marketingplan 2027



LEIDEN & PARTNERS


Cyber.


foto: Richard Steenvoorden




255
EMERGENCY EXIT
EMERGENCY EXIT

Citymarketing 2.0, here we go!

Het is niet eenvoudig te vertellen wat Leiden&Partners doet en waarom we bestaan. Daarom hebben we de 15e editie van ons marketingplan compleet ingericht rond de vier rollen die wij hebben gedefinieerd als onze kernopdracht:

Imago laden
Reputatie managen
Netwerkorganisatie zijn
Business development inzetten

Als Leiden&Partners geloven we er namelijk in dat een sterk en herkenbaar Leiden mensen verbindt, trots creëert bij bewoners, en talent, bezoekers en bedrijvigheid aantrekt.

Want dàt is waar we voor zijn, én waar we goed in zijn. Samen het verhaal van Leiden vertellen. Samen experimenteren en vrijdenken, kennismaken om samen te werken en om de wereld een beetje beter te maken. We nodigen bezoekers uit die bij onze stad passen, die nieuwsgierig zijn, verrast willen worden. Studenten die de schaal en de dynamiek van onze stad waarderen, zonder randstedelijke stress te ervaren. Wetenschappelijke congressen die een deel van hun inhoud aan onze wetenschappers en aan Leidse ontdekkingen en historie ontlenen. Talentvolle professionals en onderzoekers die hun ambitie en persoonlijke ontwikkeling nastreven in een stad waar ze hun gelijken ontmoeten. En de bedrijven die hen volgen.

Ook voor dit nieuwe jaar hebben we weer onze beste activiteiten doorontwikkeld om de kwaliteit te borgen en de lange termijn doelen te blijven nastreven, terwijl we tegelijkertijd nieuwe initiatieven een plek hebben kunnen geven, om fris, energiek en actueel te blijven. Altijd in beweging, altijd alles samen. Met fijne collega's en met jullie als stadspartners.

Voor ons is dìt citymarketing 2.0, doe mee!

Hartelijke groet

Martijn Bulthuis, Directeur
Leiden&Partners


© Richard Steenbergen

Inhoud

H1 Organisatie Leiden&Partners

- 1.1 Organisatiestructuur
- 1.2 Visie & Strategie
- 1.3 Doelstelling & Doelgroepen

H2 Marketingplan

- 2.1 Imago laden
  - Cultuur
  - Kennis
- 2.2 Reputatie managen
  - Cultuur
  - Kennis
- 2.3 Netwerkorganisatie
- 2.4 Business Development

1.1 Organisatiestructuur



Leiden&Partners

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 richt zich op het aantrekken van wetenschappelijke congressen, waarmee we Leiden positioneren als ‘city of science’.

Leiden International Centre
Het Leiden International Centre biedt ondersteuning aan internationals en hun werkgevers in de Leidse regio.

VVV
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
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.



1.2 Visie & Strategie

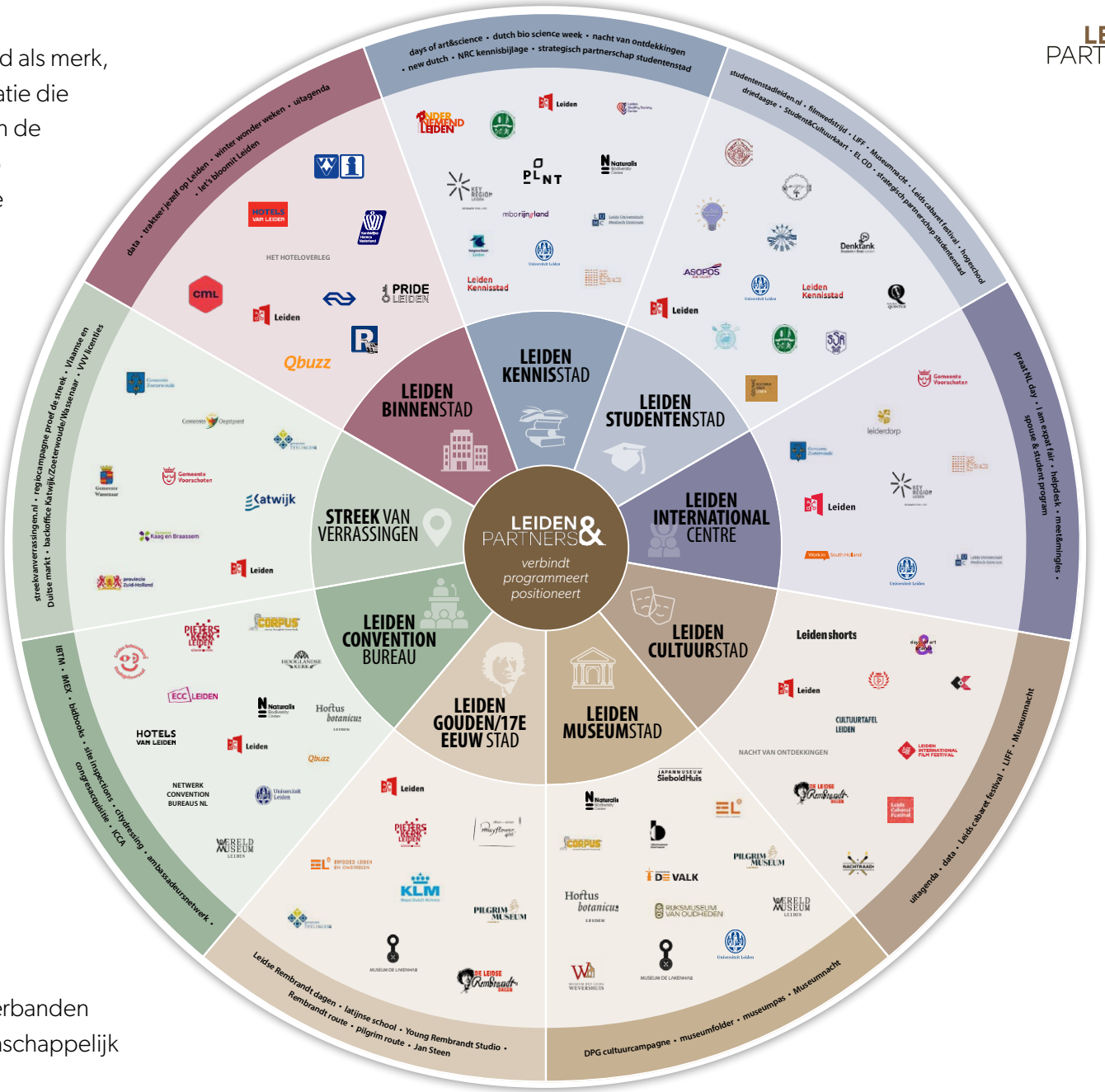


Visie

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

"Wij geloven dat het imago van Leiden bepaalt wie hier wil investeren, studeren, ondernemen en verblijven. Daarom positioneren wij Leiden krachtig als stad van cultuur en kennis — en verbinden we initiatieven, mensen en verhalen die impact hebben, zowel economisch als maatschappelijk"

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.



Brandstory

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.

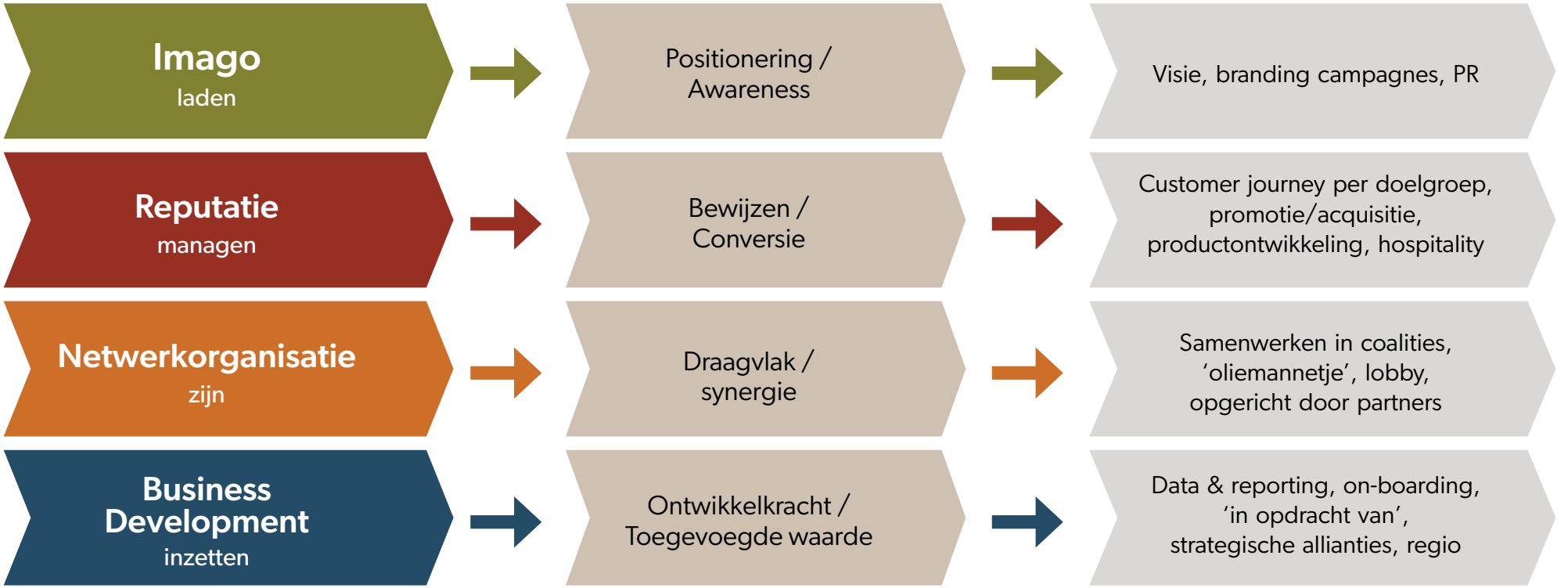
Leiden, waar de optelsom van wetenschap en culturele vrijheid leidt tot de komst en bloei van iconen, van Rembrandt tot Armin, van Pilgrims tot T.rex.

Bekijk hier de animatie van onze brandstory.



Strategie

De strategische rollen die wij als citymarketingorganisatie (CMO) vervullen, hebben we in een eigen ontwikkeld Citymarketing Model verwerkt, waar strategisch doelen samenkomen in functie en tactische uitvoering. Het bestaat uit vier kerntaken:





Leiden&Partners is een professionele organisatie en dat wordt gezien en erkend.

Awards

Leiden won in 2023 de ‘Place Brand of the Year’ Award met Leiden, European City of Science jaar! 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 beloont organisaties die bijdragen aan de professionalisering en ontwikkeling van citymarketing.



1.3 Doelstelling & Doelgroepen

Doelstelling

We richten we ons op het versterken van het imago en het managen van de reputatie van Leiden richting bedrijven, bezoekers en talent. Ons doel is het veroorzaken van meer welzijn en welvaart voor onze inwoners, een brede welvaart.

Doelgroepen

We definieren 4 segmenten waarbinnen we doelgroepen identificieren:

1. **Bewoners**
2. **Bedrijven**
3. **Talent**
4. **Bezoekers**



Bewoners

- Bewoners van de stad Leiden
- Bewoners van de Leidse regio (Oegstgeest, Leiderdorp, Voorschoten, Zoeterwoude en Katwijk) en Streek van Verrassingen (Wassenaar, Voorschoten, Oegstgeest, Katwijk, Kaag en Braassem, Zoeterwoude en Warmond)
- Nieuwe en gewenste bewoners



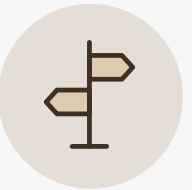
Bedrijven

- Leiden&Partners faciliteert en ondersteunt partners in acquistie en het behouden van bedrijven:
- Overkoepelende platforms (richting bestaande bedrijven) Key Region Leiden, Economic Board Zuid-Holland (EBZ), VNO/NCW
- Acquirerende organisaties zoals Leiden Bio Science Park (LBSP), Netherlands Foreign Investment Agency (NFIA), Innovation Quarter (IQ), Gemeente Leiden, Centrummanagement Leiden (CML), Greenport Ontwikkelings Maatschappij (GOM Duin- en Bollenstreek), Economic Development Board D&B, Economic Board Zuid-Holland (EBZ).



Talent

- Kenniswerkers nationaal / internationaal (bestaand - bij voorkeur hier wonend)
- Kenniswerkers nationaal / internationaal (nieuw, beoogd)
- Studenten nationaal / internationaal (bestaand)
- Studenten nationaal / internationaal (nieuw, beoogd)



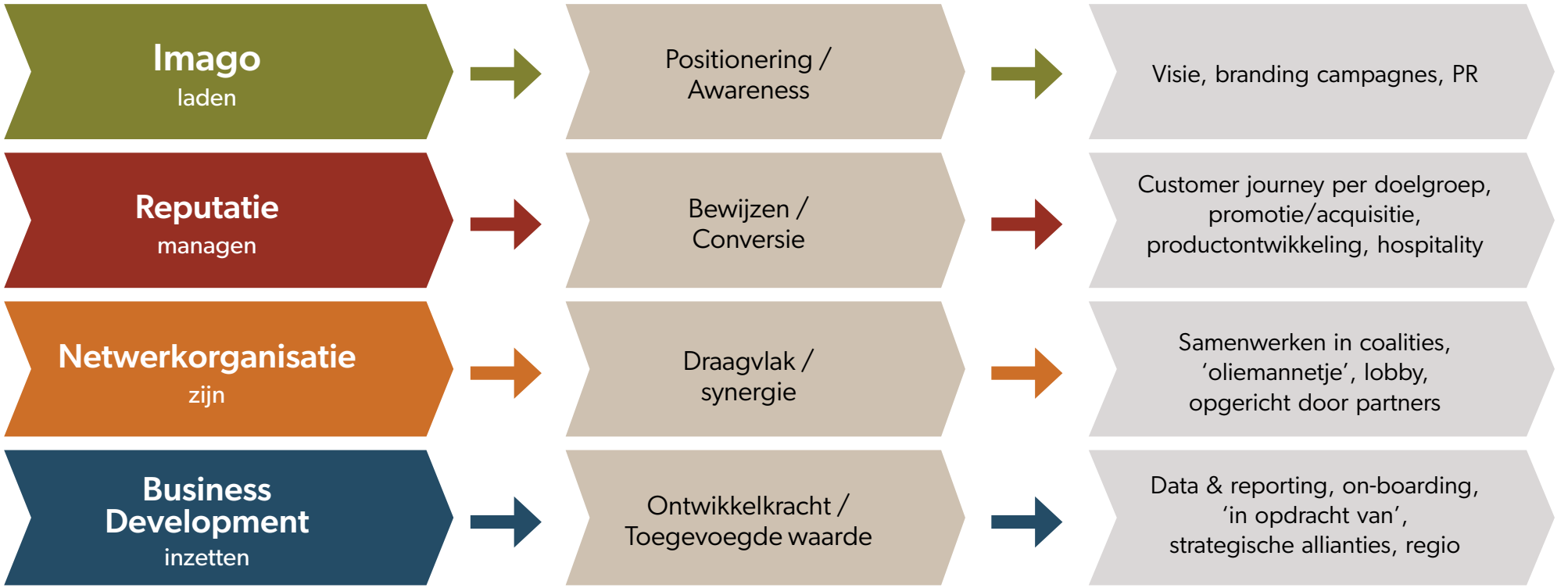
Bezoekers

- Nederlandse dagbezoeker
- Nederlandse meerdaagse bezoeker
- Buitenlandse dagbezoeker
- Buitenlandse meerdaagse bezoeker
- Zakelijke bezoeker (eendaags, meerdaags, nationaal en internationaal, associatie en corporate)

H2 Marketingplan



De strategische rollen die wij als citymarketingorganisatie (CMO) vervullen, hebben we in een eigen ontwikkeld Citymarketing Model verwerkt, waar strategisch doelen samenkomen in functie en tactische uitvoering. Het bestaat uit vier kerntaken:



2.1 Imago laden



foto: Nick Schellingerhout

Doelstelling

- Het bewust **sturen** op het beeld dat mensen van het merk Leiden hebben.
- Het **oproepen van gewenste associaties** bij je doelgroep.

Leiden is een stad van kennis en cultuur, een Stad van Ontdekkingen. Dit zijn dan ook de associaties waarop we sturen.

Cultuur

Universiteit Leiden is de oudste universiteit van Nederland (gesticht in 1575). Vanuit die academische traditie zijn veel musea ontstaan als wetenschappelijke verzamelingen, laboratoria of onderwijscollecties.

De universiteit was een motor voor kennis én voor het verzamelen en bewaren van die kennis in musea. Dat maakt Leiden tot een rijke museumstad, met maar liefst vier rijksmusea. De studenten in de stad creëerden o.a. een Leids Cabaret Festival en Leiden International Film Festival. Twee festivals van formaat met landelijke allure. Maar ook het rijke culturele erfgoed, de historische binnenstad, Rembrandt en de 17e eeuw zijn belangrijke ingrediënten voor de bewoners- en bezoekerseconomie.

Waarmee laden we ons imago op cultuur?

Musea

Samen met de Leidse musea werken wij aan de profilering van Leiden als dé museumstad van Nederland. Door onze krachten te bundelen vergroten we de zichtbaarheid van het veelzijdige museale aanbod en inspireren we zowel bewoners als (inter)nationale bezoekers om de stad te ontdekken.

Culturele evenementen

Culturele evenementen ondersteunen we 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. We werken samen met evenementen die het culturele profiel van de stad versterken, zoals het Leids Cabaret Festival, de Leidse Rembrandtdagen, LIFF, EL CID en Museumnacht. Een groot aantal van deze evenementen is ontstaan vanuit het studentenleven.

Rembrandt (17e eeuw)

Leiden is de geboortestad van Rembrandt, de bekendste zoon van Leiden. De meesterschilder woonde hier de eerste 25 jaar van zijn leven en leerde hier tekenen, schilderen en kijken. Samen met zijn tijdgenoten Gerrit Dou, Jan Lievens en Jan Steen. Rembrandt staat voor een periode, de 17e eeuw, een tijd waarin ook de Pilgrims in Leiden woonden. Leiden&Partners investeert in de associatie Leiden & de jonge Rembrandt en die 17e eeuw.

Pilgrims (17e eeuw)

In het Mayflower jaar 2020 zijn relaties tussen de UK en VS verstevigd en bestendigd. Met de ontwikkeling van een Pilgrim wandelroute, het opbouwen van een online social community en goede contacten met Amerikaanse niche touroperators, is een basis gelegd om op voort te borduren. Dit koesteren en onderhouden we, samen met Pieterskerk Leiden en Erfgoed Leiden.

Wetenschap/Kennis

Leiden is een kennisstad. 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 veel meer imagoversterkende initiatieven die wij met partners initiëren of waarin we ondersteunen.

Waarmee laden we ons imago op wetenschap?

Days of Art&Science

Een festival waar kunst en wetenschap elkaar raken, de Days of Art&Science. Meerdere dagen boordevol activiteiten zoals het kennisfestival Nacht van Ontdekkingen of het congres Brave New World. Een initiatief van de Universiteit Leiden, Leiden Kennisstad en Leiden&Partners.

Dutch Bio Science Week

Een erfenis uit 2022 waarin Leiden European City of Science was, toen nog de Life Science & Health Week. Tijdens de Dutch Bio Science Week staat Leiden een week lang in het teken van gezondheid. Met activiteiten richting bewoners, bedrijven, studenten, onderwijsinstellingen en wetenschappers. Openend met een gezondheidsfestival voor bewoners tot een Open Dag van het Leiden Bio Science Park waar bedrijven de deuren opengooien. Een initiatief van Leiden Bio Science Park, Leiden Kennisstad en Leiden&Partners

Wetenschappelijke congressen

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 wetenschappelijke conferenties naar Leiden te halen, maken we Leiden als de plek van wetenschap zichtbaar. Het netwerk van Leidse congresambassadeurs speelt een essentiële rol in het aantrekken van congressen en daarmee het opbouwen van het imago van Leiden als stad van wetenschap.

Student/talent

Leiden is de leukste studentenstad van Nederland. De stad heeft historische charme, een levendige campus en een sterke academische reputatie. Belangrijke redenen waarom Leiden populair is onder studenten. Studenten dragen bij aan een levendig klimaat en een vernieuwde blik op de stad.
Leiden&Partners speelt een actieve rol in het verbinden van stad en student. Door strategische allianties en coalities, in communicatie en samenwerking. Zo voelen bestaande en nieuwe studenten (zowel nationaal als internationaal) zich welkom, ook om te blijven na hun studie, in Key Region Leiden.

New Dutch

Een initiatief van Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO), Nederlands Bureau voor Toerisme (NBTC) met de steden Eindhoven en Rotterdam, om innovatief Nederland internationaal in de etalage te

zetten. Een beweging met inmiddels 17 steden en regio's inclusief Leiden met als taak het imago van Nederland te verrijken. Naast het 'traditional Dutch' van erfgoed en kunst, bouwen we met 'New Dutch' aan dit innovatieve beeld van Nederland.

Leiden&Partners zet innovaties uit Key Region Leiden in de schijnwerpers, met het accent op 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 kennis – en wetenschapsverhaallijnen 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 de wereld, voor het leven! Key Region Leiden is een publiek-private samenwerking voor de kennisas Leiden–Katwijk–Noordwijk. Een samenwerking van zeven gemeenten, drie kennisinstellingen, vier ondernemersverenigingen en drie innovatieclusters met als doel het duurzaam versterken van de regionale economie en het bevorderen van brede welvaart.

Een sterk imago draagt bij aan een goed vestigingsklimaat voor bedrijven binnen Key Region Leiden. Bedrijven hebben talent nodig, zowel nationaal als internationaal.



2.2

Reputatie managen



foto: Bart Heemskerk

Doelstelling

- Ons imago waarmaken met bewijslast (producten, ervaringen, conversie)

Leiden&Partners probeert een plek te claimen in de 'klantreis' van iedere doelgroep. Of dat nu om bezoekers, studenten, talent of bedrijven of bewoners gaat. We willen op het juiste moment gezien en herkend worden als de plek om te studeren, wonen, werken, bedrijf te vestigen of te bezoeken.

Hoe managen we onze reputatie als stad van cultuur en kennis?

- Met gerichte campagnes en activiteiten
- Met productontwikkeling, producten die aansluiten bij de branding van de stad
- Met city hospitality en de juiste beleving aansluitend op het imago van de stad
- Met gerichte communicatie

Cultuur

Campagnes om reputatie te managen:

Cultuurcampagne

Samen met zeven Leidse musea en de Hotels van Leiden, zet Leiden&Partners Leiden op de kaart als cultuurstad. We lichten musea en tentoonstellingen uit maar ook mooie overnachtingsmogelijkheden, rondvaarten, activiteiten en de historische stad als cultuurbestemming voor een dagje of weekend weg in eigen land. Welkom in Leiden, Stad van Ontdekkingen. We zorgen voor jaarrond zichtbaarheid in titels als Libelle, Margriet, Volkskrant, Donald Duck, VTwonen. Zowel in print als online of via socials.

De Leidse Rembrandt Dagen

Een evenement dat zowel lokaal, nationaal als internationaal Leiden als Rembrandt en 17e eeuw stad op de kaart zet. Leiden&Partners ondersteunt naast financieel met marketingcommunicatie om dit imagoversterkende evenement zichtbaar te maken.

Leids Cabaret Festival

Sinds 2023 is de Stadsgehoorzaal/ Schouwburg met steun van Leiden&Partners eigenaar van het Leids Cabaret Festival (LCF). Leiden&Partners steunt het initiatief en helpt om het festival Leidser te maken, studenten erbij te betrekken en meer zichtbaarheid te geven. Leiden&Partners is financieel partner, maar ondersteunt ook in marketingcommunicatie.

Leiden International Film Festival (LIFF)

Leiden&Partners verbindt zich aan het Leiden International Film Festival ter versterking van het festival en de zijprogrammering om daarmee nog beter zichtbaar te zijn in Leiden en de regio. 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. Leiden&Partners is financieel partner, maar ondersteunt ook in marketingcommunicatie.

Culturele evenenementen
Museumnacht, Leiden Shorts, Pride Leiden zijn additionele evenementen die Leiden&Partners steunt omdat zij een nadrukkelijke bijdrage leveren aan het imago van de stad.

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 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
Vanaf half november staat verwondering in de binnenstad van Leiden centraal. Als partner van Centrummanagement Leiden verzorgt Leiden&Partners de marketingcommunicatie rondom de Winter Wonder Weken om zo (regio)bewoners de binnenstad te laten bezoeken. Het accent ligt op de beleving van winterse activiteiten (kerstmarkt, ijsbaan, nostalgische kermis). En als je er dan toch bent, word dan verleid om te winkelen en te genieten van het historische stadshart. Met de Hotels van Leiden wordt voor 2027 gekeken naar het aanbieden van arrangementen voor nationale bezoekers.

Duitsland en België campagne
De grootste groep buitenlandse bezoekers naar Nederlandse steden is de Duitser. Ook naar Leiden (8,7% van de jaarlijkse bezetting van Leidse hotels). In 2027 zetten we nog meer in op seizoenverlenging, Duitse feestdagen en meer bezoeken vanuit Duitsland in de laag- en tussenseizoenen. Met specifieke campagnes, advertenties en pers en pr. 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 in perioden met lagere bezettingsgraad.

Activiteiten om reputatie te managen:

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

Stadswandelingen
Leiden&Partners creëert en produceert eigen stadswandelingen die als product in de VVV te koop zijn. Dat zijn wandelingen met verhalen passend bij het imago van de stad:

- Rembrandt Route
- Pilgrim Route
- Leidse Loper
- Hofjes Route
- Science Route

Drukwerk

In de VVV Leiden is aanvullend op de stadswandelingen veel informatie te vinden en veelal gratis mee te nemen:

- Museumfolder
- City maps
- Fietsroutes
- Proef de Streek magazine
- Congresbrochure
- Essentials for Newcomers

Stad van Ontdekkingen audiotour

De audiotour voor gezinnen met kinderen in de basisschoolleeftijd neemt gezinnen in de stad op een interactieve audiotour mee in de Stad van Ontdekkingen.

Museumpas

De Museumpas is een fysieke pas die door de hotels van Leiden & regio wordt afgenomen om toe te voegen in een arrangement. De pas biedt de hotels voordeel op de toegangsprijs van de Leidse musea en daarmee waarde voor toeristische bezoekers. De musea belasten ingeleverde passen door aan Leiden&Partners.

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. Leiden&Partners brengt de UITagenda op vele manieren onder de aandacht van deze (regio)bewoner. Voor 2027 kijken we naar een dedicated campagne voor de UITagenda en willen we ook meer aandacht geven aan de nachtcultuur van Leiden.

Streek van Verrassingen

Een Stad van Ontdekkingen, in een Streek van Verrassingen met een Zee aan mogelijkheden. Samen met de gemeentes Leiden, Kaag&Braassem, Katwijk, Oegstgeest, Voorschoten, Wassenaar, Warmond en Zoeterwoude positioneert Leiden&Partners de regio richting regiobewoners en Duitse en Belgische bezoekers.
Jaarlijks wordt het Proef de Streek magazine uitgegeven. Daarnaast is er een regionale UITagenda en organiseren we persreizen (Boer zoekt Vrouw, influencers, Libelle) en online campagnes.

Vakantiepaspoort

Voor regiobewoners is onder de campagne Streek Van Verrassingen het Vakantiepaspoort in de zomer van 2026 gelanceerd, met aanbod van meer dan 50 partners uit de stad en regio. Speciaal voor basisschoolleerlingen en gezinnen: ontdek wat er dicht bij huis te ontdekken is. Met gratis activteiten en uitjes met korting bereikt het Vakantiepaspoort 30.000 kinderen (+families) in negen regiogemeentes.

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.

Beeldenbank Leiden & regio

De allermooiste foto's van Leiden & regio staan gratis én rechtenvrij in onze online beeldenbank. Zo beschikken onze partners altijd over premium foto's en zorgen we ervoor dat Leiden in beeld altijd goed naar voren komt. Ook bij onze partners. In 2027 lanceren wij een nieuwe, betere beeldenbank. Voor toegang mail je naar marketing@leidenenpartners.nl.

Kennis

Campagnes om reputatie te managen:

Days of Art&Science

Days of Art&Science wint aan naamsbekendheid met programmaonderdelen als de Nacht van Ontdekkingen, Brave Young Minds , Brave New World en Wavelength Festival. Met gerichte campagnes (online en offline) op bezoekers, bewoners en internationals wordt de komende jaren de Days of Art&Science verder uitgebouwd als een onderscheidende parel binnen de Leidse programmering.
De programmering van de Days of Art&Science is in handen van programmadirecteur Alexander Mouret. Het Leiden Convention Bureau organiseert traditiegetrouw haar ambassadeursbijeenkomst voorafgaand aan de Nacht van Ontdekkingen.

Dutch Bio Science Week (DBSW)

De week bestaat uit een scala aan activiteiten en evenementen georganiseerd door vele partners in de stad (van onderwijsinstellingen tot musea) en staat in het thema gezondheid en de toekomst ervan. Via socials, online, outdoor, pers en pr en campagnegerichte communicatie bereiken we bezoekers, bewoners, bedrijven en talent met aanbod voor iedere doelgroep. Het Leiden Convention Bureau stuurt in deze periode op congresaanbod en lezingen rondom gezondheid terwijl het Leiden International Centre onderdeel van het programma-aanbod is met Meet & Mingles en pitches voor internationals.

Nacht van Ontdekkingen

Hét kennisfestival van Leiden – onderdeel van de Days of Art&Science – krijgt elk jaar een meer eigen signatuur. Jonge makers, onderzoekers, kunstenaars wordt ruimte gegeven om te experimenteren. Een podium voor talent met spraakmakende programmering. Leiden&Partners spant zich in om met de marketingcommunicatie zo veel mogelijk aandacht te geven aan het leukste kennisfestival van Zuid-Holland.

Kenniscampagne

Samen met Leiden Kennisstad wordt voor 2027 gekeken naar een nieuwe vorm om Leiden landelijk te positioneren als kennisstad en als een plek waar spannende ontwikkelingen plaatsvinden. Voorheen bestond dit uit een jaarlijkse kennisbijlage bij NRC. De campagne vindt plaats rondom de Days of Art&Science.

European Association of Archaeologists (EAA) Congress 2027

De organisatie van het congres van de European Association of Archaeologists (EAA) in 2027 is een belangrijke mijlpaal voor Leiden. Het congres – binnengehaald door het Leiden Convention Bureau i.s.m haar ambassadeurs - sluit naadloos aan bij de sterke internationale positie van Leiden op het gebied van archeologie, erfgoed en wetenschap.
Het EAA congres biedt een internationaal podium om Leiden te profileren als kennisstad waar onderzoek, erfgoed en innovatie samenkomen. Tegelijkertijd vormt het congres een inspirerend voorbeeld van hoe internationale bijeenkomsten maatschappelijke impact kunnen creëren door samenwerking met musea, onderwijsinstellingen, inwoners en culturele organisaties.

Meer zichtbaarheid voor succesverhalen

Om de waarde van congressen voor Leiden beter zichtbaar te maken, investeert het Leiden Convention Bureau in het delen van succesverhalen en praktijkvoorbeelden. Via online kanalen, nieuwsbrieven, evenementen en partnernetwerken laten we zien hoe congressen bijdragen aan kennisontwikkeling, innovatie, economische impact en maatschappelijke waarde.
Deze verhalen versterken de profilering van Leiden als congresstad en inspireren nieuwe congresorganisatoren, congresambassadeurs en partners om zich aan Leiden te verbinden.

Praat Nederlands met me

De “Praat Nederlands”-campagne van het Leiden International Centre is erop gericht internationals in de regio Leiden aan te moedigen om (meer) Nederlands te spreken in hun dagelijkse leven, met speciale focus op de werkplek en sociale interactie in de stad.

New Dutch

De verhalen van de bedrijven en innovaties brengen we naar buiten via de beweging New Dutch, bannercampagnes, persreizen en visualisaties of videoproducties. We geven de Leidse innovatieverhalen een plekje binnen deze beweging.
Binnen de Zuid-Holland alliantie (Provincie, Rotterdam, Delft, Den Haag en Leiden) werken we samen aan campagnes en pers en pr..
We versterken de steden binnen de Provincie Zuid-Holland met storytelling om hiermee onze steden en regio beter zichtbaar te laten zijn.



Activiteiten om reputatie te managen:

Studenten*en*Stad
Aanjagen van activiteiten voortkomend uit het Strategisch Partnerschap Studenten*en*Stad zoals De langste Leidse tafel, reanimatiedagen, maar ook de Leidse foto/filmwedstrijd.

EL CID
Kennismaking eerstejaars studenten met Leiden waar Leiden&Partners samen met gemeente Leiden en Leiden Kennisstad betrokken is bij het kennismakingsprogramma van de stad.

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

Alumni samenwerking
Samen met de Universiteit Leiden kijken we naar hoe we alumni terug kunnen laten keren naar stad rondom evenementen als de Days of Art&Science. Door het aanbieden van special alumni arrangementen met de Hotels van Leiden. Tegelijkertijd onderzoeken we of we alumni kunnen koppelen aan het Leiden Convention Bureau, of als Leiden ambassadeur op innovatieve thema's.

Leidse Hogeschool driedaagse
Studenten ontvangen een actueel vraagstuk van Leiden&Partners waar zij vanuit verschillende disciplines en studierichtingen drie dagen in groepen naar gaan kijken. Na afloop presenteren zij de resultaten aan Leiden&Partners.

Magazine 'Student Life'
Hogeschool Leiden initiatief 'Student Life', een magazine gemaakt door studenten voor Nederlandse en buitenlandse studenten. Zowel het Leiden International Centre als Leiden&Partners ondersteunen dit initiatief.

Leids Besturendiner
Als sponsor geeft Leiden&Partners samen met de organisatie invulling aan het programma. Een mooi jaarlijks netwerkevenement waar beleidsmakers, bestuurders en studenten samenkomen in het belang van de stad.

Leiden Convention Bureau

Ondersteuning van (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 voorziet Leiden Convention Bureau in locatieadvies, contact met stadspartners en praktische informatie om zakelijke bijeenkomsten in Leiden tot een succes te maken.

Het Leiden Convention Bureau:

- Maakt bidbooks: dingt mee om congressen naar Leiden te halen
- Maakt congresbrochures: zakelijke profilering van Leiden als congresstad en uitlichten van locaties
- Organiseert site visits: organisatoren zien zelf hoe aantrekkelijk Leiden is en worden meegenomen door de stad. Ze maken kennis met congreslocaties, hotels, kennisinstellingen en lokale partners.



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-event voor congresorganisatoren

Samen met Linda op Locatie of MPI Netherlands organiseren we een inspiratie-event voor congresorganisatoren. Tijdens dit evenement presenteren we de nieuwste ontwikkelingen binnen Leiden als congresstad, delen we succesvolle praktijkvoorbeelden en laten we organisatoren kennismaken met de vele mogelijkheden in Leiden.

Versterking internationale netwerken en acquisitie

Om de internationale positie van Leiden als congresstad verder te versterken, investeert Leiden Convention Bureau vanaf 2027 in de uitbreiding van haar internationale netwerk en aanwezigheid op toonaangevende congressen, vakbeurzen en kennisplatforms. Deze bijeenkomsten bieden niet alleen kansen voor acquisitie, maar ook voor relatiebeheer, kennisontwikkeling en het aangaan van nieuwe strategische samenwerkingen.
De komende jaren onderzoeken en intensiveren wij onze deelname aan onder andere in een aantal van onderstaande netwerken/events: Europe Congress Events Club Forum, Pharma Forum EMEA, ICCA Masterclass, ICCA Association Impact Masterclass, ICCA Destination Management Community, ICCA Association Circle, IAPCO Meetings & Events en CityDNA CVB Congress.

Leiden International Centre

Ondersteuning van het internationaal georiënteerd bedrijfsleven binnen de Leidse regio door kenniswerkers aan te trekken en te behouden. Het International Centre faciliteert en ontzorgt. Het accent ligt op talentbehoud, meer dan op talent aantrekken. Daarnaast zet het Leiden International Centre in op het ondersteunen en faciliteren van internationale studenten, onderdeel van de strategie op talentbehoud.

Dit alles doet zij o.a. door:

- Directe inschrijvingen (BSNnummer) bij de gemeente zonder wachttijden
- Het geven van uitleg aan bedrijven m.b.t. visumaanvragen, HR vragen en informatievoorziening
- Het organiseren van zakelijke en sociale events zodat internationals beter integreren en langer blijven. Denk aan kennismakingsborrels, workshops (belastingen, wonen, cultuur) en netwerkevenementen

In 2027 zet het Leiden International Centre in op het beter ondersteunen van veelgevraagd bèta- en technisch talent. Door bijvoorbeeld internationale studenten te behouden, mensen met een Zoekjaar-visum te begeleiden, aanwezig te zijn bij de OWL-week en informatie webinars te organiseren.

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.

Cultuur

Productontwikkeling om reputatie te managen:

Jonge Rembrandt

Eind 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 klantreizen.

Latijnse School

Tot 2026 konden bezoekers zich voor het raam van de Latijnse School laten schetsen door 'Rembrandt'. Tussen 2018 en 2025 zijn er meer dan 100.000 schetsen gemaakt bij de Latijnse School. In 2026 wordt op deze locatie een nieuwe Jonge Rembrandt activatie geopend die ook toegevoegd wordt aan een ge-update versie van de Rembrandt Route.

Jan Steen

Samen met Museum De Lakenhal, Pieterskerk Leiden en Warmond heeft Leiden&Partners in 2026 Jan Steen een podium gegeven. Dit verbreden we met een blik op de 17e eeuw in combinatie met het verhaal van de Jonge Rembrandt in Leiden en het Pilgrimverhaal van Leiden. Jan Steen is begraven in de Pieterskerk. In 2026 is het fundament gelegd voor Rembrandts tijdgenoot Jan Steen en daar bouwen we op voort. O.a. met een folder, een Jan Steen Experience in Warmond, werken van Jan Steen in Museum De Lakenhal en de Pieterskerk.

Kennis

Productontwikkeling om reputatie te managen:

Kwartierdenken. De stad als veelzijdige congreslocatie

Kwartierdenken blijft een belangrijk onderscheidend concept binnen de positionering van Leiden als congresstad en wordt in 2027 verder uitgebreid. Het concept van het Leiden Convention Bureau wordt ingezet als middel om internationale verenigingen en congresorganisatoren Leiden te laten ontdekken als compacte kennisstad waar alles op loopafstand samenkomt.

Door wetenschap, erfgoed, musea, hotels, congreslocaties en bijzondere special venues met elkaar te verbinden, ontstaat een unieke congresbeleving waarin de stad zelf onderdeel wordt van het congres. Nieuwe verbindingen tussen kennisinstellingen, musea, historische locaties en publieke ruimtes zorgen voor innovatieve congresformats en versterken tegelijkertijd de samenwerking binnen de stad.

Zo laat Leiden zien hoe kennis, ontmoeting en inspiratie samenkomen in een stad waar geschiedenis en innovatie elkaar versterken.

Subventionfonds voor toekomstige congressen

Om de concurrentiepositie van Leiden als internationale congresbestemming verder te versterken, onderzoekt het Leiden Convention Bureau in 2027 de mogelijkheid voor het opzetten van een subventionfonds. Met dit fonds worden strategische bidprocedures ondersteund en wordt de kans vergroot om hoogwaardige internationale congressen voor Leiden binnen te halen.

Het fonds richt zich op congressen die aansluiten bij het Leidse kennisprofiel en een aantoonbare economische én maatschappelijke meerwaarde opleveren. Daarmee vormt het subventionfonds een waardevol instrument binnen de acquisitiestrategie van Leiden Convention Bureau en draagt het bij aan het aantrekken van congressen die de positie van Leiden als internationale kennisstad verder versterken.

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.

Legacy en impact bij congreswerving

Vanaf 2027 wordt Legacy & Impact structureel geïntegreerd in de acquisitie (bidbook) en tijdens de organisatie van internationale congressen. Samen met kennisinstellingen, maatschappelijke organisaties en culturele partners wordt een praktische aanpak ontwikkeld waarmee congressen een (blijvende) bijdrage leveren aan Leiden en haar inwoners.

Daarnaast breiden we het aantal legacy-programma's en publieksactiviteiten verder uit. Denk hierbij aan openbare lezingen, onderwijsprojecten, samenwerkingen met musea, activiteiten voor studenten en initiatieven waarbij inwoners actief worden betrokken. Op deze manier ontstaat een duurzame verbinding tussen congressen, wetenschap en samenleving.

Doorontwikkeling Leiden Booking Service

Leiden Booking Service wordt doorontwikkeld tot een centraal serviceplatform voor internationale congressen. Organisatoren worden volledig ontzorgd bij het reserveren van hotelaccommodaties via één onafhankelijk, transparant en gebruiksvriendelijk boekingssysteem. De service is specifiek ontwikkeld voor meerdaagse internationale congressen en biedt congresdeelnemers betrouwbare tarieven, een eenvoudige boekingservaring en een professionele congresomgeving.
Er wordt een pilot gedaan tijdens het EAA congres met een uitbreiding van aanvullende diensten, waaronder mobiliteit, culturele activiteiten, excursies, museumbezoeken, fietsverhuur en pre- en post-congresprogramma's. Hiermee versterken we de gastvrijheid, stimuleren we een langer verblijf in de stad en vergroten we de economische impact van congressen. Leiden Booking Service ontwikkelt zich daarmee tot één centraal loket voor verblijf, bereikbaarheid en beleving tijdens een meerdaags internationaal congres.

Mini Congresagenda 2027–2028

Om congressen beter zichtbaar te maken voor partners, inwoners en potentiële organisatoren introduceren we een compacte Mini Congresagenda. Deze agenda biedt een overzicht van belangrijke congressen, bijeenkomsten en publieksactiviteiten die plaatsvinden in 2027 en 2028.
Via een QR-code worden gebruikers doorverwezen naar een actuele online congresagenda, zodat altijd de meest recente informatie beschikbaar is. Hiermee laten we zien hoe sterk Leiden zich ontwikkelt als congresstad en maken we het congresaanbod beter zichtbaar.

Leidse meetingmarkt

Naast de internationale acquisitie investeren we in de nationale zakelijke meetingmarkt. Leiden Convention Bureau neemt samen met stadspartners deel aan EventSummit 2027 om nieuwe zakelijke relaties op te bouwen, de bekendheid van Leiden als congresbestemming te vergroten en meer nationale congressen, vakbijeenkomsten en zakelijke evenementen naar de stad te halen. We willen in 2027 het vergaderaanbod (hotels, kleinschaligere vergaderruimtes) in Leiden beter online ontsluiten en prominenter in de venuefinder op de site laten terugkomen.

Regeneratief Toerisme Leiden 'Let's Bloomit'

Bezoekers aan een gebied, stad of regio 'geven wat terug' aan de inwoners en dragen bij aan het verhogen van het welzijn van de inwoners van die stad. Steeds meer zien we dit soort initiatieven ontstaan. Leiden&Partners startte in 2025 een professioneel 'groen en duurzaam programma' om regeneratief toerisme meer te stimuleren. In 2027 is er subsidie om dit programma te professionaliseren en meer inhoud te geven. Daarnaast is Leiden&Partners op dit thema ook een strategische samenwerking aangegaan met Qbuzz.

Ook congresdeelnemers worden gestimuleerd om duurzaam te reizen, bijvoorbeeld lokaal met de fiets of het openbaar vervoer, en internationaal bevelen wij de Europese treinen aan. Congresplanners en -deelnemers worden geïnformeerd over de lokale duurzame mobiliteitsopties.

Evenementenloket

Sinds 2026 bestaat het Evenementenloket, het centrale informatie – en ondersteuningspunt voor iedereen die in Leiden een evenement wil organiseren. Leiden&Partners ondersteunt in marketing en pr. Het evenementenloket is een initiatief van Centrummanagement Leiden i.s.m. Leiden&Partners en gemeente Leiden.



City Hospitality om reputatie te managen:

Leiden Store Leiden | VVV

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 tevens distributie- en verkooppunt van drukwerk/wandelingen en inspiratiepunt met beeld- en filmmateriaal van partners in de stad en regio (schermen, folderrekken, IPad, etc.).
- De VVV Brandstore is het verkoop- en inwisselpunt van diverse cadeaukaarten (VVV-bon, bioscoopbon, dinerbon) maar ook van de Leidse Trakteerkaart waarvan de inkomsten direct terugvloeien naar Leidse ondernemers.
- In 2027 richt VVV zich nog meer op bewoners en regiobewoners. Zo zijn er specifieke wandelingen voor bewoners, om kennis te maken met de verhaallijnen van de stad.
- VVV Brandstore Leiden is een Qbuzz informatie- en verkooppunt. Medewerkers voorzien bezoekers van ov-informatie en tickets.
- In 2027 wordt de VVV nog meer de etalage van Leidse makers en worden er samenwerkingen aangegaan om hen een podium te bieden in de stad.
- In 2027 wordt de optie voor distributieautomaten in de stad uitgewerkt (citymaps, gadgets, drukwerk etc.)
- De VVV is het pro- actieve centrale regiepunt voor partners rondom informatievoorziening. Denk aan contact met front officemedewerkers van hotels, Haagweg parkeerterrein, de 12 informatiepunten in de stad, Havenmeesters en de Young Rembrandt Studio dat dient als extra VVV informatiepunt.

Citydressing

Leiden&Partners beheert in opdracht van de gemeente Leiden

- Vlagbanieren
- Billboard langs de A4/N11
- 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. De Redactieraad, bestaande uit gemeente Leiden, Centrummanagement Leiden en Leiden&Partners ziet toe op een juiste toewijzing. Citydressing draagt bij aan een warm welkom voor de bezoeker, een belangrijk congres en het zichtbaar maken van de Leidse cultuur.

Daarnaast regiseert Leiden&Partners belangrijke ‘high traffic’ locaties i.s.m. partners op citydressing:

- Leiden CS (centrale hal, stationsbanieren en uitingen op het perron)
- Bouwhekken in het stationsgebied (i.s.m. gemeente Leiden)
- 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 Continuüm, rondom Lorentz en de Geus. Zo worden Leidse verhalen en iconen op ruim 200 m wanden - als welkom in de Stad van Ontdekkingen - uitgelicht.
- Binnenstad Leiden
- We bekijken de mogelijkheid voor het inzetten van leegstaande winkelpanden, i.s.m. Centrummanagement Leiden, voor het verstrekken van VVV informatie en uitlichten van stadsevenementen.

I Ask Leiden: AI chatbot

I Ask Leiden is de officiële AI-chatbot van Leiden&Partners en is de digitale host van de stad Leiden. Bezoekers, bewoners, studenten, internationals en ondernemers ontvangen 24/7 snel en betrouwbaar antwoord op hun vraag. I Ask Leiden ondersteunt meer dan 50 talen en is de eerste AI-gedreven virtual agent van een Nederlandse citymarketingorganisatie. De chatbot is bedoeld als aanvulling op de dienstverlening van de VVV, zodat bezoekers ook buiten openingstijden geholpen kunnen worden.

Leiden International Centre

Het bestaan van een Leiden International Centre is meer dan een vereiste in de Key Region Leiden, waar talent, zowel nationaal als internationaal, hard nodig is. Het Leiden International Centre staat voor gastvrijheid voor nieuwe en bestaande internationals in Key Region Leiden.

i ask Leiden

Jouw digitale gids
Your online guide

24/7 - all languages

Via Whatsapp

TOURIST INFORMATION

Gerichte communicatie om reputatie te managen:

Online communicatie

Gerichte online communicatie om verschillende doelgroepen effectief te bereiken en te activeren via:

- Website en social media kanalen per doelgroep
- Online campagnes en verhalen (influencers)
- E-newsletters of community kanalen
- Visuele en interactieve communicatie
- AI chatbot

Onderstaand overzicht laat zien welke kanalen in beheer zijn van Leiden&Partners en welke doelgroep hiermee wordt bediend.

Doelgroep	Kanaal
Bezoeker/Bewoner	Leiden.nl/visitleiden.nl
Talent/Bedrijven	Leideninternationalcentre.nl
Zakelijke bezoeker/congresorganisatoren	Leidenconventionbureau.nl
Stakeholders	Leidenenpartners.nl
Bezoeker/Bewoner	VVVKatwijk.nl
Bezoeker/Bewoner	OntdekZoeterwoude.nl
Bezoeker/Bewoner	Streekvanverrassingen.nl
Talent/student	StudentenStadLeiden.nl
Bezoeker/Bewoner	LeidseRembrandtdagen.nl
Bezoeker/Bewoner/Talent	DaysofArt&Science.nl
Bezoeker/Bewoner/Talent/Bedrijf	DutchBioScienceWeek.nl
Bezoeker/Bewoner	WinterWonderWeken.nl

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.

Social media

		Aantal volgers
Stad van Ontdekkingen	Facebook	30.000
	Instagram	29.800
	Tiktok	3.800
Streek van Verrassingen	Facebook	1.300
	Instagram	6.300
VVV Katwijk	Facebook	7.000
	Instagram	6.600
	Tiktok	70
Winter Wonder Weken	Facebook	2.400
	Instagram	3.500
Young Rembrandt Studio	Facebook	15
	Instagram	280
Zoeterwoude	Facebook	5
	Instagram	125

AI Chatbot

I Ask Leiden	Sinds lancering (maart 2025)	Totaal aantal berichten	35.000
		Totaal aantal gesprekken	9.000
	In 2026 (t/m 29 okt)	Totaal aantal berichten	12.800
		Totaal aantal gesprekken	3.700
Ask a local - Streek van Verrassingen	In 2026 (1 apr t/m 29 okt	Totaal aantal berichten	528
		Totaal aantal gesprekken	150

E-newsletter

Doelgroep	E-newsletter
Bezoeker/Bewoner	OntdekUitinLeiden
Student/talent	Student&cultuurkaart
Bezoeker/bewoner	Streek van Verrassingen
International/talent	Internationl newsletter
Stakeholders	Leiden&Partners update
Congresorganisator	Leiden Convention Bureau update

Als alternatief voor de e-newsletter is Leiden&Partners gestart met een Insta UIT Agenda community kanaal. Op dit moment worden daar naar 510 leden wekelijks actieve UIT pushberichten aan gestuurd.

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

Nieuw in 2027 is dat Leiden&Partners ook steeds meer persreizen organiseert, al dan niet i.s.m. partnerorganisaties om Leidse kennis beter te etaleren.

2.3 Netwerkorganisatie



Doelstelling

- De spil zijn in de stad om mensen, organisaties, ideeen en projecten aan elkaar te verbinden

Leiden&Partners treedt op als verbinder en facilitator, 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).

Met wie werken wij samen?

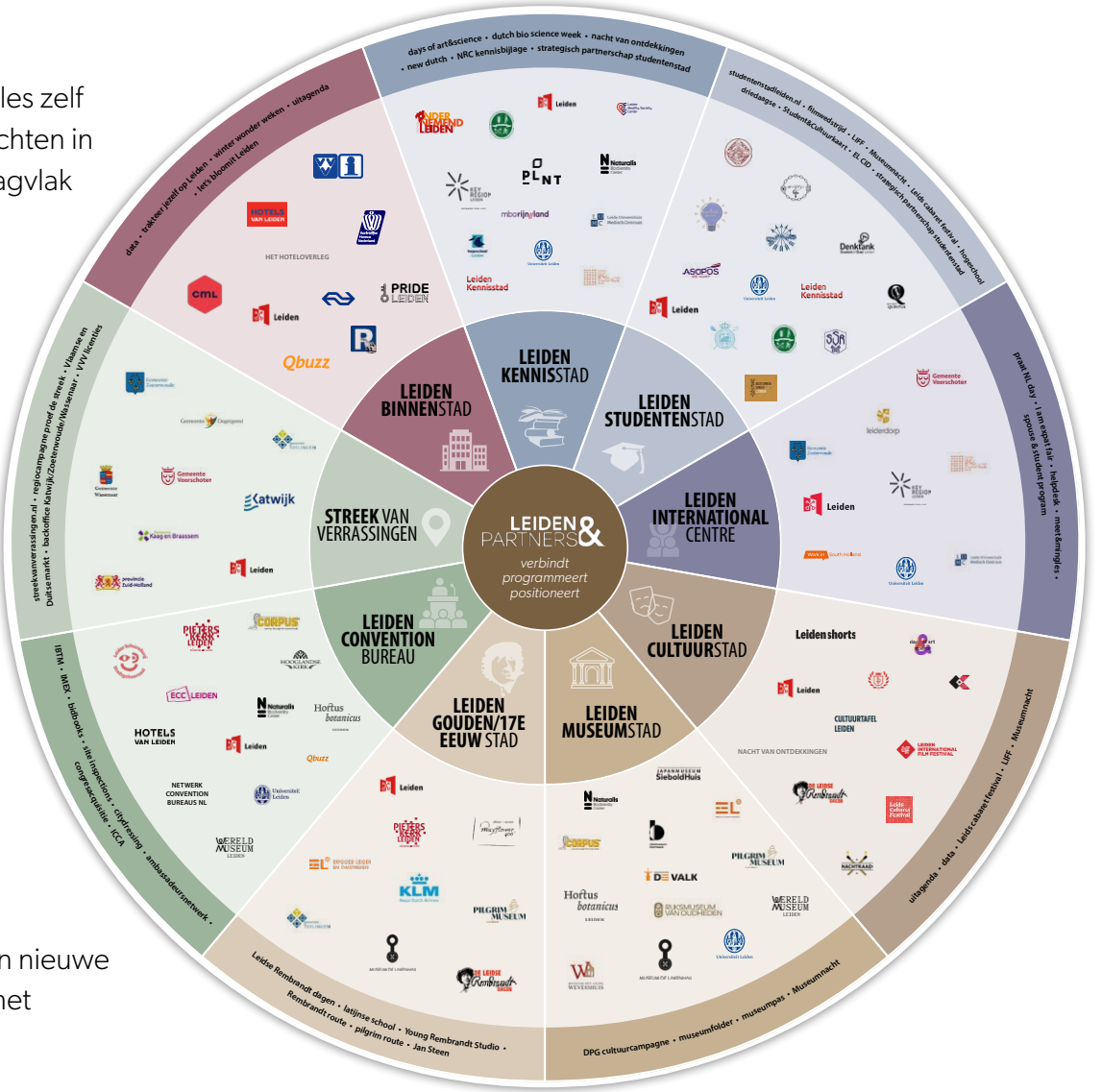
Leiden&Partners werkt samen in coalities op thema's en ambities

- Leiden&Partners probeert de verbindende factor te zijn en brengt mensen en belangen samen
- Lobbyen, public affairs, namens partners de belangen van de stad vertegenwoordigen richting politiek of investeerders
- Samenwerking met partnerorganisaties binnen en buiten 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 een vijftal onderwerpen. Het uitgangspunt is daarbij om de stad dynamisch en spannend te programmeren met ruimte voor experiment, en de samenwerking soepel te laten verlopen.

Projecten kunnen meerjarig zijn, kunnen afgerond worden en er kunnen nieuwe projecten aan toegevoegd worden. De voortgang wordt periodiek in het ambtelijk en bestuurlijk Handelshuisoverleg geagendeerd.



Handelshuisprojecten

1. Ontwikkelen en uitvoeren data dashboard bezoekerseconomie Leiden (ongoing)
2. Onderzoek t.b.v. de oprichting evenementenloket (opgericht)
3. Het verkennen van terugkerende clustering van evenementen met dezelfde culturele signatuur
4. Ondersteuning van het Cultuurkwartier
5. Het versterken van de centrumfunctie van de Leidse binnenstad.

Stadspartners

Leiden&Partners is opgericht door 20 stadspartners. Met deze partners zijn wij regelmatig in contact en maken wij een op een afspraken over de onderlinge samenwerking en ambitie.

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 marketing-uitvoeringsplan, trends, ontwikkelingen, data en meer.

Climate Capacity Building Programme

Samen met het NBTC (Netherlands Bureau for Tourism & Conventions), de Travel Foundation, AmsterdamPartners, Eindhoven365 en Marketing Drenthe, 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 2027 en verder laten we een professionaliseringsslag zien in hoe we kunnen verduurzamen, terwijl we de positieve impact van bezoekers op de gemeenschap vergroten.

Congresconvenant

Samen met congres– en meeting locaties 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.

Centrummanagement Leiden (CML)

Leiden&Partners werkt nauw samen met CML op vraagstukken rondom de binnenstad. De organisaties versterken elkaar op tal van onderwerpen om de binnenstad economisch vitaal en aantrekkelijk te houden.

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 LIC is een non-profit organisatie die in samenwerking met acht partners in Leiden en regio (Gemeente Leiden, Leiderdorp, Zoeterwoude, Voorschoten, LUMC, Universiteit Leiden, Leiden Bio Science Park en Leiden&Partners) internationale kenniswerkers een warm welkom biedt. Ook ontzorgen zij internationale bedrijven en kennisinstellingen in zes verschillende fases: 'talent, orientation, coming, settling, living and leaving'. Het LIC is een initiatief van Leiden&Partners.

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. In dit kader werkt het LIC nauw samen met de internationale centra in Rotterdam en Den Haag aan onder meer gezamenlijke webinars, carrièretrainingen voor partners van internationals en de internationale profilering van de provincie Zuid-Holland.

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 tien 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

Een initiatief van Rijksdienst voor Ondernemend Nederland, (RVO) en Nederlands Bureau voor Toerisme en Conventions (NBTC), de steden Eindhoven en Rotterdam, met als doel innovatief Nederland in de etalage te zetten. Naast deze partners sluiten Leiden en nog 17 steden en regio's aan om de komende jaren te laten zien hoe innovatief Nederland is. Naast het 'traditional Dutch' van erfgoed en kunst, wordt met 'new Dutch' aan dit andere beeld van Nederland gewerkt. Leiden&Partners zorgt ervoor dat innovaties uit onze regio in de schijnwerpers staan 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.

Zuid-Holland alliantie

Samen met de Provincie Zuid-Holland en de steden Rotterdam, Delft en Den Haag wordt gewerkt aan een uitvoeringsplan om via de innovaties van met name de steden binnen de Provincie New Dutch lading te geven. Maar ook buiten de New Dutch beweging is een samenwerking gesmeed rondom storytelling van innovaties in de Provincie Zuid-Holland. Leiden&Partners was initiatiefnemer van de alliantie.

Regiorol
Leiden&Partners is de spil in de regio, waar regiogemeentes gebruikmaken van de 'back office' van Leiden&Partners. Naar buiten toe wordt de gemeente vertegenwoordigd door een eigen gezicht. Achter de schermen voorziet Leiden&Partners in online support, pers & pr, vormgeving, data en rapportering en meer. Dit doen we inmiddels voor Katwijk, Zoeterwoude en Wassenaar.

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
In een coalitie van momenteel acht gemeentes wordt door Leiden&Partners samengewerkt aan het positioneren van Leiden en regio als een Stad van Ontdekkingen met een Streek van Verrassingen en een zee aan mogelijkheden.

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

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. Via de projecten van JINC maken kinderen kennis met diverse beroepen en ontdekken ze hun talent. Leiden&Partners doet mee aan het JINC-programma 'Baas van Morgen'. De studenten mochten de baas zijn voor één dag bij Leiden&Partners.

Stages
Leiden&Partners is een leerbedrijf voor talenten uit Leiden en regio. Zo wordt er voor stageplekken nauw samengewerkt met Hogeschool Leiden, mboRijnland, Universiteit Leiden, maar ook vanuit Breda University, Hogere Hotelschool, etc. weten stagiaires ons te vinden.

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. Elke partner neemt minimaal een basispartnerschap af. Partner worden? Neem contact op met marketing@leidenenpartners.nl

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 via gezamenlijke regionale coalities, projecten en strategische verbindingen om de economie in de Leidse regio te versterken. Dankzij de diensten van het Leiden International Centre wordt internationaal talent aangetrokken en behouden voor de regio.

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. Maar ook werken we met Leiden Kennisstad samen voor de programmering rond EL CID.

InnovationQuarter

Leiden&Partners werkt samen met InnovationQuarter (IQ), de regionale ontwikkelingsmaatschappij van ZuidHolland, om innovatie en economische groei in de regio Leiden te stimuleren. Of dit nu om New Dutch gaat, persreizen of het Leiden Internationale Centre.

DMO/CMO raad van Destinatie Nederland

De DMO/CMO raad van Destinatie Nederland is een raad binnen de brancheorganisatie Destinatie Nederland. De raad bestaat uit vertegenwoordigers van destinatiemarketingorganisaties (DMO's) en citymarketingorganisaties (CMO's) en heeft als taak de strategische koers van Destinatie Nederland te bepalen, input te leveren vanuit de aangesloten organisaties en de voortgang van projecten te bewaken. Ze vertegenwoordigen de belangen van de sector op nationaal niveau en werken samen aan de ontwikkeling van aantrekkelijke bestemmingen voor zowel bewoners als bezoekers.

QBuzz

Met vervoersmaatschappij QBuzz heeft Leiden&Partners voor de VVV niet alleen een gastvrijheids – en dienstverleningsovereenkomst, maar ook een meerjarige strategische samenwerking op marketing en conventions. Er wordt samen opgetrokken op het gebied van duurzaamheid, vervoer voor congresdelegaties, arrangementen en regio- en stadsmarketing.

Public Affairs

Het blijven vertellen wie Leiden&Partners is, waar wij voor staan, hoe wij samenwerken en waarom wij doen wat we doen is een wezenlijk onderdeel van ons werk. Richting de politiek, richting onze stakeholders en achterban. Dat vraagt om afstemming, kopjes koffie, relaties opbouwen.
In 2027 zet Leiden&Partners steviger in op Public Affairs en het beter zichtbaar maken van ons werk richting de politiek en stakeholders.

2.4 Business Development



Doelstelling

- Nieuwe kansen zien en omzetten naar tastbare samenwerkingen of producten

Leiden&Partners creëert proactief nieuwe kansen en gaat slimme samenwerkingen aan die niet alleen groei voor vandaag maar ook in de toekomst voordeel oplevert voor stad en regio.

Welke strategische kansen en samenwerkingen is Leiden&Partners al aangegaan?

- 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 rondom 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 datagedreven 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. Data gedreven beslissingen zijn essentieel om dit doel zo optimaal mogelijk te bereiken.

Nb. Alle data zijn anoniem verzameld en geanalyseerd en op geen enkele manier herleidbaar tot persoonsgegevens.

Ieder half jaar publiceert Leiden&Partners een uitgebreid datarapport voor stakeholders met de volgende databronnen:

- Het digitaal nachtregister: een actueel en doorlopend inzicht in de verblijfsbezoekers. Samen met de gemeente Leiden en de hotels van Leiden draagt deze bron bij aan een compleet beeld van de bezoekerseconomie. Hierin worden o.a. aantallen, herkomsten, bezettingsgraad, verblijfsduur, motief (leisure of business) en groepsgrootte geanalyseerd. Binnen dit systeem wordt de benchmark gemaakt met andere steden en sinds vorig jaar ook met de gemeente Katwijk. Nieuw sinds eind 2025 is een koppeling met GPS-tracking, zo wordt gemeten of verblijfsbezoekers ook in meetgebieden in het centrum en Leiden Bio Science Park komen.
- Via GPS-tracking worden aantallen en kruisbezoeken van dagbezoekers gemeten, tot per uur nauwkeurig en met herkomsten op postcode-4 niveau. Meetgebieden liggen in het centrum en het Leiden Bio Science Park. Deze meetmethode wordt ook voor evenementenanalyses ingezet, zoals voor de 3 October Vereeniging.
- In samenwerking met de Leidse musea beheert Leiden&Partners een overzicht door de jaren heen van het totaalaantal bezoeken aan de musea per maand.

- Leiden neemt jaarlijks deel aan het Toeristisch bezoek aan Steden van het NBTC. Hierin worden gedetailleerde kwalitatieve gegevens over bezoekers aan Leiden geanalyseerd, die met ruim 30 andere steden in Nederland vergeleken worden door de jaren heen.
- Leiden neemt deel aan het Imago-onderzoek van het NBTC, van belang om o.a. te weten of doelgroepen de gewenste associatie met Leiden hebben. Zo zorgt Leiden&Partners dat de gewenste bezoekers naar Leiden komen.
- Leiden&Partners volgt economische en landelijke onderzoeken, van o.a. Nederlandse banken en de Landelijke Data Alliantie, en verwerkt dit in data-analyse.

Onboarding

Een nog te ontwikkelen concept in 2027 waarbij nieuwe partners, projecten of bedrijven goed worden begeleidt en verbonden aan de stad. Een concept zou kunnen bestaan uit:

- Nieuwe medewerkers bij Leidse bedrijven verwelkomen met een introductie in de stad
- Nieuwe medewerkers gemeente Leiden (en regio) een 'Leiden Dip' geven
- Nieuwe inwoners een welkomstpakket bieden i.s.m. gemeente

Of je nu gaat wonen, werken of studeren in Leiden, we zorgen ervoor dat diegene de stad leert kennen en uiteindelijk ook 'stadsambassadeur' wordt.

Backoffice rollen

Leiden&Partners beschikt over een professioneel en divers team, van strategie tot marketing en de uitvoering daarvan. Een team dat citymarketingopdrachten voor andere gemeenten uitvoert, waarbij de identiteit van de gemeente intact blijft, maar de gemeente wel gebruik kan maken van de expertise en uitvoeringskracht van Leiden&Partners.

Regiobrede samenwerking versterken

- Leiden ziet zichzelf als stadskern binnen de Leidse regio. Door ook marketing voor buurgemeenten te doen, ontstaat een sterkere regiosamenwerking en identiteit wat meer bezoekers en bedrijven aantrekt naar het hele gebied.

- Regiosamenwerking en -campagne Streek van Verrassingen, waar Leiden, Kaag & Braassem, Katwijk, Oegstgeest, Voorschoten, Wassenaar, Warmond en Zoeterwoude in participeren.

Efficiëntie en schaalvoordeel

- Door marketingcapaciteit te delen, profiteren kleinere gemeenten van de professionele infrastructuur van Leiden&Partners. Denk aan inkoop media, expertisegebieden per marketeer, pers en pr en meer.

- Leiden&Partners kan op deze manier kosten drukken én een breder bereik realiseren, wat aantrekkelijk is voor gemeenten die geen eigen grote citymarketingorganisatie kunnen opzetten.

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 Leiden ten goede komen.

Leiden&Partners is inmiddels verantwoordelijk voor de citymarketingactiviteiten van Katwijk, Wassenaar en Zoeterwoude en draagt bij aan de professionalisering van destinatiemarketing in deze gemeenten.

Strategische allianties

Strategische allianties 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 Marketing overleg**
  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.

LEIDEN & PARTNERS

Stationsweg 26
2312 AV Leiden

Postbus 190
2300 AD Leiden

+3171-5160990

info@leidenenpartners.nl

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.

LEIDEN stadvanontdekkingen