

Terugkoppeling bijeenkomst over Strategie toeristische marketing

Samenvatting van belangrijkste opmerkingen

Datum: 30 september 2015

Aanwezig: ca. 20 geïnterviewde toeristisch betrokkenen

Algemeen

De aanwezigen herkennen zich in de weergave van de gesprekken en zijn het eens met de voorgestelde koers. Men is positief over het plan én enthousiast over de filmpjes.

Onderzoek

Men geeft aan onderzoek belangrijk te vinden. Gegevens over verblijfsrecreanten kunnen eventueel worden nagegaan via de toeristische verblijfsaccomodaties. Onderzoek naar de meest kansrijke doelgroepen is gewenst.

Identiteit: wie zijn we en willen we zijn

Men stelt de vraag of de identiteit van Medemblik nu helder is. Wat is de identiteit van Medemblik? Hoe past die binnen de thema's "historie" en "ruimte"? Wat vinden de toeristisch betrokkenen zelf van de identiteit?

Toelichting: De strategie geeft op hoofdlijnen het gewenste beeld (imago), maar dat zegt nog niks over de identiteit (wie je zelf bent en wilt zijn). Dat is een van de belangrijkste onderwerpen waarmee straks aan de slag wordt gegaan door en met de toeristische ondernemers in de kennisbijeenkomsten.

Het woord "watersport"

In het plan staat het voorstel de wedstrijdzeilsport los te koppelen van **de watersport**. Hiermee wordt **waterrecreatie/waterrecreant** bedoeld. In het plan is dit inmiddels aangepast.

De route

Toelichting: De projectperiode beslaat de periode 2015- 2020. Het college heeft de voorkeur uitgesproken voor route 3. Daarnaast is binnen de projectperiode gekozen voor een pilot- jaar en daarvoor zijn de benodigde middelen beschikbaar gesteld. Dit om zo snel mogelijk te kunnen starten. Het voornemen is het benodigde budget voor route 3 beschikbaar te stellen voor de daaropvolgende jaren.

Reactie aanwezigen

De voorkeur gaat duidelijk uit naar de marathonroute en dan voor de termijn van tenminste 4 jaar. Men vindt het noodzakelijk daarvoor middelen beschikbaar te stellen.

Aanjager:

Toelichting: het is belangrijk dat de aanjager onafhankelijk is en zelf geen belangen in het toeristische speelveld heeft. Het is de intentie dat de aanjager zorgt voor een lokale verankering/ opvolging.

Reactie aanwezigen:

Het is belangrijk dat de aanjager ingewerkt is en - toeristisch - Medemblik kent. Bij voorkeur geen bureau.

Tip

De aanwezigen geven een tip: Laat de toerist centraal staan in de marketing en nut de naam Medemblik uit. De toerist komt vooral voor de kern Medemblik.

N.B. Hierbij moet wel opgemerkt worden dat er weinig mensen uit landelijk Medemblik aanwezig waren.

Ambassadeurs.

Het is belangrijk dat de eigen inwoners trots zijn op hun gemeente en dit willen uitdragen.
De filmpjes/verhalen kunnen hierbij een goed hulpmiddel zijn.

Planning:

15 oktober behandeling in de commissie

12 november raadsbesluit