

HET VERHAAL VAN CASTLES & GARDENS

Themagebied binnen 'Amsterdam Bezoeken, Holland Zien'

I amsterdam®



amsterdam &
partners

Inhoud

Voorwoord: Het verhaal van Castles & Gardens 3

Belang van themagebieden..... 4

Het themagebied verandert..... 6

Bezoek aan de themagebieden 8

Doelgroep & USP’s 10

Het verhaal van Castles & Gardens 12

Forten en kastelen..... 14

Natuur en buitenleven 15

Creativiteit vanaf de 19e eeuw 17

Dankwoord 18



Raadhuis gemeente Hilversum

VOORWOORD

Het verhaal van Castles & Gardens

‘Amsterdam Bezoeken, Holland Zien’ (ABHZ) is, sinds de aanvang in 2009, een succesvolle marketing- en promotiestrategie, met als doel om internationale bezoekers die in Amsterdam verblijven te verleiden ook een bezoek te brengen aan de regio. Ook is ABHZ in de loop der jaren een belangrijke aanjager gebleken van de samenwerking op het gebied van toerisme in de Metropoolregio Amsterdam (MRA). Deze effectieve marketing- en promotiestrategie is erop gericht om aan de hand van zes gedefinieerde themagebieden de MRA voor internationale verblijfsbezoekers op de kaart te zetten.

Voor elk themagebied wordt gebouwd aan de reputatie en activatie onder de doelgroep aan de hand van relevante unique selling points (USP’s) en iconen met een hoge attractiviteits- en communicatieve waarde voor de doelgroep. Het opbouwen van de huidige naamsbekendheid en awareness is een kwestie van lange adem geweest en getuigt van een zorgvuldige consistentie in de boodschap aan de doelgroep. Door bezoekers te blijven voeden met inspirerende content, blijft de Metropoolregio Amsterdam ‘top-of-mind’ en wordt er bijgedragen aan het herstel van een duurzame bezoekers-

economie. De uitvoering vindt plaats in hechte samenwerking met de metropoolpartners.

ABHZ 4 2021-2024 gaat verder met het doorontwikkelen van de themagebieden als destinatiemerken (placebranding). Dit doen we door de identiteit van elk themagebied verder te doorgronden, USP’s te benoemen voor de doelgroep en verhaallijnen te optimaliseren en te verrijken waar dat relevant is. Het vertellen van diepgravende verhalen geeft bezoekers aanknopingspunten om een themagebied net op een andere manier te bekijken en creëert een bezoekreden. Naast de bekende iconen en trekkers kunnen ook kleinere initiatieven een podium krijgen, zolang deze maar aansluiten bij de identiteit van het betreffende themagebied.

‘Het verhaal van Castles & Gardens’ is tot stand gekomen in co-creatie met betrokkenen uit het themagebied: vertegenwoordigers van Regio Gooi en Vechtstreek, Visit Gooi & Vecht, Hilversum Marketing, Singer Laren, gemeente Amstelveen, gemeente Ouder-Amstel, gemeente Uithoorn, gemeente Huizen, gemeente Gooise Meren, gemeente Weesp, gemeente Wijdmeren, gemeente Hilversum, gemeente Blaricum, gemeente Laren en Rijksmuseum Muiderslot. In mei

2021 heeft een themasessie onder regie van amsterdam&partners plaatsgevonden met alle betrokkenen. De gezamenlijke verhalen, kwaliteiten en iconen van Castles & Gardens die hieruit zijn voortgekomen, zijn belangrijke bouwstenen voor de totstandkoming van het gezamenlijke verhaal voor de internationale verblijfsbezoeker van Amsterdam die een uitstapje maakt naar dit themagebied.

We bedanken iedereen die hieraan heeft bijgedragen. Door partijen met elkaar te verbinden, hebben we een gezamenlijk beeld geschetst van dat wat de regio's Amstelland (Uithoorn, Ouder-Amstel, Amstelveen en Diemen) en Gooi & Vecht nu juist Castles & Gardens maakt. Het themaboek betreft een verdiepingsslag op en herijking van de huidige propositie en omvat een beschrijving van de USP’s, iconen en verhaallijnen van het themagebied. Het draagt bij aan een eenduidige, relevante, waardevolle storytelling richting de doelgroep en zal door zowel amsterdam&partners als partijen in de regio’s Amstelland, Gooi en Vecht en de rest van de MRA ingezet worden. Daarnaast biedt het themaboek houvast voor de ontwikkeling van relevante initiatieven binnen het themagebied en dient het als toetsingskader voor nieuwe producten en uitingen.



STARTPUNT

Belang van themagebieden

ABHZ 4 en het belang van de themagebieden

ABHZ richt zich op de internationale bezoeker die in Amsterdam verblijft en een bezoek brengt aan de regio. ABHZ 4 2021-2024 heeft als belangrijkste doelstelling het spreiden van de activiteiten van (dag)bezoekers over de MRA en het hiermee gericht stimuleren van de economie en het bevorderen van de leefbaarheid. Daarnaast zijn het stimuleren van verblijfsbezoek en onderlinge doorverwijzing vanuit de themagebieden, alsmede het stimuleren en aanjagen van een onderscheidend toeristisch aanbod, belangrijke doelen. ABHZ 4 omvat een viertal werkpakketten, te weten samenwerking, productontwikkeling, branding & marketing en data & inzichten. Het opstellen van het verhaal van elk themagebied valt onder het werkpakket branding & marketing.

Binnen ABHZ is de keuze gemaakt om te bouwen aan de reputatie van de Metropoolregio Amsterdam en de doelgroep te gidsen door de regio aan de hand van zes themagebieden: Authentic Haarlem, Amsterdam Beach, Castles & Gardens, Flowers of

Amsterdam, Old Holland en New Land. De in de afgelopen jaren opgebouwde bekendheid van de themagebieden bij de internationale bezoeker is belangrijk om vast te houden, want juist deze focus en consistentie hebben bijgedragen aan het succes van ABHZ. Het vanuit de themagebieden blijven aansluiten bij de couleur locale en lokale ontwikkelingen is hierbij van evident belang.

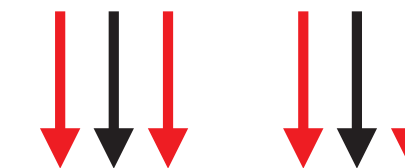
Identiteit

Elk themagebied binnen ABHZ heeft een eigen identiteit. De uitingsvormen en de kwaliteiten van deze themagebieden worden samengevat in de USP's voor de internationale bezoeker. Met de verhaallijnen en de gezichtsbepalende iconen worden de themagebieden door middel van storytelling op de kaart gezet.

Themagebieden ABHZ



USP's voor de internationale bezoeker



Iconen



STORYTELLING



AMBITIE

Het themagebied verandert

Couleur locale en ontwikkelingen

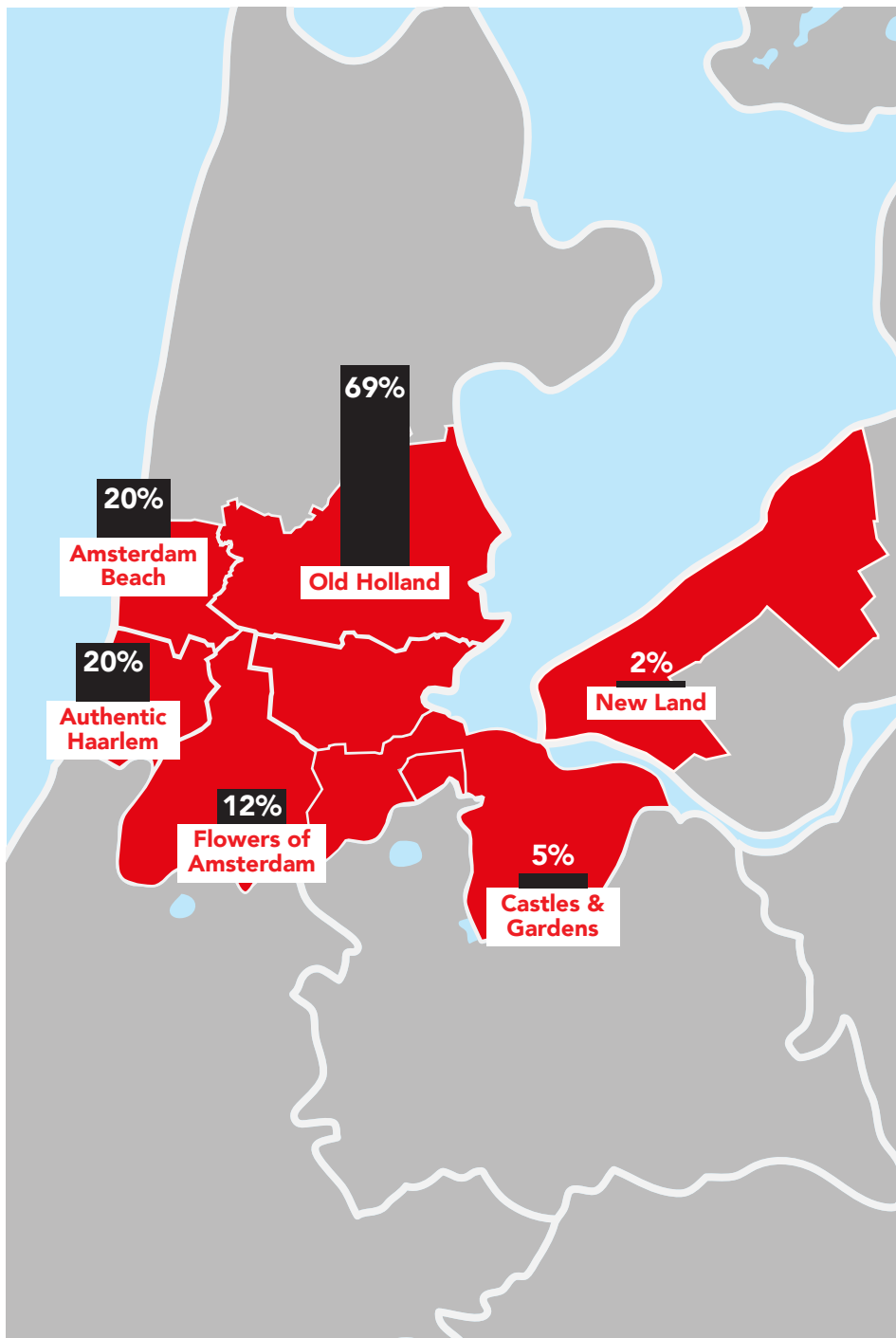
Door de deelnemers zijn aangedragen het Merkkompas Gooi & Vecht, de Visie Recreatie & Toerisme Gooi en Vechtstreek, het Activiteitenplan Muiderslot 2021-2024, de Kustvisie en de Erfgoedvisie, de Groene Uitweg, het Waterbeheerplan, de Integrale Kustvisie Huizen, het rapport ‘Het verhaal van Weesp’ en de visie Toerisme en Recreatie Blaricum. Het Merkkompas Gooi & Vecht dient onder andere als leidraad voor de website Visit Gooi & Vecht waarop zij inzetten op de ‘stijlzoeker’ als belangrijkste doelgroep. De Visie Recreatie & Toerisme formuleert de ambities voor de regio Gooi en Vechtstreek op economisch, cultureel en maatschappelijk gebied.

Visit Gooi & Vecht richt zich op de individuele toerist en niet op groepen en de ambitie is om de bereikbaarheid, ontsluiting en uitstraling van het gebied te verbeteren.

De vijf verhaallijnen van deze regio zijn: Forten & Historie, Buitenleven & Natuur, Op & Langs het water, Cultuur & Architectuur, In Beeld & Geluid. De focus ligt momenteel op de regionale en nationale bezoekers. Verbinding verbeteren tussen de gemeenten is van belang, zowel vanuit de verhaallijnen als fysiek in routes. De Kustvisie Huizen streeft naar ontwikkeling van de kustzone. Onder meer de ontwikkeling van fietsroutes, horeca en een hotel, verdieping van het zwemwater en een evenementenstrand. Voor de internationale bezoeker lift het themagebied Castles & Gardens in belangrijke mate mee op ABHZ om het aanbod voor de bezoekers te versterken en daarmee de kans te vergroten om meer internationale bezoekers te verleiden naar Castles & Gardens te komen.

Proces in co-creatie

‘Het verhaal van Castles & Gardens’ is tot stand gekomen in co-creatie met betrokkenen bij het themagebied: vertegenwoordigers van Regio Gooi en Vechtstreek, Visit Gooi & Vecht, Hilversum Marketing, Singer Laren, gemeente Amstelveen, gemeente Ouder-Amstel, gemeente Uithoorn, gemeente Huizen, gemeente Gooise Meren, gemeente Weesp en Rijksmuseum Muiderslot. In mei 2021 heeft een interactieve sessie plaatsgevonden met alle betrokkenen om stap voor stap de identiteit van Castles & Gardens als themagebied binnen ABHZ uit te diepen. Hiervoor is gebruikgemaakt van een vaststaand format, waarin gewerkt is aan de optimalisatie van de propositie en het vaststellen van de gezamenlijke verhalen, kwaliteiten en iconen. Vertegenwoordigers van de gemeenten Hilversum, Wijdmeren, Blaricum en Laren konden niet aanwezig zijn. Hen is de gelegenheid geboden na de sessie inbreng aan te leveren.



ABHZ

Bezoek aan de themagebieden

Profiel ABHZ-bezoeker

De internationale bezoeker die reeds in Amsterdam verblijft en van daaruit de metropool bezoekt of overweegt te bezoeken, is vanaf de start de doelgroep geweest voor ABHZ. We hebben het hier specifiek over de verblijfsbezoeker met 'leisure' als hoofddoel. De figuur hiernaast toont het profiel van deze doelgroep. De gegevens zijn gebaseerd op de eerste ruwe resultaten uit Kerncijfers Bezoekers 2019/2020 en Bezoekers Onderzoek Metropool Amsterdam (BOMA) 2016. Kerncijfers Bezoekers is het huidige bezoekersonderzoek dat continu wordt uitgevoerd onder nationale en internationale bezoekers in Amsterdam en de metropoolregio. Dit onderzoek geeft vooral inzicht in de profielen, activiteiten en bestedingspatronen van deze bezoekers.

De gemiddelde leeftijd van de ABHZ-bezoekers is 40 jaar en ze zijn voornamelijk afkomstig uit de Verenigde Staten, het Verenigd Koninkrijk, Duitsland en Canada. Gemiddeld verblijft deze bezoeker 3,9 nachten in Amsterdam. Het betreft 'bezige bijtjes', want ze ondernemen gemiddeld 13 activiteiten tijdens hun verblijf en vermaken zich door rond te lopen in de stad, musea te bezoeken, uit eten te gaan of een bezoek te brengen aan attracties. De hoofdmotieven zijn gelegen in fun en uitgaan (zoals uit eten gaan), alsmede in cultuur. De ABHZ-bezoeker besteedt gemiddeld € 169 per persoon per dag.

De kaart hiernaast laat zien waar de internationale bezoeker van Amsterdam zoal heen gaat in de MRA. We zien dat 5% van hen een uitstapje maakt naar Castles & Gardens.

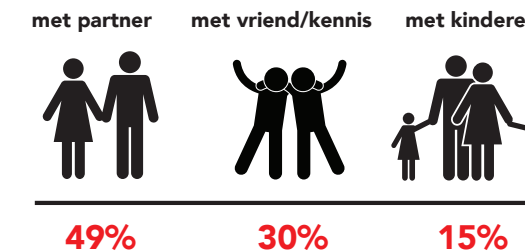
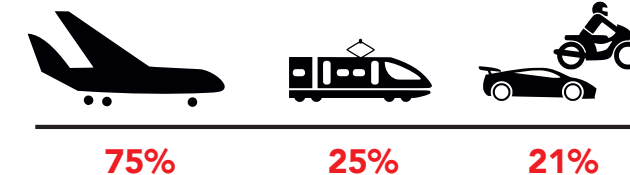
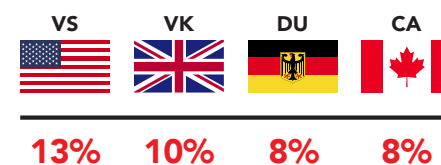
INTERNATIONALE VERBLIJFSBEZOEKER MRA: OVERNACHTING IN AMSTERDAM

Profiel

40 gemiddelde leeftijd

3,9 nachten gemiddelde verblijfsduur

19% herhaalbezoeker



Activiteiten

gemiddeld p.p. / p. bezoek

13 activiteiten

TOP 5

- 1 Excursies/uitstapjes buiten plaats 100%
- 2 Rondlopen in de stad 94%
- 3 Museumbezoek 90%
- 4 Uit eten in restaurant of café 72%
- 5 Attractiebezoek 64%

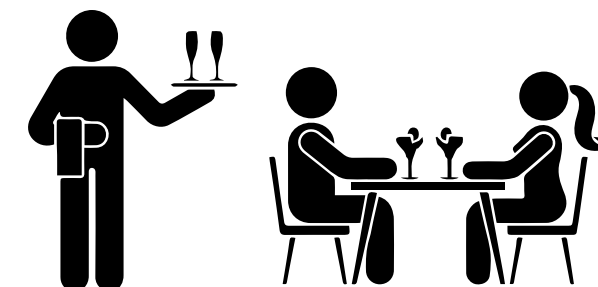
Hoofdmotieven
Fun en uitgaan 40%
Culturele voorstelling/museumbezoek 34%

Besteding

p.p. / p. dag

€ 169

€ 59 overnachting
€ 37 eten en drinken
€ 17 attracties, musea & theater





Straat in vestingstadje Naarden

CASTLES & GARDENS

Doelgroep & USP's

Doelgroep

Castles & Gardens kent veel verhalen en iconen. In het profileren van het themagebied binnen ABHZ is het belangrijk om het juiste verhaal uit te dragen naar de juiste doelgroep.

Profiel van de doelgroep

Ook van de ABHZ-bezoeker die vanuit Amsterdam een bezoek brengt aan Castles & Gardens is een profielschets gemaakt. Het betreft een gevarieerd profiel qua herkomstlanden, zowel uit Europa als daarbuiten, namelijk: Italië, de Verenigde Staten, Australië, België, Nieuw-Zeeland, Oostenrijk en Spanje. Gemiddeld zijn zij 46 jaar. Het themagebied Castles & Gardens wordt voornamelijk bezocht door families met kinderen, individuele bezoekers en stellen. Het bestedingsprofiel ligt rond € 130 per persoon per dag, waarvan meer dan de helft besteed wordt aan een overnachting en eten en drinken.

De internationale bezoeker van Castles & Gardens onderneemt gemiddeld maar liefst 15 activiteiten gedurende zijn of haar gehele verblijf. Dit is meer dan de algemene ABHZ-bezoeker. Naast de top 5-activiteiten van het algemene profiel van de ABHZ-bezoeker, kunnen we ook per themagebied aanvullende activiteiten onderscheiden die in dat themagebied meer worden ondernomen dan in andere themagebieden. Zo bewondert de internationale bezoeker van Castles & Gardens ook graag de moderne architectuur van na 1940 (49%). Daarnaast kijken ze graag naar de haven (31%) en brengen ook graag een bezoek aan hofjes en tuinen (31%).

Tot slot is er veel overlap met andere themagebieden: van de ABHZ-bezoekers die naar Castles & Gardens gaan, gaat

69% ook naar Old Holland, 38% naar Amsterdam Beach, 23% naar Authentic Haarlem, 23% naar New Land en 15% naar Flowers of Amsterdam. Vooral met de eerste twee gebieden heeft het themagebied dus een relatief grote overlap.

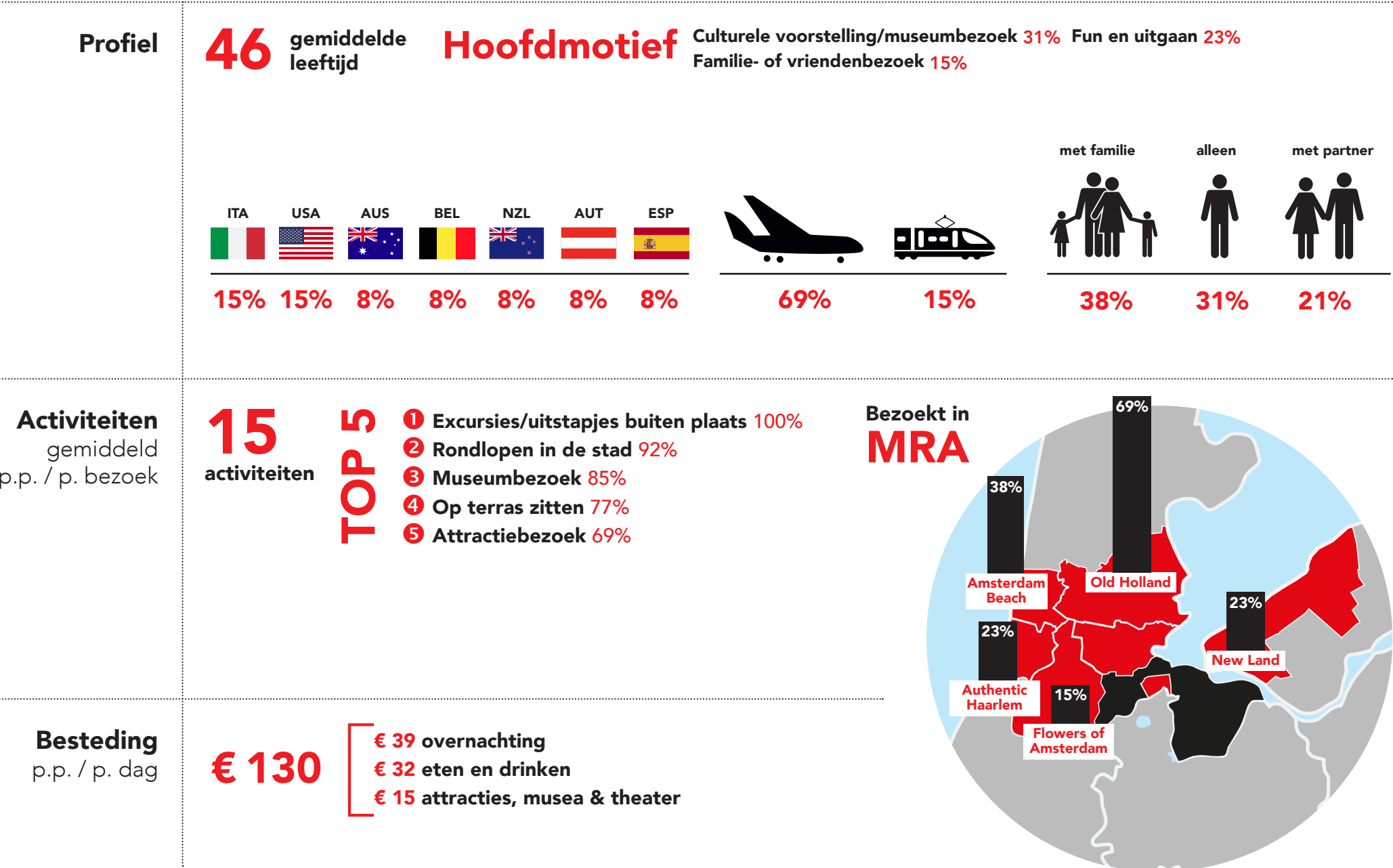
USP's voor de internationale doelgroep

Voor de internationale bezoeker van Amsterdam zijn de USP's (unique selling points) bepaald die onderscheidend zijn voor Castles & Gardens in relatie tot de andere themagebieden binnen ABHZ. USP's voor de doelgroep betreffen dié uitingsvormen en kwaliteiten waarmee Castles & Gardens nu juist zo aantrekkelijk is voor de doelgroep. Samen met de iconen en de verhaallijnen maken ze duidelijk waar het themagebied in de kern voor staat, wat de ambitie is en wat het gebied onderscheidend en relevant maakt voor de bezoeker.

USP's samengevat:

- › Historische forten, kastelen en tuinen (onderdeel Stelling van Amsterdam en de Nieuwe Hollandse Waterlinie)
- › Goed bewaarde vestingsteden Muiden, Naarden en Weesp
- › 17e-eeuwse buitenplaatsen
- › Amstel en Vecht als vaar- en verbindingroutes in het gebied
- › Natuurlijke omgeving, bos, heide, meren en polders
- › 19e- en 20e-eeuwse kunst, cultuur en architectuur

INTERNATIONALE BEZOEKER: CASTLES & GARDENS



Bezoekt in **MRA**



Tuin Muiderslot

STORYTELLING EN ICONEN

Het verhaal van Castles & Gardens

Storytelling en iconen

Storytelling is een belangrijk instrument om het verhaal van Castles & Gardens te vertellen aan de internationale doelgroep. Vanuit de bestaande propositie, USP's en iconen zijn de verhaallijnen van Castles & Gardens uitgewerkt. Het is de combinatie van deze elementen die bijdraagt aan het top-of-mind blijven bij de internationale doelgroep wanneer zij een bezoek willen brengen aan het themagebied tijdens hun verblijf in de Metropoolregio Amsterdam. Voor elke verhaallijn zijn de belangrijke en gezichtsbepalende iconen vermeld, voortkomend uit alle verzamelde verhalen. Dit zijn personen, organisaties of instellingen, bedrijven, gebouwen, plekken of activiteiten die Castles & Gardens profileren ten opzichte van andere themagebieden.

Propositie Castles & Gardens

De propositie fungeert als de 'hoofdboodschap' aan de internationale bezoeker die in Amsterdam verblijft, maar een uitstapje wil maken naar het themagebied. De content vanuit amsterdam&partners wordt hierop afgestemd, maar idealiter ook de content van andere partijen. De propositie voor Castles & Gardens luidt als volgt:

In het groene Hollandse landschap ten zuidoosten van Amsterdam vind je historische forten, authentieke vestingsteden en sprookjesachtige kastelen met unieke tuinen. De forten en kastelen gelegen aan de Vecht en de Amstel waren van onschatbare waarde voor de verdediging van de hoofdstad als onderdeel van de Stelling van Amsterdam. De omgeving inspireerde ook vele kunstenaars en maakte dit themagebied in de 19e en 20e eeuw tot een broedplaats van cultuur en architectuur. Castles & Gardens is niet alleen rijk aan (cultuur)historie, maar ook aan water en groen. De prachtige omgeving met bos, heide, polder, meren en de vele buitenplaatsen als decor, biedt tal van mogelijkheden voor recreatie en ontspanning in de natuur. Al fietsend, wandelend en varend kun je alleen, met elkaar of vooral met het gezin Castles & Gardens ontdekken.



Kasteeltuin van Slot Zuylen

STORYTELLING EN ICONEN

Forten en kastelen

In het groene Hollandse landschap ten zuidoosten van Amsterdam vind je historische forten en sprookjesachtige kastelen in landschapsparken. Deze historische gebouwen, met elk hun eigen unieke verhaal, zijn nog steeds te bewonderen. Heden ten dage kunnen bezoekers door de bastions dwalen en zich in een tijdperk van een paar eeuwen geleden wanen. De unieke kasteeltuinen zijn een heerlijke plek om te genieten en te onthaasten en geven een beeld van bomen, planten, groente en fruit, toonaangevend voor die tijd. Deze forten en kastelen zijn gelegen aan de Vecht en de Amstel, die als belangrijke aderen door de regio stromen. Als onderdeel van de Nieuwe Hollandse Waterlinie of van de Stelling van Amsterdam, een 135 kilometer lange ring van vestingwerken rond de Nederlandse hoofdstad, waren ze van onschatbare waarde voor de verdediging van Amsterdam. Als je dit UNESCO Werelderfgoed verder wilt verkennen, dan zijn de vele indrukwekkende forten en drie authentieke vestingsteden die het gebied rijk is, een mooi startpunt.

Iconen

- › Rijksmuseum Muiderslot
- › Kasteel-Museum Sypesteyn
- › Kasteel Nederhorst
- › Kasteel Loenersloot
- › De drie vestingsteden
- › UNESCO Werelderfgoed de Nieuwe Hollandse Waterlinie
- › UNESCO Werelderfgoed de Stelling van Amsterdam
- › Forteiland Pampus
- › Fort Uitermeer
- › Fort aan de Drecht
- › Fort bij De Kwakel
- › Historisch centrum Ouderkerk aan de Amstel
- › Slot Zuylen
- › Vecht en z'n buitenplaatsen
- › Amstel



Loosdrechtse Plassen fotografie Cris Toala Olivares

STORYTELLING EN ICONEN

Natuur en buitenleven

Castles & Gardens is niet alleen rijk aan historie, maar ook aan water en groen. Wandelend, op de fiets of vanaf de Amstel en de Vecht kun je genieten van het prachtige 17e-eeuwse decor van de buitenplaatsen en landgoederen. Indrukwekkend door hun mooi aangelegde tuinen, koetshuizen en theekoepels. Dit waren ooit de huizen van rijke kooplieden die de drukke stad Amsterdam ontvluchtten en de rust opzochten in het groene gebied. Het gebied is rijk aan water met onder andere het uitgestrekte Loosdrechtse Plassengebied, met vijf onderling verbonden meren. Dit trekt vele watersportliefhebbers, om te varen op het open water, mooie tochten te maken over de door natuur omgeven vaarwegen of om actief te zijn met kanoën, zeilen, waterskiën en kitesurfen. De diversiteit van de omgeving vind je ook terug in de bossen van Natuurmonumenten en de uitgestrekte heidevelden in het Goois Natuurreservaat. Ook de kustzone tussen Muiden, Naarden, Huizen en Blaricum wordt verder ontwikkeld als een plek voor waterrecreatie, fietsen en zwemmen, waardoor in de toekomst naast lokale en regionale bezoekers ook internationale bezoekers welkom zijn.

Iconen

- › Loosdrechtse Plassen
- › Naardermeer
- › Vecht
- › Amstel
- › Amsterdamse Bos
- › Oude Haven Huizen
- › Het Groene Hart
- › Heidevelden
- › Goois Natuurreservaat
- › Rondehoep
- › Bossen Natuurmonumenten
- › Gooimeer



Beeldentuin Museum Singer Laren

STORYTELLING EN ICONEN

Creativiteit vanaf de 19e eeuw

Na de bloei van de 17e eeuw, werd ten tijde van de industrialisatie in de 19e eeuw het gebied herontdekt. Amsterdam werd steeds drukker en dichter bevolkt, waardoor men de schoonheid van de natuur en de rust in het groen weer opzocht. De grensverleggers stapten op de eerste stoomtram richting Amstel, Gooi en Vechtstreek om hun horizon te verbreden. Naast de fysieke ruimte die werd ervaren, ervoer men ook mentaal de ruimte om te komen tot nieuwe ontwikkelingen en creatieve ideeën. Natuur en landschap vormden de inspiratiebron voor vele wereldberoemde kunstenaars en hun schilderijen, en maakten dit themagebied tot een broedplaats van cultuur, innovatie en architectuur. Vandaag de dag is deze inspiratie nog steeds zichtbaar en voelbaar in het landschap. In de 20e eeuw kreeg het modernisme voet aan de grond in het gebied, met als resultaat vele moderne architectonische gebouwen en woonwijken van onder andere Dudok. Ook kun je de ontstaansgeschiedenis van televisie, radio, muziek en film beleven in het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid (dat nu verbouwd wordt tot een hypermodern mediamuseum). In dit iconische gebouw wordt het audiovisueel erfgoed van Nederland bewaard.

Iconen

- › Dudok - Raadhuis Hilversum
- › Duiker en Bijvoet - Landgoed Zonnestraal
- › Berlage
- › Beeld en Geluid (in 2022 het nieuwe mediamuseum)
- › Museum Singer Laren
- › Amsterdamse Bostheater
- › De Stijl
- › Piet Mondriaan
- › Larense School met o.a. Anton Mauve
- › Piet Oudolf
- › Cobra Museum Amstelveen



Westerheide bij Laren © MVL

REALISATIE

Dankwoord

Het gezamenlijk verhaal van Castles & Gardens dat voor u ligt, is tot stand gekomen dankzij een co-creatieve aanpak en participatie van verschillende betrokkenen uit het themagebied. Met dit themaboek als leidraad laten we het verhaal van Castles & Gardens binnen ABHZ voor de internationale verblijfsbezoeker tot leven komen, op basis van iconen, USP's en uitgewerkte verhaallijnen. Het themaboek dient ook als toetsingskader voor nieuwe producten en uitingen voor de komende jaren voor deze doelgroep.

amsterdam&partners bedankt de betrokkenen voor hun tijd en inzet, maar ook voor hun bereidheid om eigen ervaringen te delen en daarmee inzicht te geven in al het moois dat Castles & Gardens voor de internationale bezoeker te bieden heeft.

