



Beleidsplan

Stichting Liniebreed Ondernemen

2019-2020

Stichting Liniebreed Ondernemen
Fort Nieuwersluis
Rijksstraatweg 7b
3631 AA Nieuwersluis
Tel. 06 30 94 57 11
www.liniebreed.nl

1. Inleiding

Stichting Liniebreed Ondernemen (Liniebreed), opgericht in 2011, zet zich intensief in voor het behoud van waterlinie- en fortenerfgoed. In eerste instantie werd de stichting opgericht om exploitanten van forten van de Nieuwe Hollandse Waterlinie te ondersteunen in hun ondernemerschap en om de marketing en promotie van waterlinie en forten richting een breed - nog onwetend - publiek te organiseren. Waterlinies vormen een lint van afzonderlijke locaties (forten, werken, vestingen, bunkers en kastelen) met verschillende eigenaren, ze worden gerund door verschillende exploitanten of vrijwilligersgroepen. En liggen in verschillende gemeenten en provincies. Het daadwerkelijk in beweging brengen van een linie is daarom beslist een uitdaging. Door een stichting op te richten die ondernemers verbindt en ondersteunt is - na enige hapering - een groep ontstaan van gelijkgestemde ambassadeurs die bereid was over de Nieuwe Hollandse Waterlinie hetzelfde verhaal uit te dragen. Inmiddels bedient Liniebreed nagenoeg alle waterlinies in Nederland door de punten (forten/exploitanten/ vestingsteden/bunkers) actief te verbinden aan het netwerk.

Makkelijk was het niet om in het hart van de crisis ondernemers te overtuigen van het nut van collectiviteit. "What's in it for me", was de vaak gehoorde maar terechte vraag. De online linie-community waarmee individuele fortlocaties hun activiteiten online kunnen promoten was een van de tools die diende als ruil. Forten.nl, waterlinies.nl, vestingen.nl en bunkers.nl volgden. Ook de netwerkbijeenkomsten en fortenuitdagingen ondersteunden nieuwe exploitanten bij de uitdagingen die zij tegenkwamen en doen dat nog steeds. Cultureel ondernemen op een linielocatie is mede afhankelijk van locatie-eigenaren en betreffende gemeenten. Ook deze partijen moesten door de crisis op zoek naar nieuwe verdienmodellen om hun erfgoed te behouden.

Daarom mochten niet alleen *ondernemers* deelnemer zijn van Liniebreed, maar alle partijen die op een ondernemende manier naar het beheer en behoud van het waterlinie-erfgoed wilden kijken. Inmiddels heeft Liniebreed 250 deelnemers verspreid over heel Nederland, forten uit allerlei linies maar ook eigenaren als Natuurmonumenten, Staatsbosbeheer, landschappen en waterschappen. Ook zijn de meeste linie- en vestinggemeenten bij het netwerk aangesloten.

Samen met deze partijen maken we de linies sterk, en *samen* dragen we het verhaal van waterlinies en forten uit naar een breed publiek. Via on- en offline media, liniebrede events en media- campagnes streven we ernaar om zo veel mogelijk bezoekers van het unieke waterlinie- en fortenerfgoed te laten genieten.

2. Missie en visie Stichting Liniebreed Ondernemen

Stichting Liniebreed Ondernemen stimuleert een duurzame, maatschappelijke en economische benutting van waterlinies, forten, bunkers en vestingsteden in Nederland. Om het erfgoed te beheren en te behouden voor de huidige en toekomstige generaties.

***Doel :** Het behouden van waterlinie-erfgoed door het in standhouden van natuur, cultuur en cultuurhistorie, o.a. door middel van marketing en promotie alsmede door het stimuleren van een duurzame, maatschappelijke en economische benutting van de waterlinies en hun forten in Nederland.*

Het is noodzakelijk dat overheden met een ondernemende visie naar het linie-erfgoed kijken om het 'behoud door gebruik' daadwerkelijk te verwezenlijken. Zij moeten daar ook ruimte voor geven aan de eigenaren en de ondernemers. Immers, de waterlinies behouden door rendabel economisch gebruik, lukt alleen wanneer aldaar een eigentijds aanbod wordt gebracht van recreatieve, culturele en zakelijke mogelijkheden. En bovendien moet een breed publiek daarvan op de hoogte kunnen zijn.

Daartoe maakt Liniebreed sinds 2011 verbindingen tussen het culturele erfgoed, overheden, eigenaren, ondernemers en vrijwilligers die op en rond forten en andere linielocaties opereren. Onderlinge verbindingen en verbindingen met het brede en potentiële publiek. Onder het motto " if you don't use it, you'll loose it" , bedient Liniebreed 5 doelgroepen (publiek, culturele ondernemers, eigenaren, vrijwilligers, overheden) en beweegt als spin in het web tussen de diverse stakeholders.

Liniebreed adviseert, faciliteert, initieert, deelt kennis en bevordert innovatie. Zij zet zich in voor productontwikkeling in de waterlinies, het netwerk van linieondernemers en andere belanghebbenden én boven alles voor professionele marketing en promotie van de waterlinies en forten richting een breed publiek. Zodat waterlinies en forten daadwerkelijk door iedereen kunnen worden bezocht en midden in de maatschappij komen te staan.

Om kort te gaan: Liniebreed promoot waterlinies, forten, vestingen en bunkers om deze zo te ontsluiten voor een breed publiek, Liniebreed ondersteunt het (culturele) ondernemerschap op de forten en andere linielocaties, Liniebreed alle stakeholders en Liniebreed adviseert over gezonde exploitatie.

3. Doelgroepen

Publiek

Waterlinie-erfgoed is uniek en Liniebreed wil bevorderen dat zoveel mogelijk mensen daarvan kunnen genieten. Overigens steeds strevend naar een goede balans tussen bezoekersstromen en een acceptabele belasting voor de leefomgeving.

Culturele Ondernemers

Bij behoud door exploitatie spelen exploitanten een cruciale rol. Zij zijn op individuele locaties de aanjager en de ambassadeur. Als ondernemingen wel varen, varen de forten en linies wel, omdat er dan daadwerkelijk in het erfgoed wordt geïnvesteerd

Eigenaren

Grote eigenaren staan voor grote uitdagingen. Voor natuurbeherende organisaties kwam rood (gebouwen) mee met groen (natuur). Van het noodzakelijk kwaad van gebouwenbeheer naar actieve exploitatie van fort-locaties bijvoorbeeld als aantrekkelijke pleisterplaats in de natuur was best een stap. Liniebreed ondersteunt deze beweging.

Vrijwilligers

Niet op alle linielocaties is (cultureel) ondernemerschap present. De forten waar dat ontbreekt worden gerund door gemotiveerde vrijwilligersgroepen. Deze initiatieven houden doorgaans maar net het hoofd boven water. Door deze groepen zeer serieus te nemen, hen te ondersteunen en te betrekken bij plannen en ontwikkelingen ontstaan nieuwe visies over behoud en beheer van elk specifiek fort. Daarnaast zijn vrijwilligers onontbeerlijk voor de talloze rondleidingen en excursies die op de forten en in vestingsteden worden georganiseerd.

Overheden

Gemeentelijke en provinciale overheden zijn soms niet alleen eigenaar van forten en liniegebieden, vaak zijn ze ook de motor achter een liniebeweging. Hoewel ambtenaren en ondernemers dicht bij elkaar staan dan voorheen, zullen er altijd uitdagingen blijven bestaan met betrekking tot de exploitatie en ontwikkeling van erfgoed. Liniebreed beweegt zich op deze - vaak delicate - scheidslijn van publiek en privaat om zakenmogelijk te maken. Vanwege de door Liniebreed ontwikkelde online infrastructuur, doen overheden vaak een beroep op Liniebreed om via deze structuur aangelegenheden betreffende het netwerk te organiseren. |

4. Liniebreed Vandaag

Liniebreed werkt sinds haar oprichting op een Agile-wijze: lenig en wendbaar. Dat kan niet anders. Ze heeft alleen bestaansrecht wanneer haar achterban het bestaan van de organisatie op waarde schat en dat komt bepaald niet vanzelf. Daar moeten we hard voor werken. Liniebreed onderzoekt de beweging van forten en waterlinies. Nieuwe ideeën en initiatieven probeert Liniebreed verder te brengen en kennis en ervaringen worden gedeeld. Vanwege intensief contact met het netwerk is Liniebreed al jaren een vraaggerichte organisatie; Liniebreed kijkt van buiten naar binnen en probeert zich te verplaatsen in de behoeften van al haar doelgroepen.

Liniebreed richt zich op 5 hoofdactiviteiten. Te weten marketing en promotie, de ondersteuning van het ondernemerschap, de ondersteuning van vrijwilligers, advisering ten behoeve van een gezonde exploitatie, opdrachten ten behoeve van liniepartijen. Hieronder worden deze activiteiten verder toegelicht.

4.1 Marketing en de promotie van waterlinies forten, vestingen en bunkers

Wij weten dat forten spannende en veelzijdige locaties zijn. Maar door hun verborgen karakter heeft de (buitenlandse) bezoeker een duw in de rug nodig om de forten daadwerkelijk te "vinden". Onze marketing- en publiekscommunicatie moet bijdragen aan een brede bekendheid van de waterlinies. We hebben een beproefde pr-machine die we steeds doelgericht inzetten om zoveel mogelijk Nederlanders en buitenlandse bezoekers van de veelzijdigheid van forten, kastelen, vestingsteden en waterlinies te laten genieten. Alles vanuit een diep besef dat we ons unieke erfgoed alleen zo kunnen behouden voor volgende generaties.

FORT!

Liniebreed geeft sinds 2014 het jaarmagazine FORT! uit. FORT! presenteert aan de hand van thema's een eigentijds aanbod van recreatieve, culturele en zakelijke mogelijkheden op en rond de forten, vestingsteden en bunkers van de waterlinies in Nederland en mogelijk daarbuiten. Het magazine wordt in een oplage van 35.000 stuks verspreid via zo'n 400 afgiftepunten (o.a. forten en vestingsteden, VVV's, bibliotheken, horecalocaties en musea).

Forten.nl

Doel van **forten.nl** is overzicht en uitleg te geven over waterlinies en forten, plus de simpele handeling om gelijk door te klikken naar betreffende linielocaties. "We all benefit", is het belangrijkste uitgangspunt voor de website. De domeinen waterlinies.nl, bunkers.nl en vestingen.nl voorzien in de mogelijkheid om de waterlinies en forten vanuit diverse perspectieven te benaderen. Belangrijkste onderdeel van forten.nl is het activiteiten- en routeoverzicht, waar bezoekers via een uitgebreide zoekfunctie hun favoriete fortenuitje kunnen vinden. Bijvoorbeeld via zoeken op plaatsnaam (of in een straal van x km) of via andere filters (zoals kids of eten & drinken). In 2018 stonden er 671 evenementen, 191 diensten en 340 routes op forten.nl.

Statistieken forten.nl in 2018

230.811 bezoeken (+ 12,9% t.o.v. 2017)

628.990 paginaweergaven

Verbeterde zoekfunctie op activiteiten

(waarvan 46,88% via Adwords), gemiddelde sessieduur 1.30 minuten

83.946 externe kliks naar fortenwebsites

Loket voor publiek

Via forten.nl krijgt Liniebreed zeer uiteenlopende vragen binnen van tal van publieksgroepen uit zowel de zakelijke, de toeristische als de recreatieve markt. De meeste vragen betreffen openstelling, groepsbezoek, overnachten, vergaderlocaties, routes, korte vakanties en teambuildingsactiviteiten. Liniebreed is voor dit type vragen het juiste loket omdat zij van op de hoogte is het geheel aan mogelijkheden van alle (deelnemende) linielocaties. In 2018 ontving Liniebreed 238 vragen via forten.nl.

Google Adwords Grant

Als ANBI heeft Liniebreed de beschikking over een Google Grant, waarmee gratis *adwords* campagnes ingezet kunnen worden op relevante zoekwoorden. Doel is hiermee meer bezoekers te trekken naar forten.nl. Dat lukt "heel aardig": in 2018 leidden onze campagnes tot 1,33 miljoen vertoningen en 102.589 klikken. In totaal besteedden we hiermee een (gratis) campagnewaarde \$ 90.088.

Waterlinies op sociale media

Online zichtbaarheid via sociale media is voor de forten van de waterlinies heel belangrijk. Sommige forten investeren hier veel in, andere minder. Liniebreed zet vooral in op Facebook, omdat via dit medium de belevingswaarde van het fortenerfgoed via foto's en filmpjes verhoogd wordt. Sinds september 2019 kent de Facebookpagina Forten en Waterlinies 11.550 likes. Wekelijks worden er bijzondere evenementen en activiteiten onder de aandacht gebracht, maar ook interessante nieuwsitems, routes, publicaties én tips! Naast eigen berichten deelt Liniebreed ook berichten van linielocaties en alles wordt automatisch gedeeld op het Twitterkanaal Forten en Waterlinies. In 2018 bereikten we via Facebook 408.142 mensen. Om meer likes op Facebook te verkrijgen worden ook deel & win acties en betaalde campagnes ingezet. Liniebreed ook zichtbaar op Instagram (700 volgers); een groeiend platform dat zich uitstekend leent om de prachtige foto's van de forten te delen.

Liniebrede Evenementen

Om bezoekers naar de forten te trekken, organiseert Liniebreed jaarlijks een viertal evenementen: *Start Fortenseizoen*, *Mooi Linieland*, *Fortenfestival* en *Nacht van de Nacht*. Hiervoor zet Liniebreed per evenement een groot palet aan mediamiddelen in: flyers (oplage 50.000), advertorials in huis-aan-bladen (oplage 1,3 miljoen), radiospot, display-campagnes, betaalde Facebook en Adwords campagnes, persbericht (via onze persabbonnement), advertenties, banners etc.

In 2018 had Liniebreed met deze evenementen een mediabereik van 9.271.814 personen en een mediawaarde van € 178.348.

Voor alle evenementen staat of valt het succes met de deelname van de forten. Liniebreed investeert steeds veel tijd in het motiveren van zoveel mogelijk deelnemers aan alle evenementen.

In 2018 organiseerde Liniebreed, vanuit een internationaal fortennetwerk, voor het eerste jaar, ook de *European Fortress Day*. Hieraan deden 70 forten en vestingsteden mee in 10 Europese landen. Wij maakten de promotie- en aftervideo, een flyer en richtten de website europeanfortressday.eu in.

Barterdeals en Joint Promotions

Liniebreed probeert continu koppelingen te maken om het waterlinie-erfgoed op te kaart te zetten. We onderzoeken en realiseren waardevolle Joint Promotions met diverse (media)partners, zoals Dagjeweg.nl (13 mln. bezoekers per jaar), Land van ANWB, Route.nl, Fietsnetwerk.nl, Kidsproof.nl, eigenaren als Staatsbosbeheer en Natuurmonumenten. In december 2018 lanceerde de Nationale Monumenten Organisatie het *Nationale Monumenten Platform*, een monumentenportal/website. Ook hier werken we samen, mede om het aanbod op de forten ook via hún website te promoten. Via Showmeholland.com heeft Liniebreed dronefilmpjes van de forten gepromoot. Ook werkt Liniebreed al jaren samen met het

Nationaal Restauratiefonds en Bijzonderplekje.nl, die op hun website blogs schrijven over forten en waterlinies en dit delen via hun sociale mediakanalen.

Liniecommunity

Liniebreed heeft ten behoeve van de online-communicatie over de waterlinies een speciale *community-tool* ontwikkeld en de afgelopen jaren doorontwikkeld. Hierdoor kunnen aangesloten (fort)ondernemers zelf evenementen, diensten en routes plaatsen die via een feed worden doorgezet naar populaire publiekswbsites. De belangrijkste is onze website forten.nl, die op deze wijze te allen tijde actueel is. Daarnaast 'schiet' Liniebreed tevens alle activiteiten door naar andere event-websites, zoals dagjeweg.nl, hollandidee.com en uitmetkinderen.nl. Ook kan Liniebreed via de Liniecommunity per linie gebundelde content doorzetten naar individuele linie-websites. Hierdoor blijven ook de individuele websites zoals stellingvanamsterdam.nl, oudehollandsewaterlinie.nl, nieuwehollandsewaterlinie.nl en bezoekatlantikwall.nl onafgebroken up-to-date. Om het geheel actueel te houden spant Liniebreed zich onafgebroken in om de achterban te stimuleren actief waterlinieactiviteiten aan te bieden via de community.

4.2 Het ondersteunen van het ondernemerschap en verbinden van liniepartijen

Deelnemers

Liniebreed ondersteunt het ondernemerschap in de waterlinies. Momenteel zijn 250 partijen aangesloten bij Liniebreed; ondernemers die actief zijn op 170 forten, bunkers en vestingen, beheerders van forten en bunkers (particulieren, overheden en natuurorganisaties) en 30 vestingsteden.

Linie-award en inkoopvoordeel

Jaarlijks reikt Liniebreed de "*Linie Award*" uit aan een ondernemer die op innovatieve en ondernemende wijze bijdraagt aan de bekendheid van de waterlinies. Ook biedt Liniebreed tal van inkoopvoordelen aan deelnemers, zoals webbouw, verzekering, huisstijlontwerp en energie-inkoop,

LinieNieuws

Liniebreed informeert het landelijke forten- en waterlinienetwerk over allerhande ontwikkelingen op en rond waterlinies en forten. De E-nieuwsbrief zorgt ervoor dat de achterban gelijk wordt geïnformeerd. Het kennisniveau over het bijzondere erfgoed, beheer en over de mogelijkheden van duurzaam economisch gebruik neemt toe. Linienieuws verbindt het linienetwerk, creëert betrokkenheid, fungeert als effectief oproepmedium om initiatieven te bundelen en stimuleert de zichtbaarheid van actuele ontwikkelingen in de diverse waterlinies. LinieNieuws komt elke drie weken uit en kent 1840 abonnees.

Kennis- en netwerkmeetings

Liniebreed organiseert jaarlijks netwerkbijeenkomsten en 2x per jaar een Fortenacademie.

4.3 Het ondersteuning en training van vrijwilligers(groepen)

Trainingen

Er is behoefte aan goede trainingen voor de gidsen/ vrijwilligers op de forten, die bijna dagelijks het verhaal van de waterlinies, het landschap en de forten vertellen. Liniebreed organiseert al een aantal jaar, trainingdagen voor vrijwilligers zodat zij goede verhalen (niet te

lang en uitgebreid) goed kunnen vertellen. De trainingen gaan over de techniek van storytelling, gidsenrollen en over de inhoud (historische informatie en UNESCO-nominatie).

Loket

Liniebreed is het hele jaar ook beschikbaar om vrijwilligers te woord staan en vragen te beantwoorden. Tevens staan de deuren van onze bijeenkomsten open voor (ondernemende) vrijwilligers.

4.4 Advies over gezonde exploitatie

Door de ervaringen van de afgelopen jaren heeft Liniebreed een schat aan informatie over de exploitatie van forten in Nederland. Liniebreed wordt vaak betrokken bij herbestemmingsplannen en uitgenodigd om zitting te nemen in werkgroepen, daarnaast krijgen Liniebreed vaak verzoeken om te spreken tijdens (erfgoed) bijeenkomsten en congressen.

Loket voor "linie-spelers"

Liniebreed is een vraagbaak voor allerhande doelgroepen en wijst de weg in een voor beginners vrij gecompliceerd "linielandschap".

Bijeenkomsten & congressen

Liniebreed adviseert en draagt bij aan diverse (internationale) samenwerkingsverbanden m.b.t. militair erfgoed. Voorbeelden zijn:

- Advies Publiekscommunicatie Romeinse Limes
- Erfgoedtafel Oude Hollandse Waterlinie
- Werkgroep Merk en marketing Oude Hollandse Waterlinie
- Erfgoedtafel Atlantikwall
- Overleg Nieuwe Hollandse Waterlinie en Stelling van Amsterdam in het kader van UNESCO-werelderfgoed en de samensmelting van twee linies
- Europese kennisuitwisseling via EFFORTS

4.5 Opdrachten van liniepartijen

Liniebreed werkt vanwege haar kennis van de waterlinies en het levendige netwerk en goed werkende infrastructuur regelmatig in opdracht van liniepartijen. Vaak door middel van gerichte projectopdrachten of gerichte subsidieregelingen ten behoeve van de ontsluiting van linierfgoed. Enkele voorbeelden:

Ontwikkeling online toolkit Stelling en NHW; Routegids Stelling van Amsterdam: oplage 15.000; Lektentoonstelling (3 wisselexpo's) Vianen-Fort Everdingen; activiteitenfeed voor website oudehollandsewaterlinie.nl; beeldbank en algemene folder voor Oude Hollandse Waterlinie en activiteiten feed voor bezoekatlantikwall.nl; tentoonstelling Forten van Boven; Huisstijlhandboek NHW/SVA; ontwikkeling Z-cards voor 4 verschillende opdrachtgevers; Organisatie van seminars en bijeenkomsten.

Liniebreed Morgen (2020 en verder)

In 2018 heeft Liniebreed een pas op de plaats gemaakt. Door de grote aanwas van nieuwe deelnemers en de groei van activiteiten voor meer linies, waren enkele basale aanpassingen nodig. Zo was de invoering van een geavanceerd CRM-systeem noodzakelijk geworden, zijn we gaan werken in *the Cloud* en werd Liniebreed AGV-proef. Daarnaast betrokken we op Fort Nieuwersluis extra kantoorruimte om nieuwe medewerkers te huisvesten.

Liniebreed is klaar om door te groeien. Rekening houdend met nieuwe ontwikkelingen en een daarmee veranderend krachtenveld. De op stapel staande Unesco werelderfgoed nominatie voor de NHW als uitbreiding van de Stelling van Amsterdam zal zowel kansen als bedreigingen bieden. Generieke communicatie voor alle linies als geheel en specifieke voor linies afzonderlijk vraagt afstemming om uiteindelijke elkaar te versterken. De terechte angst voor overtoerisme met het oog op het behoud van erfgoed en passend gebruik is een andere zorg. Wat is de juiste balans voor de waterlinies en hun forten. Zakelijk gezien worden de forten meer en meer ontdekt, hoe kan Liniebreed inspelen op niet alleen particulier maar ook zakelijke afname. Wat heeft dit voor consequenties voor het aanbod en de communicatiekanalen. Hoe spelen andere marketing- organisaties in op de waterlinies, want door succesvol te zijn in de afgelopen jaren heeft Liniebreed "onze" parels zichtbaar gemaakt voor iedereen en zijn het aantal linie-initiatieven toegenomen. Liniebreed streeft ernaar steeds te vernieuwen en de vraag naar de diensten van onze organisatie te versterken.

Voor 2020 heeft Liniebreed verschillende activiteiten op de agenda staan die de samenhang tussen forten en linies en daarmee de gebundelde kracht van de forten- en liniebranche zullen versterken:

Marketing versterken

Komende jaren zal Liniebreed op zoek gaan naar mediapartners en joint ventures om de aandacht voor het waterlinie- en fortenerfgoed bij een breed publiek op niveau te houden. Een mooi project is de jeugd-televisieserie Helden.

Waterlinies beter ontsluiten door innovatie evenementen

De liniebrede evenementen worden in 2020 onder de loep genomen. Het is van belang dat er naast reguliere activiteiten, ook hoogtepunten aan de programma's worden toegevoegd. De financiering van culturele programma's en kwaliteitsverbetering is een permanente uitdaging. We willen nieuwe wegen vinden om de kosten voor liniebrede evenementen te dekken.

Uitbreiding Liniecommunity

Forten worden steeds meer ontdekt als interessante locaties voor groepsbezoeken. Enerzijds vanuit de zakelijke markt met vergaderingen en bedrijfsbijeenkomsten en anderzijds via touroperators die geïnteresseerd zijn in de waterlinies. Ook de UNESCO-nominatie speelt hierbij een rol. Om de zakelijke en toeristische markt beter te bedienen werkt Liniebreed aan een uitbreiding van de Linie-community. Via een eenvoudig systeemformulier kunnen de forten straks gegevens invoeren zoals zalencapaciteit, aanwezigheid van diverse faciliteiten, meertalige rondleidingen en parkeerinformatie. Zo ziet een potentiële klant op forten.nl direct

wat er op een fort mogelijk is en wordt hij direct doorgelinkt naar de eigen website/boekingsafdeling van het fort. Ook wil Liniebreed graag globale marktgegevens verzamelen van de (bezoekersaantallen, aantal medewerkers/ vrijwilligers en omzetcijfers). Zo krijgen we meer los van de culturele impact ook inzicht in de economische impact van de forten- en waterlinies op de maatschappij.

Vrijwilligers ondersteund

Vrijwilligers spelen een belangrijke rol bij de culturele exploitatie van forten, bunkers en waterlinies en daarmee bij het behoud ervan is duidelijk. We zullen daarom doorgaan op de ingeslagen weg en trainingen op het gebied van storytelling en de kwaliteitsverbetering van excursies blijven aanbieden.

Brede scope op militair/verdedigings erfgoed

Efficiency en professionaliteit helpen om nieuwe partijen aan te trekken, niet alleen forten van waterlinies benaderen onze organisatie. Ons militaire erfgoed behelst ook alle vestingen en bunkers die Nederland rijk is. We versterken de banden met de IJssellinie en met de Atlantikwall. Zoals vermeld hebben we ook de eerste stappen gezet om op Europees niveau een netwerk op te bouwen.

Meer Vestingsteden betrokken

Bij Liniebreed zijn momenteel 30 vestingsteden aangesloten. Vesting-erfgoed is doorgaans ouder dan linie-erfgoed maar wel onlosmakelijk met linies verbonden. Ook vestingsteden roeren zich en zien kansen door het herstel of terugbrengen van historische wallen. In 2020 gaat Liniebreed meer vestingsteden aan de stichting binden. Nederland heeft 162 vestingsteden.

UNESCO-werelderfgoed en Liniebreed

In opdracht van het linieteam van de Nieuwe Hollandse Waterlinie en de Stelling van Amsterdam, verzorgt Liniebreed al meerdere jaren de gezamenlijke publiekscommunicatie. Dat de inspanning om de twee grootste linies in Nederland op de kaart te zetten zijn vruchten afwerpt, kunnen we via de media dagelijks ervaren. De kans is groot is dat beide linies een gezamenlijk UNESCO-werelderfgoed worden. Liniebreed spant zich tot het uiterste in om de nieuwe siteholder van het toekomstig (gezamenlijk) werelderfgoed "Hollandse Waterlinies" op maat te blijven bedienen.

Nieuwe Linie-initiatieven

Een neveneffect van Liniebreed's marketinginspanningen voor de Nieuwe Hollandse Waterlinie en de Stelling van Amsterdam is dat andere kleinere linie-gebieden geïnspireerd raken om de eigen linie op de kaart te zetten. Denk hierbij aan de Betuwe-linie, de Stelling van het Hollandsch Diep en het Volkerak of de Mauritslinie. Liniebreed wil nieuwe initiatieven ondersteunen en ervoor zorgen dat het wiel niet opnieuw hoeft worden uitgevonden. Geleerde lessen worden gedeeld en ontwikkelde communicatie-tools worden (vaak via projectopdrachten) beschikbaar gesteld. Zorg voor erfgoed is immers al kostbaar genoeg.

Propositie aangescherpt/Partnerplus aanbod en LinieBusiness

De propositie van Liniebreed wordt in 2020 versterkt, zo zal het zakelijke aanbod van de forten en andere erfgoedlocaties op forten.nl specifiek zichtbaar worden en het bereik van onze e-marketing worden vergroot. Daarnaast is er voor branchegericht aanbod een nieuw concept voor bedrijven. Zij kunnen op [Liniebreed.nl](https://liniebreed.nl) een partner-plus pagina inkopen. Daarnaast wordt

men lid van de LinieBusiness, een bedrijvenclub die tenminste een mail per jaar bij elkaar komt op een bijzondere fort/linielocatie om ideeën en kennis uit te wisselen.

Corporate communicatie versterkt.

In de afgelopen jaar heeft de nadruk van de activiteiten van Liniebreed vooral gelegen bij het ontsluiten van waterlinies en forten voor een breed publiek. De ontwikkeling van forten.nl ging razendsnel, echter aan de corporate communicatie van Liniebreed is vanwege de drukte te weinig aandacht besteed. Een nieuwe huisstijl voor Liniebreed en een nieuwe corporate website zijn in 2019 gerealiseerd. Doel is de eigen huisstijl en communicatie meer in lijn te laten zijn met de publiekscommunicatie-producten van Liniebreed.

Samenwerking met erfgoedpartners versterkt

Door de vele initiatieven op het gebied van erfgoedbijeenkomsten en zogenaamde "Academies" streeft Liniebreed er in 2020 naar om meer samen te werken met andere branche- en koepelorganisaties zoals de Nationale Monumenten Organisatie, de Rijksdienst voor het Cultureel erfgoed, het Nationaal Restauratiefonds, Nederland Monumentenland, het Prins Bernhard Cultuurfonds etc.

Organisatie

Medewerkers

Liniebreed heeft 3.15 FTE in dienst
Juke van Niekerk (directeur-bestuurder)
Titia de Zeeuw (manager marketing)
Florence Sluis (projectleider)
Bram Mellaart (online marketeer)

Daarnaast werkt Liniebreed tevens met vrijwilligers
Margot Otten (linie-community)
Maarten Bootsma (fotograaf Liniebreed)
Egbert Wildbret (CRM-administratie)

Raad van toezicht

De Raad van Toezicht bestaat uit 5 personen. De leden van de Raad vergaderen 4 maal per jaar met de directie en een maal per jaar los van de directie. De leden vervullen hun taken onbezoldigd.

Arnold van Vuuren

(directeur Omgevingsdienst regio Utrecht): voorzitter, bestuurlijke ervaring en P&O

Tom Stefels

(directeur Beacon): ondernemerschap

Laurent van den Nouwland

(programmadirecteur Rentederivaten Rabobank): penningmeester

Arnoud van Mosselveld

(creatief ondernemer): juridische zaken

Roeland Geertzen

(manager verenigingen en recreatieve sport Watersportverbond): recreatie

Liniebreed is een erkend leerbedrijf (door Stichting Beroepsonderwijs Bedrijfsleven: SBB).

Liniebreed is een ANBI gecertificeerde organisatie (culturele ANBI)

Financiën

De omzet van SLO is gestegen van € 300.000 in 2015 naar € 585.000 in 2019. De doelstelling van de Liniebreed vergt een lange adem – en dus continuïteit in de bedrijfsvoering. Liniebreed probeert dit te realiseren door voldoende kritische massa te hebben (omzet), risico's te spreiden en een bescheiden financiële reserve aan te houden. Concreet verkrijgt Liniebreed haar inkomsten uit een grote en meerdere kleinere opdrachten van liniepartijen zoals de Nieuwe Hollandse Waterlinie, de Stelling van Amsterdam, de Oude Hollandse Waterlinie, de Atlantikwall, de Romeinse Limes en diverse grotere liniegemeenten. Voorts heeft Liniebreed, inkomsten uit deelnemersbijdragen, advertentieverkoop en sponsoring. Met een toegenomen financiering vanuit de eigen bijdrage van de deelnemers en opdrachten van nieuwe liniepartijen, kan Liniebreed steeds meer maatschappelijke waarde (passend binnen haar doelstelling) toevoegen door ook voor andere linies te werken én daarmee risico's ten aanzien van de continuïteit verkleinen door spreiding.