

marketingplan 2026



LEIDEN
PARTNERS &



Leiden, Stad van Ontdekkingen

Dit is het 16e marketingplan in de geschiedenis van Leiden&Partners!

Zolang mogen we ons al inzetten voor Leiden als Stad van Ontdekkingen. Tegenwoordig voegen we daaraan toe; 'in een streek van verrassingen, met een zee aan mogelijkheden'. Want zo is het, Leiden en de regiogemeenten zijn voor de gebruiker samen één grootstedelijke-, kleurrijke-, dynamische regio.

Deze regio heeft sinds 2025 een nieuw economisch merk: Key Region Leiden, met als belofte 'science for life', "voor het leven"! Een krachtige propositie, waar ook Leiden&Partners de komende jaren internationaal op zal inzetten. Een Stad van Ontdekkingen binnen de Key Region Leiden.

Het plan dat voor je ligt staat weer bomvol campagnes, activiteiten, (nieuwe) producten en diensten. Ons hogere doel: het imago laden richting doelgroepen en vervolgens dat beeld bevestigen. Hoe we dat doen, hebben we weten te vangen in een eigen Leids 'Citymarketing Model'. Dat model is tevens uitgangspunt en leidraad van dit marketingplan. En dat alles om de stad weer een beetje mooier, leuker en spannender te maken, mensen bij uit te nodigen, maar vooral ook om de eigen (regio)bewoner van de mooie plek te laten genieten.

Belangrijk; Leiden&Partners doet nooit iets alleen, altijd alles samen met onze partners.

Je bent dus welkom, kijk snel hoe je mee kunt doen!

Martijn Bulthuis
Directeur

Inhoud

1. Organisatiestructuur
2. Visie & Brand Story
3. Doelstelling & Doelgroepen
4. Strategie

LEIDEN PARTNERS &

Strategy & Business Development

Branding

Marketing
& Strategy

Leiden
Convention
Bureau

Leiden
International
Centre

VVV
Leiden

1. Organisatiestructuur

Leiden&Partners werkt in divisies richting diverse doelgroepen.

Marketing & Strategy

Marketing & Strategy is verantwoordelijk voor het ontwikkelen en uitvoeren van strategische plannen, branding- en communicatiecampagnes in stad en regio en het sluiten van partnerschappen.

Leiden Convention Bureau

Het Leiden Convention Bureau (LCB) richt zich op het aantrekken van wetenschappelijke congressen, waarmee we Leiden positioneren als 'city of science'.

Leiden International Centre

Het Leiden International Centre (LIC) biedt ondersteuning aan internationale nieuwkomers, studenten en bedrijven in Leiden en regio.

VVV Leiden

De VVV is het startpunt voor ontdekken, plannen en beleven van Leiden. Ze verbindt praktische informatie met inspirerende tips, lokale producten en een warm welkom. Tevens exploiteert de VVV de Young Rembrandt Studio.

Branding

De branding komt voort uit de **strategie & business development**. Hoe ziet Leiden er op lange termijn uit? Wat is onze stip aan de horizon? En hoe gaan we dit realiseren en met welke partners? Leiden&Partners wordt aangestuurd door een directeur, met toezicht van een Raad van Commissarissen.



Pieterskerk Leiden.

foto: Kees Hummel

2. Visie & Brand Story

Visie

Citymarketing is het integraal vermarkten van de stad als merk, met als doel het positief beïnvloeden van de associaties die de doelgroepen met Leiden hebben. Aan de hand van de pijlers Cultuur en Kennis zetten we in op campagnes en creëren we (beleefbare) producten die daar invulling aan geven. Het merk 'Leiden' moet top of mind zijn bij onze doelgroepen.

Het mobiliseren en verbinden van partners en stakeholders en het werken in coalities rond specifieke thema's zien we als voorwaarde om als stad echt integraal te kunnen zijn in wat we zenden, maken, beïnvloeden. Alleen dan komt consequent hetzelfde beeld van Leiden naar buiten. Als Leiden&Partners werken we daarom nooit alleen en doen we alles samen!

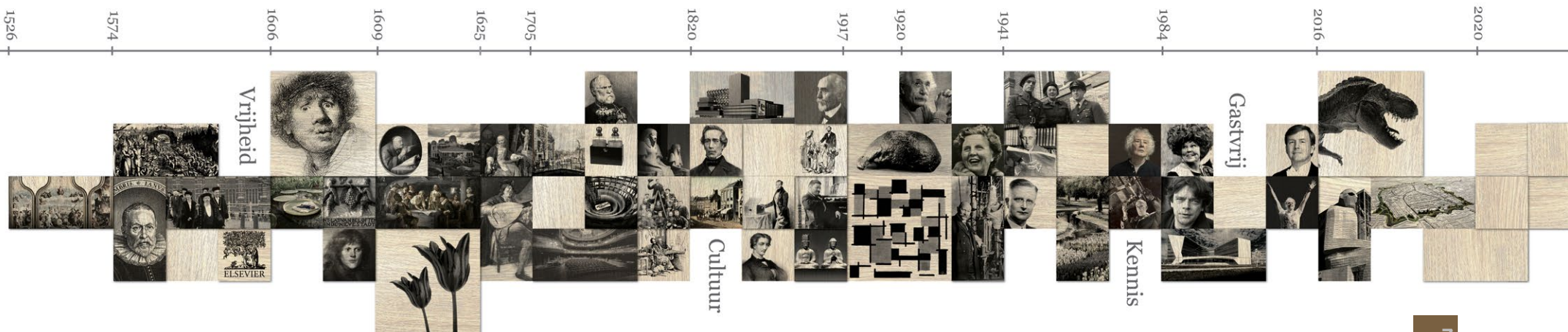
Hiertoe ontwikkelden wij een 'coalitiemodel', welke bestaat uit samenwerkingsverbanden met andere organisaties of partijen om een gemeenschappelijk doel te bereiken.

Brand Story

Leiden is de stad waar wetenschappelijke ontdekkingen hebben geleid tot een rijke cultuurhistorie, het is een geldige claim:

Leiden is de Stad van Ontdekkingen. Waar Rembrandt en Lorentz hun ontdekkingen deden en toepasten, daarmee anderen als Steen, Lievens en Einstein aanzetten tot grootsheid. Waar Boerhaave en Von Siebold de wereld naar Leiden brachten en de stad teruggaven ter inspiratie voor nieuwe academische inzichten. Waar de oudste Universiteit van Nederland vandaag de dag tot 's werelds beste behoort en haar wetenschappelijke ontdekkingen hebben geleid tot het meest complete Bio Science Park van Europa. Waar haar collecties mede de basis vormen van de dertien musea die de stad rijk is.

Leiden, waar de optelsom van wetenschap en culturele vrijheid leidt tot de komst en bloei van iconen, van Rembrandt tot Armin, van Pilgrims tot T.rex.



Kernwaarden

Leiden&Partners probeert bij alles wat zij doet uit te gaan van de kernwaarden van de stad, als een brandfilter waaraan de citymarketingorganisatie alles toetst.

Deze zijn:





Nacht van Ontdekkingen, onderdeel van de Days of Art&Science in september.

Foto: Nick Schellingerhout

3. Doelstelling & Doelgroepen

Doelstelling

Het imago van Leiden als Stad van Ontdekkingen nationaal en internationaal versterken, waarbij de pijlers Kennis & Cultuur centraal staan, met als doel doelgroepen voor Leiden te winnen en te behouden.

Doelgroepen



Bewoners



Bedrijven



Talent



Bezoekers



Een fotosessie met baby's op het blad van *Victoria amazonica*, de reuzenwaterlelie in Hortus botanicus Leiden.

4. Strategie

De strategische rollen die wij als citymarketingorganisatie (CMO) vervullen, is in een eigen ontwikkeld Citymarketing Model weergegeven. Hier komen strategische doelen samen in functionele en tactische uitvoering. Dit zijn de vier domeinen waarop Leiden&Partners actief is.

Imago laden

Het merk laden middels branding en PR

Reputatie managen

Hoe maken we waar wat we beloven? Hoe zorgen we ervoor er voor dat de associatie top op mind is bij de doelgroep? Door campagnes, maar ook door conversie te genereren voor ondernemers.

Netwerkorganisatie

Hoe werken wij in coalities? Hoe zijn we opgericht en waarom werken deze samenwerkingen?

Business Development

Strategische allianties aangaan en proactief nieuwe kansen creëren en slimme samenwerkingen aangaan.

Bron: Citymarketing Model, ontwikkeld door Leiden&Partners

Imago laden

Met het laden van het imago van Leiden als Stad van Ontdekkingen geven we bewust vorm aan het beeld dat mensen van Leiden hebben. We roepen de associaties op die de doelgroep bij Leiden heeft.

De associaties die we gebruiken zijn Wetenschapsstad, Studentenstad, Museumstad, Historische Cultuurstad en Rembrandtstad.

Zie pagina 14.

Reputatie managen

Het imago maak je waar door de reputatie te managen.

Daarbij zijn producten en ervaringen van de doelgroepen cruciaal.

We doen dat door een plek te claimen in de 'customer journey' van iedere doelgroep, campagnes en activiteiten richting de verschillende doelgroepen te creëren. Maar ook door productontwikkeling, waarbij we producten en diensten ontwikkelen die passen bij de doelgroepen. En als laatste door hospitality: Leiden is een gastvrije stad en de gastvrije beleving sluit aan op dit profiel.

Zie pagina 20.

Netwerkorganisatie

Leiden&Partners verbindt en faciliteert, waarbij we niet alles zelf doen, maar juist samenwerken, anderen inschakelen en zorgen dat krachten in de stad gebundeld worden. Dat doen we voor het opbouwen van draagvlak (brede steun) en synergie (gezamenlijke meerwaarde creëren). Denk hierbij aan:

- Samenwerken in coalities: Leiden&Partners vormt samenwerkingsverbanden met andere organisaties (cultuurinstellingen, onderwijs, bedrijfsleven, overheid).
- Het 'Oliemantje' zijn: de smeerolie tussen verschillende partijen, door mensen en belangen samen te brengen.
- Lobbyen: namens partners de belangen van de stad vertegenwoordigen, bijvoorbeeld richting politiek of investeerders.
- Organisaties door partners opgericht: het netwerk bestaat uit actieve partijen die zelf ook bijdragen aan de stad.

Zie pagina 42.

Business Development

Leiden&Partners creëert proactief nieuwe kansen, gaat slimme samenwerkingen aan en zorgt voor groei, door middel van:

- Data & reporting: gebruik van data-analyse om beleid en keuzes te onderbouwen.
- Onboarding: nieuwe partners, projecten of bedrijven goed begeleiden en verbinden aan de stad.
- Werken 'in opdracht van': projecten uitvoeren namens de gemeente of andere opdrachtgevers.
- Strategische allianties: gericht samenwerken met belangrijke regionale of (inter)nationale partners.
- Focus op regio: niet alleen Leiden versterken, maar ook de bredere regio Leiden versterken.

Zie pagina 50.

Imago laden

Het merk laden middels branding en PR

Zie Citymarketing Model Leiden&Partners, pagina 12.

Met het laden van het imago van Leiden als Stad van Ontdekkingen geven we bewust vorm aan het beeld dat mensen van Leiden hebben. We roepen de associaties op die de doelgroep bij Leiden heeft.

De associaties die we gebruiken zijn:

Wetenschapsstad

Studentenstad

Museumstad

Historische cultuurstad

Rembrandtstad

Wetenschapsstad

Leiden staat nationaal en internationaal bekend als kennisstad met:

- De oudste Universiteit van Nederland. Universiteit Leiden (opgericht in 1575) trekt wereldwijd studenten en wetenschappers aan.
- Het Leiden Bio Science Park. Een van de grootste life sciences clusters van Europa, waar innovatieve bedrijven samenwerken met universiteiten en kennisinstellingen.
- Wetenschappelijke instellingen als het Rijksmuseum van Oudheden, het Naturalis Biodiversity Center en het Leids Universitair Medisch Centrum (LUMC).
- Internationale samenwerking: Leiden is lid van het EUROSCIENCE netwerk en was in 2022 European City of Science.

Leiden is een wetenschapsstad. Toen, nu en in de toekomst. Maar hoe brengen we kennis dichtbij? Hoe maken we kennis, experimenten en ontdekken beleefbaar? Niet alleen met een kennis-UITagenda en een Science Route, maar met nog veel meer initiatieven die wij samen met partners initiëren of waarin we ondersteunen. Zo was Leiden in 2022 European City of Science en met die titel profileren we de stad nog steeds nationaal en internationaal.

Om bij te dragen aan de profilering van Leiden als wetenschapsstad, initiëren we imagoversterkende initiatieven, zoals de Dutch Bio Science Week (juni) en Days of Art&Science (september). Maar ook door innovaties en verhalen van de stad binnen het Life Sciences & Health cluster zichtbaar te maken in een internationale New Dutch campagne.

Wetenschappelijke congressen via het Leiden Convention Bureau

Als onderdeel van Leiden&Partners neemt Leiden Convention Bureau het voortouw in het profileren van Leiden als (inter)nationale kennisstad. Internationale congressen zijn het toonbeeld voor uitmuntende prestaties binnen een bepaald vakgebied binnen de wetenschap. Door conferenties naar Leiden te halen, wordt de Leidse wetenschap in de etalage gezet. De lokale congresambassadeurs spelen een essentiële rol in het opbouwen van het imago van 'Leiden als een City of Science'.

Voor meer informatie over hoe wij het imago van de stad laden? Scan de QR code.



Dutch Bio Science Week.

Foto: Wilke Geurds

New Dutch

Een initiatief van Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO), Nederlands Bureau voor Toerisme (NBTC) met de steden Eindhoven en Rotterdam, met als doel innovatief Nederland internationaal in de etalage te zetten. Naast deze partners sluiten er nog 17 steden en regio's aan om de komende jaren te laten zien hoe innovatief Nederland is en hoe deze innovaties bijdragen aan een betere wereld. Naast het 'traditional Dutch' van erfgoed en kunst, bouwen we met 'New Dutch' aan dit innovatieve beeld van Nederland.

Leiden&Partners geeft innovaties uit Key Region Leiden een plek binnen de beweging, met name op het gebied van Life Sciences & Health, maar ook daar waar innovaties op het gebied van AI, Space en Quantum bijdragen aan gezondheid.

In nauwe samenwerking met de Provincie Zuid-Holland, Den Haag, Delft en Rotterdam bouwen we aan sterke verhaallijnen binnen New Dutch. Ieder met een eigen profiel en versterkend op elkaar.

Key Region Leiden

Leiden is de stad van kennis en cultuur binnen Key Region Leiden, Science for Life. Hier komt wetenschap en ondernemerschap samen. Voor de regio, voor Nederland, voor Europa, voor het leven!

Met de officiële aftrap van Key Region Leiden (de nieuwe naam van Economie071) in 2025 is de vernieuwde publiek-private samenwerking van start gegaan voor de kennisas Leiden–Katwijk–Noordwijk. Onder deze nieuwe naam bundelen zeven gemeenten, drie kennisinstellingen, vier ondernemersverenigingen en drie innovatieclusters hun krachten. Met als doel de regionale economie duurzaam te versterken en brede welvaart te bevorderen.

Met welk merk we communiceren, Stad van Ontdekkingen of Key Region Leiden, hangt af van het schaalniveau waarop projecten plaatsvinden.

Studentenstad

Leiden is de leukste studentenstad van Nederland vanwege een combinatie van historische charme, gezelligheid en een sterke academische reputatie. Dit zijn belangrijke redenen waarom Leiden populair is onder studenten. Leiden combineert een rijke cultuur en een bruisend studentenleven met toponderwijs. Leiden&Partners speelt een actieve rol door deze kwaliteiten zichtbaar te maken via strategische allianties, communicatie en samenwerking, zodat nieuwe studenten (zowel nationaal als internationaal) zich welkom voelen en ook blijven na hun studie, in Key Region Leiden.

Voor meer informatie over hoe wij het imago van de stad laden? Scan de QR code.





Strategisch Partnerschap StudentenStad.

Museumstad

Samen met de Leidse musea zetten wij ons in voor de profilering van Leiden als museumstad. Met een landelijke Cultuurcampagne, maar ook door samenwerkingen jaarrond. Denk aan persreizen, de museumfolder, online campagnes en citydressing. Op Leiden Centraal zijn twee grote visuals met de boodschap 'Welkom in Museumstad Leiden' geplaatst.

Historische Cultuurstad

Universiteit Leiden is de oudste universiteit van Nederland (gesticht in 1575). Die academische traditie heeft geresulteerd in vele wetenschappelijke verzamelingen, laboratoria en onderwijscollecties. Een van de redenen waarom Leiden zo veel musea telt. Voorbeeld: Naturalis begon als een verzameling van de universiteit. Wereldmuseum Leiden begon als een etnografisch onderzoekscentrum. Kortom, de universiteit was een motor voor kennis én voor het verzamelen en bewaren van die kennis in musea.

Culturele evenementen

Culturele evenementen ondersteunen we niet alleen financieel, maar vooral door marketing, strategisch advies en het leggen van verbindingen in de stad. Dit vergroot zowel de zichtbaarheid van het evenement als de aantrekkelijkheid van de stad als geheel. Zo werken we nauw samen met het Leids Cabaret Festival, de Leidse Rembrandtdagen, LIFF, EL CID en vele andere evenementen.

Historische stad

Met 2.800 monumenten, 32 km aan grachten, stadspoorten en indrukwekkende kerken is Leiden een prachtige bestemming. Leiden barst van de verhalen over cultuurhistorie.

Pilgrim history - Mayflower

In navolging van het jaar 2020 waarin het 400 jaar geleden was dat de pilgrims de oversteek maakten naar de nieuwe wereld, zien we een voorzichtige toename in de bezoekersaantallen op het gebied van cultuur en heritage uit de VS en UK. In het Mayflower jaar 2020 zijn relaties tussen de UK en VS verstevigd en bestendig. In 2026 vieren de Verenigde Staten hun 250-jarig bestaan. Dat biedt kansen voor Leiden met de pilgrims historie.

Rembrandtstad

Leiden is de geboortestad van Rembrandt van Rijn. Rembrandt is de bekendste zoon van Leiden en Leiden&Partners blijft investeren in de associatie Leiden & de jonge Rembrandt.

Voor meer informatie over hoe wij het imago van de stad laden? Scan de QR code.



Awards

Het jaar 2022 waarin Leiden een jaar lang 'European City of Science' was, heeft de stad een mooie erkenning opgeleverd met de winst van de internationale Place Brand of the Year Award. Deze werd uitgereikt op het City Nation Place Global 2023 congres in Londen.

Leiden&Partners heeft in 2019 de Nationale Citymarketing Trofee gewonnen in de categorie grote gemeenten (boven 100.000 inwoners). De trofee wordt jaarlijks uitgereikt door Netwerk Citymarketing Nederland. De trofee belooft organisaties die bijdragen aan de professionalisering en ontwikkeling van citymarketing.

Public Relations

PR draait om het opbouwen van een positief imago en goede relaties met de buitenwereld. Dit doen we o.a. door persberichten, interviews, evenementen, samenwerkingen met influencers, en media-aandacht. We gaan een langdurige relatie met media aan waarbij we 'free publicity' genereren voor Leiden. Of dat nu gaat om talent, bedrijven, toeristisch of als zakelijke congresbestemming.



Museum De Lakenhal, Meesterlijk Mysterie - Over Rembrandts raadselachtige tijdgenoot.

Reputatie managen

Hoe maken we waar wat we beloven? Hoe zorgen we ervoor er voor dat de associatie top op mind is bij de doelgroep? Door campagnes, maar ook door conversie te genereren voor ondernemers.

Zie Citymarketing Model Leiden&Partners, pagina 12.

Het imago maak je waar door de reputatie te managen. Daarbij zijn producten en ervaringen van de doelgroepen cruciaal.

We doen dat door:

- Een plek te claimen in de '**customer journey**' van iedere doelgroep met een product, ervaring of campagne. Of dat nu om bezoekers, studenten, bedrijven of bewoners gaat.
- **Campagnes:** met het optuigen van passende campagnes en activiteiten richting de verschillende doelgroepen
- **Productontwikkeling:** producten/arrangementen die aansluiten bij de stad
- **Hospitality:** Leiden is een gastvrije stad en de beleving sluit aan op het profiel van de stad
- **Pers en PR**

Customer journeys

Online communicatie

Leiden&Partners gebruikt online communicatie heel gericht om verschillende doelgroepen effectief te bereiken en te activeren.

Er wordt ingespeeld op de doelgroepen via:

- Websites en social media voor elke doelgroep
- Op maat gemaakte campagnes en verhalen
- Gericht inzetten van de juiste online kanalen (website, newsletter, social etc.)
- Veel visuele en interactieve communicatie

Voor de verschillende doelgroepen coördineren en onderhouden we diverse website en online communicatiekanalen:

- Leiden.nl (alle)
- Visitleiden.nl (bezoekers en bewoners)
- Leideninternationalcentre.nl (talent en bedrijven)
- Leidenconventionbureau.nl (zakelijke bezoekers, B2B)
- Leidenenpartners.nl (stakeholders L&P)
- VVVkatwijk.nl (bezoekers en bewoners)
- Streekvanverrassingen.nl (regiobezoekers en regiobewoners)
- Regierol op
 - Studentenstad.nl
 - Leidserembrandtdagen.nl
 - Daysofartandscience.nl
 - Dutchbioscienceweek.nl
 - Winterwonderweken.nl
- Social media kanalen
- Newsletters

Leiden.nl

De portal leiden.nl is de webpagina waarop bewoners en bezoekers landen en hun keuze voor informatievoorziening maken. Doorverwijzing naar de gemeentewebsite, visitleiden.nl, leidenconventionbureau.nl en leideninternationalcentre.nl zorgen voor het landen op de juiste plek.

*Meer weten over hoe wij de reputatie managen?
Scan de QR code.*



Per doelgroep



Bewoner van de stad en regio

Leiden&Partners speelt niet alleen richting bezoekers, maar ook richting de bewoners van Leiden een duidelijke rol. De inzet voor bewoners draait om het versterken van trots, betrokkenheid bij de stad en het verbeteren van leefkwaliteit. De UITagenda, het organiseren van en ondersteunen van evenementen voor bewoners, regionale campagnes en de VVV voor lokale producten horen hierbij. Ook verbinden we studenten met bewoners, internationals met bewoners en het Leiden Bio Science Park met bewoners.



Studenten / talenten

Leiden is de leukste studentenstad van Nederland! Dat levert talent op voor de toekomst. Samen met de gemeente Leiden, de Universiteit en onderwijsinstellingen als Hogeschool Leiden en mboRijnland investeren we in het werven en behouden van levenslange ambassadeurs voor Leiden. Hoe we dat doen? Samen!

- Strategisch Partnerschap 'studentenstad', met PKvV, MASCCQ verenigingen, gemeente en Leiden&Partners
- Ruim 11.000 Leidse studenten die zich via hun vereniging of EL CID (incl. MBO studenten) hebben ingeschreven, ontvangen maandelijks de &Cultuurkaart nieuwsbrief.
- Samenwerking met EL CID
- Het studentenplatform (studentenstadleiden.nl) – de plek waar de (aankomende) student op overzichtelijke en aantrekkelijke wijze informatie vindt over het Leidse studentenleven professionaliseren. Voorzien van voldoende informatie, met tips&tricks over Leiden, een activiteitenagenda, een keuzewijzer van alle studentenverenigingen en overige praktische tips.
- In het verlengde hiervan investeert Leiden&Partners in het Leids Cabaret Festival, Leiden International Film Festival en de Leidse Museumnacht, allemaal ooit begonnen als studenteninitiatieven.

Internationals

Het Leiden International Centre (LIC) ondersteunt het internationaal georiënteerd bedrijfsleven van de Leidse regio door kenniswerkers aan te trekken, ontzorgen en faciliteren.

- Aantrekken van internationale talenten: Leiden en omgeving profileren als aantrekkelijke plek om te wonen en werken voor kenniswerkers en internationale studenten door o.a. carrière events, de Welcome to NL website, interview with an International reeks etc.
- Faciliteren en behouden van internationale talenten
- LIC biedt praktische ondersteuning bij verhuizing naar Nederland: informatie over huisvesting, registratie, verzekeringen, onderwijs, gezondheidszorg.
- Internationals kunnen zich via LIC direct inschrijven bij de gemeente (BSN-nummer aanvragen) zonder lange wachttijden. Dit is uniek en verlaagt bureaucratische drempels.
- Bedrijven krijgen hulp bij het aantrekken van kenniswerkers, uitleg over visumaanvragen, HR-ondersteuning en informatievoorziening.
- LIC organiseert sociale en zakelijke events voor internationals, zoals kennismakingsborrels, workshops (belasting, wonen, cultuur), en netwerkevenementen, met als doel ze te laten wortelen in Key Region Leiden.



Warm welkom aan nieuwe internationals.

Reputatie managen



Bezoeker aan de stad

Leiden&Partners speelt een centrale rol in het aantrekken van bezoekers naar de stad Leiden en de regio. We doen dat via een combinatie van citymarketing, evenementenondersteuning (zie campagnes), verzorgen van campagnes op nationaal, internationaal en ook regionaal niveau. Tevens worden er producten en campagnes ontwikkeld die er op gericht zijn om een dag of meerdaags bezoek aan de stad te brengen. Hiermee inspireren en faciliteren we bezoekers.

Zakelijke bezoeker

Leiden Convention Bureau ondersteunt (inter)nationale organisatoren van congressen, vergaderingen en zakelijke evenementen met onafhankelijke en kosteloze informatie over alles wat Leiden te bieden heeft op MICE-gebied (Meetings, Incentives, Conferences & Exhibitions). Dankzij lokale kennis en het uitgebreide netwerk binnen de regio ondersteunt Leiden Convention Bureau met locatieadvies, contact met stadspartners en praktische informatie om zakelijke bijeenkomsten in Leiden tot een succes te maken.



Bedrijven

Via citymarketing en netwerkallianties, zoals New Dutch en Dutch Bio Science Week, zet Leiden&Partners zich in voor een beter vestigingsklimaat. Strategische branding, internationale netwerken (congressen & internationals), fysieke faciliteiten en dienstverlening zorgen voor een aantrekkelijk ondernemersklimaat in Leiden.

Diversiteit en inclusie

Leiden is van oudsher een diverse stad met een grote verscheidenheid aan inwoners en bezoekers van allerlei achtergronden, culturen en levensstijlen. Het is deze verscheidenheid die onze stad een prettige woon- en werkplek en aantrekkelijke stad maakt om te bezoeken en om te experimenteren. Om dit te behouden en ondersteunen, staat diversiteit en inclusie hoog op de agenda bij Leiden&Partners. In alles wat we doen, houden we oog voor diversiteit en inclusie.



Sterke samenwerking met congresambassadeurs en locaties maakt Leiden tot de ideale congresbestemming.

Foto: Hielco Kuipers

Campagnes

Leiden Wetenschapsstad laden we door de volgende campagnes:

Dutch Bio Science Week

Het Leiden Bio Science Park is samen met Leiden&Partners, Leiden Healthy Society Center en Leiden Kennisstad initiatiefnemer van de Dutch Bio Science Week.

De week bestaat uit activiteiten en evenementen georganiseerd door vele partners in de stad (van onderwijsinstelling tot museum) en staat in het thema gezondheid en de toekomst ervan. Met de week wil Leiden zich positioneren als dé stad van de wetenschap op het vlak van Life Sciences & Health. Het is ook een belangrijke week in de communicatie rondom New Dutch. De Dutch Bio Science Week vindt elk jaar in juni plaats.

Days of Art&Science

Days of Art&Science – medio september – is een paraplu-label voor verschillende, unieke activiteiten op het snijvlak van kunst en wetenschap. Ieder evenement kent een eigen bijzondere ervaring, zoals onder meer de Nacht van Ontdekkingen, Brave Young Minds, Brave New World en Wavelength Festival. De komende jaren wordt de Days of Art&Science verder uitgebouwd als een onderscheidende parel binnen de Leidse programmering.

Nacht van Ontdekkingen

Hét kennisfestival van Leiden – onderdeel van de Days of Art&Science is de plek waar jonge makers, onderzoekers en kunstenaars de ruimte wordt gegeven om te experimenteren.

Kennisbijlage NRC

Leiden blijft zich in samenwerking met de vele kennisinstellingen ontwikkelen als een kennisstad. Hoe we dat doen, laten we zien in kwalitatief goede New Dutch verhalen over kennis en wetenschap in Leiden in een eigen kennisbijlage met een nationaal reikende oplage van 263.000 exemplaren.

New Dutch

De verhalen van de bedrijven en innovaties brengen we naar buiten via de New Dutch website, bannercampagnes, persreizen etc.

Vakbeurzen zakelijke markt

Leiden Convention Bureau neemt deel aan internationale vakbeurzen om het imago van de stad te versterken, zichtbaarheid te genereren en het netwerk uit te breiden met bestaande en potentiële internationale congresplanners.

Inspiratie events zakelijke markt

Leiden Convention Bureau organiseert inspiratie events om nationaal en lokaal organisatoren van zakelijke bestemmingen te inspireren en kennis te laten maken met het veelzijdige aanbod in de stad.

Praat Nederlands met me

Het spreken van de Nederlandse taal levert een grote bijdrage aan de integratie en worteling van internationaal talent in Leiden en regio.



Carrièrebeurzen Leiden International Centre

Leiden International Centre profileert Leiden en regio als aantrekkelijke plek om te wonen en werken voor kenniswerkers en internationale studenten door aan carrièrebeurzen deel te nemen en de doelgroep rechtstreeks aan te spreken.

Museum- en Cultuurstad Leiden laden we door deze campagnes:

Cultuurcampagne

In 2026 organiseert Leiden&Partners de Cultuurcampagne Leiden, samen met zeven Leidse musea. Samen zetten we Leiden op de kaart als cultuurstad. We zorgen voor jaarrond zichtbaarheid in titels als Libelle, Margriet, Volkskrant, Donald Duck, vtwonen etc. voor Leiden als een stad van cultuur, waarbij het Leidse cultuuraanbod ingevuld wordt met exposities, tentoonstellingen en musea gekoppeld aan een weekend weg of dagbezoek.

UITagenda

De Leidse UITagenda is de plek waar (regio)bewoners heen gaan om te zien wat er in Leiden gebeurt op het gebied van cultuur en kennis. De UITagenda is de best bezochte pagina op visitleiden.nl.

*Meer weten over hoe wij de reputatie managen?
Scan de QR code.*



Rembrandt trakteert op Leiden

Door een campagne rondom Rembrandts verjaardag op 15 juli wordt de associatie Rembrandt/Leiden versterkt en tegelijkertijd zorgt het voor conversie/beleving richting binnenstadsondernemers, musea en culturele activiteiten voor (regio)bewoners.

De Leidse Rembrandt Dagen

Een evenement dat zowel lokaal, nationaal als internationaal Leiden als stad van Rembrandt en cultuurstad op de kaart zet. Met marketing en financiële inzet ondersteunen wij de organisatie en ambiëren we een professioneel en toonaangevend evenement, nu en in de toekomst.



Leids Cabaret Festival

In 2023 is de Stadsgehoorzaal/ Leidse Schouwburg met steun van Leiden&Partners eigenaar geworden van het Leids Cabaret Festival. De intentie is om het festival Leidser te maken, studenten er meer bij te betrekken en meer zichtbaarheid te geven.

Leids International Film Festival

Leiden&Partners verbindt zich aan het Leids Internationaal Film Festival ter versterking van het festival en de zijprogrammering. Leiden&Partners steunt de organisatie in het realiseren van de doelstellingen om daarmee bij te dragen aan het imago van Leiden als stad van cultuur.

Culturele events

Naast bovenstaande evenementen ondersteunt Leiden&Partners tevens de Museumnacht en Pride omdat ook deze events nadrukkelijk een bijdrage leveren aan het imago van de stad.

*Meer weten over hoe wij de reputatie managen?
Scan de QR code.*





Leiden&Partners is trotse partner van het Leids Cabaret Festival.

Reputatie managen

Naast de reeds genoemde campagnes investeren we ook in de volgende campagnes:

Trakteer jezelf op Leiden, Stad van Ontdekkingen

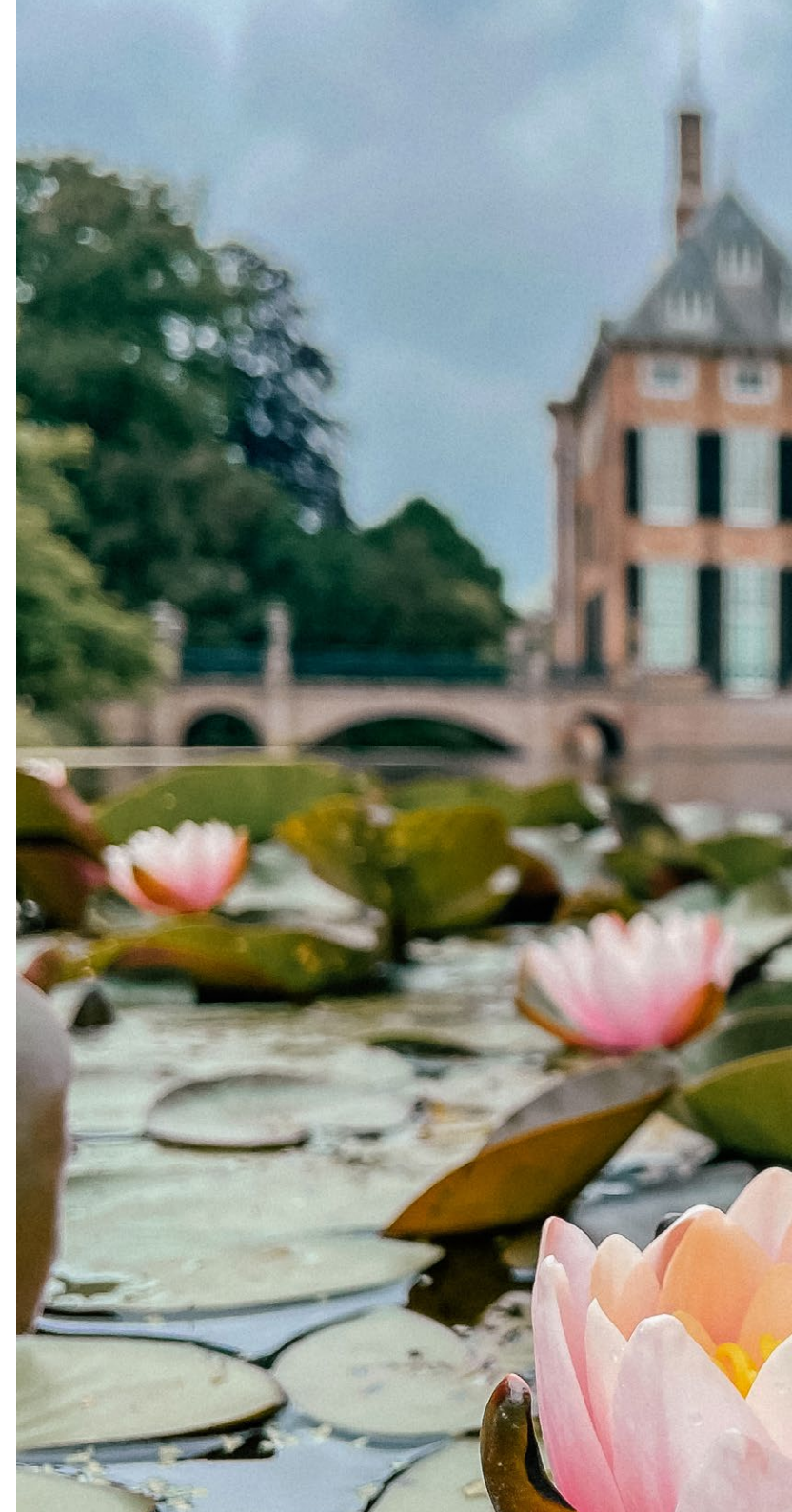
De binnenstad van Leiden is een unieke plek om te recreëren, musea te bezoeken, te winkelen en elkaar te ontmoeten. Samen met Centrummanagement Leiden wijst Leiden&Partners regiobewoners en bezoekers met de campagne 'Trakteer jezelf op Leiden' op de Leidse beleving en mogelijkheden in de binnenstad. Door meerjarig actief campagne te voeren met influencers, on- en offline zichtbaarheid, inspelend op momenten en de Leidse trakteerkaart, worden regiobewoners verleid de Leidse binnenstad als huiskamer van de regio te ervaren.

Winter Wonder Weken

Als partner van Centrummanagement Leiden verzorgt Leiden&Partners de marketing rondom de Winter Wonder Weken om zo (regio)bewoners de binnenstad te laten bezoeken. Het accent ligt op de beleving van winterse activiteiten, horeca en winkelen.

Dichtbij markten campagne

Duitsers vormen traditioneel de grootste groep buitenlandse bezoekers naar Nederlandse steden, ook naar Leiden (8,7% van de jaarlijkse bezetting van Leidse hotels). In 2026 wordt een campagne voor seizoensverlenging uitgevoerd voor verhoging van de bezettingsgraad van hotels en meer bezoeken vanuit Duitsland in de laag- en tussenseizoenen. Datzelfde geldt voor België (7% bezetting op jaarbasis): door samenwerking met een Vlaams pers en pr bureau inspireren we onze Zuiderburen voor een bezoek aan de stad.





Streek van Verrassingen

Een Stad van Ontdekkingen, in een Streek van Verrassingen met een Zee aan mogelijkheden. Samen met de gemeentes Katwijk, Leiden, Voorschoten, Wassenaar, Oegstgeest en Warmond positioneert Leiden&Partners de regio richting regiobewoners en Duitse en Belgische toeristen. In 2026 wordt de regio alliantie uitgebreid met twee nieuwe gemeentes, namelijk Zoeterwoude en Kaag en Braassem.

Jaarlijks wordt het Proef de Streek magazine uitgegeven voor bewoners en bezoekers. Daarnaast wordt de regionale UITagenda dagelijks geactualiseerd, en zijn er persreizen, online campagnes, nieuwsbrieven en sinds 2025 de proef de Streekdagen als regionaal evenement. Al deze projecten worden strategisch ingezet op het stimuleren van duurzaam reizen uit Nederland, Duitsland en België.

Provincie Zuid-Holland ziet de meerwaarde van deze regiosamenwerking. Zo honoreerden zij voor 2025-2027 een subsidie voor de creatie van een regiokaart, een bewonersonderzoek en de aanschaf van twee fietscaravans om pers en bewoners op een ludieke, duurzame manier de regio te laten beleven.

*Meer weten over hoe wij de reputatie managen?
Scan de QR code.*



Streek van Verrassingen: Kasteel Duivenvoorde in Voorschoten.

Foto: Globalizious

Reputatie managen

Productontwikkeling

Productontwikkeling betekent het creëren of verbeteren van producten, diensten of belevingen die een stad aantrekkelijker maken voor doelgroepen.

Jonge Rembrandt

In 2026 lanceren we een nieuwe integrale Jonge Rembrandt beleving in de stad. De legacy van Rembrandt, die in Leiden geboren is in 1606 en zijn eerste 25 jaren er doorbracht en hier leerde schilderen en etsen, vertellen we door middel van bestaande en nieuw te ontwikkelen beleefbare producten. Met de snelle innovaties door AI en social media spelen we in op een zichtbare plek binnen de customer journeys.

Young Rembrandt Studio

De Young Rembrandt Studio is het oude atelier waar Rembrandt heeft leren tekenen, schilderen en etsen. De Young Rembrandt Studio valt onder beheer van Leiden&Partners en is zes dagen per week te bezoeken. De studio wordt bemand de VVV en dient naast de Rembrandt Experience als VVV-informatiepunt.

Latijnse School

Bezoekers konden zich voor het raam van de Latijnse School laten schetsen door 'Rembrandt'. Tussen 2018 en 2025 zijn er meer dan 160.000 schetsen gemaakt bij de Latijnse School. In 2026 wordt op deze locatie een nieuwe Jonge Rembrandt activatie geopend en toegevoegd aan de Rembrandt Route.



Young Rembrandt Studio.

Foto: Jeannine Rijdsdijk

Jan Steen

Samen met Museum De Lakenhal, Pieterskerk Leiden en Warmond genereert Leiden&Partners aandacht voor Jan Steen in 2026. Door de verbreding naar de 17e eeuw vertellen we het verhaal van Jan Steen, de Jonge Rembrandt en de Pilgrims van Leiden. Jan Steen is begraven in de Pieterskerk. In 2026 leggen we een fundament voor Rembrandts tijdgenoot Jan Steen.

Studentenstad & Cultuurkaart

Student in Leiden? Dan ontvang je een persoonlijke, digitale & Cultuurkaart waarmee je met korting of zelfs gratis kan deelnemen aan leuke acties, evenementen en festivals. Elke maand ontvangen ruim 11.000 studenten die zich via hun vereniging of EICID (incl. mbo studenten) hebben ingeschreven een & Cultuurmailing met de meest toffe tips en acties.

*Meer weten over hoe wij de reputatie managen?
Scan de QR code.*



Themaroutes VVV

De ultieme manier om een stad te beleven is te voet. Leiden&Partners heeft een serie wandelroutes die verkocht worden in de VVV en op andere locaties in de stad. De routes zijn: Rembrandt Route, Pilgrim Route, Science Route, Hofjes Route en de Leidse Loper. Deze route(s) bestellen voor gasten? Mail info@vvwleiden.nl.

Uitgelicht: de Pilgrim Route

Deze twee uur durende route voert wandelaars langs belangrijke plekken in de Leidse Pilgrimgeschiedenis. De wandeling is tot stand gekomen in nauwe samenwerking met het Leiden American Pilgrim Museum, Erfgoed Leiden, Museum De Lakenhal en Leiden&Partners en is verkrijgbaar in het Nederlands en Engels bij VVV Leiden.

Reputatie managen

I ask Leiden

We hebben een AI chatbot, genaamd I Ask Leiden, in 2025 gelanceerd, met al ruim 20.000 berichten in meer dan 50 talen het afgelopen jaar. I ask Leiden is een virtual agent van de VVV, digitaal wordt er antwoord gegeven en tips gegeven over de stad.

Stad van Ontdekkingen audiotour

In 2025 is de audiotour voor families met kinderen in basisschoolleeftijd gelanceerd. Voor 2026 kijken we ook naar thematische drukwerkuitingen en dan met name voor kinderen en gezinnen, inhakend op bijvoorbeeld de vakantieperiodes. Denk aan een samenwerking met de Vakantiepas, Doe-boeken etc.

Regeneratief Toerisme

Bezoekers aan een gebied, stad of regio 'geven wat terug' aan de inwoners van die stad en dragen bij aan het verhogen van het welzijn van de inwoners van die stad. In het kader van meer bewustwording en de groeiende aandacht voor duurzaamheid startte Leiden&Partners in 2025 een professioneel 'groen en duurzaam programma' op om regeneratief toerisme meer te stimuleren. Dit wordt in 2026 voortgezet en uitgebreid.



Aantrekken en behouden bèta- en technisch talent

Het Leiden International Centre onderzoekt hoe het veelgevraagd bèta- en technisch talent beter ondersteund kan worden, bijvoorbeeld door internationale studenten te behouden, mensen met een Zoekjaar-visum te begeleiden, aanwezig te zijn bij de OWL-week en informatie webinars te organiseren.

*Meer weten over hoe wij de reputatie managen?
Scan de QR code.*



Kwartierdenken: de stad als veelzijdige congreslocatie

Met het concept kwartierdenken wordt Leiden gepositioneerd als één integrale congresstad, waarin strategisch gekozen congreskwartieren – bestaande uit kennisinstellingen, commerciële en historische en/of culturele locaties – samen een dynamisch ecosysteem vormen. Deze benadering maakt van de stad zelf een veelzijdige congreslocatie, waarin kennisdeling, innovatie en erfgoed naadloos samenkomen.

Door dit concept gefaseerd uit te rollen, ontstaat een toekomstbestendige infrastructuur waarin duurzaamheid, wetenschap en historie elkaar versterken. Zo onderscheidt Leiden zich als een innovatieve en aantrekkelijke bestemming binnen de internationale MICE-markt.

Inzet kennisclusters Key Region Leiden voor werven congressen

Leiden Convention Bureau onderzoekt en zet in op het aantrekken van congressen door zich te baseren op de drie kennisclusters: bioscience, space en unmanned systems van Key Region Leiden.

Structureel inzetten op Legacy bij congreswerving

Leiden Convention Bureau gaat congreswerving versterken door structureel aandacht te besteden aan de legacy (maatschappelijke en inhoudelijke impact) van congressen. In samenwerking met congresorganisatoren, kennisinstellingen, gemeente en maatschappelijke partners wordt bij de acquisitie actief gestuurd op het formuleren van legacydoelstellingen. Denk hierbij aan maatschappelijke spin-off, kennisdeling met bewoners of lokale samenwerking.

LEIDEN CONVENTION BUREAU

Inzetten op bewonersbetrokkenheid

Voor congressen die aansluiten bij het DNA van Leiden, stimuleren we organisatoren om een betekenisvolle bijdrage aan de stad en haar inwoners terug te geven. Dit kan in de vorm van een publiek toegankelijk evenement, educatief studentenprogramma of maatschappelijke betrokkenheid, zoals samenwerking met musea, universiteiten of lokale initiatieven.

Uitbreiding Leiden Booking Service

Naast hotelkamers breidt de Leiden Booking Service haar aanbod in 2026 uit met aanvullende diensten zoals excursies, museumkaarten, restaurantreserveringen en fietsverhuur. Deze uitbreiding stelt congresorganisatoren in staat om hun deelnemers een compleet verzorgd verblijf aan te bieden, waarbij ook de vrije tijd buiten het congres optimaal benut kan worden. Door het stimuleren van een langer verblijf vóór en na het congres – zogenaamde pre- en postboekingen – wordt niet alleen de beleving van de bezoeker verrijkt, maar wordt een verblijf duurzamer en ontstaat er extra economische waarde voor de stad.

Hospitality

VVV Leiden

Leiden heeft een goed bezocht VVV inspiratiepunt met gemiddeld 100.000 bezoekers per jaar. Hier worden bezoekers en bewoners geïnformeerd, geïnspireerd en doorverwezen naar partners in de stad.

- De VVV is een Qbuzz informatie- en verkooppunt vanaf 2025. Medewerkers voorzien bezoekers van ov-informatie en tickets.
- In 2026 is de VVV steeds meer de etalage van Leidse makers en worden er samenwerkingen aangegaan om hen een podium te bieden in de stad.
- In 2026 wordt de optie voor distributieautomaten in de stad uitgewerkt (citymaps, gadgets, drukwerk etc.)

Toeristische informatiepunten binnenstad

De binnenstad telt twaalf toeristische informatiepunten bij ondernemers (ondersteund door de VVV) als distributiepunt voor drukwerk, die tevens een adviesrol hebben richting bezoekers.

I ask Leiden

I ask Leiden is een virtual agent van de VVV. Digitaal wordt er antwoord en tips gegeven over de stad door een chatbot met informatie vanuit zoekopdrachten en websites van Leiden&Partners.

Drukwerk

De VVV heeft (duurzaam) drukwerk voor bezoekers en bewoners, zoals de city map, museumfolder, fiets- en wandelroutes.

Young Rembrandt Studio

De Young Rembrandt Studio in het centrum, wordt bemand door VVV-medewerkers. Naast deze Rembrandt Experience fungeert deze plek als VVV-informatiepunt.

*Meer weten over hoe wij de reputatie managen?
Scan de QR code.*





Reputatie managen

Citydressing

Leiden&Partners beheert in opdracht van de gemeente Leiden de vlagbanieren, het billboard langs de A4/N11, en B-zijdes van de muppen in de stad. Hiermee is er regie op het 'kleuren van de stad' en wordt het onderdeel van de beleving.

Binnenstad Leiden

In 2026 bekijken we de mogelijkheid voor het inzetten van leegstaande winkelpanden, i.s.m. Centrummanagement Leiden, voor het verstrekken van VVV informatie en uitlichten van stadsevenementen.

TURFF

Tevens wordt studentenhuiscommunicatie ingezet binnen citydressing. Door de jaarronde inkoop via TURFF kunnen we vanaf 2026 op digitale schermen in bijna 500 studentenhuizen communiceren en 6.000 studenten bereiken. Deze citydressing optie wordt tevens geboden aan Leidse culturele organisaties en evenementenorganisatoren via Leiden&Partners.

Leiden Centraal/Nederlandse Spoorwegen

Er is een nauwe samenwerking met de stationsmanagers van Leiden Centraal, waardoor ook deze toegangslocatie naar de stad in die zelfde kleuren van de stad gezet wordt. Stationsbanieren en uitingen op perrons zijn nieuw in het palet.

Stationsgebied

Voor de verbetering van het stationsgebied zijn er komende jaren meerdere bouwprojecten. In goed overleg met de gemeente en projectontwikkelaars worden de bouwhekken onderdeel gemaakt van de Leidse citydressing. Leiden&Partners vertelt het verhaal van Leiden, het Leids Continuum, op de bouwhekken rondom Lorentz en de Geus vanaf 2026. Zo worden Leidse verhalen en iconen op ruim 200 m wanden - als welkom in de Stad van Ontdekkingen - uitgelicht.

*Meer weten over hoe wij de reputatie managen?
Scan de QR code.*



Trend: inzet van AI

I ask Leiden is een virtual agent van de VVV, digitaal wordt er antwoord gegeven op vragen én tips gegeven over de stad.

Leiden is de eerste citymarketingorganisatie in Nederland

met deze applicatie. In het kader van experimenteren wordt de succesvolle pilot van I ask Leiden in 2026 voortgezet als project. Data uit deze virtuele gesprekken gebruiken voor verbetering van producten, diensten en samenwerkingen.



We maakten al kennis met de nieuwe mogelijkheden rondom de inzet van AI binnen citymarketing. In 2026 neemt de inzet van AI grotere vormen aan. Zo zullen – ook om efficiënter te werken – AI tools ingezet gaan worden voor:

- Het schrijven van teksten (uitnodigingen, social media content, nieuwsbrieven, webteksten, SEO en SEA)
- Het vertalen van teksten naar Duits, Engels en Frans (en meer) voor online toepassingen
- Het toegankelijker maken van kanalen voor bepaalde doelgroepen (door bijv. audio inzet voor visueel beperkten)
- Het visueller maken van content
- Creatie van video, presentaties
- Verbeteren van SEO, maar ook AIO (SEO voor o.a. ChatGPT) om antwoorden op AI tools te verbeteren over Leiden



5. Pers en PR

Pers en PR draait om het zichtbaar maken van de stad, evenementen en unieke kwaliteiten bij een breed publiek — zowel nationaal als internationaal. Denk hierbij aan:

- Persberichten schrijven en versturen
- Interviews in landelijke media over Leiden als 'Stad van Ontdekkingen'.
- Samenwerken met reisjournalisten of influencers die Leiden bezoeken en erover schrijven.
- Reacties geven op actuele gebeurtenissen die invloed hebben op het imago van de stad.
- Het organiseren van persreizen voor de buitenlandse markt, zoals Duitsland en België
- Het hosten van persreizen binnen campagnes
- Leiden als congresstad profileren

*Meer weten over hoe wij de reputatie managen?
Scan de QR code.*



The New York Times

All the Canals and Charm of Amsterdam. None of the Crowds.

Leiden, a city whose university is often called the Oxford of the Netherlands, features museums, gardens, murals and plenty of ways to stretch your mind.



Leiden verscheen in 2025 in The New York Times .

Netwerkorganisatie

Hoe werken wij in coalities? Hoe zijn we opgericht en waarom werken deze samenwerkingen?

Zie Citymarketing Model Leiden&Partners, pagina 12.

Leiden&Partners verbindt en faciliteert, waarbij we niet alles zelf doen, maar juist samenwerken, anderen inschakelen en zorgen dat krachten in de stad gebundeld worden. Dat doen we voor het opbouwen van draagvlak (brede steun) en synergie (gezamenlijke meerwaarde creëren).

Activiteiten:

- Samenwerken in coalities: Leiden&Partners vormt samenwerkingsverbanden met andere organisaties (cultuurinstellingen, onderwijs, bedrijfsleven, overheid).
- 'Oliemannetje' zijn: de smeerolie tussen verschillende partijen, door mensen en belangen samen te brengen.
- Lobbyen: namens partners de belangen van de stad vertegenwoordigen, bijvoorbeeld richting politiek of investeerders.
- Organisaties door partners opgericht: het netwerk bestaat uit actieve partijen die zelf ook bijdragen aan de stad.

Stadspartners & Handelshuis

Leiden&Partners werkt altijd samen met partners om haar doelstellingen te bereiken. Naast de ruim 80 stads- en regiopartners agendeert zij samen met huisgenoot Centrummanagement Leiden onderwerpen. Het uitgangspunt is daarbij om de stad dynamisch en spannend te programmeren met ruimte voor experiment, en de samenwerking soepel te laten verlopen.

Stadspartners

Leiden&Partners is opgericht door 20 stadspartners. Er is overleg over samenwerkingen en ambities.

Hoteloverleg

Leiden&Partners schuift met regelmaat aan bij het Leidse Hoteloverleg, waar de meeste Leidse hotels, maar ook hotels uit de regio bij zijn aangesloten. Om te klankborden over het marketingplan, trends, ontwikkelingen, city hospitality, data en meer.

Climate Capacity Building Programme

Samen met het NBTC, de Travel Foundation, en andere citymarketing-organisaties is Leiden onderdeel van een training- en ontwikkelprogramma gericht op het verduurzamen van de toeristische sector. Verduurzaming is geen trend, maar een rode draad door de gehele organisatie, van visie tot uitvoering. In 2026 en verder laten we een professionaliseringsslag zien in hoe we kunnen verduurzamen, terwijl we de positieve impact van bezoekers op de gemeenschap vergroten.



Meet&Mingle, het netwerkevenement van het Leiden International Centre.

Congresconvenant

Samen met congres- en meetinglocaties in de stad profileert het Leiden Convention Bureau Leiden als een internationale kennisstad. Met de gezamenlijke ambitie om (inter)nationale congressen naar Leiden te trekken en in de top 5 van de ICCA-ranking te staan.

Congresambassadeurs

Het Leiden Convention Bureau initieert, beheert, faciliteert en onderhoudt een netwerk van inmiddels 120 congresambassadeurs. Vaak hoogleraren en wetenschappers binnen het Leidse werkveld die op het juiste moment onze kennisstad als congresstad naar voren schuiven.

Denktank

Samen met partijen in de stad wordt gekeken naar logische 'themajaren' voor Leiden en welke energie van wie er op dat thema zou moeten zitten. Op deze manier komt er een evenwichtige stadsagenda tot stand met draagvlak en samenwerking van verschillende partijen.

Gemeente Leiden

Leiden&Partners en de gemeente Leiden werken op vele domeinen samen. Van de visie op de bezoekerseconomie en internationalisering tot bereikbaarheid, evenementen, citydressing, gastvrijheid, regiosamenwerking, jongeren, onderwijs en meer.

Leiden International Centre

Het Leiden International Centre is een samenwerking met acht partners in Leiden en regio om internationale kenniswerkers een warm welkom te geven en om internationale bedrijven en kennisinstellingen te ontzorgen.

Zuid-Holland Deelakkoord

Het Leiden International Centre is deelnemer aan het Zuid-Holland Deelakkoord, een samenwerkingsverband tussen diverse gemeenten en internationale centra in de provincie. Met als doel meer gezamenlijke webinars, carrièretrainingen voor partners van internationals en de internationale profilering van de provincie Zuid-Holland.

*Meer weten over onze netwerken en samenwerkingen?
Scan de QR code.*





Leiden Bio Science Park

Zowel met de Ondernemersvereniging als met de Stichting LBSP slaat Leiden&Partners de handen ineen om de positionering en branding van dit innovatiedistrict in Leiden te versterken. Of dat nu gaat om het LSBP te verbinden met de binnenstad, (inter)nationaal talent aan te trekken en te behouden of het LBSP (inter)nationaal in de etalage te zetten.

Musea / Cultuurcampagne

Leidse musea verbinden zich al acht jaar op rij samen met Leiden&Partners aan het profileren van Leiden als cultuur- en museumstad. Het Hoteloverleg is onderdeel van deze campagne om verblijfsverlenging te veroorzaken.

Placemaking

Leiden&Partners is onderdeel van klankbordsessies van onder meer het Cultuurkwartier, Stationsgebied en het Energiepark Leiden. Daarmee probeert Leiden&Partners stem te hebben in een integrale visie/structuur op de Placemaking in de stad.

New Dutch

Samen met het Rijksdienst voor Ondernemend Nederland, Nederlands Bureau voor Toerisme en Conventions, 17 steden en regio's zetten we innovatief Nederland op de kaart door middel van verhaallijnen.

Regiorol

Leiden&Partners is de spil in de regio, waar regiogemeentes gebruikmaken van de 'back office' van Leiden&Partners. Leiden&Partners biedt een team aan experts voor strategie, marketing en uitvoering.

Strategisch partnerschap StudentenStad

Een strategisch partnerschap van de Leidse studentenverenigingen, de Plaatselijke Kamer van Verenigingen (PKvV), gemeente Leiden en Leiden&Partners waarin de verbinding tussen student en stad in de breedste zin centraal staat.

Streek van Verrassingen

De coalitie wordt in 2026 uitgebreid naar acht gemeentes. Door Leiden&Partners wordt er samengewerkt aan het positioneren van Leiden en regio als een Stad van Ontdekkingen met een Streek van Verrassingen en een zee aan mogelijkheden.

*Meer weten over onze netwerken en samenwerkingen?
Scan de QR code.*



Meet & Mingles

Leiden International Centre organiseert maandelijkse bijeenkomsten op leuke (partner)locaties voor nieuwkomers en internationals om een sociaal netwerk te bieden en de integratiefase zo goed mogelijk te laten verlopen.

Expat Round Tables en Talent Coalitie

Als één van de twaalf expatcentra maakt het Leiden International Centre deel uit van een nationaal netwerk dat elk kwartaal bij elkaar komt voor een Round Table. Als onderdeel van de nationale talentencoalitie draagt het LIC bij aan initiatieven om ervoor te zorgen dat Nederland beschikt over het hoogopgeleide talent dat het nodig heeft.

JINC

JINC is een landelijke non-profitorganisatie die zich inzet om jongeren op een leuke manier kennis te laten maken met economie en werk. In Nederland groeien er talloze kinderen op in armoede. Ze hebben evenveel talent als andere leeftijdgenootjes, maar minder kans om zichzelf te ontwikkelen. Leiden&Partners doet mee aan de 'Baas van Morgen' en verzorgt trainingen.



Samen met zeven musea zet Leiden&Partners Leiden op de kaart als museumstad.

Foto: Naturalis

Ondernemend Leiden

Leiden&Partners en Ondernemend Leiden werken op een complementaire en structurele manier samen om het ondernemerschap in Leiden te versterken en de stad als kennis- en vestigingslocatie beter op de kaart te zetten.

Key Region Leiden

Leiden&Partners werkt nauw samen met Key Region Leiden (voorheen Evonomie071) via gezamenlijke regionale coalities, projecten en strategische verbindingen om de economie in de Leidse regio te versterken.

Leiden Kennisstad

Leiden&Partners ondersteunt actief het samenwerkingsverband Leiden Kennisstad, waarin de gemeente, onderzoekers en onderwijsinstellingen gezamenlijk werken aan maatschappelijke uitdagingen in Leiden. Uit deze samenwerking komt o.a. de NRC Kennisbijlage en de Dutch Bio Science Week voort.

InnovationQuarter

Leiden&Partners werkt samen met InnovationQuarter (IQ), de regionale ontwikkelingsmaatschappij van Zuid-Holland, om innovatie en economische groei in de regio Leiden te stimuleren. Of dit nu om New Dutch gaat, persreizen of het Leiden Internationale Centre. In deze samenwerking wordt o.a. gewerkt aan de Kennisbijlage bij NRC en de Dutch Bio Science Week. Ook neemt Leiden&Partners zitting in de klankbordgroep van het Leiden Healthy Society Center.

Leidsche Plein

Het partnerevenement waar belanghebbenden uit verschillende sectoren elkaar ontmoeten. Leiden&Partners informeert en inspireert aanwezigen met gastsprekers, presentaties, discussies en meer over Leiden & regio.

Partnerpakketten

Leiden&Partners doet niets alleen, maar altijd alles met partners. Partnerships bestaan in verschillende vormen. Van een basispartnerschap tot aan grootschalige structurele samenwerkingen en campagnes.

*Meer weten over onze netwerken en samenwerkingen?
Scan de QR code.*





Leidsche Plein, het partner- en netwerkevenement van Leiden&Partners.

Business Development

Strategische allianties aangaan en proactief nieuwe kansen creëren en slimme samenwerkingen aangaan.

Zie Citymarketing Model Leiden&Partners, pagina 12.

Leiden&Partners creëert proactief nieuwe kansen, gaat slimme samenwerkingen aan en zorgt voor groei, door middel van:

- Data & reporting: gebruik van data-analyse om beleid en keuzes te onderbouwen.
- Onboarding: nieuwe partners, projecten of bedrijven goed begeleiden en verbinden aan de stad.
- Werken 'in opdracht van': projecten uitvoeren namens de gemeente of andere opdrachtgevers.
- Strategische allianties: gericht samenwerken met belangrijke regionale of (inter)nationale partners.
- Focus op regio: niet alleen Leiden versterken, maar ook de bredere regio Leiden versterken.

Data & reporting

In de Datamonitor Leiden verzamelt en analyseert Leiden&Partners vele gegevens over de bezoekerseconomie, i.s.m. Centrummanagement Leiden en gemeente Leiden. Zo kunnen data gedreven keuzes gemaakt worden op het gebied van bezoekersstrategie, -marketing, beleid, evenementen, handhaving en infrastructuur.

Algemeen doel is een duurzame bezoekerseconomie waarin leefbaarheid en levendigheid in balans zijn voor bewoners, bedrijven, bezoekers en stakeholders. Datagedreven beslissingen zijn essentieel om dit doel zo optimaal mogelijk te bereiken.

Nb. Alle data zijn anoniem verzameld en geanalyseerd, dit is op geen enkele manier herleidbaar tot persoonsgegevens en volledig in lijn met de avg-richtlijnen.

Ieder half jaar publiceert Leiden&Partners een uitgebreid datarapport voor stakeholders. Benieuwd welke databronnen daarin terugkomen? Scan de QR-code.

Onboarding

Onboarding: nieuwe partners, projecten of bedrijven goed begeleiden en verbinden aan de stad. Dit kan door middel van een introductie aan de stad voor nieuwe inwoners of medewerkers; een welkomstpakket, een rondleiding, een training. In 2026 worden de opties uitgebreid.

*Meer weten over Business Development?
Scan de QR code.*



Ook tijdens Leidse evenementen kan Leiden&Partners data verzamelen om inzicht te krijgen in de bezoekersaantallen.

Foto: Dirk van Egmond

In opdracht van

Leiden&Partners voert citymarketingopdrachten voor andere gemeenten — zoals Katwijk — uit om drie hoofdredenen:

A. Regiobrede samenwerking versterken

- Leiden ziet zichzelf als regiokern binnen de Leidse regio. Door ook marketing voor buurgemeenten te doen (zoals Katwijk), ontstaat een sterkere regio-identiteit, wat meer bezoekers en bedrijven aantrekt naar het hele gebied.
- Regiosamenwerking en -campagne Streek van Verrassingen, waar Leiden, Katwijk, Oegstgeest, Voorschoten, Wassenaar en Warmond in participeren. Deze regiosamenwerking wordt in 2026 uitgebreid naar meer gemeentes.

B. Efficiëntie en schaalvoordeel

- Door marketingcapaciteit te delen, profiteren kleinere gemeenten van de professionele infrastructuur van Leiden&Partners. Denk aan inkoop media, expertisegebieden per marketeer, etc.
- Leiden&Partners kan op deze manier inkomende middelen laten terugvloeien naar de stad en een breder bereik realiseren, wat aantrekkelijk is voor gemeenten die geen eigen grote citymarketingorganisatie kunnen opzetten.

C. Extra inkomsten voor Leiden&Partners

- Door externe opdrachten te doen, verdient Leiden&Partners extra inkomsten, uren worden bekostigd. Dat maakt de organisatie toekomstbestendiger, waarbij inkomsten terugvloeien naar de stad.
- Dit geeft ruimte om bijvoorbeeld extra campagnes of innovaties op te zetten die ook Leiden zelf ten goede komen.

Dit is Katwijk! in de Streek van Verrassingen

Leiden&Partners is verantwoordelijk voor de backoffice-activiteiten van VVV Katwijk en professionalisering van destinationmarketing in opdracht van gemeente Katwijk. De bestemmingen Leiden en Katwijk zijn complementair voor zowel bezoekers als regiobewoners. Leiden&Partners voert online en offline citymarketingactiviteiten uit.

*Meer weten over Business Development?
Scan de QR code.*





Leiden&Partners verzorgt de backoffice-activiteiten van VVW Katwijk..

Foto: Dirk van Egmond

Strategische allianties

Strategische allianties zijn samenwerkingsverbanden tussen verschillende partijen in de regio die gezamenlijk aan een gemeenschappelijk doel werken. In het geval van Leiden en de regio betekent dat: de stad en regio economisch sterker en aantrekkelijker maken, zowel voor bezoekers als bedrijven en bewoners. Voorbeelden van initiatieven die we opzetten en onderzoeken zijn:

Regionaal Hoteloverleg	Hotels in de regio Leiden werken samen met bijvoorbeeld de gemeente, citymarketing en toeristische organisaties om bezoekersstromen te optimaliseren, afspraken te maken over gezamenlijke arrangementen, evenementen te ondersteunen, en informatie te delen over bijvoorbeeld bezettingsgraden. Dit versterkt de gastvrijheid en stimuleert de lokale economie.
Economic Board Zuid-Holland (EBZ)	Een strategisch overlegplatform van bedrijven, kennisinstellingen, overheden en maatschappelijke organisaties in Zuid-Holland. Doel: samen de economische kracht van de regio vergroten, bijvoorbeeld door innovatie te stimuleren, verduurzaming te versnellen, en arbeidsmarktproblemen gezamenlijk aan te pakken. EBZ speelt een belangrijke rol in grotere regionale projecten en investeringen.
Museum Strategieoverleg	Leidse musea stemmen marketingactiviteiten op elkaar af, delen kennis en zetten gezamenlijke promotiecampagnes op. Hierdoor kunnen ze Leiden sterker profileren als museumstad, bezoekers spreiden, en het cultureel bezoek versterken.

Focus op regio, Key Region Leiden

Leiden&Partners pakt vanaf 2026 meer een rol in handelsmissies met gemeente en Key Region Leiden Wanneer er een handelsmissie naar Leiden komt, gericht op Life Sciences & Health, kan Leiden&Partners het volgende coördineren:

- Leiden positioneren als internationale kennisstad in biomedische innovatie
- Samen met Key Region Leiden een storytellinglijn ontwikkelen
- Delegaties ontvangen met een stadsbezoek inclusief cultureel programma
- Content maken waarin Leiden als aantrekkelijke vestigingsplaats wordt neergezet
- Interviews regelen met lokale ondernemers of wetenschappers
- Publiciteit genereren in vakmedia en pers



Persreis New Dutch naar Key Region Leiden.

Foto: Merel Tuk

Meer weten over Business Development?
Scan de QR code.





Stationsweg 26
2312 AV Leiden

Postbus 190
2300 AD Leiden

+3171-5160990

info@leidenenpartners.nl

L&P Update

Blijf op de hoogte van onze campagnes en activiteiten. Meld je aan voor de L&P Update, dan ontvang je maandelijks onze newsletter.

