

A photograph of a modern architectural structure, likely a viewing platform or part of an information center. The structure features a prominent curved metal frame with horizontal wooden slats, creating a series of arches. It overlooks a lush green landscape with a river or canal in the foreground. In the distance, there are power lines and a clear blue sky. The overall aesthetic is clean and industrial, blending with the natural environment.

**ANDERE BLIK, STERK CONCEPT, NIEUWE INVULLING**  
**INFORMATIECENTRUM A4**





# INHOUDSOPGAVE

1. **Inleiding**
  - Aanleiding
  - Doelstelling en proces
  - Opdracht startfase (het concept)
  - Toelichting conceptboek
2. **Het concept**
  - De identiteit van het informatiecentrum
  - De bezoeker
  - De positionering
  - De invulling
  - Exploitatiemogelijkheden
  - Impressie en visieschets
3. **De meerwaarde van het concept**
  - Meer klantwaarde voor de bezoeker
  - Onderscheidende hotspot voor Leiderdorp en Leidse regio
  - Meerwaarde voor exploitatie
  - Richtlijn voor alle betrokkenen en inkomsten voor gemeente
  - Onderbouwing en legitimatie voor bestemmingsplan
  - Onderbouwing bij fondsenwerving
4. **Het concept in stappen**
5. **Vervolgstappen en planning**
6. **Colofon**
7. **Bijlagen, procestoelichting**

## Aanleiding

### Het informatiecentrum krijgt een nieuwe bestemming

Rijkswaterstaat vertrekt medio 2014 uit het Informatiecentrum A4 in de Bospolder. Het werk aan de A4 is dan klaar. Eigenaar, gemeente Leiderdorp, wil het karakteristieke gebouw en het omliggende terrein op deze bijzondere plek tussen stad en land daarna een nieuwe bestemming geven.

## Doelstelling en proces

### Twee doelstellingen met het nieuwe Informatiecentrum A4

Met de nieuwe bestemming van het informatiecentrum wil de gemeente Leiderdorp een impuls geven aan de groei van het bezoek aan en het verblijf in het gebied. De gemeente wil twee doelstellingen realiseren:

1. De aantrekkingskracht van de locatie en daarmee van haar gemeente vergroten.
2. Een wezenlijk onderdeel vormen in het groene netwerk van hotspots die samen de aantrekkingskracht van het gebied rondom Leiden versterken.

De gemeente Leiderdorp is gestart met een project voor een nieuwe invulling van het Informatiecentrum A4 en gaf opdracht voor de eerste fase: de ontwikkeling van een idee en verkenning van de haalbaarheid ervan.

# 1: INLEIDING

## Opdracht voor de startfase

### Het concept voor het nieuwe informatiecentrum

De opdracht voor deze eerste fase luidt als volgt:

Kom tot een idee voor de invulling van het informatiecentrum dat onderscheidend is voor recreanten, ondernemers en programma's waaraan de gemeente Leiderdorp deelneemt.

De volgende uitgangspunten zijn meegegeven. Het concept:

1. geeft vorm aan de beleving van natuur, cultuur, landschap en omgeving en geeft daarmee op onderscheidende wijze invulling aan de behoefte van de bezoeker/gebruiker.
2. vormt een onderdeel van een integrale gebiedsvisie van samenhangende activiteiten die stad en land verbinden.
3. vormt een onderdeel in het programma Samen voor Groen.
4. geeft economisch en ecologisch duurzaam invulling aan de locatie.
5. biedt perspectief aan een ten minste kostendekkende vorm van beheer.
6. vormt een bijzonder scharnierpunt tussen stad en land en land en water.

## Toelichting conceptboek

### De waarde van een goed concept

Een concept is de uitwerking van een idee voor de invulling van een hotspot zoals het informatiecentrum. Het is gebaseerd op de behoeftes van een specifieke gebruikersgroep en de kwaliteiten van de hotspot. De belangrijkste behoeftes en sterkste kwaliteiten zijn vertaald naar onderscheidende inrichting, aanbod, beleving en communicatie. Het concept vormt de basis voor een marktgerichte, consistente en onderscheidende invulling van het informatiecentrum door alle betrokken partijen. Bovendien vormt de marktgerichte benadering bij conceptontwikkeling de beste onderbouwing voor herbestemming van en investering in een locatie zoals het informatiecentrum. Een goed concept biedt onderscheid en dus meerwaarde aan alle belanghebbenden, of deze nu beleid maken, ondernemen of -niet in de laatste plaats- recreëren. Verderop in dit boek staan de voordelen van het concept voor de diverse belangengroepen.

### Totstandkoming van dit conceptboek

Dit boek bestaat uit drie onderdelen: het concept, de onderbouwing van de werkwijze en het proces. Ze geven de lezer allereerst een beeld van de invulling van het informatiecentrum. Ook geven ze inzicht in de totstandkoming van het idee en de benodigde vervolgstappen. Het concept is gebaseerd op de inzichten en ideeën van betrokken beleidsmakers, gebiedskenner, bewoners en ondernemers die zijn verzameld tijdens een workshop op 14 mei 2014. Onder leiding van Bureau Bolwerk verwerkte de gemeente Leiderdorp de inzichten en ideeën tot keuzes die samen het concept vormen. Het concept is vertaald naar een verhaal en een eerste visieschets die samen een indruk geven van de nieuwe invulling voor het informatiecentrum.



## 2: HET CONCEPT

Een aantrekkelijk gebied kenmerkt zich door een divers aanbod van onderscheidende hotspots. De te ontwikkelen hotspots rondom Leiden vergroten samen de aantrekkingskracht van het gebied op verschillende doelgroepen. Een sterke, nieuwe invulling van de hotspot Informatiecentrum A4 start met het bedenken van het concept: een consistent en onderscheidend idee op basis van de identiteit, doelgroepbehoefte en een passende invulling van het informatiecentrum.

Energie  
Zelfbewust

Inspiratie

Blijdschap  
Trots  
Creativiteit

Verrijking

Anders dan normaal

Hoge kwaliteit

Pure ontspanning

Je gaat hier op in de omgeving

**Alles anders zien**

Je komt hier eenvoudig op alle mogelijke manieren

Roering van mensen die komen voor een bijzondere ervaring

**Je creëert je eigen ervaring**

**Ervaar een ontdekkingsreis  
iets leren op creatieve wijze**

Knooppunt van alle soorten recreatieve wegen

Veel prikkels (indrukken)

Contrastrijke locatie

Ligging en bereikbaarheid

Verrassend veelzijdig aanbod

Tegenstellingen, verschillende kijkrichtingen

Bereikbaarheid

Veelzijdige toepassingsmogelijkheden

Experimenteer(speleducatie)gelegenheden

Themaprogramma

## 2: HET CONCEPT

# DE IDENTITEIT

De basis van elk concept ligt in de kwaliteiten die de hotspot sterk maken. Ze zijn authentiek en 'van oorsprong' aanwezig in het gebouw, het terrein en de ligging in de omgeving. Deze kwaliteiten zijn vertaald naar voordelen en waarden voor de bezoeker, de zogenaamde *unique selling points*. Deze vormen de identiteit van het Informatiecentrum A4.



## **2: HET CONCEPT DE BEZOEKER**

Een sterk concept vervult de behoefte van de bezoeker. Bezoekers verschillen onderling van leefstijl en behoeften in vrijetijdsbesteding. Door met het concept de behoefte te vervullen van één specifieke doelgroep wordt het concept onderscheidend, krijgt het grote aantrekkingskracht en worden klanten echte fans. Het concept richt zich op het hierna omschreven doelgroeprofiel.







## **“MAG IK ME EVEN VOORSTELLEN?”**

Mag ik me even voorstellen? Ik ben jullie bezoeker. Mijn dynamische leven is te kort voor alles wat ik nog zou willen ontdekken en doen. Mijn schaarse vrije tijd steek ik bij voorkeur in verrassende nieuwe dingen die mij inspiratie en uitdaging bieden.



## **“IK WIL MEER ZIEN”**

Natuurlijk ben ik in mijn vrije tijd lekker actief bezig. Meestal zoek ik dingen die mijn levenservaring verrijken en mij een heel eigen wereldbeeld geven. Graag bekijk ik de wereld om mij heen door steeds weer een andere bril. Dat geeft mij energie.





## **“HOE MAAK IK MIJN KEUZES?”**

Als nieuwsgierige en bezige bij ontdek ik graag door zelf iets te doen of te creëren. Experimenteren en leren op mijn eigen wijze. Ik stel op eigenzinnige wijze mijn programma samen en geef daar graag op bijzondere manier inhoud aan. Het gewone is voor mij niet genoeg.

## **“AFWISSELING EN ONTDEKKING VERRIJKEN M’N LEVEN”**

Verleden of heden, even rusten of actief en sportief bezig zijn, natuur of cultuur, ik vind het prachtig als ik het in een verrassende vorm op me kan laten inwerken. Steeds weer die afwisseling zoeken, het verrijkt mijn leven.

## **“WAT IK GRAAG DOE?”**

Uitgaan, evenementen bezoeken, culturele activiteiten bezoeken, bezoeken van musea en bezienswaardigheden, (water)sporten en actieve bezigheden, creatieve cursussen en hobby's uitvoeren.



## 2: HET CONCEPT

# DE POSITIONERING

De identiteit en de behoefte van de doelgroep vormen de basis voor het verhaal waarmee het nieuwe informatiecentrum zich onderscheidend en aantrekkelijk positioneert. 'Hollandse Energie' is de boodschap die staat voor alle indrukken die men opdoet op deze contrastrijke plek gelegen tussen alle typisch Hollandse gebiedskenmerken.





# HOLLANDSE ENERGIE POLDER EXPERIENCE

*“Een wereld vol indrukken”*

Voor de één een startpunt, voor de ander een bestemming. Maar voor iedereen een enerverende plek op de grens van waar veel typisch Hollandse kenmerken samenkomen. Voel de energie die vrijkomt bij contrasten tussen water en land, stad en platteland, natuur en cultuur, rust en drukte, eigentijds en nostalgisch en nog veel meer. Kies en ervaar ze op eigenzinnige en eigentijdse wijze, in een programma van verrassende activiteiten, op een bijzondere locatie met afwisselende vergezichten. Het contrast versterkt je gevoel van afwisseling en verrassing. Onderga onze veelzijdige 'Polder Experience' en laad jouw batterij eens helemaal op met een prikkelende dosis Hollandse energie.





## 2: HET CONCEPT

# DE INVULLING

Om op onderscheidende wijze, concreet invulling te geven aan de positionering 'Hollandse Energie' stellen we één vraag centraal. Deze vraag is geformuleerd vanuit de bezoeker en luidt als volgt: wat geeft de bezoeker energie? Het antwoord, ofwel de invulling, bestaat uit drie componenten waarbij de nadruk ligt op edu-experience.



### **Edu-experience**

Voor mensen die op eigentijdse en actieve wijze willen experimenteren en leren. Doe-en-ontdek-zelf-dingen waarmee mensen kennis maken met typisch Hollandse gebiedskenmerken uit de directe omgeving.

### **Belevingsvorm**

Voor mensen die zoeken naar een bijzondere ervaring op de plaats van bestemming. Kunstzinnige, eigentijdse en multimediale vormen van middelen die de locatie en het gebied symboliseren.

### **Informatieve functie**

Voor informatiezoekers die zich oriënteren op een bezoek aan het gebied. Eigentijdse en interactieve vormen van informatievoorziening, informerend en inspirerend.

A photograph of a modern architectural terrace. The terrace features a curved metal pergola structure with a grid of beams. The floor is made of dark grey tiles, and there are wooden benches in the foreground. A glass railing runs along the edge of the terrace, overlooking a green landscape with a river and power lines in the distance. The sky is blue with some clouds.

**2: HET CONCEPT**

# **EXPLOITATIEMOGELIJKHEDEN**





### **Knoop-, vertrek- en verblijfspunt**

Passantensteiger/haven, wandelpad, fietspad en – knooppunt. Eventueel met eenvoudige overnachtingsmogelijkheden voor passanten. Routenetwerk dat omgevingspunten met elkaar verbindt.

### **Verhuur en verkoopfaciliteiten**

Bijvoorbeeld: boten en fietsen. Al dan niet in combinatie met gerichte arrangementen. Eigenzinnige en uitzonderlijke vormen van vervoer.

### **Horeca**

Terras en restaurant, moderne vorm van koken met streekproducten in wisselende, verrassende gerechten. Experimenteerkeuken.

### **Culturele activiteiten**

Geprogrammeerd en afwisselend aanbod van exposities, kleine culturele evenementen en voorstellingen.

### **Servicefaciliteiten**

Informatiedesk, ANWB-winkel/VVV, oplaad- en tapfunctie, sanitaire voorzieningen, afvalfaciliteit.

### **Activiteitenprogramma**

Expositie/galerie, boekingspunt en uitvoeringslocatie voor arrangementen en cultureel programma.



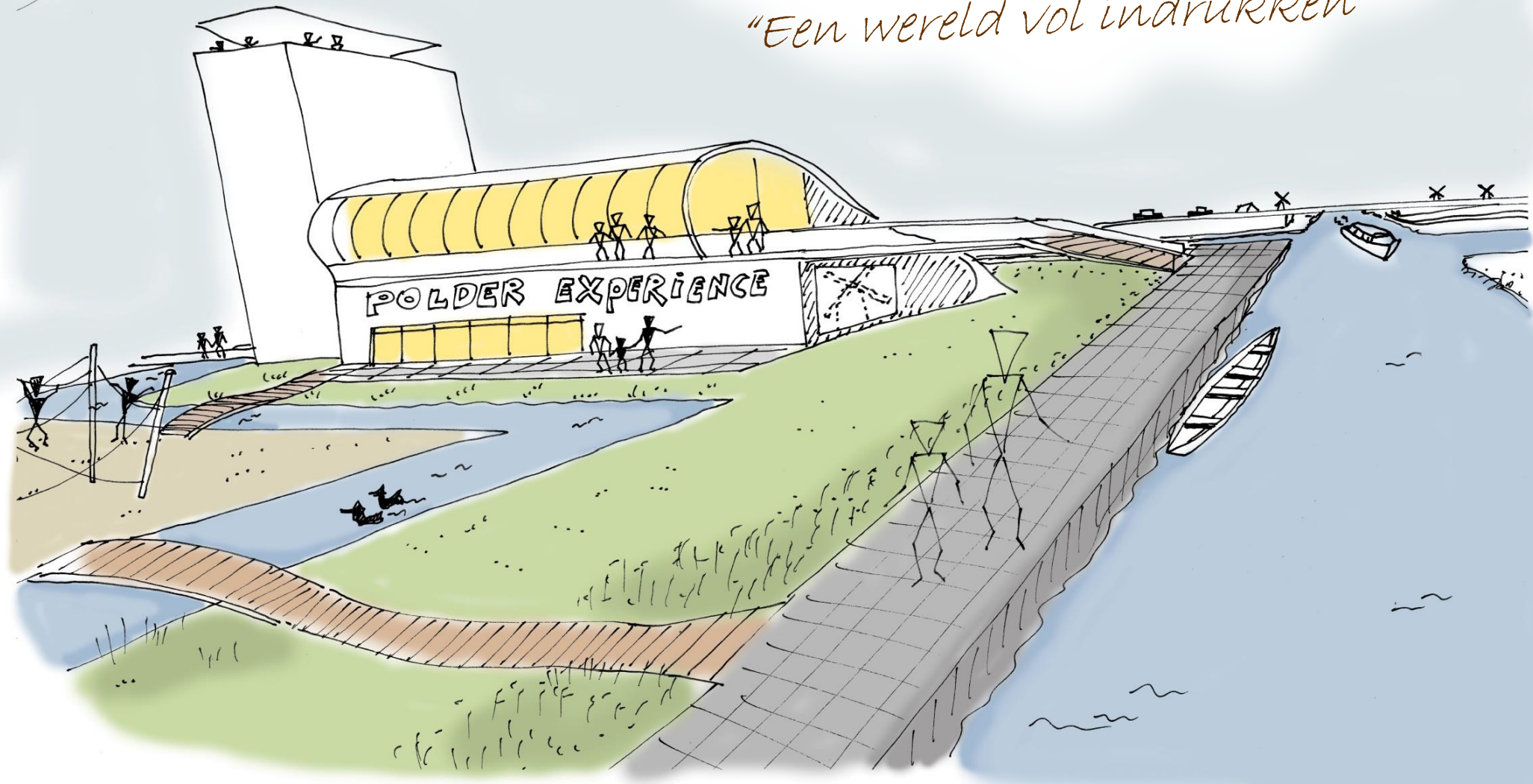
## 2: HET CONCEPT

# IMPRESSIE EN VISIESCHETS



# HOLLANDSE ENERGIE POLDER EXPERIENCE

*"Een wereld vol indrukken"*





# **3: MEERWAARDE VAN HET CONCEPT**

### **Meer klantwaarde voor de bezoeker**

In het concept staan de behoefte van de gebruikers en een onderscheidende invulling centraal. Daardoor trekt het informatiecentrum meer aandacht, meer bezoekers en stimuleert het mond-tot-mond reclame. Een goed concept heeft geen klanten maar fans. De meerwaarde voor de bezoekers staat centraal. Dit is dan ook de basis voor alle voordelen die het de andere belanghebbende partijen biedt. Het concept dient altijd leidend te zijn bij alle vervolgstappen tot na de oplevering van het nieuwe Informatiecentrum A4. Alleen zo wordt het onderscheidend vermogen en de meerwaarde voor alle belanghebbenden optimaal geborgd.

### **Onderscheidende hotspot voor Leiderdorp en Leidse regio**

Hotspots in de Leidse regio hebben onderling een onderscheidend concept. Op zichzelf versterken ze de lokale aantrekkingskracht. Samen versterken de diversiteit en daarmee de aantrekkingskracht van de hele Leidse regio. Op die manier worden specifieke wensen van veel doelgroepen vervuld.

### **Onderbouwing bij subsidie- en fondsenwerving**

Omdat het concept marktgericht en onderscheidend is, is het voor veel partijen en programma's interessant om er imago en/of activiteiten aan te verbinden en/of het te gebruiken ter invulling van programmadoelstellingen.

### **Richtlijn voor alle betrokkenen en extra inkomsten voor de gemeente**

Het concept is de inspirerende richtlijn voor exploitanten, participanten en leveranciers. Zij moeten het concept immers tot leven brengen en versterken. Dit conceptboek helpt bij de selectie van de juiste partijen die constructief willen meebouwen aan het concept. Hiermee heeft de gemeente ook de legitimatie om ondernemers exploitatiemogelijkheden te bieden. Daarmee genereert de gemeente extra inkomsten die de beheerkosten (deels) kunnen dekken.

### **Kansen bieden aan ondernemers**

Exploitanten kunnen aanhaken, door hun aanbod af te stemmen op de beleving van het concept. Hun aanbod versterkt zo het concept en andersom. Dit vergroot de aantrekkingskracht voor de bezoeker wat van meerwaarde is voor de ondernemer die een deel van het concept exploiteert.

### **Legitimatie voor vergunning en bestemming**

De exploitatie stimuleert omzet en werkgelegenheid in het gebied. Daarnaast biedt het mogelijkheden om het beheer betaalbaar te houden. Daarmee is een goed concept legitimatie voor de verlening van vergunningen en bestemmingswijzigingen om ondersteunende vorm van exploitatie mogelijk te maken.



# 4: HET CONCEPT IN STAPPEN

De stappen die tot het  
concept hebben geleid.

## Stap 1: inventarisatie

### Opdracht

Benoem de kwaliteiten van het gebouw, terrein en gebied.

### Werkwijze

De items zijn op post-its verzameld in een rondgang tijdens een workshop op 14 mei 2014.

### Resultaat

De meest voorkomende kwaliteiten zijn vertaald naar voordelen en waarden (*unique selling points*). Dit geheel is de identiteit.

## Stap 2: de bezoeker

### Opdracht

Kies een doelgroep waarop het concept voor het informatiecentrum zich kan richten. Kijk daarbij welke doelgroep het beste aansluit bij de sterkste kwaliteiten.

### Werkwijze

Via een tafeldiscussie tijdens de workshop op 14 mei 2014 zijn keuzes gemaakt aan de hand van de doelgroep-profielen uit de Leefstijlatlas Zuid Holland (Smart Agent). Daarna focuste het projectteam zich op de specifieke behoeftes van de grootste doelgroepen die aansluiten bij de sterkste kwaliteiten van het informatiecentrum en de trends in de markt.

### Resultaat:

Een profiel van de bezoeker als het vertrekpunt voor de positionering van het concept.

## Stap 3: de positionering

### Opdracht

Kom tot een verhaal (positionering) dat de beleving van het concept onderscheidend weergeeft aan de bezoeker.

### Werkwijze

Binnen het projectteam is binnen de identiteit een keuze gemaakt voor die USP's die relevant, onderscheidend en geloofwaardig invulling geven aan de behoefte van de bezoeker. Deze USP's zijn vertaald naar de positionering (het verhaal).

### Resultaat:

Een inspirerend verhaal, als basis voor een concrete en consistente ontwikkeling van inrichting, invulling van aanbod en communicatie van het concept.

## Stap 4: de invulling

### Opdracht

Kom tot de invulling van het informatiecentrum die de positionering concreet maakt.

### Werkwijze

Binnen het projectteam zijn op basis van de kwaliteiten meerdere richtingen voor invulling geformuleerd. Gevraagd is om de nadruk te leggen op één meest aantrekkelijke en kansrijke richting.

### Resultaat

Uiteindelijke keuze voor een prominente richting, namelijk als Polder Experience-center. Met daarnaast een belevings- en informatie/service-component.

## Stap 5: de exploitatie

### Opdracht

Formuleer exploitatiemogelijkheden die het concept versterken en die ondernemers de mogelijkheid bieden te investeren, exploiteren en mee te betalen aan het beheer.

### Werkwijze

Een brainstorm leidde tot ideeën aan de hand waarvan het projectteam exploitatiemogelijkheden selecteerde.

### Resultaat

Opsomming van mogelijkheden die kansen bieden aan ondernemers en die tegelijkertijd het concept versterken.

### Stap 1: presentatie concept

Tijdens een informatiebijeenkomst worden de keuzes en het concept gepresenteerd aan de deelnemers van de workshop. Daarna worden andere betrokken partijen geïnformeerd.

Medio oktober 2014

### Stap 2: haalbaarheidstoetsing

De volgende aspecten worden getoetst:

- aantrekkingskracht van het concept op de doelgroep;
- aantrekkingskracht van het concept op exploitanten;
- financiële haalbaarheid voor investering en beheer.

Medio oktober 2014

### Stap 3: betrekken partners

Betrekken van programma- en gebiedspartners en werving van exploitanten.

Medio november 2014

### Stap 3: projectplanning

- Investerings- en beheerbegroting
- Planning werkzaamheden
- Aanvang werkzaamheden

Medio 2015  
Aanvang werkzaamheden

Medio 2016  
Opening

# 5: DE VERVOLGSTAPPEN EN PLANNING





## 6: COLOFON

### **Colofon**

Deze voorlopige conceptschets is samengesteld door Bureau Bolwerk in opdracht van en samenwerking met de gemeente Leiderdorp. Voor meer informatie kunt u contact opnemen met:  
gemeente Leiderdorp: Ivette van der Wiel, [informatiecentrum@leiderdorp.nl](mailto:informatiecentrum@leiderdorp.nl)  
Bureau Bolwerk: Arjan Bakker, [arjan@bureaubolwerk.nl](mailto:arjan@bureaubolwerk.nl)

### **Disclaimer en verantwoording**

De inhoud van dit boek is gebaseerd op inzichten, visies en meningen van deelnemers aan de workshop 'Conceptontwikkeling A4(HSL)Informatiecentrum' op 14 mei 2014. De inhoud mag niet worden gezien als absolute waarheid en moet worden geïnterpreteerd als aanbeveling. Geadviseerd wordt om in een later stadium nader onderzoek te doen naar behoefte en haalbaarheid.

Als hulpmiddel is gebruik gemaakt van de leefstijlprofielen uit het rapport Leefstijlatlas dagrecreatie provincie Zuid-Holland 2011, samengesteld door SmartAgent Company. Voor het gebruik van de leefstijlprofielen is toestemming verleend door provincie Zuid-Holland.

Dit voorlopige document is alleen bestemd voor interne doeleinden. Niets van dit document mag worden verspreid of vermenigvuldigd zonder toestemming van de opdrachtgever. Afbeeldingen zijn niet gecontroleerd op auteursrecht.

Samenstellers van dit document en bij de samenstelling betrokken partijen kunnen niet aansprakelijk worden gehouden voor eventuele schade en claims die voortvloeien uit gebruik of verspreiding van dit document.

22 september 2014, Leiderdorp.

**Conceptontwikkeling en productie conceptboek:**  
**Bureau Bolwerk, Roelofarendsveen, [www.bureaubolwerk.nl](http://www.bureaubolwerk.nl)**  
**In samenwerking met gemeente Leiderdorp**

A photograph showing a view through a curved metal frame, likely part of a tunnel or a large structure. The frame consists of several parallel curved beams. Through the frame, a landscape is visible, featuring a river or canal, green fields, and a wind turbine in the distance. The sky is bright and overcast.

**BIJLAGE 1. PROCESTOELICHTING – STAP 1 TIJDENS WORKSHOP 14 MEI 2014**  
**INVENTARISATIE**

“landmark met toren”

“Verschillende biotoopjes”

“Architectonisch landmark”

“Molens”

“Unieke polderervaring”

## KWALITEITEN

# GEBOUW EN TERREIN

“Natuur” “Grasland”

“Zichtbaarheid” “Compleet gebouw”

“Uitzicht gebied, molens en weide”

“Mooi gebouw” “Ruimtelijke opzet”

“Flora en fauna diversiteit”

“Uitkijktoren”

“Historische polder”

“Hoogte” “Veel ruimte”

## KWALITEITEN

“Contrast gebouw (beneden, boven, balkon, toren)”

# OMGEVING

“Technische uitstraling”

“Infrastructurele inrichting”

“Herinrichting makkelijk”

“Sport en actieve ontspanning in het gebied”

“Duurzame vegetatie”

“Internationaal verkeer”

“Per dag ca. 100.000 passanten”

**KWALITEITEN**

“Recreatieplek voor A4-gebruikers”

“Watersport mogelijkheden”

**LIGGING EN BEREIKBAARHEID**

“Aanlegplek oevers”

“Contact met breed boezemwater”

“Poort naar plassegebied”

“Verbinding met het water”

“Startpunt voor activiteiten”

“Routes”

“Centrale ligging”

“Knooppunt fiets-wandel- varen”

“A-locatie, met parkeergelegenheid”

“Doorgaande vaarroutes”

“Uitzicht **Bereikbaarheid**”

“Snijvlak stad-land”

als 17<sup>e</sup>-eeuws schilderij”

“contrast geluid rust”

“Overgang stad-land”

“Contrast druk<>rustig, etc.”

“Midden in landschap”

“Tegenstellingen, verschillende kijkrichtingen”

“Zuid Holland safari”

“Etalage achterland”

“Terras met uitzicht”

“Uitwaaien met koffie en appelgebak”

“Streekproducten”

“Thema activiteiten (landschap-kaas-fiets)”

“Nog geen bezoekerscentrum in de buurt”

“Verhuurmogelijkheden fietsen”

“Hengelsportlocatie” “Fietsverkoop”  
“Recreatie sport”

“Verhuurmogelijkheden watersport”

“Restaurant met streekproducten die je  
aan de overkant ziet staan”

“Stroomvoorziening voor boten”

“Natuureducatie rondom”

“Horeca”

**KWALITEITEN**

**SUGGESTIES EN AANBEVELINGEN**

“Watermuseum” “Camperstelplaats” “Waterspeel-experimenteerplek”

“Speelmolen voor polder en water educatie”

“Verrekijker telescoop”

“Lezingen ala TED”

“Thema’s: klein industrie, oude rijn, limes, agrariërs

“Zakelijke doeleinden, congressen” “Watereducatie”

“Informatiecentrum”

“Goede sanitaire en horecafaciliteiten” “Educatiepunt voor omliggende polders”

“Trampoline

“Ontmoetingsplaats”

“Speelgelegenheden”

“Transferium” “Rustplaats”

“Groene zakelijke component”

### Kiezen van de doelgroep

Basis leggen voor het bezoekersprofiel. Door middel van groepsdiscussie, met behulp van de leefstijlprofielen uit de Leefstijlatlas dagrecreatie van SmartAgent Company, zijn behoeftes van verschillende doelgroepen gematcht met de kwaliteiten en onderling gewogen. De leefstijlatlas is te downloaden via: <http://goo.gl/EYweMF>



## BIJLAGE 2. PROCES TOELICHTING - STAP 2 TIJDENS WORKSHOP 14 MEI 2014 DE BEZOEKER

**Behoeftes als onderbouwing van het profiel van de bezoeker in stappen:**

**Stap 1**

Tijdens tafeldiscussies zijn de kwaliteiten van de locatie en het gebied gematcht met de leefstijlen en behoeftes van de doelgroepen. Elke discussietafel sprak een voorkeur uit voor de doelgroep waarop het concept en de positionering gericht kan worden. Hoe groter de bol hoe sterker de voorkeur voor de doelgroep.

**Stap 2**

Binnen de doelgroepen zijn keuzes gemaakt aan welke behoeftes invulling gegeven kan worden met de kwaliteiten van de locatie. Hoe groter de het woord hoe beter de behoefte aansluit bij de kwaliteiten van de locatie.

**Stap 3**

Gemeente vroeg in een vervolgsessie om een uitwerking van het bezoekersprofiel en het concept voor de drie meest prominente doelgroepen waarbij de nadruk ligt op de grootste doelgroep.

Zo is gevisualiseerd op welke doelgroepen en behoeftes het concept en de positionering uitgewerkt kunnen worden.



