



Bijlage

Behorende : Z-15-05893/Collegeadvies Dorpsmarketing Oegstgeest
bij:
Onderwerp : Samenvatting Plan van Aanpak Dorpsmarketing

Hierbij treft u het Plan van Aanpak Dorpsmarketing deel 2 dat Dorpslab op verzoek van het college heeft opgesteld. Vanwege de omvang van het document treft hierbij een korte samenvatting aan.

De gemeente heeft Dorpslab, als trekker van dorpsmarketing in Oegstgeest, verzocht om een plan van aanpak op te stellen voor Dorpsmarketing Oegstgeest. Het plan van aanpak voldoet aan de gestelde opdracht. De algemene doelstelling van de Dorpsmarketing is de aantrekkingskracht van Oegstgeest in de breedste zin van het woord te vergroten en daarmee haar sociaal economisch functioneren te versterken. Voorop gesteld moet worden dat eerst een organisatie opgezet moet worden die de

Missie

Dorpsmarketing Oegstgeest is het geheel om de aantrekkelijkheid van Oegstgeest te verkopen en haar imago te verbeteren, met als doel grotere economische en sociaal-culturele activiteiten te creëren. Dit alles passend in de marketing van de regio om het gebruik van regionale producten, bedrijventerreinen, stadscentra, woongebieden, toeristische gebieden, enzovoort, te vergroten. Met het doel om het beste in de eigen gemeenschap naar boven te halen en de dorpscultuur van Oegstgeest te versterken.

Doelstellingen

Vooropgesteld wordt dat eerst een organisatie opgezet dient te worden die het plan van een concretere vorm moet gaan voorzien waarin de doelstellingen en resultaten SMART gedefinieerd zullen worden.

De doelen van Dorpsmarketing Oegstgeest, die nu zijn gesteld in samenspraak met de stakeholders, zijn:

- Oegstgeest zo goed mogelijk te profileren
- De aantrekkelijkheid van Oegstgeest te vergroten
- He imago, waar nodig, verbeteren en uitbouwen
- De activiteiten versterken, gericht op de doelgroepen van het gebied
- Economische ontwikkeling stimuleren
- Partijen ondersteunen die zich direct en indirect met Dorpsmarketing bezighouden

Doelgroepen

De beoogde marketingorganisatie is primair gericht op haar doel en beoogde doelgroepen. Primaire doelgroepen zijn de drie B's;

- Bezoekers
- Bedrijven
- Bewoners

Het verhaal van de marketing is ook naar “buiten” gericht, op mensen en organisaties die nog geen directe binding met Oegstgeest hebben en hen te verleiden om hier te komen. Tijdelijk bezoek in de vorm van winkelen of ontspanning of om te wonen of (bedrijfs-)activiteiten te vestigen.

Uitwerking

Het college heeft in juli 2015 gekozen voor een uitwerking van het plan van aanpak waarbij een stichting Oegstgeest Marketing opgericht wordt die gebruik maakt van kennis en kunde van de bestaande en bewezen marketingorganisaties in de regio. Deze uitwerking had tevens tijdens het symposium de voorkeur van alle belangrijke stakeholders.

De stichting werft na haar oprichting een marketeer die de opdracht krijgt om de missie, visie en doelstellingen van Oegstgeest Marketing nader vorm te geven en uit te voeren.

Financiën

In het plan van aanpak is een meerjarige begroting opgenomen voor de exploitatiekosten van de stichting en het uitvoeren van dorpsmarketing. Gevraagd wordt om de opbrengsten voor de toeristenbelasting aan te wenden voor dorpsmarketing.

Integrale afweging

In het B&W advies wordt ingegaan op de kosten voor dorpsmarketing en de integrale afweging voor de structurele bijdrage bij de Perspectiefnota.