

## **De balans van zes jaar Promotie Bergeijk 2009-2014**

---

### ***Doelstelling van deze meerjarenrapportage***

Het informeren van het gemeentebestuur van Bergeijk en de leden van Vereniging Promotie Bergeijk (VPB) over de verbruikte middelen en bereikte resultaten sinds de oprichting van Promotie Bergeijk in november 2008.

### ***Doelstelling Promotie Bergeijk***

Stichting Promotie Bergeijk is opgericht door burgemeester Van de Vondervoort met het doel Bergeijk op de kaart te zetten, impulsen te geven aan behoud van leefbaarheid van de gemeente en structureel dag- en verblijfsrecreanten te werven.

Als doelgroepen worden eigen inwoners met hun gasten en relaties, bezoekers uit de Brabantse en Belgische Kempen, dagrecreanten en verblijfsrecreanten onderscheiden. Deze doelgroepen worden met een reeks van 'destination marketing'-inspanningen structureel bewerkt, variërend van evenementenorganisatie tot internetmarketing. Die inspanningen zijn alleszins legitiem want de toeristisch-recreatieve sector is met 1.100 fulltime banen goed voor maar liefst 24% van de totale werkgelegenheid in Bergeijk.

In toenemende mate rijpt het besef dat naast de marketinginspanningen gericht op dag- en verblijfsrecreanten (met 1,1 miljoen overnachtingen in 2013 een aanzienlijke groep), er óók en meer aandacht moet komen voor marketinginspanningen gericht op de eigen 18.000 inwoners (met 6,5 miljoen overnachtingen een nog aanzienlijker groep).

De focus van Promotie Bergeijk wordt daarom, naast de bezoekers van Bergeijk, enigszins verlegd naar de eigen inwoners vanuit het besef dat zij de eerste belanghebbenden zijn bij een goede leefbaarheid, dat zij als tevreden en trotse ambassadeurs van de eigen gemeente een effectieve promotiebron vormen naar huidige en toekomstige bezoekers, en dat zij goed zijn voor het merendeel van de bestedingen binnen de Gemeente.

Vereniging Promotie Bergeijk stimuleert de collectieve dorpspromotie door middel van marketinginspanningen, gericht op de verschillende doelgroepen. Dat begint met informeren en verleiden van bezoekers. Vervolgens gaat het om boeien en binden. Aantrekkelijkheid en belevingswaarde zijn daarin van grote betekenis: wat is er te doen

en te beleven in onze gemeente? De aantrekkingskracht is direct afhankelijk van kwantiteit en kwaliteit van het voorzieningenaanbod (winkels, horeca, evenementen, activiteiten, etc.), bereikbaarheid en toegankelijkheid. Een aantrekkelijk centrum wordt gevormd door een krachtige, zichtbare en voelbare bundeling van voorzieningen en activiteiten die onderlinge verbondenheid en samenhang uitstralen en die bijdragen aan een positief imago en een positieve belevingswaarde onder inwoners en bezoekers. Daar waar het voorzieningenniveau (m.n. winkelapparaat) onder druk staat, pleit dit voor verdere concentratie in plaats van los zand en hink stap sprong aanbod van voorzieningen.

### ***Promotie Bergeijk als vliegwiel voor collectieve dorpspromotie***

Promotie Bergeijk is het formele samenwerkingsverband van gemeente Bergeijk, VVV Bergeijk, het Bergeijkse bedrijfsleven en de Bergeijkse verenigingen en stichtingen. Het belangrijkste doel van Promotie Bergeijk is collectieve dorpspromotie. Anders gezegd: Promotie Bergeijk "strooit bloemen over alles wat Bergeijk de moeite waard maakt".

Organisatorisch is gekozen voor een tweedeling in een Stichting Promotie Bergeijk (SPB) en een Vereniging Promotie Bergeijk (VPB). Beide rechtspersonen werken samen bij het systematisch promoten van het aanbod van het Bergeijkse bedrijfsleven, organisaties en instellingen. De stichting is belast met beleidsontwikkeling en -uitvoering en toekenning van cofinancieringen. De vereniging is de koepelorganisatie en fungeert als toezichthouder en aanjager. De vereniging had per ultimo 2014 167 leden.

De doelgroepen, waarop Promotie Bergeijk zich richt, zijn de inwoners van alle Bergeijkse kernen en de bezoekers ervan: gasten van inwoners, inwoners van omliggende gemeenten, dagrecreanten, verblijfsrecreanten en alle overige bezoekers van Bergeijk.

Een kerntaak van Promotie Bergeijk is het verstrekken van cofinanciering aan organisatoren van evenementen in de gemeente en het bekendmaken ervan op lokaal, regionaal en landelijk niveau. Promotie Bergeijk geeft desgewenst ook promotionele adviezen en biedt praktische ondersteuning aan organisatoren van evenementen. Naast cofinanciering van evenementen worden regelmatig ook projecten financieel en inhoudelijk ondersteund. Promotie Bergeijk maakt tenslotte zelfstandig propaganda voor Bergeijk d.m.v. free publicity, print en vooral door actieve internetcommunicatie. De benodigde middelen voor de collectieve dorpspromotie komen o.a. uit gemeentelijke bron en uit contributies van Bergeijkse ondernemingen, verenigingen en stichtingen die lid zijn van de Vereniging Promotie Bergeijk. Deze bijdragen stellen Promotie Bergeijk in staat ook financiële middelen van derden aan te trekken zoals bijvoorbeeld van de

Provincie Noord-Brabant, het Samenwerkingsverband Regio Eindhoven

SRE, Leader, Agentschap NL en overige fondsen. Op die manier maakt Promotie Bergeijk geld met geld ten gunste van een groter economisch en maatschappelijk rendement van de lokale investeringen in collectieve dorpspromotie.

Veel van de bij de oprichting geformuleerde doelen zijn inmiddels gerealiseerd, maar behoeven wel doorlopend bijstelling en onderhoud. Promotie Bergeijk draagt in belangrijke mate bij aan versterking van het imago van Bergeijk bij bewoners en bezoekers. Dit krijgt onder meer gestalte in het systematisch initiëren, coördineren en ondersteunen van evenementen en andere initiatieven in het kader van de collectieve dorpspromotie.

Er is inmiddels meer structuur ontstaan binnen het lokaal toeristische spelersveld, er wordt doorlopend gewerkt aan professionalisering in de recreatiesector en krachten en middelen van belanghebbenden zijn zo goed mogelijk gebundeld. Het resultaat van de collectieve promotie voor het aanbod van Bergeijkse organisaties, ondernemingen en attracties slaat direct en indirect neer bij de betrokken bedrijven en organisaties.

Mede dankzij de vele initiatieven en activiteiten binnen de gemeente Bergeijk is het werk- en leefklimaat van Bergeijk goed, het onderscheidend vermogen van Bergeijk binnen de regio versterkt en de concurrentiepositie verbeterd. Inwoners en bezoekers ervaren de vele initiatieven, nieuwe voorzieningen en activiteiten als positief, genieten hiervan door deze te bezoeken en vertellen o.a. op Zoover Vakantiebeoordelingen trots aan anderen dat het goed wonen, werken, winkelen en recreëren is in Bergeijk. Promotie Bergeijk zoekt aansluiting bij een in 2015 in opdracht van de Gemeente uit te voeren enquête om bovenstaande resultaten te onderbouwen en om een nog beter zicht te krijgen op het eerder gemelde voornemen om de focus van de marketing inspanningen wat meer naar de eigen inwoners te verleggen.

## **Budgetontwikkeling 2009-2014 en begroting 2015**

Onderstaand wordt in vogelvlucht weergegeven welke budgetten Promotie Bergeijk tot haar beschikking had en hoe deze budgetten zijn besteed:

- **Budget 2012:** totaal budget € 51.000 waarvan € 35.000 bijdrage van gemeente Bergeijk, € 15.000 bijdrage van de leden en € 1.000 overige bijdragen. Van het totale budget is in 2012 € 42.000 aan cofinanciering van evenementen en € 9.000 aan overige promotiekosten (internet, communicatie, drukwerk etc.) uitgegeven.
- **Budget 2013:** totaal budget € 51.000 waarvan € 40.000 bijdrage van gemeente Bergeijk, € 10.000 bijdrage van de leden en € 1.000 overige bijdragen. Van het totale budget is in 2013 ca. € 43.000 aan cofinanciering van evenementen en € 12.500 aan overige promotiekosten(internet, communicatie, drukwerk etc.) uitgegeven.
- **Budget 2014:** totaal budget € 58.000, waarvan € 40.000 bijdrage van gemeente Bergeijk, € 15.000 bijdrage van de leden en € 3.000 projectsubsidies. Van het totale budget is in 2014 ca. € 32.000 aan cofinanciering van evenementen en projecten en € 16.000 aan overige promotiekosten (internet, communicatie, drukwerk etc.) uitgegeven. Het restant ad € 10.000 is bestemd voor projecten die nog lopende zijn en pas in 2015 worden afgerond.

## **Bereikte resultaten**

### **1. Bestuurlijke inzet voor Vereniging en Stichting Promotie Bergeijk**

Ca. 15 bestuurders, redactieleden en overige vrijwilligers (in totaal ca. 2 FTE) houden zich belangeloos bezig met de collectieve promotie van Bergeijk d.m.v. marketing- en promotie activiteiten van uiteenlopende aard.

### **2. Administratie en begrotingscyclus**

Er is een overzichtelijk ingerichte boekhouding. Sinds medio 2012 is de financiële administratie van SPB en VPB belegd bij VPB-lid Schellekens & Vrenken accountants en adviseurs. Voor een adequate financiële monitoring worden begroting en realisatie frequent besproken in de bestuursvergaderingen van zowel Stichting Promotie Bergeijk als Vereniging Promotie Bergeijk.

### 3. **Masterplan en Beleidsplan Promotie Bergeijk**

Samen met andere Bergeijkse partijen heeft Promotie Bergeijk een "Masterplan Beleef Bestemming Bergeijk 2010-2015" ontwikkeld, dat ter inspiratie is aangeboden aan alle dorpsraden en ondernemersverenigingen in de gemeente Bergeijk en aan het gemeentebestuur van Bergeijk. In 2012 is tevens een Beleidsplan Promotie Bergeijk 2012-2017 opgesteld en geaccordeerd door het bestuur. Beide plannen zijn gepubliceerd op

[www.bestemmingbergeijk.nl/aanmelden/downloads/documenten/1178/](http://www.bestemmingbergeijk.nl/aanmelden/downloads/documenten/1178/)

### 4. **Cofinanciering**

De aanjaagfunctie van Promotie Bergeijk kreeg ook in 2014 onder meer gestalte door cofinanciering van en actieve participatie in de organisatie van evenementen en projecten. Voor concrete bedragen: zie onderstaande tabel.

Op het internetportaal BestemmingBergeijk.nl zijn de criteria voor de toekenning van cofinanciering van evenementen en projecten gepubliceerd. Deze zijn te vinden op [www.bestemmingbergeijk.nl/info/stichting-promotie-bergeijk/aanvraag-cofinanciering-evenementen/196/](http://www.bestemmingbergeijk.nl/info/stichting-promotie-bergeijk/aanvraag-cofinanciering-evenementen/196/). De uiterste data voor indiening van aanvragen worden gepubliceerd in de lokale huis-aan-huis-pers, in de E-Nieuwsbrief voor leden en als nieuwsbericht op BestemmingBergeijk.nl. Een vaste adviesgroep brengt op basis van deze criteria advies uit aan het bestuur voor toewijzing of afwijzing van aanvragen en handelt deze vervolgens af. Er wordt gewerkt met twee tenders per jaar.

#### **Overzicht ondersteunde projecten 2014**

	Cofinanciering
Teutenmarkt Bergeijk 2014	€ 2.250
Familiedag in het Park in Groen Bergeijk	€ 2.500
Beach Event Bergeijk 2014	€ 1.500
Wielerronde Weebosch	€ 1.025
Volksmuziek en dansfestival	€ 1.500
Don Quichot in de Kempen	€ 4.000
Ploegfestival 2014	€ 2.500
OMG / Bakkerijmuseum	€ 800
BKV-tentoonstelling de Ploeg	€ 1.000
Verzilvering Entente Florale	€ 5.000
<b>Totaal</b>	<b>€ 22.075</b>

## 5. *Promotiemiddelen*

De strategie voor het promoten van het complete Bergeijkse aanbod bij zowel inwoners als bezoekers is thans redelijk goed uitgekristalliseerd. Zo is er een complete medialijn ontwikkeld met diverse publiciteitsmiddelen voor meerdere doelgroepen en situaties (het beeldmerk Beleef Bestemming Bergeijk, spandoeken, beachflags, posters, leaflets, visitekaartjes, promotieborden bij ingangen kernen etc.). Mede dankzij de op free publicity gerichte inspanningen van Promotie Bergeijk worden er regelmatig artikelen en nieuwsberichten over Bergeijkse voorzieningen gepubliceerd in landelijke en regionale media.

## 6. *Internetportaal Bestemming Bergeijk.nl*

In opdracht van Promotie Bergeijk heeft We Provide een aansprekend overkoepelend Bergeijks internetportaal [www.bestemmingbergeijk.nl](http://www.bestemmingbergeijk.nl) ontwikkeld van ruim 5.000 pagina's met duizenden Bergeijkfoto's, enkele tientallen films en honderden links naar de websites van Bergeijkse bedrijven, organisaties en instellingen. Het portaal werd in 2014 dagelijks door 150-400 bezoekers (ca. 60.000 bezoekers per jaar) bezocht. Dit bezoekersaantal is in 2014 gestabiliseerd ten opzichte van 2013, zoals blijkt uit onderstaande tabel. Social media als Facebook, Twitter, YouTube en Zoover Vakantiebeoordelingen zijn geïntegreerd.

Sinds januari 2013 is er een zogenaamd "voorportaal" ingericht met domeinnaam [www.bergeijk.nl](http://www.bergeijk.nl) (het webadres van de gemeente Bergeijk), van waaruit de bezoeker gericht kan doorklikken naar de sites van de gemeente Bergeijk, het internetportaal [www.bestemmingbergeijk.nl](http://www.bestemmingbergeijk.nl) en de Bergeijkse evenementenkalender [www.uitinbergeijk.nl](http://www.uitinbergeijk.nl).

BestemmingBergeijk.nl					
Jaar	bezoeken	nieuw	pagina's	Duur/minuten	per dag
2011	40.000	25.000	3,5	2,3	110
2012	50.000	30.000	3	2	140
2013	60.000	42.000	2,7	1,5	165
2014	60.000	42.000	2,5	1,5	165

## 7. *Bergeijkse evenementenkalender UitinBergeijk.nl*

De overkoepelende Bergeijkse evenementenkalender [www.uitinbergeijk.nl](http://www.uitinbergeijk.nl) is sinds januari 2013 operationeel. Organisatoren van publieksevenementen worden sinds 2013 in de gelegenheid gesteld om zelf hun evenement via

[www.uitinbergeijk.nl/evenement-toevoegen](http://www.uitinbergeijk.nl/evenement-toevoegen) aan te melden. Het bezoek aan UitinBergeijk.nl is in 2014 verdubbeld t.o.v. 2013.

#### **UitinBergeijk.nl**

<i>Jaar</i>	<i>bezoeken</i>	<i>nieuw</i>	<i>pagina's</i>	<i>duur/minuten</i>	<i>per dag</i>
2013	16.000	11.000	2,8	1,5	45
2014	30.000	20.000	2,3	1,1	80

#### **8. Digitale publicatieborden Info-Line**

In het voorjaar van 2013 is een viertal Info-Line Publicatieborden van Suurland Outdoor geplaatst ter vervanging van de oude houten publicatieborden. Voor de publicatie van evenementen op de digitale publicatieborden langs de toegangswegen naar de kernen Bergeijk 't Hof en 't Loo wordt gebruik gemaakt van de database van UitinBergeijk.nl. Publicatie van evenementen wordt verzorgd door medewerkers van VVV Bergeijk. Het is nog steeds de bedoeling dat ook in de andere kernen digitale publicatieborden komen, maar dit is afhankelijk van de wensen van de kernen zelf en de beschikbare middelen.

#### **9. Samenwerkingsverbanden**

Er is sprake van een vruchtbare samenwerking met gemeentelijke afdelingen, dorpsraden, ondernemersverenigingen en de VVV Bergeijk. De laatste wordt bovendien met € 3.500 per jaar (vanaf 2015 met € 4.000 per jaar) financieel gecompenseerd door Promotie Bergeijk vanwege inkomstenderving uit sponsoring sinds de oprichting van Promotie Bergeijk.

#### **10. Deelname aan regionale en landelijke verkiezingen**

Bergeijk is in 2011 door de lezers van het wandelblad Te Voet uitverkozen tot "Eén na beste Wandelgemeente van het Jaar", in 2012 door de nationale Entente Florale jury tot "Groenste Dorp van Nederland" in de nationale Groencompetitie en in september 2013 door de Europese Entente Florale jury tot "Winnaar Golden Award" in de Europese Groencompetitie. Het winnen van deze prijzen heeft geleid tot veel nationale en internationale publiciteit. In 2014 heeft Promotie Bergeijk deelgenomen aan de verkiezing van de Brabantse Kempentrofee en is hierin als tweede geëindigd.

### **11. Groepsactiviteiten**

Ook in 2014 zijn er diverse uitwisselingsbijeenkomsten en workshops voor VPB-leden en eigenaren van Bergeijkse recreatiebedrijven georganiseerd, zoals de jaarlijkse startbijeenkomst voor recreatiebedrijven, een bijeenkomst in het kader van de ontwikkeling van nieuwe hippische routes en een brainstorm naar aanleiding van het winnen van de Golden Award in de Europese Groencompetitie. Op initiatief van bestuursleden van Vereniging Promotie Bergeijk is een Facebookcommunity Bergeijk Groenste Dorp opgericht, die inmiddels ruim 500 volgers heeft. Deze werkgroep heeft een reeks van initiatieven ontplooid, variërend van fotowedstrijden tot fietstochten.

### **12. Hotspots**

Uit iDOP-gelden zijn op drie plaatsen in het centrum van Bergeijk hotspots geplaatst, waarmee toeristen voor enige tijd kosteloos met hun smartphone of tabletcomputer het internet op kunnen om actuele toeristische en gemeentelijke informatie over Bergeijk te verkrijgen. De ervaringen hiermee zijn positief, alhoewel de praktijk heeft geleerd dat het krijgen van een stabiele verbinding niet altijd zonder problemen verloopt.

### **13. Migratieplan Teutenhuis**

Promotie Bergeijk heeft het voortouw genomen bij de opstelling van het zogenaamde Migratieplan Bezoekerscentrum Teutenhuis. Dit plan is de basis voor een aantal noodzakelijke verbeteringen in de opzet van het Teutenhuiscomplex, die in 2013 met financiële steun van de Gemeente Bergeijk zouden worden gerealiseerd. Helaas zijn er bij de verwezenlijking van dit voornemen nieuwe complicaties gerezen, waardoor het ook in 2014 niet gelukt is deze plannen daadwerkelijk te realiseren. De gemeente heeft maatregelen genomen die er toe zullen leiden dat de gewenste vitalisering van het Bezoekerscentrum Teutenhuis in 2015 daadwerkelijk gestalte krijgt.

### **14. Werkgroep Wildpromotie**

Een werkgroep Wildpromotie heeft zich in 2013 ingezet om orde te scheppen in de chaotische en ongecoördineerde manier van straatpromotie door sommige organisatoren van evenementen en/of ondernemers. Dit project heeft geleid tot nieuw gemeentelijk beleid ter zake dat inmiddels gepubliceerd is op de gemeentesite en op het internetportaal. Handhaving blijft evenwel problematisch



### **15. Openstelling Bergeijkse monumenten voor publiek**

In 2013 is met de verantwoordelijken binnen de gemeente afgesproken dat een contactgroep van gemeente en beheerders van monumentale panden zich zal bezighouden met het verwezenlijken van plannen tot succesvolle periodieke openstelling voor het publiek van de betreffende panden. Dit voornemen heeft echter ook in 2014 niet geleid tot concrete resultaten. Evenmin heeft Bergeijk deelgenomen aan de Open Monumentendagen 2014. Het voornemen is om hierin in 2015 verandering te brengen.

### **16. Bezoekerscentrum Natuurpoort de Witrijt**

Promotie Bergeijk heeft zich met succes ingezet om op de Witrijt een Brabantse Natuurpoort te krijgen, zoals eerder al was gegund aan Recreatiecentrum Ter Spiegel in Eersel. Voorwaarde daartoe was o.a. een geïnstitutionaliseerde samenwerking van horeca- en recreatiebedrijven op de Witrijt. In 2014 is daartoe een nieuwe ondernemersvereniging "Natuurpoort De Witrijt" opgericht. Bezoekerscentrum "Natuurpoort De Witrijt" wordt in april 2015 feestelijk opengesteld voor publiek.

### **17. Centrale promotiethema's**

Eén van de items uit het speerpuntenbeleid 2013-2017 betrof de introductie van jaarlijkse centrale promotiethema's. In 2013 was het centrale promotiethema "Recreatief fietsen in en rond Bergeijk". In 2014 was dat "Verrassend wandelen in Groen Bergeijk". En in 2015 is als centraal promotiethema "Kunst en cultuur in kunstenaarsdorp Bergeijk" gekozen.

---