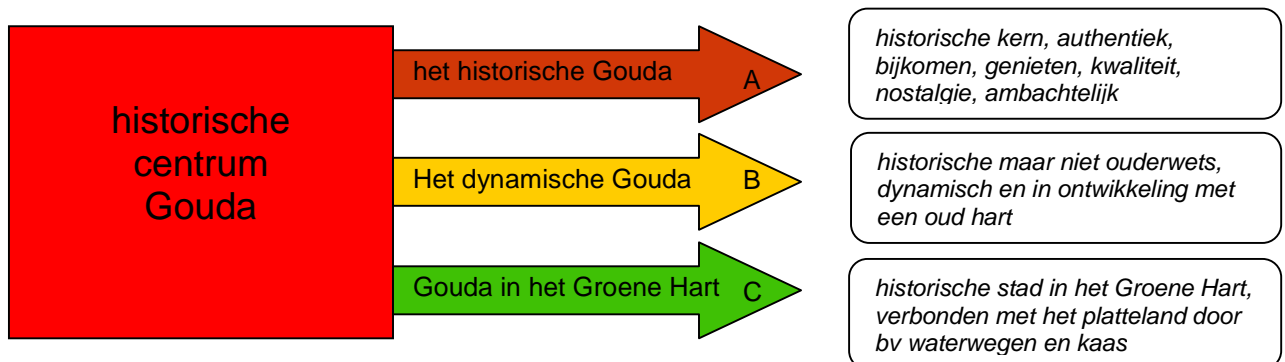


Bijlage bij de regeling ‘sterevenementen’: samenvatting van de strategische doelstellingen stadsmarketing.

In de Visie Stadsmarketing van Gouda, welke in juli 2007 is vastgesteld door de gemeenteraad, wordt de strategie en aanpak beschreven voor stadsmarketing in Gouda.

In de visie is onder andere het gewenste imago van Gouda vastgesteld. Het historische centrum is de kernkwaliteit. Dat is het ankerpunt om Gouda te vermarkten. De huidige bewoners, bedrijven en bezoekers zijn de hoogste prioriteit qua doelgroepen in de visie. Dit is uitgewerkt in 3 proposities met 1 startpunt;



A Gouda, historische stad waar de tijd soms stilstaat

“Soms” (waar de tijd soms stil staat) benadrukt het gevoel dat inspeelt op de behoefte om te ontspannen, op adem te komen en energie op te doen als reactie op het drukke levensritme. Gouda biedt met haar charme, het aantrekkelijke culturaanbod en de variëteit in horeca de mogelijkheid te ontsnappen aan de waan van de dag en aan de kant van het water op adem te komen.

Doelgroep: bezoekers; primaire doelgroep: vitale 45+-ers

Kernwaarden: cultuur, charme, reflectie, water, vredig

Dragers: stadhuis, kaas, Sint Janskerk en de Goudse glazen, Museum GoudA, evenementen, fluisterboten in de gracht, destinatie horeca, ambachten

Voorbeeld: evenementen die de cultuurhistorie en het erfgoed van Gouda benutten bij hun opzet en uitvoering zoals Gouda bij Kaarslicht en Kunstlicht

B Gouda, historische stad volop in de 21e eeuw

Gouda staat niet stil en ontwikkelt zich voortdurend. De centrale ligging is een sterk uitgangspunt dat uitgebreid wordt met het groeiende en vernieuwende karakter. Het groeiende en vernieuwende is sprekend voor de komende jaren met projecten als Spoorzone, Goudse Poort en Westergouwe. Zoals de binnenstad niet een openluchtmuseum mag zijn, zo moet de rest van de stad een moderne stad zijn die met haar tijd meegaat.

Doelgroep: bedrijven; primaire doelgroep zijn de clusters kantoorhoudende diensten, vrijetijdsbesteding en zorg en welzijn (bron: economische visie)

Bewoners; primaire doelgroep zijn mensen met een (boven)modaal inkomen

Kernwaarden: centrale ligging, groeiend, vernieuwend

Dragers: Spoorzone, Hamstergat, Westergouwe, Huis van de stad, Goudse Poort

Voorbeeld: evenementen die moderne aspecten van Gouda en nieuwe ontwikkelingen profileren



C Gouda, historische stad in het hart van het Groene Hart

Het Groene Hart is een begrip en het behoud ervan leeft in het algemeen onder politiek, ondernemers en bewoners. We moeten nadrukkelijk uitdragen dat Gouda dé plaats is waar vandaan je het Groene Hart beleeft en het Groene Hart zo meer naar ons toetrekken.

Doelgroep: bewoners; primaire doelgroep: jonge gezinnen

Bezoekers; primaire doelgroep zijn actieve stedelingen, natuurliefhebbers, waterrecreanten en sportievelingen

Kernwaarden: groen, water, natuur, rust, ruimte

Dragers: Reeuwijkse Plassen, Krimpenerwaard, Groene Hart

Voorbeeld: evenementen die een link tussen Gouda en haar buitengebied leggen of evenementen zoals de Kaas- en Ambachtenmarkt.

