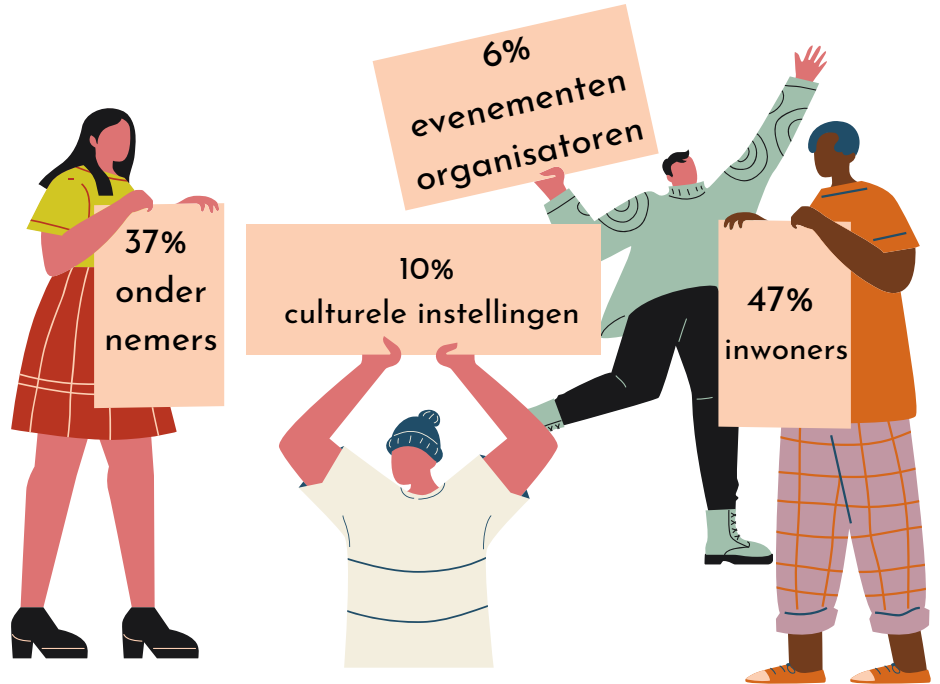
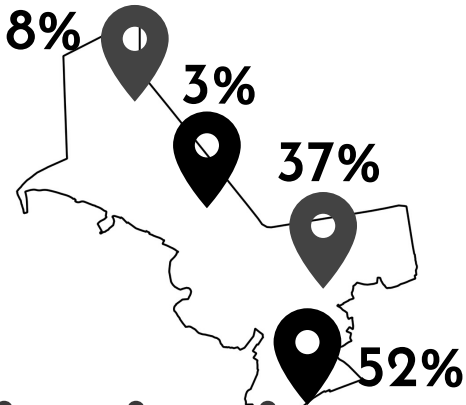


OP WEG NAAR EEN NIEUWE MARKETINGORGANISATIE GOOISE MEREN VINDT...

271

RESPONDENTEN



WAT VINDT U VAN HET PLAN OM EEN OVERKOEPELENDE MARKETING- EN PROMOTIEORGANISATIE OP TE RICHTEN?

7,2

GEMIDDELD
RAPPORTCIJFER

Muiderberg	7
Bussum	7,7
Naarden	5,9
Muiden	7,5
Meerdere kernen	8,3

“ Respondenten uit Naarden staan gemiddeld negatiever tegenover het plan. Ondernemers die in meerdere kernen werken zijn gemiddeld juist heel positief ”

Ondernemers	6,9
Medewerkers culturele instellingen	8,5
Evenementen organisatoren	8
Inwoners	6,9

DE HUIDIGE MARKETING EN PROMOTIE VAN ACTIVITEITEN EN EVENEMENTEN BINNEN MIJN KERN ZIJN GOED GEORGANISEERD

Muiderberg	7,2
Bussum	5,5
Naarden	5,9
Muiden	6,4



Ondernemers zijn iets positiever dan inwoners over de huidige marketing en promotie binnen hun eigen kern en marketing en promotie wordt in de kernen Muiden/Muiderberg hoger gewaardeerd dan in Bussum en Naarden

Ondernemers
5,5

Inwoners*
4,9

*gemiddelde over alle kernen

DE HUIDIGE MARKETING EN PROMOTIE VAN ACTIVITEITEN EN EVENEMENTEN BUITEN MIJN KERN, BINNEN DE GEMEENTE GOOISE MEREN ZIJN GOED GEORGANISEERD

EEN OVERKOEPELENDE MARKETING- EN PROMOTIEORGANISATIE KAN BIJDAGEN AAN:

Promotie van activiteiten en evenementen zowel binnen als buiten mijn eigen kern in Gooise Meren (67%)

Bundeling van bestaande kennis en kunde & meer samenwerking tussen de kernen onderling (52%)

Aantrekken nieuwe bezoekers (57%)

Respondenten denken dat een nieuwe marketingorganisatie relatief weinig kan bijdragen aan vastgoedmanagement (14%) en het aantrekken van nieuwe vrijwilligers (27%)

GOOISE MEREN SPREEKT...

TIPS

Toon ambitie, denk lange termijn en stel voldoende geld ter beschikking om professioneel uit te rollen

Zet actief in op kruisbestuiving!

Denk mee en samen met de ondernemers: verbinding door lokale betrokkenheid

Inventariseer de behoeften per doelgroep

Werk met vakspecialisten die zowel het collectieve als individuele belang goed op hun netvlies hebben

Afstemmen van de activiteiten in de verschillende kernen: ontwikkel een collectieve evenementen agenda

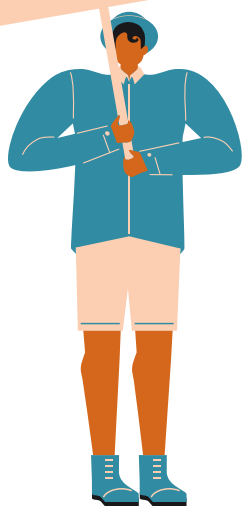
Geen centrale marketingorganisatie, wél een overkoepelende met gelijkwaardige aandacht voor het aanbod van de verschillende kernen

Maar gebruik van alle bestaande kennis en kunde

Promoot het gevarieerde aanbod; ook kern overstijgend

Ontwikkel een centraal platform: wat is er lokaal te doen en te beleven voor bewoners, bedrijven en bezoekers

AANDACHTS
PUNTEN



Let op voor nieuwe wijn in oude zakken

Bereikbaarheid:
overweeg pendeldiensten en fietsenverhuur gemeentebreed

Geef openheid over de werkzaamheden van de organisatie en het financiële plaatje

Is er overwogen om het een keer niet vanuit een stichting te doen?

Ga creatief met leegstand om, bijvoorbeeld met tijdelijke galeries

OPVALLEND

“

Pampus hoort bij Amsterdam, toch?

”

Winkelen in Bussum mag niet de primaire focus zijn

Meer aandacht voor Naarden

Parkeerbeleid - blauwe zones - autoluw