikkelingsplan inclusief het uitvoeringsplan voor de pilot locatie gepresenteerd aan de provincie Zuid-Holland.

Voor meer informatie kunt u terecht bij
Nanda Vinke: tel. 015-251 23 30
of projectbureau@zhbt.nl

Masterplan Recreatie & Toerisme Voorne-Putten/Rozenburg

In 2002 hebben zes gemeenten op Voorne-Putten/ Rozenburg, recreatieschap, waterschap en het toeristisch ondernemersplatform Voorne een convenant gesloten om uit een toeristisch actieprogramma 8 prioritaire projecten door een projectbureau te laten uitvoeren. Het projectbureau bestaat uit een projectmedewerker – voor 14 uur uitgeleend door de gemeente Brielle – en een programmamanager vanuit het ZHBT die 2 tot 3 dagen per week voor het Masterplan werkt. Inmiddels zijn een aantal concrete resultaten geboekt: er is een nieuw toeristisch beeldmerk ontwikkeld, een meerjarig promotieplan (2003-2005) opgesteld en begin juli is wordt een nieuwe toeristische internetsite voor de regio gelanceerd. Belangrijk rode draad in de marketing-communicatiestrategie is dat gekozen is om de regio onder de bredere merknaam van Zuid-Hollandse eilanden te promoten. Routestructuren en uniforme bewegwijzering zijn twee andere projecten die recent gestart zijn. De eerste resultaten van deze projecten worden in de zomer van 2004 verwacht.



Voor meer informatie kunt u terecht bij op de internet site van het projectbureau, www.masterplanpr.nl. U kunt ook een nieuwbrief (mei nummer) bij het projectbureau opvragen op tel. 0181 – 475 472.

Nieuwe medewerker projectbureau ZHBT: Fleur Norbruis



Sinds 15 april ben ik werkzaam bij het projectbureau van het Zuid-Hollands Bureau voor Toerisme. Al tijdens mijn studie geschiedenis werkte ik als gids in het geboortehuis van de schrijfster Belle van Zuylen, Museum Slot Zuylen bij Utrecht. Na twee jaar reisleider te zijn geweest van busrondreizen in Groot-Brittannië en Scandinavië voor De Jong Intra Vakanties was mijn keuze gemaakt:

ik wilde verder in het toerisme. In vervolg op een post-hbo opleiding toerisme ben ik zes jaar (senior) projectmanager geweest bij Road Air Travel in Hoofddorp op de afdeling Sports en Incentives, met als hoogtepunten o.a. EK 96 in Engeland en WK 98 in Frankrijk. Na de geboorte van mijn eerste dochter ben ik dichterbij huis aan de slag gegaan, als projectmanager marketing bij VVV Delft. Na de sluiting van VVV Delft blijf ik me bezig houden met Delft, want bij het ZHBT ben ik o.a. verantwoordelijk voor de uitvoering van het Meerjaren Marketingplan Toerisme Delft.

U kunt Fleur Norbruis bereiken op
tel. 015-251 2330 of projectbureau@zhbt.nl

Ruige Route Oude Hollandse Waterlinie

Vanaf 4 juli a.s. start het nieuwe arrangement de Ruige Route Oude Hollandse Waterlinie. Het ZHBT heeft deze nieuwe spannende natuurbelevingsroute ontwikkeld in het assortiment van de Ruige Routes van Natuurlijk Bijzonder. Deze driedaagse route start op het Muider slot, waar ook de Oude Hollandse Waterlinie begint en loopt via Naarden naar het Vinkeveense Plassengebied, het natuurgebied De Ronde Venen en het Nieuwkoopse Plassengebied. Vervolgens volgt de route via de Meije naar Fort Wierickerschans in Bodegraven. Dit fort is de afsluiter van de tocht en één van de vele bijzondere locaties waar de thema's natuur, cultuurhistorie en de strijd tegen het water bijeenkomen. De route eindigt bij NS Station Bodegraven. De Ruige Route Oude Hollandse Waterlinie is te reserveren bij het SNP Natuurreizen, telefoonnummer 024-3277000. Vertrek is elke vrijdag van 4 juli t/m 29 augustus 2003 en de kosten bedragen € 185,- p.p. Kijkt u voor meer informatie op www.ruigeroute.nl.



Voor meer informatie over de ontwikkeling van de Ruige Route Oude Hollandse Waterlinie kunt u contact opnemen met Nanda Vinke, tel. 015 251 23 30 of projectbureau@zhbt.nl.

Is er leven na de VVV Delft?



*Interview met Ellen de Vries,
beleidsmedewerker
stadsmarketing gemeente Delft*

Op 1 januari 2003 sloot de VVV Delft haar deuren. Sindsdien is de gemeente Delft heel hard aan het werk om de bezoekers en bewoners van Delft te informeren over de toeristische mogelijkheden.

Hoe is de stand van zaken?

Sinds half april is het Toeristisch Informatie Punt (TIP) op de Hippolytusbuurt in Delft geopend. Dit is een balie met louter en alleen toeristische informatie, in verschillende talen, over de stad Delft en haar directe omgeving. Op dit moment zijn we heel druk bezig om een personeelsadvertentie op te stellen voor de manager die Delft Marketing (werktitel) moet gaan opzetten en leiden. Het TIP zal een onderdeel worden van de zelfstandige organisatie Delft Marketing. De marketingcommunicatie in het kader van het Meerjaren Marketingplan Delft wordt dit jaar nog verzorgd door Den Haag Marketing, zij doen de buitenland promotie, en het Zuid-Hollands Bureau voor Toerisme, zij werken de binnenland campagne uit. Hoe dit vanaf 2004 wordt uitgevoerd zal 'Delft Marketing' beslissen.

Toeristisch Informatie Punt (TIP)

Tot op heden loopt het TIP uitstekend! Maar de bezoekers-aantallen kunnen niet vergeleken worden met het bezoek aan de voormalige VVV. Het dienstenpakket is kleiner en specifiek en het belangrijkste onderscheid is toch wel dat er in het TIP geen geschenkbonnen e.d. worden verkocht, waardoor de bewoners van Delft veel minder aan de balie komen. Daarnaast wordt er alleen informatie over Delft en omgeving gegeven. Er zijn geen brochures en dergelijke beschikbaar van attracties of steden in de rest van Nederland. Deze informatievoorziening gebeurt voornamelijk door middel van het raadplegen van internet. De bezoekers van het TIP zijn toeristen uit binnen- en buitenland.

Komt er in Delft nog een VVV?

De gemeente Delft heeft nooit gezegd dat ze geen VVV meer wil hebben. Maar zolang de oude regels van de ANVV nog gelden, dat er gefuseerd moet worden tot een regio VVV, staan we niet te springen. We hebben nu de mogelijkheid om een organisatie te bouwen die precies wordt ingericht zoals het bedrijfsleven en wij dat willen. En dat is een

kans die we willen nemen. Maar we zijn wel van plan om in de toekomst intensiever te gaan samenwerken met o.a. Den Haag Marketing, bijvoorbeeld op het gebied van informatie uitwisseling en productontwikkeling.

Wat is precies de rol van de gemeente?

De gemeente is in 2003 de initiator geweest van deze hele operatie. De gemeente runt geen VVV maar er moest toch een oplossing komen voor het gat dat was ontstaan. 2003 is dan ook duidelijk een overgangsjaar. In 2004 zal er weer een onafhankelijke organisatie staan, waar de gemeente een financiële prestatiebijdrage aan verstrekt.

Wat is de rol van het bedrijfsleven?

Het bedrijfsleven is klant van het TIP. Hier wordt informatie verstrekt over het toeristisch aanbod. Het is dus zaak van het bedrijfsleven om het TIP goed te informeren zodat aan de bezoeker geschikte informatie kan worden verstrekt. Sinds de sluiting van de VVV, is het bedrijfsleven regelmatig betrokken geweest bij de inrichting van de nieuwe organisatie. Men heeft mee gedacht over de invulling van het TIP en Delft Marketing en adviseert bijvoorbeeld over de eisen die gesteld worden aan de nieuw aan te nemen manager. Uiteindelijk is het bedrijfsleven medeverantwoordelijk voor de toeristische promotie van de stad en zal, in de toekomst, ook moeten mee betalen aan de organisatie die dit voor hen verzorgt.

*Wilt u meer weten over de ontwikkelingen in Delft,
dan kun u contact opnemen met Ellen de Vries,
telefoon 015-2602649 of edvries@delft.nl*

COLOFON

InZicht is een uitgave van het
Zuid-Hollands Bureau voor Toerisme
Postbus 3267, 2601 DG Delft
Internet: www.zhbt.nl, e-mail: mail@zhbt.nl

Versijning: 4 x per jaar
Redactie: Marieke van Meurs
Grafische realisatie: Schell Design, Rotterdam

*Gedrukt op chloorvrij papier.
Deze InZicht is verpakt in milieuvriendelijke afbreekbare folie.*