

Naam voorstel**E1 Sterk Merk Nijkerk****Naam trekker(s)**

Han Verhoog

Contactpersoon vanuit gemeente: Thea Kraaij

Heeft verbinding met:

(andere dialoogvoorstel(len) of bestaande activiteiten/voorzieningen noemen)

Informatiepunt voor toerisme en inwoners / Evenementen Nijkerk landelijk op de kaart/Platform Binnenstad Nijkerk.

Aanvullende voorwaarden vanuit gemeente (gesteld bij financiering/besluitvorming):

Opdracht meegegeven: werven cofinanciering en vergroten inzet van samenleving. Borgen effecten / voortgang na 2020.

Doelstellingen (beschrijf in grote lijnen de doelen en successen)

Wat willen we bereiken (wanneer is het geslaagd)?

Ontwikkelen van een positionering voor Nijkerk, de creatieve omzetting van die positionering, en het definiëren en uitvoeren van een specifiek Marketing Plan voor Nijkerk.

Wat hebben we (al) bereikt (successen)?

Alle doelstellingen zijn gehaald (voor details zie onder Prestaties)

Prestaties (beschrijf in grote lijnen de activiteiten)

Wat wordt er gedaan?

De Citymarketeer neemt haar werkzaamheden begin juni 2018 op. Na een kennismakingsronde bij de belangrijkste stakeholders zal zij het marketing plan, dat in grote lijnen voor ligt, verder uitwerken en omzetten. Ze zal ook de zoektocht naar een marketingcommunicatie medewerker starten. In de tussentijd wordt het marketing plan omgezet door een Nijkerks reclamebureau in nauwe samenwerking met het bestuur van de Stichting Citymarketing Nijkerk.

Wat is er al gedaan?

De positionering voor Nijkerk is ontwikkeld (Circle of Food). Deze positionering is creatief omgezet (Lekker Nijkerk – Stad vol Smaak). Er zijn drie logo-opties ontwikkeld en het winnende logo is gekozen door de bevolking via online en offline verkiezing. Op basis van de positionering en het logo is een promotiecampagne op Facebook gestart in nov. 2017 en deze loopt nog steeds. Het werk van de werkgroep wordt overgenomen door de in mei 2018 opgerichte Stichting Citymarketing Nijkerk, waarvoor een ervaren Citymarketeer is aangesteld. De Stichting wordt bestuurd door vijf bestuursleden. Verdere marketing activiteiten die al in gang gezet zijn: Logo presentie bij een groot deel van de binnenstadondernemers; Logo op drie rotondes op toegangswegen; lancering van de website lekkernijkerk.nl.

Financiële informatie E1 Sterk Merk Nijkerk

<i>Totale geschatte kosten</i>	<i>Bijdrage gemeente</i>	<i>Cofinanciering door:</i>	<i>Wat heeft het tot nu toe gekost</i>
<i>2017: €</i>	<i>2017: € 40.000</i>	<i>2017:</i>	<i>2017: € 40.000</i>
<i>2018: €</i>	<i>2018: € 150.100</i>	<i>2018:</i>	<i>2018: € 50.686,00</i>
<i>2019: €</i>	<i>2019: € 150.000</i>	<i>2019:</i>	<i>2019: €</i>
<i>2020: €</i>	<i>2020: €</i>	<i>2020:</i>	<i>2020: €</i>

Hoe wordt gefinancierd als gemeente niet meer (financieel) bijdraagt:

Citymarketing zal ook de komende jaren voor het grootste deel van gemeentelijke subsidie afhangen. Het plan is dat, als de ondernemers BIZ een feit wordt, er uit de BIZ een financiële bijdrage aan de Stichting Citymarketing geleverd zal worden. Daarnaast zullen pogingen ondernomen worden om verdere cofinanciering uit het bedrijfsleven te realiseren.