

Toelichting

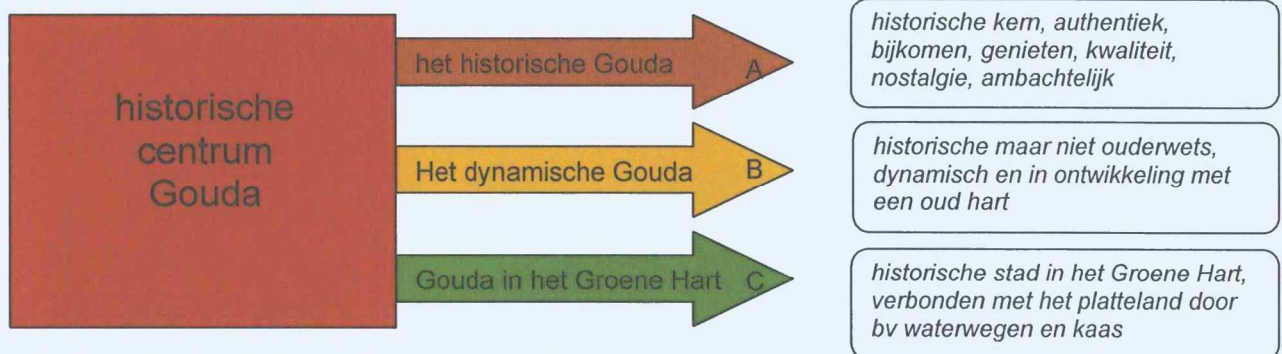
Evenementen dragen bij aan de sociale cohesie, levendigheid in de stad en zijn vanuit economisch perspectief aantrekkelijk. Met passende evenementen kan bovendien concreet invulling worden gegeven aan de gewenste positionering van Gouda, zoals vastgesteld in het Stadsmarketingplan 2010-2011. Deze evenementen worden sterevenementen genoemd en willen we graag gebruiken om het imago van Gouda mee te ondersteunen en in te vullen. Daarom kunnen deze evenementen gebruik maken van de subsidieregeling "sterevenementen".

Belangrijke doelstelling voor Goudse sterevenementen is het versterken van de positionering van Gouda door vernieuwing te stimuleren van bestaande evenementen. Insteek hierbij is dat we gebruik maken van de oude waarden van Gouda, maar hieraan wel een vernieuwende draai geven. De evenementen moeten zich blijven vernieuwen om nieuwswaarde te houden en om als evenement te blijven voortbestaan. De kern van het evenement kan hetzelfde blijven, maar door nieuwe aanvullingen of thematisering kan het verder ontwikkelen. Groei van bezoekers is niet altijd het doel, in ieder geval wel behoud van bezoekers en verhoging van kwaliteit, uitstraling en nieuwswaarde.

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 cultuuraanbod 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, vrede

Dragers: stadhuis, kaas, Sint Janskerk en de Goudse glazen, Museum GoudA, evenementen, fluisterboten in de gracht, bestemming 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.

Vernieuwing bestaande evenementen

De uitdaging voor de Goudse evenementen is om opvallender en meer onderscheidend te zijn. Dit kan op de volgende manieren:

- Door samen te werken, goed af te stemmen én samen promotie te bedrijven met andere evenementen en activiteiten die:
 - in dezelfde periode plaats vinden. Vormen van programma's (bijvoorbeeld een winterprogramma) of
 - eenzelfde thema hebben, bijvoorbeeld alles wat met kaas en streekproducten heeft te maken
- Door aan het evenement ieder jaar minimaal één nieuwigheid, met nieuwswaarde, toe te voegen.
Bijvoorbeeld:
 - Aanwezigheid bekend persoon
 - Aantal onderdelen laten toenemen, langer programma
 - In te spelen op een actueel thema of trend
 - Speciale, eenmalige, activiteit. Met lokale ondernemers en organisaties kunnen bijzondere arrangementen worden ontwikkeld.

NB. "Nieuw" is relatief: bepaalde succesvolle acties kunnen na enkele jaren best wel weer van stal worden gehaald, en eventueel op een ander moment/gelegenheid worden ingezet.

- Door tijdloze zaken eigentijds te presenteren en gebruik te maken van hedendaagse technieken. Denk hierbij bijvoorbeeld aan chocolade ateliers, stroopwafels op de lopende band enzovoort. Maar ook een streekmarkt op eigentijdse wijze vorm geven, zoals Rotterdamse Oogst.
- Door aan te sluiten bij hedendaagse thema's en programma's:
 - Serious Request krijgt lokale vertaling: GoudaGeeft!
 - The Passion wordt Goudse Hartstocht. Ergens voor staan en tolerantie staan hierbij centraal.
- Door digitale media nog meer in te zetten.
 - Social media: zet het enthousiasme van inwoners, organisatoren en bedrijven in.
 - Bouw digitale adresbestanden op van geïnteresseerden en houd hen regelmatig op de hoogte middels nieuwsbrieven en tweets.
 - Online video is naast mobiel een van de belangrijkste digitale trends. Bewegend beeld is het krachtigste communicatie middel. Youtube, maar ook (lokale) nieuwssites bieden hiervoor een podium.
 - Denk aan digitale infoverstreking en entertainment bijvoorbeeld via apps, mobiele sites, audiotours, tweets etc.