



## **Bijeenkomst 'Have a Royal Winter' programma 2021 Marketing Haagse Binnenstad**

**Datum:** Dinsdag 19 oktober 2021  
**Locatie:** Kantoor MHB, Passage 57a, 2511 AC Den Haag  
**Tijd:** 15.30 – 17.30 uur

### **Aanwezig:**

Steven Braber	Manager Pathé Buitenhof
Caroline Coleman	Stationsmanager Den Haag CS
Judith van Delft	Beleidsadviseur toerisme gemeente DH
Daphne Honsbeek	BIZ Noordeinde
Jasper van Hylckama	DB Evenementen
Gabry van der Let	Publieksevenementen gemeente Den Haag
Charlotte Los	Stichting Buitengewoon Scheveningen (SBS)
Barbara van Rest	Haagse Schatten / Royal Christmasfair
Charlotte Huegen	Stagiaire MHB
Toine Scholten	Music-Factor (Festival Jazz Den Haag)
Tom van der Zaal	Music-Factor (Festival Jazz Den Haag)
Alexander Serban	Popagenda Scheveningen
Rogier Soetekouw	Ga Den Haag
Takis Tap	Tweekoppig/Digitaal museum podiumkunsten
Antje Thijs	Service & Eventmanager Bijenkorf Den Haag
Floor van Wakeren	Tweekoppig/Marketing Strategie
Daphne Wray	Chef de Bureau MHB
Wendy Yu-Tjemmes	Campagne marketeer THMB (online)

**Notulen:** Willem Bek                      WBZ consultancy ∞

### **Agenda / Besproken**

- 1. Opening en mededelingen**
- 2. Update 'Have a Royal Winter (HARW)' programmering**
- 3. Voorstelronde en aangeven eventuele wensen**
- 4. Presentatie marketingplan van THMB**
- 5. Afsluiting**

## **1. Opening en mededelingen**

Daphne Wray verwelkomt de deelnemers omstreeks 15.45 uur bij deze tweede HARW-bijeenkomst die nu gelukkig weer 'live' kan plaatsvinden.

Daphne schetst de ambitie van de gemeente Den Haag om dé winterbestemming van Nederland te worden. In dat kader worden de talloze winterevenementen in de stad gebundeld in de HARW-campagne en gekoppeld aan de combinatie van historische binnenstad met Koninklijke allure en de ligging aan zee. Deze marketing campagne geschiedt in opdracht van de gemeente Den Haag en wordt gevoerd door The Hague Marketing Bureau (THMB), Stichting Buitengewoon Scheveningen (SBS) en Marketing Haagse Binnenstad (MHB). Daarbij wordt ook getracht bezoekers te verleiden tot een langer verblijf in Den Haag en/of een regelmatige terugkeer naar deze aantrekkelijk winterbestemming.

De opname ten behoeve van de notulen van deze bijeenkomst zal na het vaststellen van het verslag worden vernietigd. Er zijn geen bezwaren tegen deze opname.

## **2. Update 'Have a Royal Winter (HARW)' programmering**

Daphne gaat nader in op de programmering in de binnenstad en Charlotte Los zal daarna aangeven wat er allemaal in Scheveningen wordt voorzien.

In de binnenstad worden tijdens diverse weekenden hop on/hop off koetsen met de HARW-branding ingezet, waarbij aansluiting wordt gezocht met evenementen als 'Jazz en Route' en de 'Royal Christmas Fair'. Ook andere evenementen of acties kunnen door de koetsen worden aangedaan, als dit enigszins past in de route. Hiervoor kan contact worden opgenomen met MHB.

Ook tracht MHB dit jaar in samenwerking met enkele winkelgebieden een luxe inpakservice te organiseren. Tevens worden er vanaf november shopping events georganiseerd om extra bezoekers tijdens koopavonden te trekken. Daarnaast worden er winterse wandelroutes uitgezet langs evenementen en winkels. Dit jaar wordt bijvoorbeeld de beklimming van de Haagse Toren in een route opgenomen. Met deze routes wordt ook de spreiding van bezoekers bevorderd. Bij evenementen kan er desgewenst een 'photoframe' (arrensleedoek) worden ingezet. Verder zullen Haagse Piccolo's weer bezoekers welkom heten, vragen beantwoorden, flyers uitdelen en eventueel leenparaplu's met het HARW-logo verstrekken. Zij zullen ook de programmafolder verspreiden. Ten slotte vermeldt Daphne de samenwerking met de HTM die als winterpartner zal gaan rijden met een speciale 'kerstram' (lijn 16). De HTM staat open voor samenwerking met andere partners en MHB is graag bereid partners met elkaar in contact te brengen.

Charlotte geeft aan hoe met diverse activiteiten, sfeerverlichting, lichtobjecten en een 'winterse' aankleding in de HARW-stijl wordt benadrukt dat Scheveningen ook in de winter een zeer aantrekkelijke bestemming is. Naast de vreugdevuren is er immers veel te zien in deze badplaats. Daarvoor zal er weer een programmering zijn in het kader van 'A night out' aan zee. 'Cool Event' zal als langdurig evenement gedurende de wintermaanden veel bezoekers trekken. Op het ijs zullen ook weer verwijzingen naar de activiteiten in de binnenstad worden gelegd. Charlotte zou bijvoorbeeld graag een jazz-optreden op het ijs zien. Ook wordt gedacht aan een boot die vanaf de binnenstad met tussenstops als Madurodam in winterse sfeer bezoekers naar Scheveningen brengt. Tevens zullen de al genoemde koetsen ook in Scheveningen worden ingezet, evenals de Haage Piccolo's.

MHB en SBS organiseren 'winterse' koopavonden. In de binnenstad zijn deze op de twee laatste donderdagen van november en de twee eerste donderdagen van december. Vervolgens wordt er in extra programmering voorzien tijdens de lange winterweekenden van vrijdag 10 tot en met zondag 12 december en van vrijdag 17 tot en met zondag 19 december. Deze programmering kan bestaan uit kerstkoren, live-acts, steltlopers, DJ's in glitter auto's enz. Partners die met hun programmering kunnen aansluiten, kunnen dit aangeven via [winter@binnenstaddenhaag.com](mailto:winter@binnenstaddenhaag.com) bij Anne van der Zwaard.

De data voor de winterprogrammering in Scheveningen volgen zo spoedig mogelijk. Veel ondernemers in Scheveningen investeren in winterterrassen en er wordt getracht zo veel mogelijk (mobiele) programmering te verkrijgen op en rond de Boulevard, uiteraard passend binnen de geldende Coronamaatregelen. Een schaatsshow in Aladdin thema kan bijvoorbeeld jeugd en gezinnen aanmoedigen om de avondshow in het AFAS Circustheater te bezoeken. Daphne benadrukt het belang van een goede verbinding tussen en met alle activiteiten in de winterperiode. Zij is graag bereid te helpen bij het realiseren van ideeën en verzoekt allen in ieder geval alle activiteiten aan te melden bij Anne als 'chef winterprogrammering' van MHB.

Anne verzamelt ook de behoeften aan spandoeken, drang- of bouwhekdoeken en dergelijke in de HARW-stijl. Tevens stelt zij de agendafolder samen. De 'deadline' voor opgaven ten behoeve van deze fysieke folder is 21 oktober. De folder wordt in Den Haag en randgemeenten verspreid, maar ook bij alle evenementen. Tekst en beeldmateriaal is welkom op [winter@binnenstaddenhaag.com](mailto:winter@binnenstaddenhaag.com). Na 21 oktober is informatie ook nog welkom om te worden verspreid via andere kanalen, zoals [denhaag.com/winter](http://denhaag.com/winter). Op [www.binnenstaddenhaag.com](http://www.binnenstaddenhaag.com) kan men ook de HARW-toolkit vinden die gebruikt kan worden voor eigen folders, programma's en/of websites. Daarmee geeft men aan onderdeel uit te maken van deze grote campagne en versterkt men de totale marketingcampagne.

### **3. Voorstelronde en aangeven eventuele wensen**

Barbara van Rest (Haagse Schatten) verzorgt de communicatie voor de 'Royal Christmas Fair' die van 9 tot en met 22 december dagelijks geopend zal zijn van 12.00 tot 21.00 uur ([Royal Christmas Fair](#)).

Tom van der Zaal en Toine Scholten organiseren het festival 'Jazz en route', dat op 10, 11 en 12 december plaatsvindt op verschillende locaties. Daarbij wordt er aangehaakt bij de 'Royal Christmas Fair' en er wordt langs een route door het Koninklijk kwartier opgetreden met nationale en internationale artiesten. Het start in de middag met 'Shopping & Jazz' en wordt in de avond vervolgd met 'Dinner & Jazz'. Onder meer Sabrina Starke zal een soloconcert geven. Locaties zijn onder meer het Voco Hotel, Hotel Indigo, O'casey's, winkels, kunstgalerijen enz. In totaal betreft het ongeveer twintig locaties die grotendeels vrij toegankelijk zijn. Er wordt vermoedelijk ook opgetreden op de 'Royal Christmas Fair' en in de winkelstraten tijdens de winterwinkelweekenden. Toine verzoekt de optredens goed met alle ondernemers te communiceren.

Rogier Soetekouw wijst op de samenwerking van de stichting 'Groepsarrangementen (GA) Den Haag' met de stichtingen 'De Haagse Toren', 'De Haagse Stadsfiets' en 'De Ooievaar'. Deze vier stichtingen staan open voor verdere samenwerking bij concrete activiteiten. GA Den Haag organiseert ook avondwandelingen op donderdag of vrijdag tijdens de winterperiode. Deze wandeling was erg populair

tijdens museumnacht en omvat ook een avondbeklimming van de Haagse Toren (288 treden) om op grote hoogte van de feestelijke verlichte binnenstad te genieten.

Judith van Delft is aanwezig namens de gemeente Den Haag die opdrachtgever is voor de HARW-campagne. De gemeente verstrekt ook subsidies aan evenementen buiten dit programma. Gaby van der Let is als accountmanager bij de gemeente belast met het evenementenbeleid. Zij is altijd bereid advies te geven, ook als men zelf geen evenement voor ogen heeft, maar wil samenwerken met een evenement. Er zijn twee regelingen: voor kleine en grote evenementen. De beoordeling van de ingediende aanvragen is nog gaande en uitsluitsel wordt binnenkort verwacht.

Judith vermeldt dat er inmiddels aanvragen kunnen worden ingediend voor de vorige keer genoemde regeling waarbij een BIZ of ondernemersvereniging bij de gemeente vergoeding van twee derde van de kosten voor sfeerverlichting of andere feestelijke aankleding als kerstbomen kan aanvragen. Details over deze aanvragen en de aanvraagformulieren zijn te vinden op [binnenstaddenhaag.com](http://binnenstaddenhaag.com). Hier treft men ook informatie over de HARW-campagne, het verslag van de vorige bijeenkomst en gegevens over de HARW-toolkit.

Daphne Honsbeek is gebiedsmanager voor het gebied Noordeinde waar vooral wordt ingezet op feestelijke verlichting en gastvrijheidsacties in december. Jasper van Hylckama van DB-evenementen ondersteunt MHB bij de praktische uitvoering en het verkrijgen van de benodigde vergunningen.

Caroline Coleman vermeldt als stationsmanager van het CS dat het station nog meer dan voorgaande jaren zal worden voorzien van sfeerverlichting. Daarnaast kan het station een podium bieden aan diverse activiteiten. Daartoe beschikt het CS over enkele 'event plekken' en het grote scherm in de hal kan worden benut om elk 'event' te vertonen. Daaraan zijn wel kosten verbonden en voor de speciale tarieven kan met Caroline contact op worden genomen. Zij ziet mogelijkheden om de vele bezoekers die per trein arriveren een overweldigende eerste en/of laatste indruk van de stad te bieden in de stationshal. In aanloop naar het winterprogramma kunnen er al voorproefjes worden vertoond om mensen te verleiden deze winter een weekend in Den Haag door te brengen. Zo kan de HARW-promotiefilm worden vertoond.

Alexander Serban heeft naast de Popagenda Scheveningen ook enkele jaren het Haags Beatfestival georganiseerd in het Zuiderpark. Daarvan zal op 12 december een speciale editie komen: 'Haagse Beat aan Zee'. Verder is er een meerdaags evenement met 'Irish wintersongs' in samenwerking met de Dramtune foundation en Acoustic Alley. Het hoogtepunt is een dag in de Grote Kerk met bekende Ierse artiesten en enkele koren. Desgevraagd geeft Gaby aan dat het verlenen van een vergunning afhankelijk is van de regels met betrekking tot Corona, zeker als er geen sprake is van een doorstroomlocatie. Alex tracht aan te sluiten bij andere geprogrammeerde acties en hij beveelt MHB aan contact te leggen met de organisatoren van het vreugdevuur. Zij zorgen nu vijf dagen lang voor een goed programma en dat kan bezoekers verleiden tot een meerdaags verblijf. Daphne geeft aan dat de data in het programma worden opgenomen. Zij kan zich voorstellen dat delen van de programmering bij het vreugdevuur ook elders kunnen worden ingezet. Charlotte geeft aan dat het geen ramp is als speciale optredens niet tijdig in de agendafolder worden opgenomen, aangezien er voldoende andere middelen zijn voor de communicatie hierover. Alex neemt contact op met Anne en hij zal na deze vergadering met Tom en Toine spreken over een jazzevenement in maart 2022.

Steven Braber merkt op dat de drie Haagse vestigingen van Pathé in kerstsfeer zullen zijn en dat hier films worden getoond die passen bij dit seizoen. De trap bij de Spuimarkt trap is beschikbaar voor projecties. Op een vraag van Judith antwoordt Steven dat er voor de start van een film wel een stilstaand beeld kan worden geprojecteerd. Ook kan er bijvoorbeeld een banner in de bioscoop worden geplaatst.

Antje Thijs memoreert dat De Bijenkorf op dit moment drie etalages ter beschikking heeft gesteld voor het evenement 'Masterly The Hague' en haar relaties uitnodigt om dit evenement te bezoeken. De Bijenkorf legt graag de verbinding met evenementen in Den Haag. Daphne zou liefst een HARW-etalage zien en Toine wijst erop dat Music-Factor geruime tijd muziek in vestigingen van De Bijenkorf heeft verzorgd.

Takis Tap en Floor van Wakeren werken marketing video- en webconcepten uit of maken die zelf. Zij kunnen onder meer in bijvoorbeeld De Bijenkorf, het CS of langs wandelingen op speciale locaties met QR-codes bezoekers toegang geven tot online podiumkunsten die gerelateerd zijn aan de betreffende ruimte. Zij staan open voor gesprekken over wensen en mogelijkheden.

#### **4. Presentatie marketingplan van THMB**

Wendy Yu-Tjemmes is verheugd dat er dit jaar weer een echte wintercampagne kan worden gevoerd om bezoekers naar Den Haag te trekken. De HARW-campagne zorgt voor een herkenbare propositie voor bewoners, bezoekers en participanten. Ook Wendy beveelt aan de beschikbaar gestelde 'toolkit' te benutten om gezamenlijk eenzelfde boodschap uit te dragen. Een centrale rol in de campagne wordt vervuld door de speciale landingspagina [www.denhaag.com/winter](http://www.denhaag.com/winter). Deze pagina wordt steeds geactualiseerd en hier kan men alle programmering en bezoekersinformatie terugvinden. Als er dus speciale acties of evenementen zijn, kunnen ondernemers en organisatoren dat via MHB doorgeven voor opname in deze programmering.

Wendy schetst het doel van de campagne om de bekendheid van Den Haag als aantrekkelijke winterbestemming te verhogen, de juiste doelgroepen naar de stad te laten komen en hier zo mogelijk langer te laten verblijven of nog eens terug te laten keren. Het streven is om dit jaar Den Haag hoger in de top 10 van wintersteden te laten stijgen. Omdat Maastricht, Leiden en Dordrecht in 2021 geen kerstmarkt organiseren, ziet Wendy goede kansen om de zesde plaats te behalen. De campagne richt zich vooral op drie doelgroepen: stijlzoekers, plezierzoekers en harmoniezoekers. De campagne tracht deze doelgroepen te activeren in de maanden november, december en januari. In de maanden daarna worden koppelingen gemaakt met evenementen als 200 jaar Mauritshuis, de culturele programmering in Amare, Winternachten en 'A night out' in Scheveningen.

Bewoners en bezoekers van Den Haag worden via de campagne gewezen op de winterprogrammering en de mogelijkheden om inkopen te doen voor de feestdagen en horeca en/of musea te bezoeken. Naast de al genoemde website, social media en 'digital out of home' publicaties wordt een promotievideo ingezet. Tijdens de programmering van dit jaar wordt weer beeldmateriaal verkregen om te benutten bij de HARW-campagne van 2022. Wat betreft de KPI's wordt verwacht dit jaar een mediawaarde van 1 miljoen euro te behalen (onder voorwaarde dat de programmering voldoet aan de verwachtingen). Het streven is verder om 75.000 bezoekers op [www.denhaag.com](http://www.denhaag.com) te realiseren.

Op landelijk niveau wordt er gericht op verblijfsbezoek via online platformen als [www.dagjeweg.nl](http://www.dagjeweg.nl) en [www.expedia.nl](http://www.expedia.nl). Ook wordt er samengewerkt met Q-Music.

Daarnaast zal de adwords- en social media campagne bijdragen aan de 'branding' van Den Haag als aantrekkelijke winterbestemming en de activatie van bezoekers. Ook DPG Media is hierbij een belangrijke partner.

Op lokaal en regionaal niveau worden er stadsbanieren ingezet en andere media gebruikt om te laten zien dat de HARW-campagne weer is gestart. Ook op deze niveaus worden 'digital out of home', social media en google ingezet om mensen te activeren. Het is dus van belang om de evenementenkalender goed bij te houden, ook op de eigen websites en social media van ondernemers en organisatoren. Wendy vermeldt tevens dat er gesprekken gaande zijn over de ontwikkeling van 'merchandising'.

Internationaal richt de campagne zich ook op verblijfsbezoek vanuit Duitsland en België. Met reisbureaus wordt zelfs al gewerkt aan het bezoek in de winter van 2022.

Evenals voorgaande jaren wordt ook de pers betrokken bij de campagne. Zo wordt er getracht om de uitzending Humberto Tan weer in Den Haag te krijgen, liefst op de Royal Christmas Fair. Verder wordt er redactionele aandacht gevraagd bij redacties van Sanoma titels en influencers.

Wendy is altijd bereid vragen te beantwoorden roept allen op activiteiten en evenementen aan te melden via [info@denhaag.com](mailto:info@denhaag.com) voor zover dat nog niet is gebeurd. Dan wordt deze informatie opgenomen op de landingspagina.

## **5. Afsluiting**

Daphne dankt Wendy voor haar presentatie en constateert dat er op dit moment geen vragen meer zijn. Daarom sluit zij dit deel van de bijeenkomst omstreeks 16.45 uur met dank aan alle deelnemers voor hun komst en inbreng. Vervolgens biedt zij de aanwezigen gelegenheid om onder het genot van een drankje met elkaar te spreken over mogelijkheden tot samenwerking.