

Startnotitie Promotiebeleid Barneveld



Van Gemeente Barneveld
Afdeling Bestuurs- en Managementondersteuning
L.W.H. Rebel

Datum 2 juni 2008

Inhoudsopgave

| | |
|---|-----------|
| Inleiding | 3 |
| A. Wat is promotie en waarom houdt de gemeente zich hiermee bezig? | 4 |
| A.1 Wat is promotie? | 4 |
| A.2 Waarom houdt een gemeente zich bezig met promotie? | 4 |
| A.3 Promotie... niet alleen, maar samen met anderen | 5 |
| B. Waarop en op wie is de promotie van de gemeente Barneveld gericht? | 6 |
| B.1 De Unique Selling Points (USP's) | 6 |
| B.2 Relatie met het Toeristisch Recreatief Ontwikkelingsplan (TROP) Barneveld | 7 |
| B.3 Doelgroepen..... | 8 |
| B.4 Promotieterreinen..... | 8 |
| C. Het promotiebeleid in de praktijk | 11 |
| C.1 Oprichting Regiegroep Promotie Barneveld | 11 |
| C.2 Promotiebeeldmerk en slogan | 11 |
| C.3 Advertenties | 12 |
| C.4 Evenementen | 12 |
| C.5 Beurzen..... | 13 |
| C.6 Uitvoeringsplan | 13 |
| D. Hoe pakken we het promotiebeleid verder op? | 16 |
| D.1 Keuze voor de oprichting van een Regiegroep Promotie Barneveld..... | 16 |
| D.2 Ontwikkeling van het promotiebeeldmerk en de slogan | 16 |
| D.3 Opstellen van een uitvoeringsprogramma | 16 |
| D.4 Reserveren budget | 16 |
| E. Kaders voor het promotiebeleid | 17 |

Inleiding

De gemeente Barneveld ligt centraal in Nederland. Dankzij deze strategische ligging, zowel op het Veluwemassief als in de (Gelderse) Vallei, de naamsbekendheid, de bereikbaarheid en de voorzieningen, beschikt de gemeente Barneveld over een groot promotiepotentieel op het gebied van toerisme en recreatie, bedrijvigheid en woningbouw.

Om ook in de toekomst in te kunnen blijven spelen op de wensen van consumenten, (dag)recreanten, toeristen, het bedrijfsleven en uiteraard eigen inwoners, is het belangrijk, dat Barneveld beschikt over een actuele en heldere visie op toerisme en recreatie (het Toeristisch Recreatief Ontwikkelingsplan Barneveld), het bedrijfsleven (Economisch Actieplan en de Detailhandelsstructuurvisie), eigen ambities (Strategische Visie 2030), de bereikbaarheid, economische ontwikkelingen, identiteit en woningbouw. In verband hiermee wordt het steeds belangrijker om na te denken over de promotie van Barneveld en hiervoor beleid te ontwikkelen.

De eerlijkheid gebiedt te zeggen, dat er op het gebied van promotie al het één en ander gebeurt. In de kernen worden (veel en verschillende) activiteiten en evenementen georganiseerd, andere (markt)partijen geven folders en brochures uit en de VVV en het Veluws Bureau voor Toerisme spelen een eigen rol als het om de promotie van Barneveld gaat. Toch is het goed om de promotie van Barneveld in beleid om te zetten. Omdat er – kort gezegd – op verschillende onderdelen (meer) winst is te boeken. Of omdat zaken op deze manier beter op elkaar kunnen worden afgestemd. De gemeente en andere partijen moeten overtuigd zijn van de noodzaak om anno 2008 de krachten op het promotionele gebied te bundelen om zo sterker te staan. Met het oog op Barneveld.



Hoofdstuk A

Wat is promotie?

Waarom houdt de gemeente Barneveld zich hiermee bezig?

A.1. Wat is promotie?

Over promotie zijn boekenkasten vólgeschreven. Promotie staat niet op zichzelf. Promotie is een onderdeel van de marketing; anders gezegd: de manier waarop Barneveld 'in de markt wordt gezet'.

Onder promotie vallen onder andere *reclame* en *public relations*. Eén van de belangrijkste doelen van promotie is het *creëren* en *vasthouden* van een gewenst imago van de gemeente Barneveld. Promotie vindt op (veel) verschillende manieren plaats:

- *Wervend* (onder andere door middel van een promotiebeeldmerk, brochures, internet, advertenties, beurzen en campagnes én evenementen);
- *Informatief* (info's en internet) en
- *Actief* (wandelen- en fietsroutes, themacampagnes, etc.).

Beleving

Overigens is het niet alleen de promotie, die bijdraagt aan het imago. Er kunnen nóg zoveel brochures en plannen worden gemaakt... het gaat in veel gevallen ook om het gevoel van mensen. Tijdens een vakantie in Voorthuizen, tijdens een verblijf in een hotel in Garderen, tijdens een fietstocht van Barneveld naar Kootwijk, tijdens... tijdens alle momenten dat iemand in Barneveld verblijft. Dát gevoel blijft! Het gaat dus niet alleen om de *promotie*, maar ook om het versterken van de *beleving*. Barneveld – daar voel je je thuis. En daar passen ook evenementen bij: bestaande evenementen en nieuwe evenementen. Uiteraard binnen de context van Barneveld. Dat betekent, dat ook in het promotiebeleid rekening moet worden gehouden met de eigen identiteit van Barneveld.

A.2. Waarom houdt een gemeente zich bezig met promotie?

Marketing en promotie zijn eigenlijk ontstaan in het bedrijfsleven, maar anno 2008 zijn deze begrippen ook voor gemeenten belangrijke instrumenten. Ook voor onze gemeente is een goede promotie onontbeerlijk: de gemeente Barneveld kenmerkt zich door veel bedrijvigheid en andere ondernemers worden bijvoorbeeld 'verleid' om zich in de gemeente Barneveld te vestigen; toeristen en (dag)recreanten worden gewezen op de uiteenlopende toeristische mogelijkheden die de regio Barneveld heeft te bieden. Zij worden overgehaald om hun (kortere of langere) vakantie in de regio Barneveld te 'belevén'. En, niet in de laatste plaats, inwoners van Barneveld zijn – zo zou het in ieder geval wel moeten zijn – als "ambassadeurs" van hun eigen gemeente positief over Barneveld: wonen en werken en recreëren gaan hier goed samen.



De promotie van Barneveld draagt dus onder meer bij aan...

... de **versterking van het imago** van Barneveld;

... de bekendheid van Barneveld als **strategische vestigingsplaats**;

... de bekendheid van Barneveld als **toeristische gemeente**;
... de bekendheid van Barneveld als **shoppingcentrum**;
... een **stimulans van het toerisme en de recreatie** in de gemeente Barneveld;
... de **versterking van de economie** van de gemeente Barneveld;
... de **uitbreiding van de economische activiteiten** van de gemeente Barneveld;
... de bekendheid (en uitbreiding) van de in Barneveld **georganiseerde evenementen** en activiteiten, met inachtneming van en rekening houdend met de Barneveldse identiteit.

A.3. Promotie... niet alleen, maar samen met anderen

De promotie van de gemeente Barneveld is niet het alleenrecht van of solitaire actie van de gemeentelijke organisatie. Het tegendeel is zelfs waar. De promotie is – als het goed is – een samenspel met andere partijen. Enkele voorbeelden zijn de Barneveldse Industriële Kring (de BIK), de Barneveldse Middenstandsvereniging (de BMV), de VVV, het VBT en de Verenigingen Plaatselijk Belang. Immers, de gevolgen van een professionele promotie van de gemeente Barneveld zijn voor veel partijen merkbaar. Het is immers ook niet alleen de gemeente Barneveld die van een goede promotie de vruchten plukt. Ook het bedrijfsleven en ondernemers – in de meest brede zin van het woord – zijn gebaat bij een goede promotie van de gemeente Barneveld. Daarom is samenwerking onontbeerlijk.

Hoofdstuk B

Waarop is de promotie gericht? Wie zijn de doelgroepen? Wie willen we zijn?

De gemeente Barneveld werkt aan een eigen promotiebeleid. In dit beleid komt het imago van de gemeente uiteraard aan bod. Daarom is het verstandig om vooraf te bepalen welk imago, welk beeld de gemeente Barneveld wil uitdragen.

Er dient hierbij niet alleen rekening te worden gehouden met toerisme en recreatie. Er zijn ook **andere terreinen**, waarvoor een goede promotie van Barneveld van belang is. Hierbij valt onder meer te denken aan de presentatie van Barneveld als vestigingsplaats voor (nieuwe) ondernemers of het ondersteunen van de internationale contacten van verschillende bedrijven in Barneveld. Niet in de laatste plaats heeft de gemeente ook baat bij een goede promotie voor de eigen inwoners. Daarom is het belangrijk om de promotie niet alléén te richten op het toerisme en de recreatie, maar een **breder focus** te hanteren; bijvoorbeeld de promotie van Barneveld in de wijde omgeving, zodat mensen vanuit de wijde omtrek naar Barneveld komen om te recreëren en/of te winkelen. Kortom: waarop en op wie is de promotie gericht? Wie willen we als Barneveld zijn?



B.1. De Unique Selling Point's (USP's): de specifieke (unieke) kenmerken van Barneveld

In de marketing en promotie – ook van de gemeente Barneveld – gaat het om die specifieke kenmerken van de gemeente Barneveld, waardoor verschillende doelgroepen worden aangesproken. Dit zijn de USP's (de Unique Selling Points) van de gemeente Barneveld. Overigens is het zo, dat er niet een éénduidige lijst met USP's is te presenteren. Dat hangt onder meer van de doelgroep af. Immers: een ondernemer zal vooral kijken naar bereikbaarheid en de aanwezigheid van snelwegen, terwijl een recreant op zoek is naar bos, heide, rust en ruimte.

In het onderstaande overzicht zijn verschillende invalshoeken op een rij gezet en daarbij de specifieke kenmerken van de gemeente Barneveld.

| Invalshoek | USP's |
|--------------------|--|
| Gemeente Barneveld | <ul style="list-style-type: none">▪ Goede bereikbaarheid vanuit alle delen van Nederland;▪ Ligging aan belangrijke verkeersaders als de A1 en de A30;▪ Sterke aanwezigheid van transport en logistiek;▪ Goede bereikbaarheid via het openbaar vervoer;▪ Ligging op het aantrekkelijke Veluwemassief en in de ruimtelijke Gelderse Vallei;▪ Betrouwbare partner;▪ Herkenbare, 'eigen' kernen;▪ Eigen identiteit; |

| | |
|--------------------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bekend van 'kip en ei' en 'Jan van Schaffelaar'; ▪ Onderdeel van de Food Valley; ▪ Een plezierig winkelcentrum zonder al teveel 'VerBlokkering'. |
| Rust, ruimte, recreëren | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ligging op het Veluwemassief en in de Gelderse Vallei; ▪ Natuurgebieden van de Veluwe en de Vallei; ▪ Bossen en heidevelden; ▪ Wandel- en fietspadennetwerk; ▪ Diverse wandel- en fietsroutes; ▪ Zeumeren; ▪ Uitvalsbasis naar toeristische attracties (Dolfinarium, Paleis 't Loo, De Hoge Veluwe, Amersfoort); ▪ Health- en Kurbelevens (wellnessactiviteiten). |
| Toerisme | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Het hele jaar door verschillende evenementen voor jong en oud; ▪ Diverse activiteiten; ▪ Actief programma voor toerist en (dag)recreant; ▪ Wandel- en fietspadennetwerk; ▪ Bundeling van krachten; ▪ Uitbreiding van activiteiten en evenementen. |
| Wonen | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aantrekkelijke woonwijken; ▪ Uitbreiding van woonwijken; ▪ Goede bereikbaarheid, ook met het openbaar vervoer; ▪ Veel voorzieningen. |
| Werken | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Centrale ligging in Nederland; ▪ Veel bedrijvigheid; ▪ Verschillende bedrijven met internationale werkterreinen; ▪ Goede bereikbaarheid per auto en openbaar vervoer; ▪ Nieuwe vestigingsmogelijkheden (uitbreiding bedrijventerreinen); ▪ Transport, logistiek, dienstverlening, éénmansbedrijven; ▪ Onderdeel van de Food Valley; ▪ Landbouw en pluimvee; ▪ Hoge arbeidsmoraal. |

De gemeente Barneveld wordt nog altijd vaak geassocieerd met de pluimveesector. Kippen en eieren zijn veelgehoorde begrippen als het om Barneveld gaat. Hoewel de band tussen de gemeente Barneveld en de pluimveesector niet moet worden verloochend, moeten we niet bevreesd zijn om de 'automatische' koppeling aan 'de kip en het ei' los te laten. Het zal in de promotie van Barneveld (vooral) moeten gaan over de centrale ligging, de bereikbaarheid, de overvloedige ruimte en de relatie met de Veluwe. Deze naam staat in Nederland algemeen goed aangeschreven en het is verstandig om de gemeente Barneveld aan dit kwaliteitsproduct te verbinden.

B.2. Relatie met het Toeristisch Recreatief Ontwikkelingsplan (TROP) Barneveld

In het bovenstaande is al even kort aangestipt, dat de promotie van de gemeente Barneveld niet puur tot het toerisme en de recreatie moet worden beperkt. Toch ontkomen we er niet aan, dat in de praktijk veel aandacht zal uitgaan naar de promotie van Barneveld als gemeente waar het als toerist en (dag)-

recreant goed toeven is. De ligging van Barneveld ten opzicht van de Veluwe, de aanwezige verblijfsvoorzieningen en de vele evenementen en activiteiten zijn daarbij belangrijke elementen. Daarom vertoont deze notitie over de promotie van Barneveld raakvlakken met het Toeristisch Recreatief Ontwikkelingsplan (TROP) Barneveld.

B.3. Doelgroepen

Een belangrijke vraag is: wie hebben we met het promotiebeleid van Barneveld op het oog? Met andere woorden: wie is/zijn onze doelgroepen? De eigen inwoners? Die kennen Barneveld toch al? Inderdaad. De inwoners zijn misschien niet de meest in het oog springende doelgroep, maar zij mogen zeker niet worden uitgesloten. Immers: de Barnevelders zijn misschien wel de beste ambassadeurs. Het promotiebeleid is ook gericht op (startende) ondernemers, het bedrijfsleven (in het bijzonder de sector Transport & Logistiek en Dienstverlening) en de toeristen en (dag)recreanten vanuit alle gebieden van Nederland. Juist vanwege de centrale ligging van Barneveld, als 'voortuin van de Veluwe', is het goed om één of meer dagen in deze regio door te brengen. Diezelfde ligging maakt het voor bedrijven erg interessant om zich hier te vestigen. Op een knooppunt van belangrijke verkeersaders (de A1 en de A30) en met een goed en nog beter wordend openbaar vervoer (Valleilijn, Transferium, etc.) is het een strategische plek in Nederland. Daarom wordt het bedrijfsleven ook actief (maar wel selectief) benaderd om zich in Barneveld te vestigen.

In het kader van de public affairs is het ook zinvol om het contact met andere overheden en instanties te intensiveren en te betrekken bij de promotie van Barneveld.

Niet in de laatste plaats wordt de gemeente Barneveld ook gepromoot in de omtrek. Inwoners van Ede en Amersfoort (bijvoorbeeld) worden gewezen op Barneveld als prettige winkelgemeente.

B.4. Promotieterreinen

Wie een promotiebeleid opstelt, zal zich de terechte vraag moeten stellen: 'Waarop is de promotie van de gemeente Barneveld gericht? Welke terreinen merken (iets) van dat promotiebeleid?' In het onderstaande schema staat dat aangegeven. Ook wordt een voorzet gegeven op mogelijk uit te voeren activiteiten om dit promotiedoel te halen.

| Thema | Middelen |
|-------|--|
| Wonen | <p>De inwoners van Barneveld worden nadrukkelijk betrokken bij de promotie van hun eigen gemeente.</p> <p><i>Concrete actiepunten zijn onder andere:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ De gemeente Barneveld onderzoekt de mogelijkheden om de vlag van de gemeente Barneveld te verkopen. ▪ De gemeente Barneveld onderzoekt de mogelijkheden om van de vlag een wimpeluitvoering te maken, die iedere dag aan de vlaggenmast kan worden bevestigd. ▪ Nieuwe inwoners krijgen een 'Ontdek Barneveld'-pakket, waarin zij op een actieve wijze kennismaken met hun nieuwe gemeente (rondleidingen, fietstocht, etc. etc.). ▪ Inwoners van de gemeente nemen kennis van het imago van Barneveld door middel van de uitgave van een eigen gemeentelijk magazine. ▪ Het imago van de gemeente Barneveld wordt – na vaststelling promotiebeeldmerk en slogan – op stickers geprint en uitgedeeld bij verschil- |

| | |
|-------------------------|--|
| | <p>lende gelegenheden.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Het imago van de gemeente Barneveld wordt bij binnenkomst van de gemeente visueel onder de aandacht gebracht. |
| <p>Werken</p> | <p>De ondernemers in de gemeente Barneveld dragen bij aan het imago van de gemeente Barneveld. De gemeente Barneveld kenmerkt zich door veel bedrijvheid. Verschillende bedrijventerreinen, uitbreiding van bedrijventerreinen en relatief veel bedrijven met internationale contacten. Dit segment moet dan ook beslist niet worden vergeten in de promotie van de gemeente.</p> <p><i>Concrete actiepunten zijn onder andere:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ De gemeente Barneveld gaat actief op zoek naar bedrijven en/of ondernemers, die zich als ambassadeur van de gemeente Barneveld willen inzetten. ▪ De gemeente Barneveld onderstreept de bedrijvigheid en speelt in op de internationale contacten, die verschillende ondernemers hebben. ▪ De gemeente Barneveld zet actief in op het werven van ondernemers om zich in Barneveld te vestigen. ▪ De gemeente Barneveld maakt daarvoor uitstekende informatiepakketten, die actief worden toegestuurd of worden uitgereikt tijdens beurzen en evenementen. ▪ De wethouder Economische Zaken nodigt actief ondernemers uit om kennis te maken met Barneveld. Daarvoor organiseert hij netwerkbijeenkomsten (toelichting, rondrit, etc. etc.). ▪ In het verlengde van de naamkeuze voor Harselaar-Centraal wordt Harselaar actief gepromoot als vestigingsplaats voor (nieuwe) bedrijven. ▪ Het ondernemersloket wordt uitgebreid en wervender gemaakt. ▪ Ondernemers in het centrum van Barneveld wordt gevraagd om actief mee te doen aan het promotiebeleid. Uitingen worden opgeleukt met het promotiebeeldmerk. ▪ Aan het begin van de winkelstraten komen vlaggen met het promotiebeeldmerk van Barneveld. |
| <p>Recreëren</p> | <p>De gemeente Barneveld herbergt – met name in de zomermaanden – veel toeristen. Maar ook dagjesmensen moeten kennismaken van het imago van de gemeente Barneveld.</p> <p><i>Concrete actiepunten zijn onder andere:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Alle toeristen in de gemeente Barneveld ontvangen (te verspreiden via de accommodatiesadressen) een boekje met toeristische informatie. ▪ Bij het bovenvermelde boekje hoort een overzichtkaart, waarop alle evenementen, attracties, etc. zijn samengebracht. Voor toeristen is het in één oogopslag duidelijk wat er allemaal in Barneveld (en directe omgeving) is te doen. Barneveld als centrale uitvalsbasis. ▪ In het boekje zit ook een aantal kortingscoupons. Zodoende kunnen zij ‘gestuurd’ worden om in verschillende kernen van de gemeente Barneveld te komen; niet alleen tijdens hun vakantie in de zomer, maar |

| | |
|-------------------------|--|
| | <p>ook om nog eens op een ander moment in het jaar terug te komen (bijvoorbeeld het Ballonfiësta of Candlelight).</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ De gemeente Barneveld zal nauwe contacten moeten leggen met de verblijfsaccommodaties en organisatoren van evenementen om de gegevens op één plek toegankelijk te maken. ▪ De gemeente Barneveld maakt één digitale plek op internet vrij om alle evenementen aan te kondigen en verzorgt ook een actieve publiciteit voor VBT en VVV. |
| <p>Omgeving</p> | <p>De gemeente Barneveld richt de promotie niet alleen op inwoners, toeristen en het bedrijfsleven, ook de omgeving mag weten wat Barneveld is en wat er allemaal is te doen.</p> <p><i>Concrete actiepunten zijn onder andere:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Het gemeentelijke magazine wordt actief in de omgeving verspreid (niet huis-aan-huis, maar wel gericht op sleuteladressen). ▪ In regionale dagbladen verschijnen advertenties (gebaseerd op het promotiebeeldmerk van Barneveld) om aan te kondigen als er een evenement op stapel staat, voorzien van het promotiepromotiebeeldmerk. ▪ Inwoners van omliggende gemeenten worden uitgenodigd om eens in Barneveld te kijken. Daarvoor als een marketingcampagne worden opgezet. ▪ Via reclames op bushokjes, etc. kan ook in de wijde omgeving reclame voor Barneveld worden gemaakt. |
| <p>Overheden</p> | <p>Ook andere overheden (gemeentebesturen, provinciebesturen, etc.) worden op de hoogte gesteld van het promotiebeleid van de gemeente. Daarom zal bijvoorbeeld het magazine ook actief aan deze gremia worden toegestuurd.</p> <p><i>Concrete actiepunten zijn onder andere:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ De gemeente Barneveld gaat bij grote(re) evenementen actief stakeholders/relaties uitnodigen om als VIP-gast aanwezig te zijn. ▪ De gemeente Barneveld informeert – bijvoorbeeld door het eigen gemeentelijke magazine – andere overheden over de gemeente Barneveld en waar wij mee bezig zijn. |

Hoofdstuk C

Het promotiebeleid in de praktijk

Hieronder wordt aan de hand van een aantal onderwerpen aangegeven hoe het promotiebeleid in de praktijk 'handen en voeten' kan krijgen.

C.1. Oprichting Regiegroep Promotie Barneveld

Er zijn verschillende gremia die zich op dit moment bezighouden met de 'promotie' van Barneveld – in het algemeen gaat het dan om het organiseren van evenementen, maar ook de Barneveldse Middenstandsvereniging (BMV) organiseert evenementen en activiteiten. Het is belangrijk om deze krachten te bundelen. Daarvoor zou de *Regiegroep Promotie Barneveld* kunnen worden opgericht. Deze groep coördineert alle activiteiten en promoot de gemeente Barneveld in de brede zin van het woord. In deze regiegroep hebben vertegenwoordigers uit de samenleving en de gemeente Barneveld zitting. Natuurlijk zal de regiegroep over middelen moeten beschikken om zaken te kunnen regelen. De gemeente Barneveld kan deze ontwikkeling steunen door het geven van een subsidie.



C.2. Promotiebeeldmerk en slogan

De promotie van Barneveld moet duidelijk, herkenbaar en eigentijds zijn. Het is belangrijk om hiervoor een nieuw promotiebeeldmerk en een bijpassende slogan te ontwikkelen. Daarvoor schakelt Barneveld externe hulp in: reclamebureaus en/of vormgevers wordt gevraagd om voorstellen te doen. Een jury maakt de uiteindelijke keuze voor het winnende promotiebeeldmerk en slogan. Het promotiebeeldmerk en de slogan dragen bij aan de promotie van de gemeente Barneveld als *place to be* – voor ondernemers, inwoners en toeristen.

Een mogelijke slogan zou kunnen zijn: **Beleef 't in Barneveld!** Deze slogan is voor allerlei doelgroepen te gebruiken: inwoners, toeristen, ondernemers, etc. Met een bijpassend promotiebeeldmerk is dit logo een goed uitgangspunt voor de promotie van Barneveld. Zie het voorbeeld van de VVV's in Nederland, die de toevoeging hebben gekregen: 'Lekker weg in eigen land'.

Een andere mogelijkheid is om de naam Barneveld te verbinden aan allerlei werkwoorden – in de actieve vorm gezet – die de breedte van Barneveld aangeven. Voorbeelden zijn:

- Barneveld | **Werkt**
- Barneveld | **Onderneemt**
- Barneveld | **Winkelt**
- Barneveld | **Feest**
- Barneveld | **Geniet**
- Barneveld | **Eet**

- Barneveld | **Onderwijst**
- Barneveld | **Bestuurt**
- Barneveld | **Inviteert**
- Barneveld | **Zorgt**
- Barneveld | **Ontmoet**
- Barneveld | **Gelooft**
- Barneveld | **Verwelkomt**
- Barneveld | **Groeit**
- Barneveld | **Sport**
- Barneveld | **...**

De verschillende keuzen kunnen dezelfde uitstraling hebben, maar zich toch door middel van kleuren onderscheiden. De stad Enschede heeft dat bijvoorbeeld ook gedaan. Eén uniforme uitstraling, maar toch door middel van kleurstellingen onderscheiden. Dit in combinatie met een herkenbaar promotiebeeldmerk, zal het voor jaren een duidelijk onderdeel van de promotie van Barneveld zijn.

Een andere mogelijkheid is om de term Barneveld te verbinden aan de Veluwe. Dat zou als volgt kunnen: *Barneveld – Veluwe & Vallei*. Hierin komt met name de ligging van de gemeente Barneveld goed tot uiting en wordt het sterke en betrouwbare merk 'Veluwe' aan de naam 'Barneveld' gekoppeld.

C.3. Advertenties

De gemeente Barneveld maakt actief gebruik van de mogelijkheid om advertenties te plaatsen in vak-tijdschriften, zoals bijvoorbeeld 'Bedrijventerreinen'. In de advertenties wordt de gemeente Barneveld – in dit geval de bedrijventerreinen – gepromoot. Daarbij wordt ook het promotiebeeldmerk gebruikt.

In het verlengde hiervan kan de gemeente worden gepromoot door middel van banners. Ook kan aan het winkelhart van Barneveld door middel van advertenties in Ede Stad en De Stad Amersfoort bekendheid worden gegeven.

Deze advertenties worden ondersteund door een informatiepakket, dat actief wordt toegestuurd.

C.4. Evenementen

In de gemeente Barneveld wordt – gedurende het hele jaar – een veelheid aan evenementen georganiseerd. In de meeste gevallen worden deze evenementen door anderen dan de gemeente georganiseerd. Het is wél van belang, dat ook de evenementen het nieuwe promotiebeeldmerk dragen en bijdragen aan de promotie van de gemeente Barneveld. Dit is iets, dat de voorgestelde regiegroep ook moet bewaken. In hetzelfde verband is het van groot belang, dat de evenementen makkelijk te vinden zijn. Daarom zal bijvoorbeeld de (nieuwe) internetsite van de gemeente Barneveld in één oogopslag vermelden welke activiteiten in de komende periode op de agenda staan.

Het is ook belangrijk, dat evenementen elkaar niet 'in de wielen' rijden. Daarom zal de regiegroep ook moeten kijken naar de spreiding van evenementen.

Tenslotte, maar niet minder belangrijk, is het zoeken naar passende evenementen, die in de gemeente Barneveld ontbreken en een aanvulling op het aanbod zijn. In het bijzonder is het qua promotie van Barneveld van belang te zoeken naar een evenement, dat nationale (en eventueel internationale) allu-

re heeft. Bij alle ontwikkelingen en/of toevoegingen op het gebied van evenementen geldt, dat terdege rekening wordt gehouden met de identiteit van Barneveld.

C.5. Beurzen

De gemeente Barneveld ondersteunt de promotie ook tijdens beurzen en evenementen. De Vakantiebeurs in Utrecht is daarvan een goed voorbeeld. Hiervoor moet voldoende materiaal voorhanden zijn. Ook branchegerichte beurzen kunnen nadrukkelijker worden bezocht, waardoor de promotie van Barneveld als vestigingsplaats toeneemt.

C.6. Uitvoeringsplan

De promotie van de gemeente Barneveld kan niet zonder goed promotiemateriaal. Hieronder wordt in kort bestek een aantal voorbeelden van promotiemateriaal opgesomd:

| Promotiemiddel | Toelichting |
|---|--|
| 1. Algemene brochure over Barneveld | Het is belangrijk, dat een algemene brochure over Barneveld verschijnt. In deze brochure wordt vooral de breedte van de gemeente Barneveld beschreven en getoond: goed bereikbaar, ondernemend, toeristisch, actief. De brochure kan op verschillende plekken worden verspreid, zoals op campings, de informatiepakketjes van de gemeente voor nieuwe inwoners, ondernemers, etc. Ook wordt de brochure tijdens (beurs)presentaties uitgedeeld. Van deze brochure wordt ook een Engelstalige versie gemaakt. |
| 2. Informatiepakket voor (startende) ondernemers | De promotie van de gemeente Barneveld als vestigingsplaats voor (startende) ondernemers kan goed gebeuren door de ontwikkeling van een informatiepakket. Hierin komt een brief van de wethouder EZ, informatie over de bedrijventerreinen en de verschillende ondernemersverenigingen, kaartmateriaal, informatiegids, etc. etc. In dit kader wordt Barneveld gepromoot als ondernemende gemeente met een internationaal karakter (bijvoorbeeld ' Made in Barneveld '). |
| 3. Toeristische kaart van Barneveld | De gemeente Barneveld realiseert een nieuwe toeristische kaart van Barneveld. Op deze kaart komen alle toeristische bezienswaardigheden, activiteiten, evenementen en locaties te staan. De locaties zijn door middel van icoontjes in een handig overzicht terug te vinden. Mogelijke onderwerpen die op deze kaart komen te staan, zijn: rijk- en gemeentelijke monumenten, archeologische vindplaatsen, bezienswaardigheden, campings, vakantieparken, hotels, fiets- en wandelpaden, natuurpaden, galleries, musea, horecavoorzieningen, terugkerende evenementen, etc. etc. Bij deze kaart verschijnt dus een handig boekje, waarin alle informatie – per rubriek gesorteerd – is opgenomen. De kaart wordt zo mogelijk ook interactief gemaakt, waardoor mensen 'van buiten Barneveld' ook via de computer kunnen bekijken wat er allemaal in Barneveld is te doen. |
| 4. Internetsite | Het is belangrijk, dat alle promotionele informatie over Barneveld via de gemeentelijke website ontsluitbaar is. Hiervoor wordt de gemeentelijke site mede ingezet. |

| | |
|--|---|
| 5. Vlag en wimpel | <p>De gemeente Barneveld kan worden gepromoot door de verkoop van vlaggen en wimpels. De vlag kan bijvoorbeeld ook worden verstrekt aan bedrijven, die zich in Barneveld vestigen. Aan hen wordt gevraagd om de vlag buiten te laten wapperen.</p> <p>De wimpel is bij uitstek geschikt om gedurende het jaar (ook bij het gemeentehuis en de werf) uit te hangen. Inwoners kunnen ook een wimpel krijgen en wellicht kan zo'n wimpel standaard in het welkomstpakket worden gestopt.</p> |
| 6. Entree Barneveld | <p>Bij de entree van Barneveld (bijvoorbeeld bij de Thorbeckelaan of de Lunsterseweg) moet nadrukkelijker aandacht worden besteed aan een welkomgevoel. Het simpele groen-oranje bord met de tekst 'Eigentijds Veluws' is te mager. Hier moet een mooi groot bord komen, waaruit blijkt, dat het plezierig is om Barneveld binnen te rijden. Hier ook een vlag, een bak met bloemen, etc. Zie de welkomsportalen in dorpjes in Duitsland en Oostenrijk.</p> |
| 7. Winkelstraten | <p>De entree van de winkelstraten moet een 'welkom-gevoel' krijgen. Mensen moeten het prettig vinden om de winkelstraten te betreden. Vlaggen kunnen daaraan bijdragen.</p> <p>De entree vanaf het station wordt al opgeleukt door een stedenbouwkundige. Hier moet ook een prettig gevoel ontstaan.</p> |
| 8. Ontdek Barneveld-pakket | <p>Voor (nieuwe) inwoners wordt een 'Ontdek Barneveld'-pakket samengesteld.</p> |
| 9. Promotiemateriaal | <p>Om het promotiebeeldmerk en de slogan van de promotie van Barneveld goed te ondersteunen, zal er ook voldoende promotiemateriaal moeten worden gemaakt. Het promotiebeeldmerk en de slogan moeten ook beschikbaar worden gesteld aan samenwerkende partijen, zodat de eenduidigheid nadrukkelijk wordt gediend.</p> <p>Aan het promotiemateriaal moet ook een tweetalige film worden toegevoegd, die in kort bestek laat zien wat Barneveld is en biedt.</p> |
| 10. Netwerkbijeenkomsten voor het bedrijfsleven | <p>De wethouder EZ organiseert zogenoemde netwerkbijeenkomsten, waar hij 'tekst en uitleg' geeft over ondernemend Barneveld, de mogelijkheden voor vestiging laat zien. Dit wordt ondersteund door een marketingcampagne en een informatiepakket, samen met de BIK.</p> |
| 11. Advertentie/Reclameuitingen in omliggende gemeenten | <p>In omliggende gemeenten kan ook reclame worden gemaakt voor de gemeente Barneveld. Zo kunnen er advertenties worden geplaatst en kan er worden meegedaan aan reclameborden op lantaarnpalen, etc.</p> |
| 12. Media | <p>Ook in de media – méér dan de lokale en regionale media – kan aandacht worden gevraagd voor wat Barneveld is en wat hier te doen is. Te denken valt aan actieve benadering van bladen in de</p> |

| | |
|--|---|
| | <p>branche van vrije tijd en toerisme (Reizen, Kampioen, Op Pad, Kampeer & Caravan Kampioen, etc. etc.). Door met evenementen en activiteiten op de agenda te komen, wordt een groot lezerspubliek hierover ingelicht.</p> |
| <p>13. Beurzen</p> | <p>De gemeente Barneveld zou ook op toeristische beurzen moeten staan met een eigen stand. Hier kan de breedte van Barneveld – als voortuin van de Veluwe – worden belicht.</p> |
| <p>14. Eigen 'magazine' van de gemeente Barneveld</p> | <p>De gemeente Barneveld onderzoekt de mogelijkheden voor het uitgeven van een eigen magazine. Daarin kunnen ook het imago, de promotie, de evenementen aan bod komen.</p> |
| <p>15. Evenementen</p> | <p>De gemeente Barneveld kent – ook verspreid over de gemeente – verschillende evenementen. Het zou goed zijn om aan deze evenementenkalender nog één evenement toe te voegen, waardoor de gemeente landelijke bekendheid krijgt. Hierbij moet wel terdege rekening worden gehouden met de herkenbare identiteit van de gemeente Barneveld.</p> |

Hoofdstuk D

Hoe pakken we het promotiebeleid verder op?

De promotiebeleid van de gemeente Barneveld is vooral een zaak van doen! De handen uit de mouwen en aan het werk. In het onderstaande staat aangegeven welke acties nu moeten worden uitgevoerd om concreet werk te maken van het promotiebeleid van de gemeente Barneveld.

1. Keuze voor de oprichting van een Regiegroep Promotie Barneveld

Het college van burgemeester en wethouders zal zich moeten uitspreken over de wenselijkheid om in Barneveld een Regiegroep Promotie Barneveld op te richten, alsmede over de samenstelling. Mogelijk voorstel:

- Wethouder G.J. van den Hengel (voorzitter)
- Beleidsmedewerker EZ + Communicatieadviseur
- Vertegenwoordiger van het bedrijfsleven
- Vertegenwoordiger van de winkeliers
- Vertegenwoordiger van de VVV/VBT
- Vertegenwoordiger van de makelaars

2. Ontwikkeling van het promotiebeeldmerk en de slogan

De gemeente Barneveld benadert drie reclamebureaus om een promotiebeeldmerk te ontwikkelen. Hiervoor is het belangrijk, dat wordt aangegeven waaraan het promotiebeeldmerk en de slogan moeten voldoen. Dit wordt door de gemeente voorbereid.

3. Opstellen van een uitvoeringsprogramma

Na het akkoord over deze notitie is het verstandig om een uitvoeringsprogramma op te stellen. Aan de hand van dit actieprogramma kunnen zaken worden gerealiseerd. Een groot aantal activiteiten uit dit uitvoeringsprogramma staat al in deze notitie.

4. Reserveren budget

Voor de uitvoering van de Notitie Promotiebeleid Barneveld zijn in de begroting 2008 de benodigde middelen structureel opgenomen (€ 20.000,-).

Hoofdstuk E

Kaders voor het promotiebeleid van de gemeente Barneveld

In het verlengde van deze Notitie Promotiebeleid Barneveld wordt voorgesteld om de volgende kaders voor het promotiebeleid van de gemeente Barneveld te benoemen:

1. De gemeente Barneveld vindt het **belangrijk**, dat de promotie van de gemeente – in de meest brede zin van het woord – gestalte moet krijgen. De gemeente Barneveld heeft vanwege de ligging, de bereikbaarheid, de ruimte en het landschap aan diverse doelgroepen véél te bieden.
2. De promotie van de gemeente Barneveld beweegt zich in hoofdzaak op drie terreinen: **wonen, werken (ondernemen) en recreëren**.
3. De promotie van de gemeente Barneveld draagt in ieder geval bij aan:
 - de versterking van het (nader te bepalen) **imago** van de gemeente Barneveld;
 - de bekendheid van Barneveld als **strategische vestigingsplaats**;
 - een versterking van de **economie** van de gemeente Barneveld;
 - een uitbreiding van de economische **activiteiten**;
 - de bekendheid van Barneveld als **toeristische gemeente**;
 - een **stimulans** van het toerisme en de recreatie in de gemeente Barneveld;
 - de bekendheid (en uitbreiding) van de in Barneveld georganiseerde **evenementen en activiteiten**, waarbij terdege rekening wordt gehouden met de in Barneveld levende opvattingen ten aanzien van de zondagsrust;
 - de bekendheid van Barneveld als gevarieerd **shoppingcentrum**;
4. De promotie van de gemeente Barneveld is geen zaak van de gemeente alléén. Daarvoor wordt de **samenwerking** met andere partijen gezocht.