

HollandRoute

De HollandRoute is ontstaan als één van de regionale netwerken van de European Route of Industrial Heritage (ERIH) en voert langs een indrukwekkende hoeveelheid erfgoedlocaties van handel, nijverheid, techniek, industrie, waterbeheersing en infrastructuur. De HollandRoute vormt een verbinding tussen het gezamenlijke erfgoed en is te verkennen met de fiets, auto, boot en te voet. De verbindende route bestaat uit:

- de bereikbaarheid van de erfgoedlocaties (inclusief vindbaarheid en aantrekkelijkheid van de verbindende route) en hun ontwikkeling tot aantrekkelijke attracties om te bezoeken
- bewegwijzering van de route en de attracties waarbij ook informatie over de erfgoedlocaties en de gehele HollandRoute is te vinden
- uitbreiding van de HollandRoute met nieuwe ankerpunten, routepunten en rustpunten

Centraal staan een goede infrastructuur, actief ledennetwerk, product-marktcombinaties en verbetering van verblijfstoerisme. De overheden in de regio zijn vooral betrokken bij infrastructuur en zijn daarnaast actief als leden van het HollandRoute-netwerk. Impulsen vanuit de overheid zijn ook nodig bij de versterking van het verblijfstoerisme. Voor particuliere partijen is de onderlinge samenwerking en kennisuitwisseling van belang om de synergievoordelen en aantrekkelijke toeristische producten te realiseren.

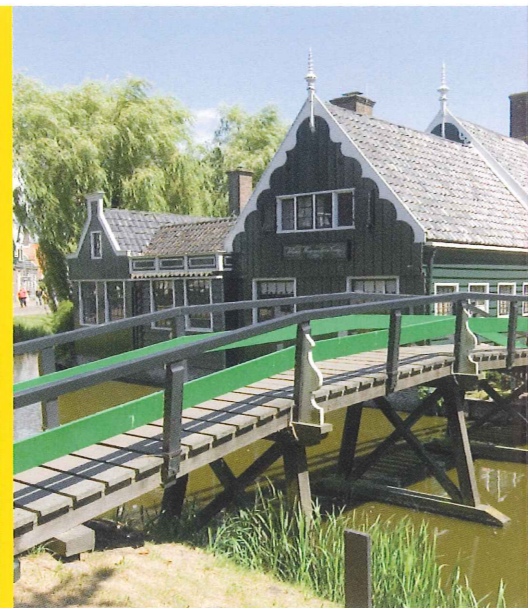
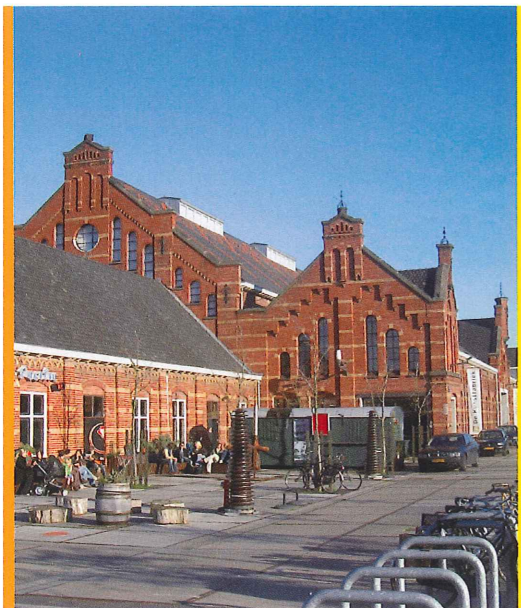
Stadsregio Amsterdam

In het kader van 'Amsterdam bezoeken, Holland zien' heeft de Stadsregio Amsterdam een aantal producten ontwikkeld.

'Buiten Amsterdam'

Op 26 maart 2010 presenteerden uitgeverij THOTH en de Stadsregio Amsterdam het boek 'Buiten Amsterdam. Kleine geschiedenis van de Metropoolregio'. Met dit boek, in een Nederlandse en een Engelse editie, kunnen toeristen kennismaken met de rijkdom van landschap en cultuur in de regio Amsterdam. De stad Amsterdam neemt een belangrijke plaats in binnen de Nederlandse cultuurgeschiedenis. Maar Amsterdam stond nooit op zichzelf. De stad was altijd onderdeel van een groot netwerk dat de hele regio op allerlei manieren verbond. Dat begon al in de middeleeuwen, met de waterhuishouding die de inwoners van dit deel van Holland – tussen de Vecht en de Noordzee, tussen de Kromme Mijdsrecht en het Alkmaardermeer – dagelijks bezighield. Het gaat om transport van mensen en goederen, per trekschuit en beurtschip, te paard en per trein. De rijke geschiedenis van de Metropoolregio Amsterdam, met al die historische, culturele en economische netwerken, wordt beschreven in vijftien boeiende hoofdstukken. 'Buiten Amsterdam' is daarmee de ideale bron van inspiratie om zelf op pad te gaan en de rijkdom van landschap en cultuur in de regio te ontdekken.

AMSTERDAM BEZOEKEN



Contact stichting HollandRoute: Hildebrand de Boer,
Info@hollandroute.com, tel (023) 584 88 01 / 06 5514 8823
www.erih.net en www.hollandroute.com



Westergasfabriek

Een mooi voorbeeld van een innovatief routepunt langs de HollandRoute is de Westergasfabriek waar men in het kader van dit project investeert in 'uplabs'. Dit is het digitale park om de bezoeker op een innovatieve wijze te informeren, bestaande uit:

- urban screens: presentaties en informatie op schermen in de buitenruimte
- interactieve multimediatours: ontdek de Westergasfabriek en het Westerpark via je mobiele telefoon en voeg zelf informatie toe
- verhalenput: installatie in het park waar persoonlijke belevenissen worden verzameld
- QR codes: op alle gebouwen staan streepjescodes die gescand kunnen worden, waarna informatie beschikbaar wordt gesteld
- PARQ: een sociaal netwerk op een tastbare locatie, de Twitterboom op Zonne-energie

Contact Westergasfabriek: Angélique Struik
Angélique@westergasfabriek.nl, tel. (020) 586 07 10 /
06 1140 6886, www.westergasfabriek.nl

Westergasfabriek

OV-routekaart

De Stadsregio Amsterdam heeft een nieuwe OV-routekaart voor toeristen uitgebracht. Het merendeel van hen komt immers per vliegtuig en is op lokaal vervoer aangewezen. De kaart leidt toeristen naar 32 attracties in de Metropoolregio Amsterdam, waaronder musea, het strand en de Zaanse Schans. De kaart licht tevens het gebruik van de OV-chipkaart toe. De OV-routekaart is gratis te verkrijgen in 250 hotels in de regio Amsterdam en bij de OV-bedrijven. Er zijn twee versies verkrijgbaar: Nederlands/Engels en Duits/Frans.

Water: een verbindend element voor de regio

In het kader van het toeristische themajaar 2010 Amsterdam Water Sensations zijn alle watergerelateerde evenementen in de Metropoolregio Amsterdam geïnventariseerd en extra onder de aandacht gebracht. Water zal gedurende het gehele project een belangrijk thema blijven en verschillende producten worden ontwikkeld om bezoekers te informeren over de activiteiten op en rond het water in de Metropoolregio Amsterdam.

Contact Stadsregio Amsterdam: Diana van Loenen
d.vanloenen@stadsregioamsterdam.nl, tel. (020) 527 37 86
www.stadsregioamsterdam.nl



HOLLAND ZIEN



Amsterdam bezoeken, Holland zien

Het is onmiskenbaar dat Amsterdam een ware magneet is als het gaat om toerisme. Met ruim 8 miljoen overnachtingen per jaar en meer dan 5 miljard euro aan bestedingen staat de Metropoolregio Amsterdam in de top tien van populairste toeristische bestemmingen van Europa. Een gezamenlijke visie op de toeristische sector in de Metropoolregio Amsterdam draagt bij aan het behoud, maar ook aan de verbetering van de toeristische bestemming van de Metropoolregio Amsterdam als toeristische bestemming.

Toeristen die naar Amsterdam komen worden met het project 'Amsterdam bezoeken, Holland zien' gestimuleerd om ook de regio te bezoeken. Dit moet leiden tot een toename en betere spreiding van het toerisme in de Metropoolregio Amsterdam, en dus tot versterking van de economie. Het project focust op het organiseren van evenementen en het verbeteren van de bereikbaarheid van toeristische locaties, maar ook op de promotie van de Metropoolregio Amsterdam als één toeristisch gebied bij buitenlandse toeristen en touroperators. Daarnaast worden regionale toeristische routes ontwikkeld, zoals vaar- en fietsroutes en een industriële erfgoedroute. Tot slot wordt er verder gewerkt aan de doelstelling om 15.000 extra hotelkamers in de metropoolregio te realiseren.

Amsterdam Toerisme & Congres Bureau

'Amsterdam bezoeken, Holland zien' richt zich op het sterker profileren van de Metropoolregio Amsterdam onder toeristen. Het Amsterdam Toerisme & Congres Bureau (ATCB) heeft hiervoor een meerjarige samenhangende marketing- en promotiestrategie voor de metropoolregio opgezet. De bestemming Metropoolregio Amsterdam biedt een grote variëteit aan toeristische producten.

Basis voor de strategie zijn 17 verschillende 'belevingskarakters' gekoppeld aan 17 geografische gebieden in de Metropoolregio. Aan de hand van deze 'belevingskarakters' worden de verschillende gebieden onder de aandacht gebracht: van het industrieel erfgoed in de Zaanstreek, bloemen in Aalsmeer tot het actieve strand van Velsen. ATCB wil hiermee met name de herhaalbezoeker aan Amsterdam aanzetten tot een meer frequent, maar ook meer regionaal bezoek.

Voor de in de Metropoolregio actieve promotieorganisaties is een 'stijlboek' samengesteld, dat eenheid in communicatie rond de belevingsthema's stimuleert. Daarnaast geven persartikelen en een beeldbank de internationale pers op korte termijn een beter beeld van die verschillende gebieden. De eerste persreizen tonen aan dat de nieuwe presentatie van het 'groot Amsterdams' product goed aanslaat.

Giro d'Italia in Amsterdam

Van zaterdag 8 tot en met maandag 10 mei 2010 was de start van de Giro d'Italia in Amsterdam. Het GIROMANIA!-festival begon echter al op zondag 2 mei, met onder meer een Italiaans filmfestival, het Bicycle Film Festival met 'Urban Bike Culture' en het muziekfestival 'Il Sound del Giro', met een literair wielprogramma in de Openbare Bibliotheek en een theaterprogramma over wielrennen in De Brakke Grond. Veel restaurants voerden die week GIROMANIA!-menu's, en cafés tooiden zich met Giro-roze decoraties. Zo'n 600 journalisten verbleven in de stad. Op vrijdagmiddag 7 mei vond in de Beurs van Berlage de internationale ploegenpresentatie plaats die onder andere op Eurosport werd uitgezonden.

Het onbetwiste hoogtepunt was de officiële start van de Giro met een individuele tijdrit van 8,4 kilometer dwars door Amsterdam. Vanaf het Museumplein via de Munt, langs Amstel, Weesperstraat en Ceintuurbaan naar de finish voor het Olympisch Stadion. Vele tienduizenden enthousiaste toeschouwers juichten de wielrenners langs de route toe, terwijl de spectaculaire start vanaf een catwalk op de vijver voor het Rijksmuseum en het rennerskwartier bij het Museumplein veel bekijks en sfeer opleverden. Zondagmorgen 9 mei startte de tweede etappe (naar Utrecht) vanaf het Museumplein, en ging ook de officiële Giro-toertocht met



Momenteel brengt 14% van de bezoekers aan Amsterdam ook een bezoek aan de regio. Het doel van 'Amsterdam bezoeken, Holland zien' is om dit aantal te verhogen naar 20% in 2015. Het project moet leiden tot een stijging van de economische bijdrage van internationale bezoekers met 16,7% over vier jaar. Dit komt neer op een stijging van het aantal werkzame personen in de toerismebranche in de metropool met 7,8% over vier jaar naar in totaal 64.000 fte in 2012.

'Amsterdam bezoeken, Holland zien' is een initiatief van de Stadsregio Amsterdam, Provincie Noord-Holland en gemeente Amsterdam. Het project wordt gefinancierd door het Ministerie van Economische Zaken via het programma 'Sterktes in de regio', de provincies Noord-Holland en Flevoland, de Stadsregio Amsterdam, de gemeenten Amsterdam, Aalsmeer, Amstelveen, Haarlem, Haarlemmermeer, Ouder-Amstel, Lelystad, Velsen, Zaanstad en Zandvoort, de ISW-gemeenten en Almere City Marketing.

De uitvoering van het project is in handen van een samenwerkingsverband van de Stadsregio Amsterdam, het Amsterdam Toerisme & Congres Bureau (ATCB), Gemeente Amsterdam, Stichting HollandRoute en de Westergasfabriek.

Voor meer informatie over 'Amsterdam bezoeken, Holland zien' kunt u contact opnemen met Diana van Loenen, d.vanloenen@stadsregioamsterdam.nl, tel. (020) 527 37 86.

Eén van de eerste consumentenproducten die in het kader van het project worden gemaakt, is een informatiebrochure die de buitenlandse bezoeker aan Amsterdam de verschillende belevingskarakters presenteert. Daarnaast wordt een kaart van de Metropoolregio geproduceerd met de verschillende gebieden en achtergrondinformatie, maar ook de bereikbaarheid per openbaar vervoer. De opname van de regio in de portaalwebsite voor Amsterdam vindt eind 2010 plaats.

Naast het stimuleren van buitenlandse bezoekers om ook de regio rond Amsterdam in te trekken, vindt promotie in het buitenland plaats in nauwe samenwerking met het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen en de toeristische industrie. Dit gebeurt vooral in Engeland, Duitsland, Frankrijk en België.

Het project is duidelijk goed op gang gekomen en biedt in deze moeilijke economische tijd voor het bedrijfsleven en gemeenten mogelijkheden te profiteren van regionale samenwerking.

Contact ATCB: Hans Dominicus,
h.dominicus@atcb.nl, tel. (020) 551 25 50
www.atcb.nl

amsterdam
TOERISME & CONGRES BUREAU

ruim 7.500 deelnemers van start bij het Olympisch stadion. Maandagmorgen 10 mei vertrok de derde etappe vanaf de Zuidas – een locatie die doelbewust was gekozen om de Amsterdam Metropolitan Area als vestigingsplaats voor het internationale bedrijfsleven internationaal op de kaart te zetten – naar Middelburg.

De Giro in Amsterdam trok meer dan 200.000 gerichte bezoekers. Daarvan kwam ongeveer 10% uit het buitenland, 54% uit Nederland (excl. de stad Amsterdam), en 36% uit Amsterdam zelf. De bezoekers besteedden per dag gemiddeld 38,98 euro. 10,7% van de bezoekers overnachtte in Amsterdam. Nederlanders bleven gemiddeld bijna drie dagen, buitenlanders bijna vier. Aan logies gaven zij gemiddeld 77,74 euro per nacht uit. Door de Giro-start is ongeveer 9,5 miljoen euro aan additionele omzet gegenereerd, terwijl de pers-exposure in print alleen al 24 miljoen euro aan aantoonbare mediawaarde opleverde.

Contact Giro: Eymert van Manen,
hvl@euronet.nl
Mark de Kruijk,
m.dekruijk@tiscali.nl

GIROMANIA!
amsterdam 2010

Giro d'Italia