

Programmabegroting 2018

Versie: 4.0.0.0.0

Beleidsterrein 3C Marketing en promotie

De gemeente richt zich op het aantrekken van bezoekers en langer verblijf van hen in de stad. Leiden Marketing, het Cultuurfonds Leiden en het Centrummanagement Leiden spelen daarbij een sleutelrol.

Het 'merk' Leiden is van groot belang voor de aantrekkingskracht van Leiden. Citymarketing is een belangrijk instrument voor de opbouw van een sterk imago voor de stad. Leiden Marketing richt zich, als de citymarketingorganisatie voor Leiden, op de citybranding van de stad rondom de 2 kernwaarden van Leiden: Cultuur en Kennis. Doel is het genereren van maximale economische spin-off voor de stad, door het structureel behouden en aantrekken van bezoekers, bedrijven, studenten, kenniswerkers en Expats.

De citymarketing richt zich op het werven van bedrijven, maatschappelijke organisaties, studenten en bewoners die zich in de stad willen vestigen en op bezoekers die ons recreatief of zakelijk (bijvoorbeeld congressen) bezoeken. Door middel van marketing en promotie toont Leiden wat het als stad in huis heeft. En dat is indrukwekkend veel: de historische binnenstad met ruim 2.000 monumenten, een rijke geschiedenis van geboorteplaats Rembrandt van Rijn tot de stad van Pilgrimfathers, het bijzondere grachtennetwerk, het grote en bijzondere aanbod aan musea en de vele fraaie, soms verborgen hofjes, aantrekkelijke sfeer met festivals en evenementen van hoge kwaliteit als 'Signatures Festival' en de 'Nacht van Kunst & Kennis', de levendigheid van de binnenstad, de prachtige woonomgeving, krachtige beroepsbevolking en voor Leiden uiteraard de universiteit, de kennisinstellingen en het Bio Science Park.

Doelen en prestaties bij 3C Marketing en promotie

Doel	Prestatie
3C1 Meer zakelijk en recreatief bezoek aan Leiden	3C1.1 Citymarketing en stimuleren toeristische aantrekkelijkheid
	3C1.2 Faciliteren Centrummanagement Leiden en marketing- en activiteiten campagne binnenstad
	3C1.3 Inspanningen en programmasturing Binnenstad

3C1.1 Citymarketing en stimulering toeristische aantrekkelijkheid

Betreft de uitvoering van de activiteiten uit de uitvoeringsovereenkomst Leiden Marketing 2015-2018 en het meerjarige visiedocument van Leiden Marketing voor de citymarketing 'Leiden 2020', met de pijlers Cultuur, Kennis en Gastvrijheid. Met op de begane grond de VVV-winkel en op de bovenetages de backoffices van Leiden Marketing, Centrummanagement Leiden, Cultuurfonds Leiden en Ondernemersfonds Leiden, geldt het Handelshuis (Stationsweg 26) als hét centrum voor de stimulering van de Bezoekerseconomie van Leiden.

In 2018 wordt met Leiden Marketing gesproken over de evaluatie en verlenging van de uitvoeringsovereenkomst voor de periode 2019-2022. Gericht op de gastvrije ontvangst en langer verblijf van de bezoekers zijn, als onderdeel van het programma Binnenstad, diverse projecten in uitvoering. Met het openen van de Catherinasteeg in het Aalmarktproject en het ontstaan van ons nieuwe winkelrondje zal ook het winkelen als een van de redenen om Leiden te bezoeken meer worden gepromoot. Het betreft onder meer de afronding van de toeristische bewegwijzering met zogenaamde 'driehoeks-informatiepanelen (informatie over de wandelroutes Singelpark en Leidse Loper; plattegrond met aanduiding van de sfeergebieden in het centrum en actuele informatie over evenementen en activiteiten in de stad) en de 'Rembrandt strategische aanpak' (als voorloper voor het Rembrandtjaar 2019).

In 2018 vindt ook de verdere ontwikkeling en voorbereiding van de themajaren plaats. Voor 2018/Water; 2019/ Jonge Rembrandt en 2020/Mayflower 400. In deze projecten zijn Leiden Marketing, Centrummanagement Leiden en de Cultuurmakelaar vaste partners.

Voor 2018 wordt aangehaakt bij het door het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC) en onder meer de provincie Zuid-Holland ingestelde landelijke themajaar. Juli 2018 vindt er, op initiatief van de Stichting Historische Haven Leiden, een grote meerdaagse reünie plaats van het Historisch Bedrijfsvaartuig. Naar verwachting komen er ruim 200 kleine en grote historische bedrijfsvaartuigen naar Leiden. Verder is er in samenwerking met de bedrijven en instelling in de stad en het omliggende Hollandse Plassengebied een aanvullend programma ontwikkeld.

In 2018 verbeteren wij de voorzieningen in de passantenhaven. Met ingang van het vaarseizoen 2018 wordt het beheer van de gemeentelijke passantenhaven, vanuit veiligheidsoverwegingen, niet meer verzorgd door de brugwachters van de Schrijversbrug. De brugwachters zullen zich nog uitsluitend bezig houden met de bediening van de bruggen. Voor het beheer van de passantenhaven wordt de functie van Havenmeester ingesteld, als onderdeel van het cluster Beheer. De nautische voorzieningen (sanitair e.d.), de routing en de

informatievoorziening zal op een hoger niveau worden gebracht. Dit zorgt voor een gastvrije ontvangst van bezoekers die Leiden per boot bereiken.

Voor het 2019/Rembrandtjaar werkt Leiden Marketing samen met partijen uit Amsterdam (zoals het Rembrandthuis). In het themajaar 2020/Mayflower 400 wordt herdacht dat de in Leiden woonachtige Pilgrims in 1620 via Delfshaven en Engeland vertrokken naar Noord Virginia en daar als de 'Founding Fathers' van de Verenigde Staten worden gezien. Leiden Marketing, de Cultuurmakelaar, Centrummanagement en enkele andere belangrijke Leidse partijen (onder meer de Pieterskerk en museum De Lakenhal), werken aan concrete plannen om succesvol in te spelen op dit themajaar.

Verder werken Leiden Marketing, Centrummanagement Leiden en de Cultuurmakelaar intensief aan 'Signatures Festival' en 'Nacht van Kunst en Kennis', als belangrijke publiekstrekkers voor de binnenstad.

De congreswerving voor Leiden blijft een belangrijke en succesvolle activiteit van Leiden Marketing. Uiteraard in samenwerking met partners als de universiteit, hotels, congres gerelateerde bedrijven (zoals de Pieterskerk en Stadspodia) en gemeente. Hierbij wordt gebruik gemaakt van een indrukwekkende ambassadeursnetwerk (ruim 80 leden vanuit de universiteit, het bedrijfsleven en instellingen), gericht op de uitbouw van het aantal (inter)nationale wetenschappelijke congressen.

In het kader van het hotelbeleid worden de landelijke ontwikkelingen met betrekking tot het fenomeen Airbnb gevolgd, om na te gaan of Leiden hier op in kan spelen. Zo werkt de gemeente Amsterdam, in samenwerking met de rijksoverheid, aan de invoering van een meldplicht voor de bewoners die hun woonruimte via Airbnb aanbieden. Nagegaan zal worden in hoeverre én onder welke voorwaarden, Leiden hier op in kan spelen.

De samenwerking met Katwijk, Noordwijk en de betrokken citymarketingorganisaties heeft geresulteerd in een samenwerkingsproject voor intensivering van de regiomarketing. Aan de samenwerking nemen ook Oegstgeest en Wassenaar deel. De opzet is om de regiomarketing zowel te richten op de bewoners, als de toeristische bezoekers van dit gebied, om hen te verleiden voor onder meer een bezoek aan de binnenstad van Leiden.

In 2018 wordt ook de deelname van Leiden met een praalwagen aan het Bloemencorso voor de Bollenstreek voortgezet, voor de versterking van de band met de Duin- en Bollenstreek en Keukenhof.

ESOF

EuroScience heeft besloten dat de gemeente Leiden in samenwerking met de gemeente Den Haag de organisatie van het EuroScience Open Forum 2022 (ESOF2022) op zich mag nemen.

Met ESOF 2022 krijgt Leiden de grootste, multidisciplinaire Europese wetenschapsconferentie binnen haar grenzen met circa 5000 deelnemers. Ook mag Leiden het hele jaar 2022 de titel "European City of Science" voeren. Dit past uitstekend binnen de ambities van het programma Kennisstad zoals die o.a. op het gebied van internationale marketing en branding geformuleerd zijn en zoals deze in 2017 nogmaals bevestigd zijn in de samenwerkingsovereenkomst tussen de Universiteit, het LUMC, Hogeschool Leiden en de gemeente. Naast de naamsbekendheid van onze stad als internationale kennisstad, leert de ervaring in andere steden dat er gedurende dat jaar ook een grote economische spin-off te verwachten is.

Nu de conferentie voor 2022 toegewezen is aan Leiden, kan de gemeente zich met haar partners gaan richten op de verdere uitwerking. Hiervoor zullen we een apart plan van aanpak opstellen, dat we in 2018 aan de gemeenteraad zullen voorleggen.

3C1.2 Faciliteren Centrummanagement en marketing- en activiteitencampagne binnenstad

De gemeente Leiden en het Centrummanagement Leiden (CML) werken samen aan het centrale doel van meer bezoekers, die om meerdere redenen naar onze binnenstad komen, daar vaker komen en langer verblijven en daar meer besteden.

Dat gebeurt in wisselende combinaties. Zo werken we samen bijvoorbeeld intensief samen in het Programma Binnenstad. Verder geeft CML ook in 2018 uitvoering aan de bestaande uitvoeringsovereenkomst tussen CML en de gemeente Leiden die geldt voor de jaren 2015 – 2018. Voorbeelden van projecten die voortvloeien uit deze overeenkomst zijn de zeer gewaardeerde en goed bezochte Kennis & Kunde-bijeenkomsten voor ondernemers, de (doorontwikkeling van de) Winter Wonder Weken met activiteiten als de lichtjesparade, intocht Sinterklaas, Sinterklaashuis, IJbaan en Kerstmarkt, OPEN dat het vervolg is op de verrassende winkelweekenden. Het Centrummanagement benadert proactief winkelketens die nog niet in Leiden zijn gevestigd, zodat zij dit mogelijk wel gaan overwegen. Ook begeleidt zij startende retailers bij het vinden van de juiste locatie in de binnenstad.

In 2018 zal CML ook verdere invulling geven aan haar vernieuwde Beleidsplan (2016-2019). Net als met Leiden Marketing zullen we ook met het CML in 2018 de nieuwe convenantsperiode 2019 -2022 uitwerken.

3C1.3 Inspanningen en programmasturing Binnenstad

Dit is het laatste jaar dat we uitvoering geven aan het vastgestelde programmaplan 2015 – 2018 met de doelen (meer bezoekers, meer bestedingen en meer waardering), de inspanningen (ingedeeld naar de vier subdoelen city hospitality, schone, hele en veilige binnenstad, levendige stad en prachtige stad), de wijze van samenwerking met de stadspartners en de sturing.

De middelen zijn voor het grootste deel vastgelegd. In 2018 wordt het laatste deel van de herinrichting van de Haarlemmerstraat opgeleverd, worden de bruggen van het Singelpark aangelegd en kan het rondje binnen de singels worden gelopen, wordt de Morsstraat heringericht, wordt druk gebouwd bij het station aan de Lorentz, is de bouw van de garage aan de Garenmarkt in volle gang en is de centrumroute verder in aanbouw. Voor het eerst zullen er activiteiten gaan plaats vinden op het cultuurplein Lammermarkt en kan de 3 oktober kermis op het nieuwe plein. Het themajaar van het water wordt ook goed zichtbaar in de stad en zal met verschillende evenementen en activiteiten een aantrekkelijk programma worden om de stad te bezoeken. Verder zal een aantal inspanningen uitgevoerd gaan worden waar vanuit het binnenstadstimuleringsfonds financieel zal worden bijgedragen en inspanningen uit het nieuwe uitvoeringsprogramma 2018 dat samen met de stadspartners wordt opgesteld. Het gewaagde doel om de titel van de beste binnenstad te worden in 2017 bleek nog te vroeg.

Verder zal in 2018 een nieuw 4 jarenplan voor programma binnenstad worden opgesteld waarbij het programma qua activiteiten op eenzelfde wijze wordt voortgezet, maar met een lichtere vorm van ambtelijke sturing, passend bij de fase waarin het programma zich dan bevindt.

Effectindicatoren bij 3C Marketing en promotie

Effectindicator	Realisatie	Streefwaarden				Bron
		2018	2019	2020	2021	
Doel 3C1 Meer zakelijk en recreatief bezoek aan Leiden						
3C1.a Aantal arbeidsplaatsen in de bezoekerseconomie	9.931 (2014) 10.357 (2015) 10.556 (2016)	10.700	10.800	10.900	11.000	Bedrijvenregister Zuid-Holland
3C1.b Leidse Binnenstad Index*	109 (2014) 110 (2015) 115 (2016)	117	118	119	120	Gemeente Leiden

* De Leidse Binnenstad Index is samengesteld uit 28 indicatoren. Zie de paragraaf over het bijzondere programma Binnenstad voor meer informatie.

Een overzicht van realisatie- en streefwaarden van de indicatoren (ook uit vorige begrotingen) staat op [Leiden in Cijfers](#).

Kaderstellende beleidsstukken

- Verordening op de heffing en invordering van markt- en staangeld 2017 (RV 16.0115)
- Masterplan LBSP-Gorlaeus (RV 16.0131)
- Evaluatie en voorstel tot het continueren van de financiering en aansturing van de citymarketing van Leiden door de overdracht van de toeristenbelasting aan het Ondernemersfonds Leiden. (RV 16.0105)
- Gemeentelijke bijdrage cofinanciering aan de stichting Leiden Regenerative Medicine Platform (het valorisatie platform voor regeneratieve geneeskunde (RV 16.0084)
- Wijziging plankaart Trekvljet op Ligplaatsenplan Bedrijfsvaartuigen 2009 (RV 16.0073)
- Actualisatie Beleidskader Winkelvoorzieningen Binnenstad (RV 16.0020)
- Bestemmingsplan Leiden Bio Science Park – deelgebied Boerhaave (RV 16.0033)
- Retailvisie Leidse regio 2025 (RV 16.0005)
- Marktverordening Leiden 2015 (RV 16.0001)
- Vaststellen ruimtelijk-economische Horecavisie (RV 15.0142)
- Startersgebouw kennisintensieve bedrijven (RV 15.0115)
- Verordening op de heffing en invordering van toeristenbelasting 2016 (RV 15.0120)
- Modellenboek Gevelreclame en Uitstallingen Binnenstad Leiden (RV 15.0109)
- Uitvoeringsbesluit De Stal (RV 15.0089)
- Gokje wagen in Leiden? (RV 15.0035)
- Scenario's met betrekking tot de versterking van de bedrijvigheid op het Leidse water (RV 15.0047)
- Kaderbesluit Herinrichting openbare ruimte Lammermarkt en Nieuwe Beestenmarkt en vernieuwen Valkbrug (RV 15.0016)
- Uitvoeringsbesluit Leeuwenhoekpark (RV 15.0014)
- Programmaplan Binnenstad 2015 - 2018 en Uitvoeringsprogramma Binnenstad 2015 (RV 14.0132)
- Uitbreiding evenementenbeleid vergroten locatie 3 water Nieuwe Rijn (RV 14.0053)
- Kwaliteitsverbetering Breestraat (RV 13.0145)
- Bestemmingsplan LBSP en station (RV 13.0149)
- Beleidskader van bedrijventerrein naar werklandschappen (RV 13.0147)
- Economische agenda Leidse regio 2020 Kennis en werk #071 (RV 13.0111)
- Verordening winkeltijden Leiden 2014 (RV 13.0106)
- Beleidskader cofinanciering Leiden Stad van Ontdekkingen en Leiden Bio Sciene Park (RV 12.0076)
- Structuur Citymarketing Leiden 2013 - 2016 (RV 12.0132)
- Lokale aanpak leegstand kantoren 2012-2014, kantorenloods Leiden (RV 12.0024)