

Bijlage 2 Concreet voorstel op te pakken activiteiten in het kader van Moerdijk Marketing

Het college van B&W wil de volgende zaken oppakken in het kader van Moerdijk Marketing. De komende periode worden deze ideeën getoetst bij de stakeholders en waar nodig aangepast of gewijzigd.

- 1) Het maken van drie verhalen: Het verhaal van Willemstad, het verhaal van het Haven- en Industriegebied en het verhaal van gemeente Moerdijk (bijvoorbeeld met een stadsdichter). Doel hiervan is een verhaal dat door ons, maar ook door derden, gebruikt kan worden om de uit te voeren activiteiten te versterken.
- 2) Het maken van creatieve concepten voor de positionering van de avontuurlijke aspecten van Willemstad.
Doel hiervan is het al aanwezige aanbod in Willemstad te verbinden en als één te vermarkten. Overkoepelend thema hierbij is het avontuur.
- 3) Het verwerken van de Moerdijk Marketing visie in de huidige producten en activiteiten.
Doel hiervan is eenheid en herhaling. Gebruikers zien steeds hetzelfde terug bij producten en activiteiten. Hierdoor verandert de marketinguiting van iets nieuws, naar iets dat wordt verwacht, naar iets herkenbaars en vanzelfsprekends.

Daarnaast wordt actief ingezet op de ontwikkeling/organisatie van een aantal activiteiten. Deze activiteiten zijn bedoeld om inwoners, bezoekers en werknemers beter bekend te maken met de gemeente en om herhaling (van evenement of bezoek) te stimuleren. We willen daarbij een positieve associatie met activiteit en/of gemeente Moerdijk realiseren.

De voorstellen van Dietz ziet het college vooral als inspirerend om te onderzoeken met de stakeholders. We gaan met hen in gesprek over het realiseren van producten zoals door Dietz aangedragen of producten in de lijn van die gedachte. In overleg met hen wordt ook gekeken wanneer deze kunnen worden gerealiseerd (niet alles kan meteen het eerste jaar) en welke eigen kanalen worden ingezet. Dat wordt essentieel voor de verdere invulling van Moerdijk Marketing. Wat de gemeente betreft willen we als eerste inzetten op de volgende activiteiten en deze realiseren in 2017 en 2018

Gemeentebreed

4. Maritiem Moerdijk. Het evenement is voor inwoners en bezoekers een (verdere) kennismaking met Willemstad, het Haven- en Industriegebied en de rest van de gemeente Moerdijk. De verschillende locaties zijn door het water met elkaar verbonden en daar wordt gebruik van gemaakt. Voor 2016 haken we aan bij de open dag van het Haven- en Industriegebied (22 oktober). Daarna (herhaling) kan het evenement uitgroeien tot een gemeentebreed evenement met een regionale en zelfs landelijke aantrekkingskracht.
5. Doel van Moerdijk Marketing is het voorzieningenniveau op peil te houden door meer inwoners aan te trekken. Maar waarom zou iemand een kern in de gemeente Moerdijk kiezen? Om onszelf te onderscheiden gaan we verkennen wat we als gemeente, samen met onze partners, kunnen ontwikkelen wat gemeente Moerdijk uniek gaat maken. Een uniek concept dat we op de kaart kunnen zetten. We denken dat hier kansen liggen voor innovatieve woningbouw, onderwijs en inrichting van de openbare ruimte. We formuleren dit als onderzoeksopdracht.

Willemstad

6. Om de kansen die de zakelijke markt biedt te benutten, faciliteren we de ondernemers in onder andere Willemstad bij het samenstellen van een informatiepakket. Dit pakket wordt verspreid onder de (nieuwe) bedrijven in het haven- en het industriegebied met als doel hen te informeren over de vergader- overnachtings- en dinermogelijkheden in de gemeente Moerdijk. We verleiden hen tot een zakelijk bezoek, stimuleren herhaling hiervan en maken van hen ambassadeurs.
7. Vvvmoerdijk.nl blijven we inzetten en uitbouwen om inwoners en bezoekers te informeren over evenementen die plaatsvinden binnen de gemeente (stimuleren herhalingsbezoek).

Verbinding kernen

8. Op basis van location based information ontwikkelen we een loyalty app waarmee de inwoners van Moerdijk voordelen ontvangen (zoals bijvoorbeeld een gratis kopje koffie bij café x in kern x) wanneer ze andere kernen bezoeken. De app wordt ook gebruikt als uitagenda waarbij de samenhang met de vvv app en website worden gezocht (stimuleren herhalingsbezoek).
9. We breiden onze online activiteiten uit door een eigen facebookpagina die elke maanden door een wisselende enthousiaste inwoner uit een eigen kern wordt beheerd. Door leuke winacties en informatieve berichten brengen we de kwaliteiten van de verschillende kernen onder de aandacht.
10. We organiseren een palio/ een elfkamp met uit elke kern een team. Een wedstrijd tussen de elf kernen met allerlei activiteiten zoals sport en kennis. De gemeente neemt het initiatief voor de eerste editie. De winnende kern organiseert de elfkamp het volgende jaar.

Haven- en industriegebied

11. Buiten Maritiem Moerdijk wordt nog niet ingezet op activiteiten in het Haven- en Industriegebied. Dit betekent niet dat hier niets kan gaan gebeuren. Doordat we in dit gebied met aspecten zoals bijvoorbeeld veiligheid te maken hebben, pakken we activiteiten hier in overleg met onder andere het Havenschap op. De voorbeelden van Dietz en de gedachtegang hierachter, dienen als inspiratie om tot passende activiteiten te komen.

Door het uitvoeren van bovenstaande (en nieuwe) activiteiten worden niet direct inwoners aan de gemeente gekoppeld. Het is ook niet reëel om dat te verwachten. Wat we wel mogen verwachten is dat door de (gezamenlijke, herhaaldelijke) inspanningen de activiteiten een begrip gaan worden. Activiteiten waar de inwoners trots op zijn, waar bezoekers graag voor naar Moerdijk komen en waardoor werknemers van bedrijven Moerdijk als woongemeente gaan overwegen. Dit moet resulteren in een op z'n minst stabiel inwoneraantal.

Achtergrondinformatie /afwegingskader inzet budget promotie evenementen

Afgelopen periode is het budget voor promotie evenementen al wel in de geest van Moerdijk Marketing besteed. Hiervoor is een afwegingskader gehanteerd. In de aanloop naar de begroting voor 2017 zal de samenvoeging van de beide budgetten (40.000 plus 50.000 euro) tot één nieuw Moerdijk Marketing budget voorbereid worden. Dit afwegingskader wordt waar nodig aangepast voor 2017.

Uitgangspunten/randvoorwaarden

- Evenementen kunnen bezoekers aantrekken vanuit de gemeente, de regio en daarbuiten en leveren daarmee een belangrijke bijdrage aan de marketing van Moerdijk;
- Evenementen leveren economisch maar ook sociaal/cultureel rendement
- Evenementen worden in principe georganiseerd op particulier initiatief. De gemeente heeft een ondersteunende rol en ondersteunt in natura of financieel;
- De gemeente/Moerdijk Marketing kan in bepaalde gevallen ook (mede)opdrachtgever, acquisiteur of initiatiefnemer zijn om een evenement te organiseren/naar Moerdijk te halen;
- Concurrentie van evenementen binnen de gemeente proberen we zoveel mogelijk te voorkomen;
- De financiële bijdrage vanuit Moerdijk Marketing is maximaal 50% van de totale begroting (in lijn met het subsidiebeleid);
- Er staat altijd een tegenprestatie tegenover de ondersteuning, daarover worden vooraf concrete afspraken gemaakt;
- De afweging wordt beoordeeld door de ambtelijke verantwoordelijken voor Moerdijk Marketing/toerisme & recreatie, het college beslist uiteindelijk over de toekenning van financiële ondersteuning;
- Er moet een gedegen projectplan aan het evenement ten grondslag liggen met een begroting.
- Na sponsoring worden evenementen geëvalueerd, en wordt zo goed mogelijk in beeld gebracht wat het bereik en het effect is geweest op de doelstellingen van Moerdijk Marketing.

Afwegingskader

Om te bepalen of een evenement in aanmerking kan komen voor extra ondersteuning in het kader van Moerdijk Marketing worden de volgende vragen beantwoord:

Aansluiting bij Marketingdoelen

1. Past het evenement bij de uitgangspunten van het Moerdijk Marketing? Draagt het bij aan het uitdragen van de Willemstad, het industrieterrein, de samenwerking van de kernen onderling of tussen industrieterrein en dorpskernen?
2. Passen de doelgroep(en) van het evenement bij de speerpunten van Moerdijk Marketing
3. Biedt het evenement de mogelijkheid om Moerdijk breder onder de aandacht te brengen van potentiële nieuwe bezoekers, bewoners, bedrijven in de regio en/of daarbuiten?
4. Is er een koppeling met het sociaal-culturele aspect van gemeente Moerdijk (bv. historie of een stimulans voor het lokale verenigingsleven?)
5. Wordt de naam "Moerdijk" gebruikt in de evenementennaam?

Opbrengsten

6. Is er sprake van economische spin-off naar plaatselijke gemeenschap?
7. Stimuleert het evenement bezoek aan de gemeente Moerdijk?
8. Biedt het evenement biedt (zakelijke) netwerkmogelijkheden?
9. Heeft het evenement een bovenregionaal karakter (bv. nationale bekendheid) en trekt het daardoor bezoekers aan vanuit andere provincies/regio's?
10. Stimuleert het evenement overnachtingen in gemeente Moerdijk
11. Levert het evenement publiciteit op voor de gemeente Moerdijk, naar verwachting
12. Draagt het evenement positief bij aan het imago van gemeente Moerdijk?
13. Is er maatschappelijk rendement te verwachten (trots bij inwoners, inzet vrijwilligers)?

Investering

14. Wat is de gevraagde financiële bijdrage?
15. Wat is de gevraagde bijdrage in natura?
16. Wat is de gevraagde/mogelijke bijdrage in promotie/communicatie?

Organisatie

17. Is er een goed projectplan inclusief begroting?