

Centrum Hilversum



Aan: leden van de gemeenteraad van de gemeente Hilversum

Betreft: Reactie Oprichting citymarketingorganisatie

Van: Stichting Centrum Hilversum

Datum: 21 november 2017

Geachte leden van de raad,

De afgelopen maanden hebben wij intensief met de gemeente en tal van partners in de stad samengewerkt aan het verhaal over de citymarketing dat voor u ligt ter besluitvorming. Dat klinkt finaal, maar is eigenlijk pas het begin en een vervolgstap in het proces dat we een kleine twee jaar geleden zijn gestart.

Als stad met een uniek profiel hebben we het de afgelopen jaren moeilijk gehad. Een profiel moet je laden, in al je genen. Voor een stad betekent dat bij zoveel mogelijk bewoners, bedrijven en bezoekers dit profiel zichtbaar en beleefbaar te maken.

Er is in de stad gestart met het verbinden en organiseren van sectoren en gebieden.

Onder andere via stichting Stadsfonds Hilversum, Cultuurnetwerk Hilversum, ondernemersvereniging De Gijsbrecht, stichting Centrum Hilversum, Werf 035, het Mediapark, Stichting Uitgaan Hilversum en allerlei maatschappelijke organisaties. Dit netwerken is nooit af, maar een hele goede basis ligt er. Gebieden en organisaties zijn steeds beter in staat hun bewoners, klanten, bezoekers en stakeholders te bereiken en mee te nemen in de "Verhalenfabriek van Nederland". Dit is voor inwoners, bedrijven en bezoekers van belang om met elkaar een beter (economisch) klimaat te realiseren en een fijne stad om te wonen, te werken en te verblijven.

De basis is er dus. Wat nu nog ontbreekt is een centrale regie, eigenaarschap en afstemming.

Deze centrale regie dient in onze ogen publiek privaat georganiseerd te worden. Deze kan niet alleen bij de gemeente liggen, deze dient echt van de stad te zijn. Maar deze regie kan ook zeker niet zonder gemeente als belangrijkste partner.

De afgelopen maanden is er veel onderzoek gedaan naar draagvlak en organisatie voor- en nadelen. Voor u ligt nu een verhaal dat past bij Hilversum. Een aantal zaken willen we graag vanuit het centrum benadrukken:

- Het creëren, laden en beheren van een merk kan niet zonder centrale regie en aansturing. Iemand zal de paraplu vast moeten houden en moeten werken aan verbindingen in de stad en in de regio.
- Citymarketing zou er wat ons betreft vooral voor moeten zorgen dat er sympathie is bij onze inwoners en bezoekers, dat onze inwoners weer ambassadeurs worden van de stad en zich herkennen in de stad waar zij wonen.
- Kies en wordt gekozen zal u als raadsleden niet vreemd in de oren klinken. Bewoners, bezoekers en organisaties moeten weten waarvoor Hilversum staat en waarvoor ook niet. De citymarketing dient hierin een hele belangrijke rol spelen.

Centrum Hilversum



- Belangrijk onderdeel van sympathie en ambassadeurs is de openheid en gastvrijheid van de stad. Communicatie is hierin een sleutelrol.
- Citymarketing is in onze ogen ook productontwikkeling. Een citymarketingorganisatie weet als geen andere organisatie wat de gebruikers van het woonaanbod (inwoners), werkaanbod (werknemers, werkgevers, onderwijs) en verblijfsaanbod (cultuur, winkelen, recreëren en verblijven) vinden en hoe dit verbeterd dient te worden. Monitoring is daarom een niet te onderschatten onderdeel van de citymarketing.
- Continuïteit is belangrijk. Nu een besluit nemen voor een jaar en daarna stoppen is zonde van het geld. Wij pleitten voor een langere termijn continuïteit van minimaal vijf jaar. Zodat de organisatie kan groeien in haar bereik, slagkracht en draagvlak. Pas dan zullen private investeringen substantieel los komen.
- Voor ons heeft een citymarketingorganisatie meerwaarde als het bereik (online en offline) en het draagvlak groot is. Wij schatten in dat het draagvlak er bij de stakeholders in de stad absoluut is. Het bereik en de slagkracht van de organisatie moet nog blijken, maar met het voorliggende plan hebben we hierin het volste vertrouwen.
- Als centrum zijn wij voornemens (een deel van) onze marketingactiviteiten te beleggen bij de citymarketingorganisatie en hierover met de organisatie in oprichting nadere afspraken te maken.
- Als centrum hebben we meegewerkt aan de totstandkoming van het nieuwe stadsmerk Live Hilversum. Wij gebruiken dit merk momenteel in onze communicatie en uitingen en zullen dit verder uitgaan bouwen in 2018.
- Voor het centrum is bundeling van communicatie rondom activiteiten onder dezelfde paraplu van groot belang voor afstemming en zichtbaarheid.
- Cultuur vraagt om een Cultuurladder met aanbod, horeca werkt aan een agenda voor (horeca)evenementen en retail wil graag ook haar activiteiten gebundeld organiseren en communiceren. De citymarketingorganisatie kan hierin een mooie rol spelen voor communicatie van evenementen via Live Hilversum en een Uit agenda en het opnieuw organiseren van een Uitpunt.
- Uiteraard draagt een groei in aantal bezoekers voor het centrum bij aan onze doelstellingen, maar verwacht niet dat met citymarketing in 2018 bezoekersaantallen substantieel zullen stijgen. Het is versterkend en ondersteunend en stelt ons in staat het verhaal van Hilversum uit te dragen. Productontwikkeling, zeker voor het centrum, blijft van groot belang.

Wij zijn na een kleine twee jaar hard werken, blij met het voorstel dat er nu ligt en hopen op een positieve besluitvorming zodat we de ingeslagen weg verder kunnen vervolgen.

Hartelijke groet,

Jacco van de Ruit
Stichting Centrum Hilversum