

UITWERKING INSPIRATIESESSIES KWALITEITSPLEKKEN

REGIONAAL		
Toelichting: dit zijn onderwerpen die van regionaal belang zijn en niet specifiek voor één kwaliteitsplek		
Ontwikkelingsmogelijkheden n.a.v. inspiratiesessies	Specifieke input uit de inspiratiesessies	Uitwerking ontwikkelingsmogelijkheden
1. Breng focus aan in de regionale identiteit door middel van storytelling	<ul style="list-style-type: none"> - Meenemen van 'bestaande' verhaallijnen (bv. Nieuwe Hollandse Waterlinie, Mediastad). - Verbinding tussen kwaliteitsplekken versterken: binnen kwaliteitsplek en naar andere kwaliteitsplekken. - Neem een voorbeeld aan het Eemsnoer – kralensnoer langs de kust. - Verhalen vertellen is belangrijk, creëert de beleving van een andere wereld. 	<ul style="list-style-type: none"> - Regionaal - Dit moet opgepakt worden in combinatie met het bepalen van de doelgroep en de positionering (ontwikkelingsmogelijkheid 2, 3, 4). - Afstemmen met / aansluiten boven regionaal speelveld (MRA, gastvrije randmeren, marketing Utrecht / Amersfoort)
2. Breng focus aan per kwaliteitsplek door middel van storytelling	<ul style="list-style-type: none"> - Maak een overkoepelend inspirerend verhaal (over ontstaan, opbouw, verdediging forten etc.) waarop andere verhalen ingestoken kunnen worden. Iedereen kan tot de doelgroep behoren, dit is afhankelijk van de manier waarop het verhaal wordt gebracht. - Meenemen van 'bestaande' verhaallijnen (bv. Nieuwe Hollandse Waterlinie, Mediastad). - Inzetten op kwalitatief hoogwaardig gebied; het moet niet de dijk van Volendam worden. De historie kun je zien en beleven in Fortenland. - Vermarkten aan de hand van het 'kunst' verhaal (storytelling). Om Kunstdorpen op de kaart te krijgen, is een campagne nodig met een duidelijke verhaallijn en een sterke identiteit. - Voorbeelden Buitenplaatsen en Plassengebied: 	<ul style="list-style-type: none"> - Regionaal / per kwaliteitsplek - Dit moet opgepakt worden in combinatie met het bepalen van de doelgroep en de positionering (ontwikkelingsmogelijkheid 1, 3, 4).

	Petuniagemaal, 'small five' (als tegenhanger van de Afrikaans 'big five'), gebruik theekoepels.	
3. Positionering	<ul style="list-style-type: none"> - Google grants, verbetering SEO (Search Engine Optimization), vermelding Lonely Planet - Ga op zoek naar de gemeenschappelijke deler en maak ondernemers en instanties warm om zich ook voor deze gemene deler in te zetten. - We hebben veel moois en er gebeurt al veel. We moeten verkopen wat er al is. - Inzetten op kwalitatief hoogwaardig gebied; het moet niet de dijk van Volendam worden. De historie kun je zien en beleven in Fortenland. - Stevig beleid waarop te steunen om kwaliteit te behouden. - Belangrijke rol voor burgerparticipatie (vroegtijdig betrekken). - Belangrijk om eigen identiteit te behouden (voorbeeld dat genoemd is: kleinschaligheid – dorps). 	<ul style="list-style-type: none"> - Regionaal - Afstemmen met / aansluiten op boven regionaal speelveld (MRA, gastvrije randmeren, marketing Utrecht / Amersfoort)
4. Bepalen van de doelgroep (regionaal en per kwaliteitsplek)	<ul style="list-style-type: none"> - We moeten ons eerst afvragen welk publiek, ofwel welke doelgroepen, we willen aantrekken. Bezoekers zijn wenselijk, maar geen bussen vol - Doelgroep verbreden, waarbij de focus ligt op het verlagen van de (bezoek)drempel voor een bredere doelgroep. Niet alleen de 50+ bezoeker (die relatief veel geld besteedt), maar ook jongeren, jonge gezinnen met kinderen en mensen met een beperking. - Verlaag de financiële drempel, zodat er een grotere groep bezoekers en variëteit aan doelgroepen wordt aangetrokken. - Ken je gasten/toeristen. Zakelijke Nederlandse bezoekers, 50-plussers die weekend komen fietsen, internationale toeristen die gericht zijn op Amsterdam. - Op zoek naar een balans bewoners - bezoekers – natuur. 	<ul style="list-style-type: none"> - Regionaal (per kwaliteitsplek, want per plek wisselend) - Dit onderdeel is sterk verweven met storytelling (ontwikkelingsmogelijkheid 1, 2, 3) en moet in gezamenlijkheid worden opgepakt.

	<p>Leefbaarheid en natuur zijn belangrijke randvoorwaarden.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Moeten ons blijven afvragen wat het publiek wil. Daarbij moeten we rekening houden met de situatie in Amsterdam en daarop anticiperen (actief in plaats van reactief). 	
5. Samenwerking faciliteren	<ul style="list-style-type: none"> - Investeer in initiatieven die meerdere partijen met elkaar verbinden. - Faciliteren en stimuleren van communicatie door middel van het benoemen van een aanjager. - Samen kunnen we meer bereiken. We moeten het samen doen. Netwerken is een belangrijk onderdeel van samenwerken. Door elkaar beter te leren kennen, kunnen ook makkelijker verbindingen ontstaan. Het uitwisselen van informatie en netwerken kan in de wintermaanden. - Krachtenbundeling maakt sterker. - Ondernemers stimuleren te investeren. 	<ul style="list-style-type: none"> - Regionaal + lokaal (ook per kwaliteitsplek) - Oppakken bij ontwikkelingsmogelijkheid 10 (netwerkbijeenkomsten organiseren)
6. Stakeholders verbinden	<ul style="list-style-type: none"> - We hebben al heel veel, maak dit inzichtelijk en zorg voor verbinding stakeholders. - Cultuurloods aanstellen die culturele organisaties aan elkaar koppelt en inzet op kennisdeling en netwerken, en/of een cultuurmakelaar die voor de verbinding tussen cultuur en recreatie zorgt. - Als organisaties meer naar elkaar doorverwijzen. 	<ul style="list-style-type: none"> - Regionaal + lokaal - Oppakken met (thematische) netwerkbijeenkomsten. - Deels al gerealiseerd met regioconservator (koppeling culturele organisaties) en coördinator TGV (verbinding cultuur en recreatie) en lokale verbinders. Vooral zorgen dat die personen afstemmen/verbinden
7. Bundeling/afstemming van activiteiten en evenementen	<ul style="list-style-type: none"> - Verlengen van verblijf door het afstemmen en bundelen van kunst en cultuur activiteiten en evenementen voor aantrekkelijke 'feest, kunst en/of cultuur weekenden'. - Bundeling van culturele evenementen. - Doel van afstemming: rust creëren in de programmering en door middel van bundeling van activiteiten/evenementen kunst en cultuur weekenden creëren. 	<ul style="list-style-type: none"> - Regionaal - Met stadspromotoren en lokale VVV's afstemmen (door Toerisme Gooi & Vecht. Zij stellen jaaragenda op met evenementen, jaarlijkse UIT-agenda).

	<ul style="list-style-type: none"> - Afstemmen van uitkalenders/agenda's: nu gebeurt er veel op microniveau en is er sprake van versnippering. - Resultierend in een regionale Uit-agenda 	
8. Regionale cultuurapp	<ul style="list-style-type: none"> - Zoek binnen een dergelijke app de verbinding tussen cultuur en recreatie op de kwaliteitsplek, vertel meteen waar de je de auto kwijt kan en kan overstappen op bv. boot of fiets. 	<ul style="list-style-type: none"> - Regionaal - Indien mogelijk aanhaken bij Goochem (MRA).
9. Inzetten op lokale ambassadeurs	<ul style="list-style-type: none"> - Mensen bewuster maken van wat er al is en dit uitdragen. Als organisaties meer naar elkaar doorverwijzen. Zelf ervaren/bezoeken van 'parels' kan daaraan bijdragen. Zorg dat het personeel in hotels goed op de hoogte is van de mogelijkheden. Maak inwoners, ondernemers en personeel ambassadeurs van de regio. - Aansluiten bij educatieprogramma's scholen 	<ul style="list-style-type: none"> - Regionaal - Onderzoeken of 'strippenkaart' oid ingevoerd kan worden. Q1-2019 starten.
10. Netwerkbijeenkomsten organiseren	<ul style="list-style-type: none"> - Faciliteren en stimuleren van communicatie, en het delen van informatie over contactgegevens, bestaande initiatieven en ontwikkelingen, door middel van netwerkdagen. - Organiseer 'netwerkbijeenkomsten met allure'. Zorg hierbij voor interessante sprekers die niet bij individuele organisaties komen. 	<ul style="list-style-type: none"> - Regionaal - Bv. starten met bijeenkomst over storytelling (bv. plenair: wat is het/voorbeelden etc., deelsessies: hoe kunnen we dit per kwaliteitsplek invullen?). Q1-2019 voorbereiding starten (Q2-2019 bijeenkomst)
11. Ontwikkeling arrangementen	<ul style="list-style-type: none"> - Zoek samenwerking tussen culturele instellingen en ondernemers op, bv. in combinatie met fietsen, eten en overnachten. - Alle forten zijn niet op één dag te bezoeken dus, denk aan 'Gooise Forten Landschap arrangement'. Forten bezoeken kan ook als het slecht weer is, ideaal slechtweerprogramma. - Sluit arrangement aan bij publiektrekkers zoals ANWB, Museumjaarkaart en Toeractief 	<ul style="list-style-type: none"> - Regionaal en lokaal - Q1-2019 (MRA, i.h.k.v. gebiedsplan Castles & Gardens faciliteert Amsterdam Marketing desgewenst workshops voor arrangementontwikkeling)>
12. Gebiedsversterkende overnachtingsmogelijkheden creëren	<ul style="list-style-type: none"> - Heb aandacht voor productontwikkelingen, waaronder hotels. 	<ul style="list-style-type: none"> - Regionaal en bovenregionaal (in verband met onderscheidenheid)

13. Toegankelijk maken van kunstcollecties	<ul style="list-style-type: none"> - Maak verborgen kunstschaten (van particulieren) beschikbaar voor het publiek. - Leegstaande loodsen kunnen in de zomer als plek voor kunstenaars gebruikt worden. - Denk ook aan collectiemobiliteit tussen musea bevorderen. 	<ul style="list-style-type: none"> - Regionaal (o.a. inzet regioconservator voor collectiewisselingen) en bovenregionaal (aansluiten bij MRA project, start Q2-2019)
14. Regionaal deelfietsensysteem	<ul style="list-style-type: none"> - Deelfietsen/witte fietsenplan. - 'Overstappen' op de elektrische deelfiets. Gemakkelijk van de ene activiteit naar de andere bewegen en eventueel de natuur in (regionaal deelfietsensysteem). 	<ul style="list-style-type: none"> - Regionaal - Q1-2019
15. Gooise Tram		<ul style="list-style-type: none"> - Regionaal
16. Wayfinding	<ul style="list-style-type: none"> - Denk nu bv. al na over toekomstige Unesco-borden. - Ontwikkel storytelling onderweg (bv. langs fietspaden aanwijzingen over wat je ziet), gebruik daarvoor bv. QR-codes. Het landschap kan veel meer vertellen. - Praktische zaken goed regelen, zoals voldoende oplaadpunten voor elektrische fietsen, duidelijk aangeven waar fietsen gehuurd kunnen worden 	<ul style="list-style-type: none"> - Regionaal en lokaal
17. Toeristisch Overstap Punten optimaliseren	<ul style="list-style-type: none"> - Overstappunten beter benutten i.s.m. lokale ondernemers, van auto naar fiets. - Parels goed verbinden (varen, fietsen, wandelen). 	<ul style="list-style-type: none"> - Regionaal en lokaal - Q1/Q2-2109 (TOP Naarden en Top St. Janskerkhof)
18. OV-verbindingen tussen kernen en trekkers	<ul style="list-style-type: none"> - Beter vervoer tussen vestingsteden. - Betere OV-haltes nabij trekpleisters. - Verbetering mogelijk door lokaal met kleinere busjes te werken. 	<ul style="list-style-type: none"> - Regionaal en bovenregionaal (aansluitingen) - Q1/Q2 MRA project
19. Parkeermogelijkheden verbeteren	<ul style="list-style-type: none"> - Niet overal auto's laten parkeren. 	<ul style="list-style-type: none"> - Regionaal en lokaal
20. Kwetsbaarheid vrijwilligers (Initiatieven worden veelal door vrijwilligers getrokken en gedragen)	<ul style="list-style-type: none"> - Een advies aan de kunstorganisaties: projectmatig werken; en enthousiasme en aandacht trekken met kortlopende initiatieven. - Om vrijwilligers voor langere tijd te binden is er meer energie nodig (dit kan door middel van geld, training, aanjagen en initiatiefnemers) 	<ul style="list-style-type: none"> - Regionaal

KWALITEITSPLEK SPECIFIEK		
Ontwikkelingsmogelijkheden n.a.v. inspiratiesessies	Specifieke input uit de inspiratiesessies Toelichting: hierbij zijn we uitgegaan van de hoofdlijnen van de terugkoppeling uit de groepen uit de verslagen	
Kustlijn en havens langs de Zuiderzee:		
21. Bootverbinding Almere – Huizen	- Water is de verbinding tussen alles. Voorbeeld is een mogelijke OV verbinding tussen Huizen en Almere	- Lokaal - Mogelijk regionaal als ontwikkeling in relatie tot Floriade
22. Bootverbinding Amsterdam – Huizen		- Lokaal - Mogelijk regionaal (huidige bootverbinding van IJburg naar Pampus en Muiden kan mogelijk doorgetrokken worden naar Huizen)
23. Transformatie Huizer Museum naar Goois Museum		- Regionaal (i.c.m. regioconservator)
24. Bezoekerscentrum	- Groot bezoekerscentrum voor deze plek	- Regionaal en lokaal
25. Hop on – hop off bus		- Regionaal
26. Eilandjes voor de kust ontwikkelen	- 'Gooise Wadden'	- Bovenregionaal (Gastvrije randmeren) en lokaal
Buitenplaatsen en Plassengebied:		
27. Buslijn 120 door ontwikkelen	- Bus 120 vanuit Amsterdam met verhaal over de Buitenplaatsen aan boord.	- Regionaal en lokaal. Dit wordt al opgepakt binnen de gemeente Stichtse Vecht.
28. Transferium Fort Kijkuit	- Transferium bij Fort Kijkuit, vanaf daar een hop on – hop of bus/boot.	- Lokaal - Regionaal in het kader van het Gebiedsakkoord Oostelijke Vechtplassen en de recreatieve verbindingen.

29. Elektrisch varen		- Regionaal: stimuleren elektrisch varen (mogelijke subsidies) - Lokaal: ondernemers overgaan op elektrisch varen
30. Agrarische ondernemers betrekken	- Meenemen van agrarische ondernemers, vanwege de omvorming en ontwikkeling van de agrarische sector (nieuwe natuur, ruimte voor parkeren, overnachtingsmogelijkheden).	- Regionaal en lokaal
31. Varenden op de Vecht laten betalen		- Lokaal
Kunstdorpen:		
32. ?		
Fortenland:		
33. Waterbus		- Lokaal