

A large, dense crowd of people is gathered in a city street, many of them riding orange bicycles. The scene is somewhat hazy, suggesting a busy urban environment.

**Hoe maken we vakantie  
leuker en aangenamer  
voor de lokale bevolking  
en de toerist.**

# De opdracht

- Vakantie verrijken voor toeristen.
- Hoe ziet de doelgroep eruit.
- Toerisme bevorderen voor gemeenten.
- Waar zitten de mogelijkheden.



CLOCKWORK

# Het probleem



## Een stroom van toeristen

UTRECHT - Het Utrechtse toeristenseizoen is vorige week officieel ingeluid. Utrecht kan in 2015 rekenen op veel extra toeristen, maar de Utrechter zelf wordt zeker niet vergeten.

Nog nooit eerder viel er in Utrecht zoveel te beleven als in 2015. Natuurlijk de start van de Tour de France, maar ook het zeventigjarige jubileum van het theater het Nieuwe Nijntje en de vierendertigste editie van Operafest, het wijnfestival op Jans Kerkhof en de vaste Utrechtse evenementen (Filmfestival, Uitmarkt) moeten voor toeristen uit binnen- en buitenland naar de Domstrik kriegen.

Ronald Besemer, die sinds enkele weken directeur van Toerisme Utrecht is, had op geen drukker moment kunnen beginnen. 'Utrecht ontwikkelt zich op dit moment het snelst vergeleken bij andere Nederlandse stad. Kijk naar het pas geopende TivoliVredenburg, het nieuwe Utrecht Centraal dat deze zomer open en natuurlijk de totale verbouwing van Hoog Catharijne. En dan hebben we het nog niet eens over de Leidsche Rijn. Utrecht trekt meer dan ooit de aandacht', vertelt hij in het architectonische Schijndelhuis waar het toeristenseizoen officieel van start gaat.

**Live like the locals**  
Utrecht is populair onder buitenlanders. In 2014 publiceerde de Amerikaanse Washington Post recentelijk een lovend artikel over de stad. Vooral Utrechtse gezellige, bijna dorpske sfeer, wordt gewaardeerd. 'Het live like the locals'-gehalte in Utrecht is natuurlijk enorm', vertelt Susanne Arkema van Toerisme Utrecht. 'Er is zoveel te doen in Utrecht, maar als ik op loop of fietsafstand.'

Bier  
Maar ook voor toeristen in eigen stad valt er genoeg te beleven. Besemer: 'Kijk naar het groeiend aantal leuke cafetaria's met Utrechtse bier. Zoop Utrecht een gezicht. Utrechters durfden nooit trots te zijn op hun stad, maar dat veranderd.' De groeiende Leidsche Rijn zal de komende jaren de aandacht trekken, belooft Besemer. 'De vraag naar vermaak groeit enorm vanuit bewoners van de Leidsche Rijn. Daar spelen we zeker op in. Maar ook de Utrechter die het centrum moet een reden hebben "de brug" over te gaan. Zo open in 2015 een nieuw museum in de Leidsche Rijn: Castellum Hoge Woerd.'

*Toekomst een*  
Lees verder op pagina 3  
Michiel van Renselaar | UTRECHT - De stad Utrecht heeft

hem bij Cafe Ledig Erf, Louis Hartlooper Complex en Berts Bierhuis.

## 800.000 extra toeristen verwacht

**VERVOLG VERHAAL**  
**VOOR PAGINA -**

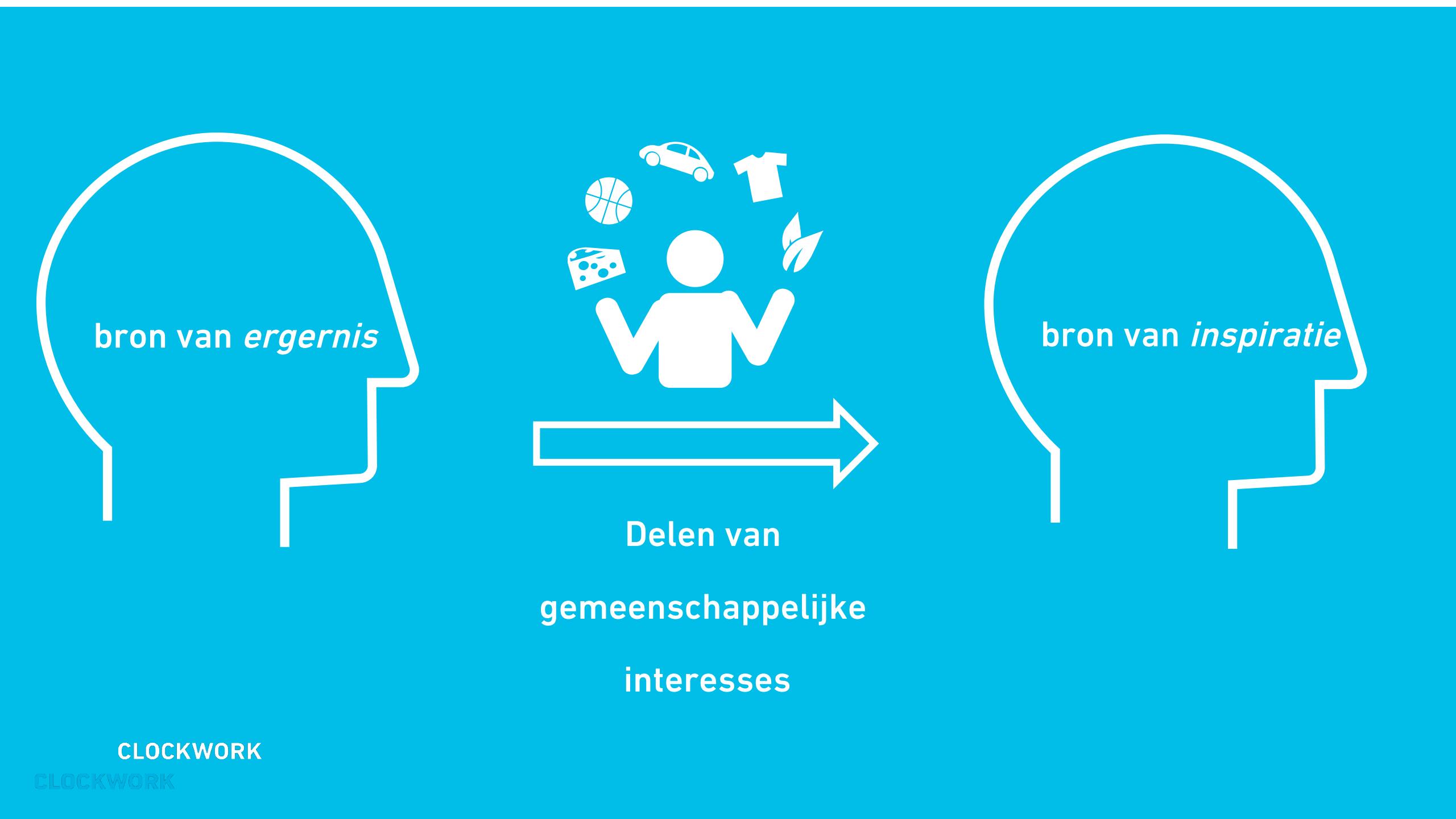
Utrecht heeft belang bij toerisme. In 2014 ontving de stad zo'n 16,94 miljoen bezoekers. Bijna een half miljoen bezoekers overnachten in Utrecht en gaf gemiddeld zo'n €182 uit in de Domstad.

Al met al verdient Utrecht jaarlijks zo'n 530 miljoen euro aan toerisme. Dit jaar zal dat meer zijn. Tijdens de start van de Tour de France worden tussen de 500.000 en 800.000 toeristen verwacht. Tel daarbij op dat de start van de Tour en daarmee beelden van de Utrechtse binnenstad in 190 landen op televisie te bewonderen zal zijn. Dit moet Utrecht zo'n vijftien miljoen euro aan 'mediawaarde' opleveren.

# Probleem voor wie?

- De lokale bevolking
- Gemeenten

**Lokale bevolking ziet  
toeristen als een bron van ergernis**



*bron van ergernis*

*bron van inspiratie*

Delen van  
gemeenschappelijke  
interesses

CLOCKWORK

CLOCKWORK

# Wie is de toerist?

Traditionele toerist



Comfort en gemak

Gecontroleerde  
ontdekker



Cultuur van land zien  
en beleven

Avontuurlijke toerist



Wil zich bevinden onder de  
locals

# Dit zijn José & Isabel



- Levensgenieters, glas is altijd halfvol.
- Samen leuke dingen doen.
- Het beleven van nieuwe dingen op vakantie is belangrijk.

# Wat ze niet willen



# Wat ze wel willen



# Wat is het?



CLOCKWORK

*I have no special talents. I am only passionately curious.*

Albert Einstein

# Nieuwsgierigheid



# Nieuwsgierigheid



I'm biased!

# Fieldresearch



+



+

Clockwork interviews

# Gecontroleerd ontdekken

# Wat is dat?



Avontuur

# Doelstellingen

- Verspreiding van toeristen.
- Lokale bevolking toerisme/toeristen laten ervaren als iets positiefs.
- Avontuurlijke stimuleren bij doelgroep.

# Het concept

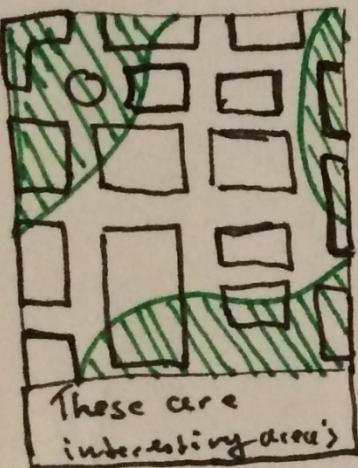


CLOCKWORK

CLOCKWORK

Hidden  
Stories →  
(van locals)

### HeatMaps



- ↓
  - Scannen
  - points of interest
  - op basis van interesses
  - Andere plekjes dan de standaard plekken
  - Toon ook druk gebied

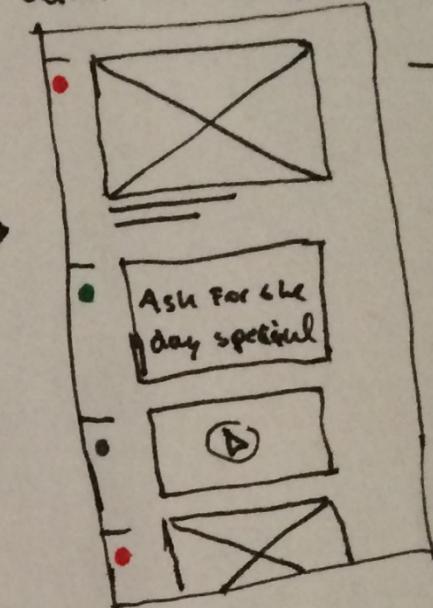
### Verhalen in de buurt



- ↓
  - Op Locatie ontdekken of het interessant is om te wandelen.

↑  
Op connecter met bestaande info.  
API - spotted by locals, lonely places.

Zonder er bij na te denken verzamel je gesprekken.



- tijdens je wandeling verzamel je local content.
- Verdunnen, ontdek
- ↓
  - als een magneet verhalen verzamelen.
  - voelt als ontdekken
  - Sorteren
  - reviewen van locatie/tip
  - bookmark places

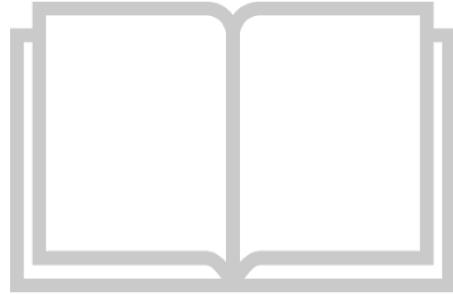
Een app die de brug slaat tussen de local en de toerist. Waarbij de local de toerist uitdaagt om op ontdekkingsreis te gaan.

# Verborgen verhalen

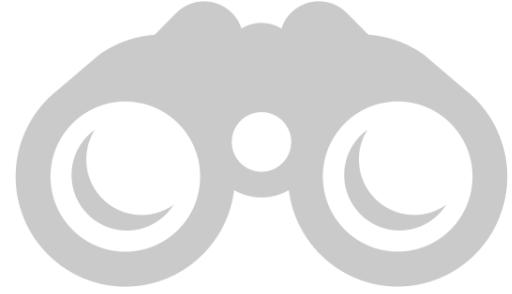
# De ingredienten



Navigatie



Persoonlijke  
verhalen

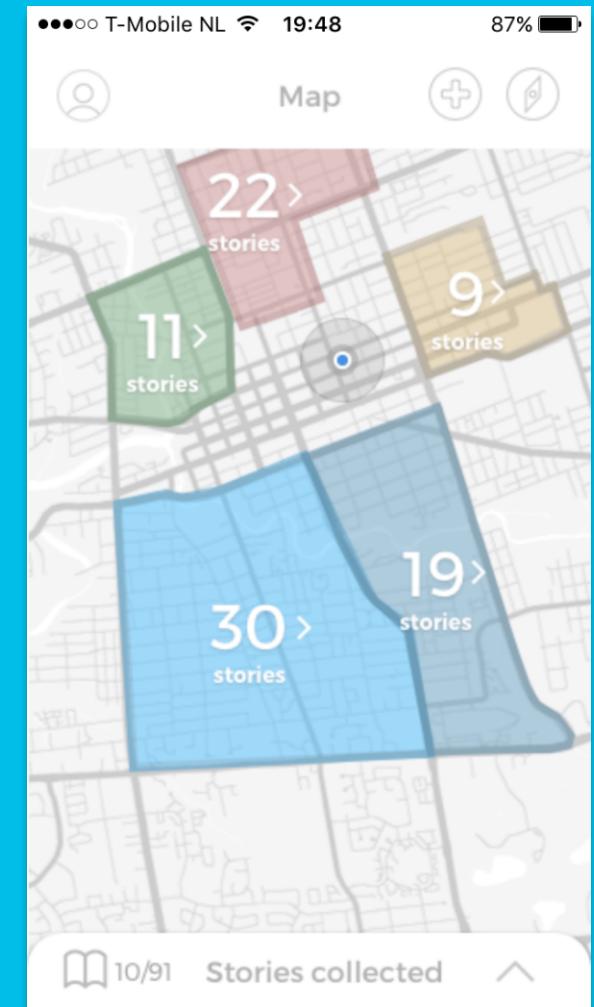
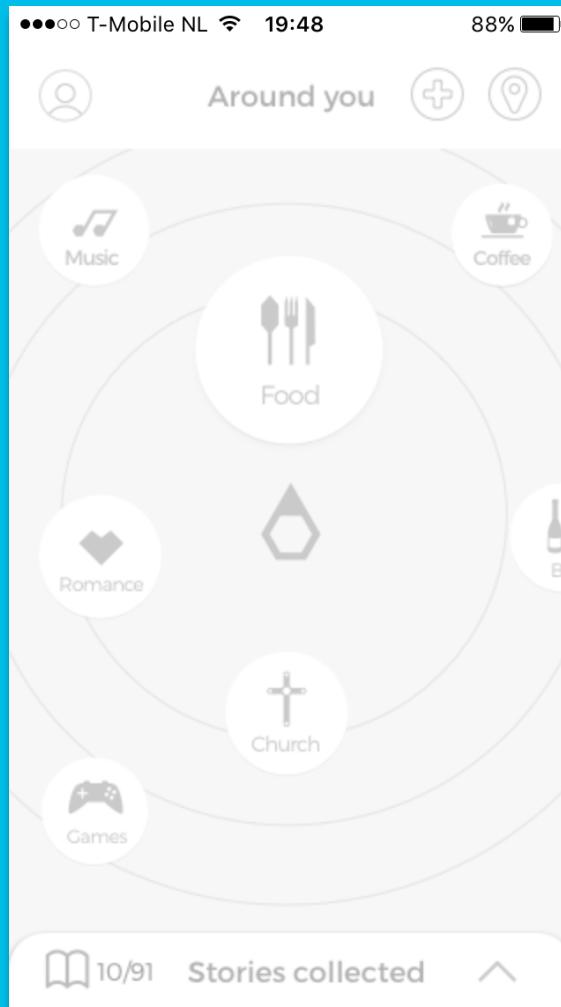


Avontuur op  
lokaal niveau

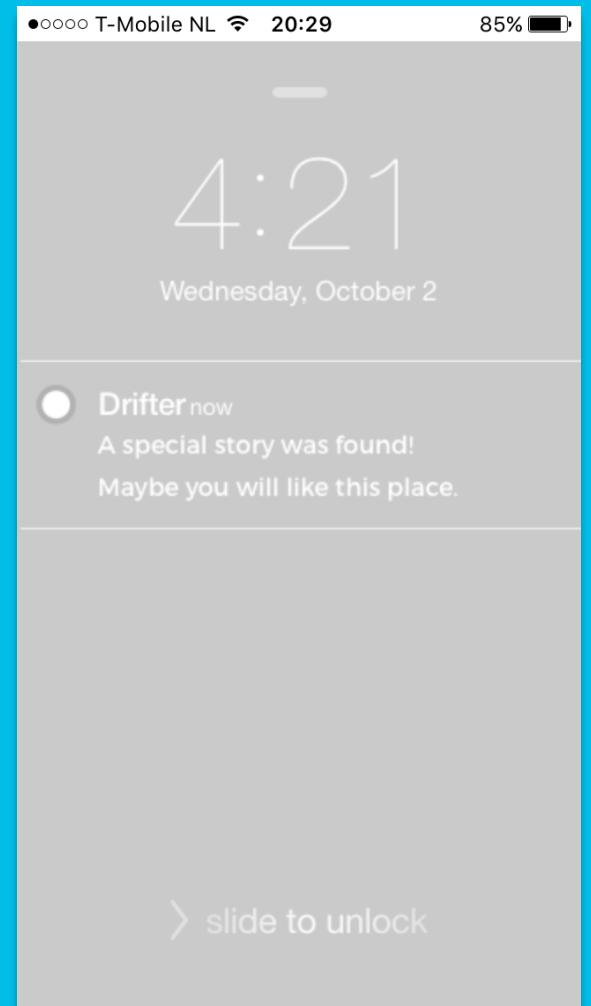
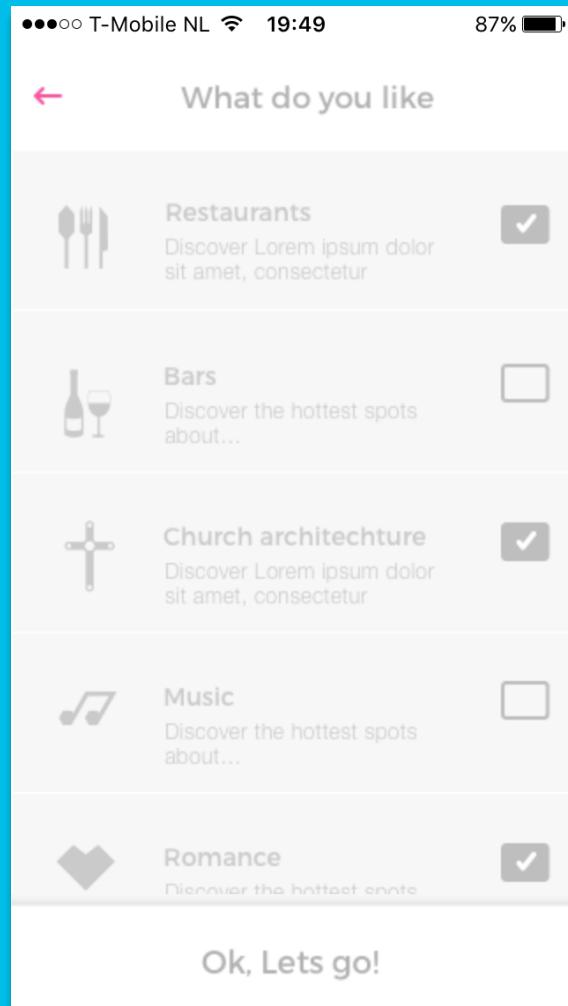
# Onderweg verzamelen



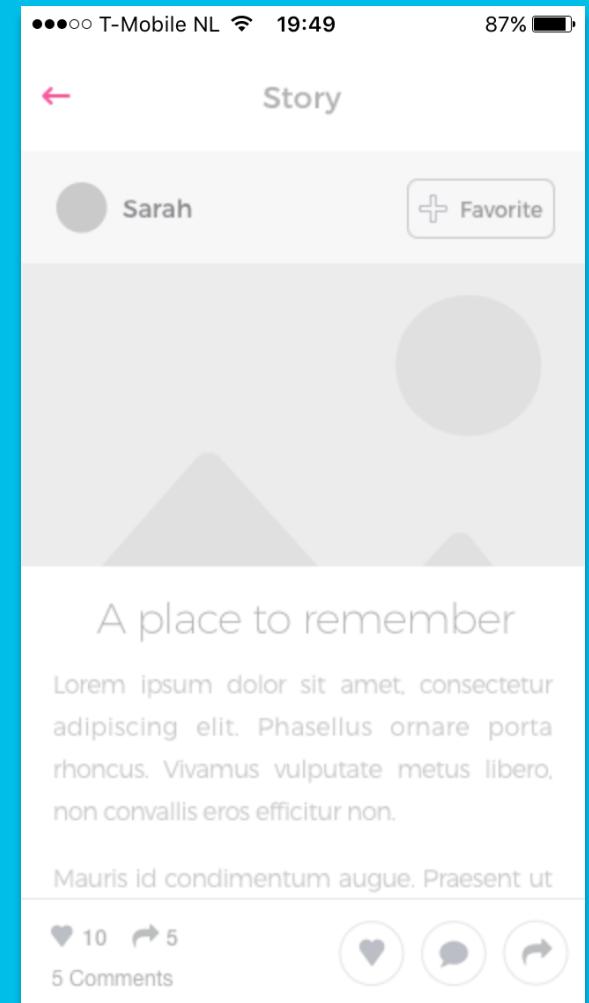
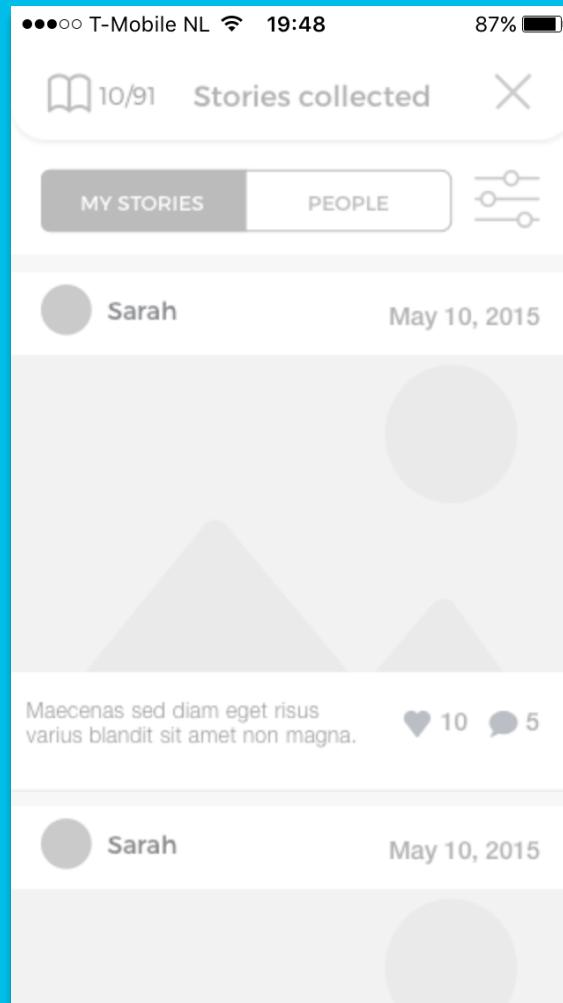
# Ontdekken



# Personlijke content



# Het verhaal achter de locatie



Demo

# Onderscheidend vermogen

- Unieke plekken en verhalen ontdekken.
- De connectie met de local.



# Terugkijkend

- Tevreden over het process.
- Kill your darlings.
- Maak er iets moois van!