Jaarstukken 2018

Versie: 5.0.0.0.0.0

Beleidsterrein 3C Marketing en promotie

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 activiteitencampagne binnenstad	✓
	3C1.3 Inspanningen en programmasturing Binnenstad	✓

Toelichting
3C1.1 Citymarketing en stimuleren toeristische aantrekkelijkheid

Deze prestatie krijgt een groen stoplicht. Het betreft de uitvoering van activiteiten volgens de uitvoeringsovereenkomst Leiden Marketing 2015-2018, met de pijlers Cultuur, Kennis en Gastvrijheid.

Vooruitlopend op de sluiting van een nieuwe meerjarige uitvoeringsovereenkomst met Leiden Marketing (LM) is besloten de UVOK voor 2015-2018 met een jaar te verlengen. Reden hiervan is dat de besluitvorming van de evaluatie van het programma Binnenstad en de meerjarige inzet van de middelen plaatsvindt in 2019. LM participeert intensief in dit programma en ontvangt subsidiebijdragen uit het programma Binnenstad, die in de met Leiden Marketing gesloten UVOK worden opgenomen.

In 2018 was het themajaar gewijd aan het water. Het evenement Sail Leiden 2018 was het hoogtepunt. Een maritieme manifestatie met ca. 200 grote en kleine in de binnenstad afgemeerde historische bedrijfsvaartuigen. In 2018 heeft LM met de aangesloten Stadspartners diverse activiteiten verricht ter voorbereiding van de Themajaren 2019 (Jonge Rembrandt) en 2020 (Mayflower 400/Pilgrimjaar).

Leiden is succesvol als congresstad en staat nu, direct na de 4 grote steden, op de 5e plaats van de lijst met nationale congresbestemmingen die door ICCA (International Congress and Convention Association). In totaal telde het Leiden Convention Bureau 28 internationale congressen (waarvan 17 volgens de ICCA-normen), 15.068 congres deelnemer dagen en een totale economische spin off van 4,2 miljoen euro voor Leiden en regio. Voor het jaar 2022 heeft Leiden het ESOF binnengehaald, de grootste, multidisciplinaire Europese wetenschapsconferentie, met ca. 5.000 deelnemers. In 2018 zijn de voorbereidingen hiervoor opgestart.

LM werkt samen met de badplaatsen Noordwijk, Katwijk, Wassenaar en enkele Leidse regiogemeenten aan het project Regiomarketing ‘Stad + Kust’. In 2018 is er een intensieve campagne opgezet voor het aantrekken van Duitse toeristen naar het gebied. Maar ook een campagne voor het verleiden van de inwoners uit de deelnemende plaatsen voor een bezoek aan de binnenstad van Leiden en de dorpskernen van de deelnemende gemeenten.

Tot slot kan worden genoemd dat de voorzieningen voor de bezoekers en de herkenbaarheid van de passantenhaven zijn verbeterd.

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

Deze prestatie krijgt een groen stoplicht. 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.

Ook dit jaar weer waren de activiteiten voor het CML zoals de kennis en kunde bijeenkomsten, de Winter Wonder Weken en OPEN, de marketingcampagne voor de binnenstad succesvol. De leegstand in de binnenstad is mede door de inzet van de vestigingsmanager acceptabel te noemen. Daar waar de leegstand onacceptabel is (zoals Haarlemmerstraat Oost), wordt op dit moment projectmatig gewerkt aan oplossingen die op het eerste gezicht succesvol lijken te zijn.

De bij de vorige prestatie opgenomen passage over de verlenging van de UVOK 2015-2018 voor LM geldt op exact dezelfde wijze voor CML.

3C1.3 Inspanningen en programmasturing Binnenstad.

Gezien de behaalde resultaten in 2018 een groen stoplicht voor deze prestatie. In 2018 :

- is OV-museumlijn 10 gaan rijden;
- is de Morsstraat opnieuw ingericht;
- is de ontwikkeling van het Haarlemmerstraatblok gestart;
- vielen de Catharinasteeg en -brug drie keer in de prijzen (nationale en internationale betonprijs en NRWprijs);
- opende de Young Rembrandtstudio op de Lange Brug;
- is gestart met de herinrichting van de Maresingel en Rijnsburgersingel;
- was de 10e editie van de Leidse Hofjesconcerten;
- won Leiden de BNG-prijs voor beste erfgoedgemeente van Nederland;
- kregen veel panden in de binnenstad hun historische gevel terug;
- heropende de Haarlemmerstraat en Lange Mare;
- bereikte de nieuwbouw van Museum De Lakenhal het hoogste punt;
- vierde het Rijksmuseum van Oudheden haar 200-jarig bestaan;
- werden de historische Scheluwbrug en Kleine Havenbrug in de haven hersteld.

Effectindicatoren bij 3C Marketing en promotie

Effectindicator	Realisatie				Streefwaarde 2018	Bron
	2015	2016	2017	2018		
Doel 3C1 Meer zakelijk en recreatief bezoek aan Leiden						
3C1.a Aantal arbeidsplaatsen in de bezoekerseconomie	10.357	10.556	11.082	11.229	10.700	Bedrijvenregister Zuid-Holland
3C1.b Leidse Binnenstad Index	110	115	120	125	117	Gemeente Leiden

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

Kaderstellende beleidsstukken

In 2018 zijn de volgende kaderstellende beleidsstukken vastgesteld:

- Beschikbaar stellen voorbereidingskrediet voor ontwikkeling Entreegebied Leiden Bio Science Park. RV 18.0070
- Bedrijfs- en Pleziervaartuigenverordening Leiden 2017. Rv. 18.0017
- SRON; beschikbaar stellen van krediet ten behoeve van grondaankoop voor de hoofdvestiging SRON en het verstrekken van een meerjarige tegemoetkoming in de huisvestingslasten aan SRON ter compensatie van hun erfpachtcanon. RV 18.0008