



Duivenvoordecorridor

AANPAK MARKETING EN COMMUNICATIE

Van Ariën Versteeg

Afdeling

Doorkiesnummer 14070

Datum 12 april 2016

Versie

Ons kenmerk

Datum 26 februari 2016

Ons kenmerk

Pagina 2/6

Inhoudsopgave

1.	Inleiding	3
2.	Kernboodschap project	3
3.	Projectcommunicatie en gebiedsmarketing	3
3.1.	Projectcommunicatie	3
3.2.	Gebiedsmarketing	4
3.3.	De website	4
4.	Plan van aanpak gebiedsmarketing	6

Datum 26 februari 2016

Ons kenmerk

Pagina 3/6

1. Inleiding

De ontwikkeling van de Duivenvoordecorridor is om meerdere redenen een belangrijk project voor Leidschendam-Voorburg. De doelstellingen op het gebied van groen en recreatie liggen hoog, de gemeentelijke financiële belangen zijn groot. Na de omvangrijke verwerving en sloop van de voormalige tuinbouwbedrijven, wil de gemeente het integrale plan in samenwerking met marktpartijen in realisatie brengen. Het plan kent verschillende deelplannen die elk hun eigen dynamiek kennen. De doorlooptijd is meerdere jaren.

Communicatie en marketing versterkt het proces dat de realisatie van deze doelen van zowel de gemeente als toekomstig bewoners en potentiële marktpartijen mogelijk maakt

2. Kernboodschap project

Het doel van het project is om de Duivenvoordecorridor te ontwikkelen tot een gebied waar mensen landelijk kunnen wonen en recreëren in het historisch groen, midden in de Randstad. Vlakbij zee, en net zo dicht bij aantrekkelijke steden. De gemeente werkt aan een groene Duivenvoordecorridor. Waar vroeger kassen stonden, is nu al tijdelijk groene ruimte. Op slechts 15% van dit voormalige kasoppervlak worden in de toekomst woningen gebouwd als dekking voor de kosten van de nieuwe groene inrichting.

3. Projectcommunicatie en gebiedsmarketing

De communicatie rondom de Duivenvoordecorridor kent twee sporen. Enerzijds de projectcommunicatie om te informeren over de formele stappen die worden doorlopen om te komen tot een nieuw flexibel bestemmingsplan voor de inrichting van het gebied (planologisch en bestuurlijk). Anderzijds de gebiedsmarketing die nodig is om de Duivenvoordecorridor als unieke kans onder de aandacht te brengen van investeerders, projectontwikkelaars en toekomstige bewoners.

3.1. Projectcommunicatie

In het proces tot nu toe zijn tot nu toe diverse belanghebbenden en bewoners van het gebied betrokken. Zij worden geïnformeerd over de vervolgstappen in het project en de verplichte publicaties rondom de vaststelling van het flexibele bestemmingsplan. Belangengroepen die zich inzetten voor behoud van het groen, worden betrokken worden bij de invulling van het groen in de verdere uitwerking van de plannen. De gemeenteraad wordt volgens reguliere

Datum 26 februari 2016

Ons kenmerk

Pagina 4/6

procedure in de vervolgstappen meegenomen. Dit geldt ook voor de aan dit project gerelateerd grondexploitatie

3.2. Gebiedsmarketing

Het doel van gebiedsmarketing is het aantrekken van partijen die willen investeren en woningbouw willen ontwikkelen in het gebied.

Een aantrekkelijk project voor investeerders kent een organisatie die open staat voor de creativiteit en innovatiekracht van de markt. Geen afwachtende houding tot investeerders zich komen melden, maar een uitnodigende aanpak om marktpartijen te interesseren en uit te dagen het beste planvoorstel te doen.

De uitdaging aan de markt om creatief, inventief en onderscheidend invulling te geven aan de plannen, de fasering en de samenwerking maakt het noodzakelijk om op een andere manier met de positionering van het gebied om te gaan om de juiste partijen hiervoor aan te trekken. De planning is om in het derde kwartaal van 2016 te starten met de gebiedsmarketing.

Voorbeelden van een dergelijke aanpak zijn:

- Rondetafelgesprekken met potentiële investeerders;
- Zichtbaarheid bij professionele vastgoedbeurzen;
- Directe lijnen tussen CEO's en bestuur;
- Samenwerking met bestaande investeerders in het gebied;
- Prikkelende kleinschalige evenementen in het gebied (bijvoorbeeld: proefwonen in het groen);
- Mogelijkheid voor dialoog tijdens onderhandelingen om te komen tot verkoopafspraken;
- Open staan voor allerlei initiatieven en zoeken naar gezamenlijke meerwaarde;

Gebiedsmarketing is gericht op de ontwikkeling van concrete deelplannen en wordt niet samen met Voorschoten opgepakt. Zij zijn al verder in de ontwikkeling van hun gronden in het gebied.

3.3. De website

Datum 26 februari 2016

Ons kenmerk

Pagina 5/6

De huidige website www.duivenvoordecorridor.nl presenteert de gehele Duivenvoordecorridor een gezamenlijk met Voorschoten. Het is geen site bedoeld voor de marketing van specifieke deelplannen.

Voorbeelden van websites gerelateerd aan gebiedsmarketing

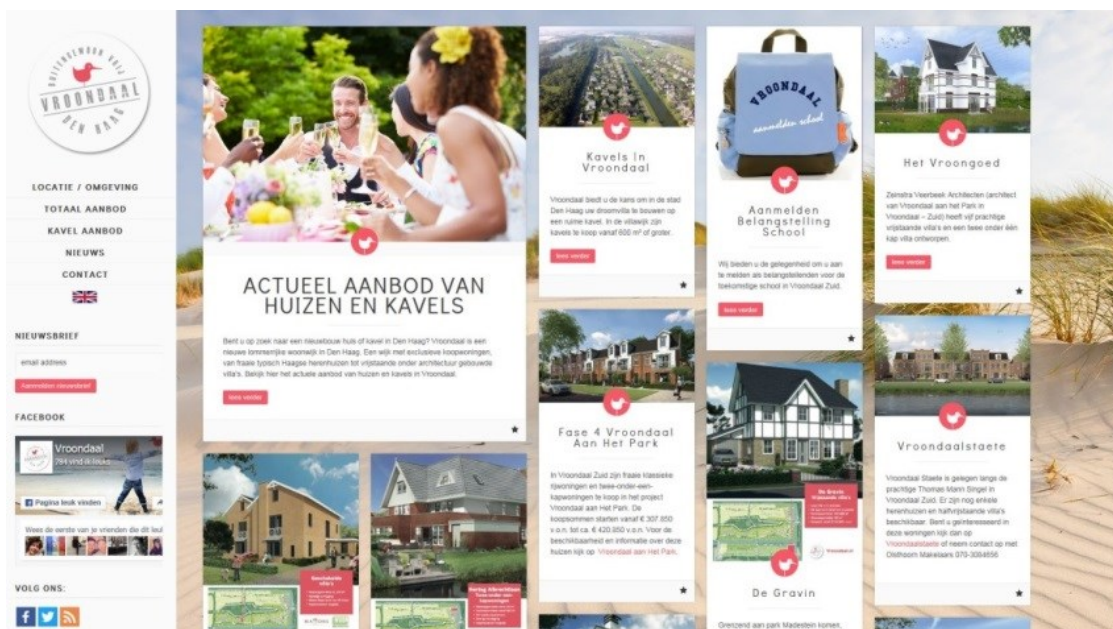
<http://www.vroonbaar.nl/>

<http://www.bosuyterlinde.nl/>

<http://www.landelijkwoneninboskoop.nl/>

<http://www.parkhelbergen.nl/helbergen/>

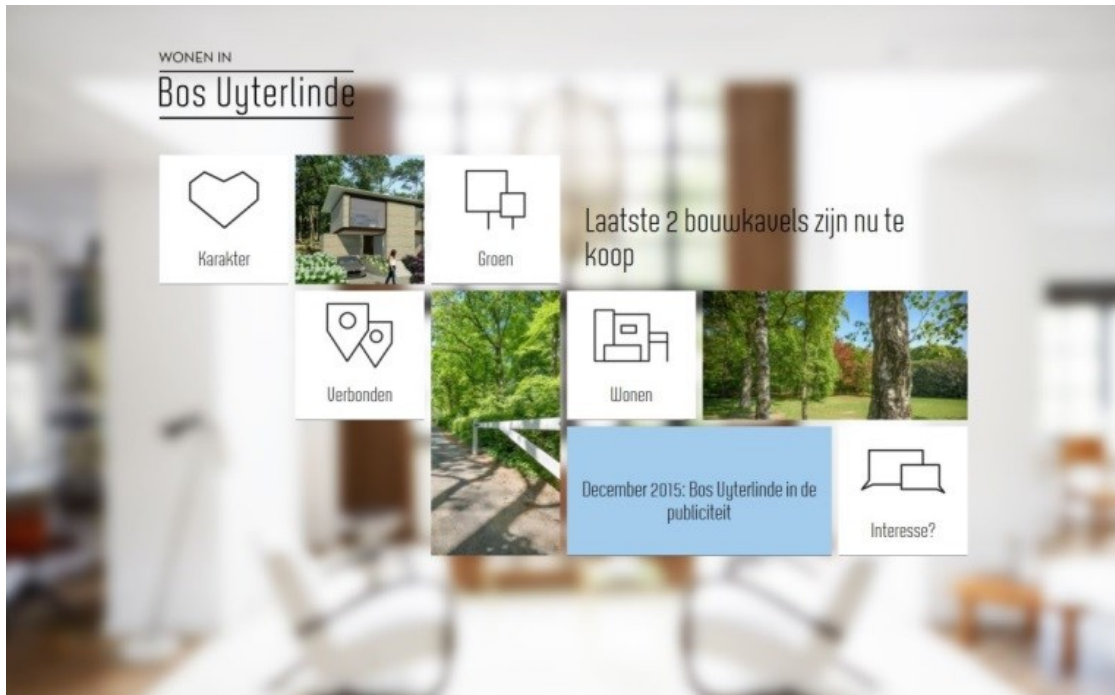
<http://www.waterstaete-reeuwijk.nl/>



Datum 26 februari 2016

Ons kenmerk

Pagina 6/6



4. Plan van aanpak gebiedsmarketing

Om het beste resultaat te behalen zet de gemeente een bureau in met gebiedsmarketing als professionele expertise. De centrale vraagstelling bij start van deze opdracht is:

- Op welke wijze kan de gemeente Leidschendam-Voorburg op een goede wijze de kansen in de Duivenvoordecorridor vermarkten voor recreanten, toekomstige bewoners en potentiële investeerders en exploitanten. Zowel op het gebiedsniveau als voor de verschillende deelplannen.

De uitkomst van de opdracht is een plan van aanpak voor de gebiedsmarketing, voor de lange termijn en voor het komende jaar. Hierin wordt advies gevraagd over de relatie met de huidige website. De gemeente neemt vervolgens een besluit over de implementatie.