

MARKETINGPLAN



OOKDITISDEROTTE.NL

2022

1. INLEIDING

Sinds 2016 werken wij met elkaar aan de gebiedsmarketing van het stroomgebied van de Rotte. Dit doen wij onder de noemer Ook dit is de Rotte. Recreatieschap Rottemeren, Gemeente Rotterdam, Stichting Plezierrivier de Rotte en Ondernemersvereniging de Rotte(meren) adviseren als 'begeleidingsgroep', jaarlijks over de strategie en het marketingplan. Ondernemersvereniging de Rotte(meren) is tevens de uitvoerende partij. Deze vorm van samenwerken is vastgelegd voor 4 jaar, tot 31 december 2021. In 2021 zijn hier de gemeenten Lansingerland en Zuidplas aan toegevoegd. Dit plan gaat er vanuit dat deze samenwerking in 2022 wordt voortgezet op basis van een overgangsjaar. Onderstaand meer toelichting op het overgangsjaar, waarom dit nodig is en hoe dit vormgegeven gaat worden.

Van de Rotte naar het Landschapspark

Het Ontwikkelplan Landschapspark de Rotte is halverwege 2021 vastgesteld. Op basis van het ontwikkelplan wordt een uitvoeringsprogramma gemaakt om uitvoering te geven aan de ambities uit het ontwikkelplan. Het is nog niet duidelijk hoe het Recreatieschap Rottemeren, trekker van het plan, de marketingcommunicatie van het Landschapspark de Rotte wilt organiseren. Ook dit is de Rotte kan HET platform van en voor Landschapspark de Rotte worden. Het platform dat de grensoverschrijdende verbinding legt van oorsprong tot dam, van overheid tot maatschappelijke organisaties tot ondernemers en van bezoekers tot bewoners. Het jaar 2022 als overgang geeft de partners de ruimte om voor het Landschapspark de Rotte een weloverwogen keuze te maken over hoe dit te laden en op welke wijze, zonder hetgeen dat Ook dit is de Rotte heeft opgebouwd verloren te laten gaan.

Doel Ook dit is de Rotte

Het doel waar we ons met Ook dit is de Rotte gezamenlijk voor inzetten is het bekender maken van het Landschapspark de Rotte bij (potentiële) bezoekers en te zorgen voor een positief imago van het landschapspark. We zien graag dat bezoekers vaker gebruik maken van de rivier en de omliggende gebieden, dat ze er langer blijven en meer besteden. We willen dat het landschapspark (nog) meer gezien wordt als een vrijetijdsbesteding voor ontspanning en plezier. Daarmee dragen we bij aan welzijn en gezondheid van de inwoners. Bovendien biedt het extra kansen voor ondernemenden (ondernemers, maatschappelijke organisaties, stichtingen, verenigingen etc.). Met zijn allen werken we aan een beter gebied, voor de mensen die er wonen, werken en recreëren.

Meer dan alleen marketing voor ondernemers

In 2021 zijn we deels van strategie veranderd. De voorgaande campagnejaren lieten zien dat de campagnes bijdragen aan bovengenoemd doel. Intussen merkten we ook dat Ook dit is de Rotte een belangrijke informatieve- en participatiefunctie heeft. Men denkt mee over het gebied en zoekt via Ook dit is de Rotte naar informatie over regelgeving, projecten, werkzaamheden, voorzieningen en meer. Het 'maatschappelijke rendement' bleek hoger te liggen dan verwacht. De focus ligt sindsdien niet alleen op het promoten van activiteiten en aanzetten tot actie, maar ook op het versterken van maatschappelijke thema's, de informatievoorziening, het betrekken van bewoners en bezoekers bij de ontwikkelingen in het gebied en samenwerking met partners.

2022 als overgangsjaar

De begeleidingsgroep koos ervoor om 2022 als overgangsjaar te zien. Inhoudelijk betekent dit dat we dezelfde middelen inzetten als in 2021 met dezelfde financiële bijdragen van de partners. Het platform Ook dit is de Rotte bestaat al en kan invulling geven aan het Landschapspark de Rotte. We gooien zo niet het kind met het badwater weg. We behouden wat goed is en wat bewezen resultaat oplevert. We zetten de lijnen uit, gaan na wat we willen behouden/ versterken en waar we mee stoppen. We kijken naar de lange termijn, 2023 en verder.

Het marketingplan 2022

Dit marketingplan bevat informatie over de doelen, de doelgroepen, de marketingmiddelen, de begroting en de planning voor 2022. Het plan ontving unaniem positief advies van de begeleidingsgroep *Ook dit is de Rotte*, bestaande uit Recreatieschap Rottemeren, Gemeenten Rotterdam, Lansingerland en Zuidplas, Stichting Plezierrivier de Rotte en Ondernemersvereniging de Rotte(meren).

2. MARKETINGCOMMUNICATIEDOELSTELLINGEN

HOOFDDOELLEN

De marketing in 2022 focust op het realiseren van onderstaande doelstellingen:

1. Het behouden van het merk Ook dit is de Rotte.
2. Het ondersteunen van maatschappelijke thema's van de betrokken partners¹.
3. Het delen van kennis over ontwikkelingen in het stroomgebied van de Rotte van bron tot dam.
4. Het laden van Landschapspark de Rotte en vormgeven van de marketingcommunicatie

SUBDOELEN

Het behouden van het merk Ook dit is de Rotte:

1. De Rotte en omliggende gebieden inclusief al haar activiteiten bekend blijven maken bij (potentiële) bezoekers uit Rotterdam, Lansingerland, Zuidplas en Zoetermeer.
2. Het behouden van het positieve imago² van de Rotte en omliggende gebieden.
3. Het behouden van de samenwerking met de partners³ van Ook dit is de Rotte.

Het ondersteunen van maatschappelijke thema's van de betrokken partners

1. Het stimuleren van sport, bewegen en gezond leven dicht bij huis.
2. Aandacht voor de historie en toekomst van de Rotte door middel van het programma '750 jaar dam in de Rotte'

Het delen van kennis over ontwikkelingen in het stroomgebied van de Rotte van bron tot dam.

1. Bewoners en bezoekers voorzien van praktische informatie⁴ omtrent de Rotte en omliggende gebieden.
2. Bewoners en bezoekers voorzien van informatie over ontwikkelingen⁵ omtrent de Rotte en omliggende gebieden.

Het laden van Landschapspark de Rotte en vormgeven van de marketingcommunicatie

1. Ontwikkelen van de geschikte marketingcommunicatievorm voor het Landschapspark de Rotte
2. Hetgeen dat voorkomt uit het Ontwikkelplan Landschapspark de Rotte een platform bieden en versterken.

3. DOELGROEPEN

PRIMAIRE DOELGROEPEN

- *Inwoners Rotterdam, Lansingerland, Zuidplas en Zoetermeer.*
Dit blijft voor Ook dit is de Rotte de primaire doelgroep. Nieuw in deze zijn de inwoners van de gemeente Zoetermeer. De statistieken wijzen uit dat de website relatief veel bezocht wordt door inwoners uit Zoetermeer. Dit is tevens een doelgroep die recreëert in het gebied en tot op heden niet is betrokken in campagnes.
- *Betrokken overheden*
Samen zetten we stappen om het Landschapspark de Rotte te realiseren. Hierin is het belangrijk samen op te trekken, ook als het gaat om de marketingcommunicatie van het Landschapspark.
- *Recreatieve/horeca/sport/natuur/cultuur/historische-ondernemenden in het stroomgebied van de Rotte*
De ondernemenden zijn een belangrijke speler voor de campagnes van Ook dit is de Rotte. Om er voor te zorgen dat zij meewerken met de campagne, dienen wij ook campagne te voeren richting de

¹ Recreatieschap Rottemeren, Gemeente Rotterdam, Lansingerland, Zuidplas, Stichting Plezierrivier de Rotte, Ondernemersvereniging de Rotte(meren) en gewenste nieuwe partner: Gemeente Zoetermeer.

Optioneel: Hoogheemraadschap Schieland en de Krimpenerwaard en Provincie Zuid-Holland.

² Als gebied voor ontspanning en plezier voor iedereen.

³ Ondernemers, overheden, verenigingen en stichtingen.

⁴ Bijvoorbeeld bereikbaarheid, afsluitingen, vaarregels, faciliteiten etc.

⁵ Bijvoorbeeld programma rivieroever, het ontwikkelplan, het vaarnetwerk, het coronavirus, de A16-A13 etc.

ondernemenden. De ondernemenden zijn de ogen en oren van het gebied. Zij kunnen ons waardevolle informatie geven voor de campagnes en de verbindende factor zijn naar de inwoners. Als laatste zorgen de ondernemenden mede voor de beleving van degene die het gebied daadwerkelijk bezoeken. Samen maken wij het gebied. En dat maakt de ondernemenden een belangrijke doelgroep.

- *Marketingcommunicatieafdelingen betrokken overheden*

Ook dit is de Rotte speelt een belangrijke rol in de communicatie naar inwoners en bezoekers inzake ontwikkelingen in het gebied. Tijdens de intelligente lock-down bij de uitbraak van het coronavirus was dit extra duidelijk. Toch wordt Ook dit is de Rotte nog niet altijd ingezet als middel door de overheden. Dat betekent dat wij in 2021 de communicatieafdelingen op zoeken om deze rol actief op te pakken.

SECUNDAIRE DOELGROEPEN

1. *Politiek*

De politiek is onlosmakelijk verbonden met Ook dit is de Rotte door de samenwerking met de diverse overheden. De steun van de politiek is noodzakelijk. Dat betekent dat wij hen goed mee moeten nemen om het draagvlak te behouden (dan wel te creëren).

2. *Pers/Media*

De pers/media draagt bij aan de promotie/bekendheid van de Rotte en Ook dit is de Rotte.

4. MARKETINGBOODSCHAP

KERNBOODSCHAP

Plezierrivier de Rotte kronkelt vanuit de achtertuin van Rotterdam naar het bruisende centrum van deze wereldstad. Maak kennis met de Rotte via *Ook dit is de Rotte* en ontdek wat er te doen is op, aan en nabij te Rotte. De rivier biedt met haar levendige kades en groene natuuroevers een plek waar je je thuis voelt en is een bron van plezier en ontspanning. De Rotte is van iedereen. Ga naar www.ookditsiderotte.nl en start je ontdekkingstocht vandaag nog.

OVERIGE BOODSCHAPPEN

Deze zijn afhankelijk van de agenda's/plannen van de overheden. De campagnes van Ook dit is de Rotte zullen deels aanhaken op hetgeen er speelt bij de overheden in relatie tot de Rotte.

5. MARKETINGINSTRUMENTEN

FOCUS IN MIDDELENMIX

De promotie voor Ook dit is de Rotte focust zich in 2020 op het behoud van wat we hebben opgebouwd. Dit houdt in dat we alleen online inzet plegen, met uitzondering van het evenement de Rotte Lente Avonden. Zie de bijlage voor de toelichting op de middelen.

UITGANGSPUNTEN

We hanteren de volgende uitgangspunten wat betreft de inzet van marketinginstrumenten voor de gebiedsmarketing van de Rotte van bron tot dam:

- Focus op social media en website: Facebook, Instagram, www.ookditsiderotte.nl
- Focus op Twitter alleen voor politieke belangen
- Focus op free publicity in de on- en offline media
- Uitstraling: plezier/speels, ontspanning, van ons allemaal, Rotterdams, groen en water
- Iedereen in het gebied komt aan bod!
- Aandacht voor de maatschappelijke thema's, informatievoorziening en ontwikkelingen
- Geen tijdgebonden planning om piekdruk in het gebied te beperken

ONLINE MIDDELEN

- Social Media: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube (incl. Communitymanagement)
- Nieuwsbrief
- SEA en SEO
- Website
- Google Analytics

- Free online publicity (persberichten, op pad met de pers etc.)

OFFLINE MIDDELEN

- Marketingcoördinator
- Offline zichtbaarheid met banners/vlaggen op events
- Free offline publicity (persberichten, op pad met de pers etc.)
- Samenwerking met partners

EVENEMENTEN

- De Rotte Lente Avonden (vanuit Ook dit is de Rotte)
- Culinaire Armada langs de Rotte (door ondernemers)
- Ontdekkingstocht 'Expeditie de Rotte' (door ondernemers)
- (Betaalde) Rondleidingen door het stroomgebied van de Rotte (door ondernemers)

6. MARKETINGCAMPAGNES

In 2022 zetten wij op basis van thema's vier kleinschalige campagnes op. Welke thema's dit zijn gaat in overleg met alle betrokken partijen. Waren de campagnes voorheen algemeen, met thema's als 'Ontdek de Rotte', worden de campagnes in 2022 in concreter, met meer diepgang. Dit kan bijvoorbeeld op maatschappelijke thema's zijn.

7. FINANCIËN EN BEGROTING

COFINANCIERING

Ook dit is de Rotte zal in 2022 met cofinanciering gerealiseerd worden.

DE BEGROTING

Kosten marketingcampagne OokditisdeRotte		€ 105.566
Bijdrage Recreatieschap Rottemeren	€ 48.095	
Bijdrage gemeente Rotterdam	€ 3.333	
Bijdrage gemeente Lansingerland	€ 3.333	
Bijdrage gemeente Zuidplas	€ 3.333	
Bijdrage Ondernemers Rotte Lente Avonden	€ 35.670	
Financiële bijdrage ondernemers	€ 11.802	
		€ 105.566
Benodigde extra bijdrage		€ -

Activiteiten	Per maand	Incidenteel	Totaal na 12 mnd.	Opmerkingen
Doorlopende kosten				
<u>Uren</u>				
Coördinator <i>Ook dit is de Rotte</i>	€ 1.820		€ 21.840	6 uur per week
- Uitvoering marketingplan				
- Centraal aanspreekpunt ODIDR voor bezoekers, pers, ambtenaren, ondernemers etc.				
- Bijhouden van ontwikkelingen en actualiteiten				
- Financiën en administratie				
<u>Online media</u>				
Contentkalender (social media posts)	€ 910		€ 10.920	3 uur pw (gem.)
Communitymanagement	€ 910		€ 10.920	3 uur pw (gem.)
Nieuwsbrief	€ 280		€ 3.360	Maandelijks
SEO/SEA	€ 303		€ 3.640	1 uur pw (gem.)
Website onderhoud/actueel houden	€ 303		€ 3.640	1 uur pw (gem.)
Google Analytics (statistieken bijhouden)	€ 140		€ 3.640	1 uur pw (gem.)
Free online publicity d.m.v. persberichten e.d.		€ -	€ -	

MARKETINGPLAN 2022



Offline

Vlaggen en banners		€	-	Deze zijn al in ons bezit
Persberichten	€ 303	€	3.640	1 uur pw (gem.)
Free offline publicity d.m.v. persberichten e.d.		€	-	

Campagnekosten

Themacampagnes	€ 1.060	€	4.240	In totaal 4 campagnes
----------------	---------	---	-------	-----------------------

Activiteiten

Rotte Lente Avonden	€ 35.670	€	35.670	Door Ook dit is de Rotte
Ontdekkingstocht Expeditie de Rotte		€	-	Door ondernemers
Rondleidingen door het gebied		€	-	Door ondernemers
Culinaire Armada		€	-	Door ondernemers
750 jaar dam in de Rotte		€	-	Door gem. Rotterdam

Overig

Samenwerking met bestaande kanalen	€ 280	€	3.360	4 uur per maand (gem.)
Website beheer en hosting		€	645	
Officepakket/e-mailaccount		€	51	
Afstemming flankerende progr.& proj.		PM	PM	
Monitoring en evaluatie		PM	PM	

Totaal kosten

€ 105.566

8. PLANNING

De uitvoering van het marketingplan start in januari 2022 en loopt t/m december 2022. Een gedetailleerde planning wordt gemaakt nadat de campagnes zijn ingevuld en het plan definitief is goedgekeurd door alle betrokken partijen.

9. BIJLAGEN

Er zijn twee bijlagen:

1. Het merk de Rotte in het kort
2. Toelichting marketinginstrumenten

c 2021

In de gebiedsmarketing voor de Rotte en omliggende gebieden werken samen:



BIJLAGE 1. HET MERK DE ROTTE IN HET KORT

In de door Bureau Buhrs ontwikkelde marketingstrategie zijn de ingrediënten vastgesteld waar we op voortborduren bij het marketingplan *Ook dit is de Rotte*.

KERNKWALITEITEN

- Naamgever van de stad Rotterdam
- Rivier met verschillende karakters
- Diversiteit aan landschappen en sferen
- Combinatie van twee werelden:
 - Weids natuurgebied naast grootstedelijk Rotterdam
 - Rust & ruimte naast plezier & vermaak
- Divers recreatieaanbod inclusief horeca
- Goede fiets-, wandel- en vaarroutes

MERKWAARDEN

Verbonden | Contrastrijk | Plezier/speels | Ontspanning | Van ons allemaal | Rotterdams

KERNPROPOSITIE

Plezierrivier de Rotte kronkelt vanuit de achtertuin van Rotterdam naar het bruisende centrum van deze wereldstad. De rivier biedt met haar levendige kades en groene natuuroevers een plek waar je je thuis voelt en is een bron van plezier en ontspanning.

STORYLINE OOK DIT IS DE ROTTE

Plezierrivier de Rotte met haar dynamische Rotterdamse binnenstad en speelse achtertuin. Twee werelden die zijn verbonden door de kronkelende rivier de Rotte. Aan deze rivier is Rotterdam ontstaan en uitgegroeid tot één van de hipste steden van Europa. De Rotte heeft als naamgever van deze stad een rijke historie en zal ook in de toekomst van waarde zijn, want deze rivier is bijzonder. Deze rivier kent levendige kades en groene natuuroevers. Deze stadsrivier kronkelt door dichtbevolkte en historische woonwijken én vormt het door groen omgeven recreatiegebied Rottemeren. Deze rivier kent vermaak, inspanning, inspiratie en rust. Maar bovenal biedt deze plezierrivier je een plek om je thuis te voelen. Een plek waar je leeft, lacht, ontdekt en geniet! En dat binnen handbereik, want je zult verbaasd zijn hoe dicht bij huis je zoveel plezier kunt beleven op het water en in de natuur.

VIER THEMA'S

De Rotte heeft vier thema's: Gastvrije natuur, Inspiratie en ontdekken, Samen avontuur en plezier en Genieten in stijl. De thema's sluiten aan op vier belevingswerelden.

PAY-OFF BEELDMERK

Met het creatief concept *Ook dit is de Rotte* wordt de diversiteit van de Rotte en omliggende gebieden benadrukt: de veelzijdigheid van het aanbod, het diverse karakter van de Rotte zelf, de verschillende landschappen en de verschillende sferen. Door de veelzijdigheid te benadrukken maken we duidelijk dat de Rotte voor (van) ons allemaal is en zijn de vier thema's goed toepasbaar. Juist het contrastrijke karakter van de rivier zorgt ervoor dat iedereen zich thuis voelt en zijn eigen weg kan kiezen.

BIJLAGE 2. TOELICHTING MARKETINGINSTRUMENTEN

ONLINE MIDDELEN

- *Social Media: Facebook, Instagram, Twitter, You Tube*
Omdat we veel belang hechten aan de inzet van social media – Facebook, Instagram en in mindere mate Twitter en Youtube – hanteren wij de een social media strategie voor de gebiedsmarketing die ontwikkeld is door RauwCC. Met foto's en korte tekst brengen we de verscheidenheid van de Rotte en omliggende gebieden onder de aandacht.
- *Nieuwsbrief*
Met een nieuwsbrief kun je de mensen bereiken die hebben aangegeven hier interesse in te hebben. Hierin werken we met vaste items/thema's die maandelijks terugkomen.
- *SEA en SEO/ Website*
Organische vindbaarheid is de ranking die je met de website in de loop van de tijd opbouwt. Door o.a. regelmatig actief te zijn met de website (zoals nieuwe pagina's, aanpassingen in je website) en het gebruik van de juiste (SEO-)termen kom je hoger in deze ranking. Hieronder valt bijvoorbeeld ook het bijwerken van bestaande pagina's. Dit is dus onmisbaar.
- *Google Analytics*
Door de resultaten van de inzet op de website en social media te analyseren kunnen we met de beperkte tijd en middelen snel schakelen en campagnes aanpassen waar nodig. Zo halen we het meeste rendement uit de middelen die we inzetten.
- *Free publicity (persberichten, op pad met de pers)*
Ook dit is de Rotte heeft veel profijt van de free publicity over de Rotte in online media. Dit realiseren wij door de media te voorzien van input.

OFFLINE MIDDELEN

- *De coördinator*
De coördinator is geen middel an sich, maar de rol van de coördinator voor de gebiedsmarketing is wel degelijk van belang voor het succes van Ook dit is de Rotte. De coördinator is verantwoordelijk voor de planvorming/ontwikkeling, de uitvoering en de verantwoording ervan. Daarnaast fungeert de coördinator als centraal aanspreekpunt voor bezoekers, pers, ambtenaren, ondernemers en andere betrokken. De coördinator deelt kennis met het netwerk, verbindt partijen aan elkaar en breidt het netwerk uit met partners die bij kunnen dragen/een rol kunnen spelen in Ook dit is de Rotte. De coördinator houdt ontwikkelingen en actualiteiten in de gaten en haakt in op voor Ook dit is de Rotte relevante items. De coördinator onderhoudt contacten met leveranciers en partners. Tevens is de coördinator verantwoordelijk voor de financiën van de gebiedsmarketing. Van het opstellen van de begroting, als het bewaken van de financiën en het genereren van financiële middelen (bijv. adverteerders of fondsen werven en subsidies aanvragen).
Let op: met de 6 uur die in dit plan beschikbaar is, is het niet mogelijk om al deze taken te realiseren.
- *Offline zichtbaarheid met banners/vlaggen op events*
Dit spreekt voor zich, door zichtbaar te zijn bij evenementen langs de Rotte vergroot je je zichtbaarheid en bekendheid.
- *Free publicity (persberichten, op pad met de pers)*
Ook dit is de Rotte heeft veel profijt van de free publicity over de Rotte in offline media. Dit realiseren wij door de media te voorzien van input.

EVENEMENTEN

- Evenementen zorgen ervoor dat er aandacht is voor de Rotte en de omgeving.