



JAAARVERSLAG VILLAGE- MARKETING

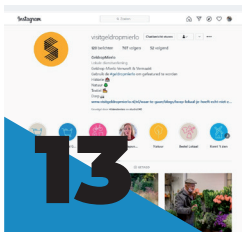
2020

Geldrop
Mierlo



Verweeft &
Vermaakt

INHOUD



VOORWOORD _____	4	VILLAGEMARKETING VERWEEFT PARTNERS _____	11
STICHTING VILLAGEMARKETING GELDROP-MIERLO _____	6	LANCERING VISITGELDROPMIERLO.NL _____	12
WAAR BESTEDEN WE ONS BUDGET AAN? _____	7	SOCIAL MEDIA MARKETING _____	13 & 14
GELDROP-MIERLO VERWEEFT & VERMAAKT _____	8	PROJECTEN IN 2020 _____	16 & 17
KARTREKKER REGIONALE UITSTRALING _____	9	WOLLIGE WINTERWERKEN _____	18
VERWEEFT & VERMAAKT MAKEN WE SAMEN _____	10		



BIBLIOTHEEK GELDROP TIJDENS
DE WOLLIGE WINTERWEKEN



WE HEBBEN
VERBINDINGEN GELEGD
WAARDOOR NU EEN
KRACHTIGE BASIS
KLAARSTAAT

VOOR- WOORD ADRI GEERTS

2020 was het jaar van de hoge verwachtingen. We hadden mooie plannen in de grondverf staan die in 2020 hun hoogtepunt zouden bereiken. Evenementen en arrangementen: we wilden er samen met de gemeente, de ondernemers en andere betrokkenen echt de schouders onder gaan zetten. Alles was voorbereid. Toen kwam de lockdown. De ideeën konden onmogelijk doorgang vinden.

Toch legde de lockdown ons niet stil. We werkten hard aan andere facetten. Zoals de uitingen die je in de openbare ruimten ziet. Maar ook onzichtbaar, op de achtergrond, gebeurde veel. We voerden gesprekken met belangrijke partijen om nog meer helderheid te brengen over wie we zijn, waar we mee bezig zijn en waar we voor staan. We hebben gebouwd aan een prachtig netwerk. We hebben verbindingen gelegd waardoor nu een krachtige basis klaarstaat. Waarmee we naar buiten kunnen 'brullen', om het zo maar te zeggen. Zodra het weer mag.

De lockdown gaf ons de kans de zorg in Geldrop-Mierlo in verbinding te brengen met de ondernemers, door de actie Zorg voor Geldrop-Mierlo. En de Koop Lokaal campagne verbond de



inwoners en de ondernemers meer met elkaar. Je voelt de betrokkenheid en je ziet die ook online. Net als in december, tijdens de Wollige Winterweken. De enthousiaste reacties en foto's die we toen online voorbij zagen komen, waren echt super gaaf.

In de regio worden we qua citymarketing inmiddels gezien als koploper, als een van dé meest inspirerende voorbeelden. En we merken dat iedereen binnen de gemeente, van inwoners tot aan gemeentebestuur, veel meer ambitie voelt om de gemeente te laten zien zoals die is. Een prachtige gemeente vol historie waar we trots op zijn. Gelegen in het groene parkenlandschap in de Brainportregio, waar het goed wonen en goed toeven is. Waarin we sámenwerken om de mooiste evenementen, projecten en arrangementen neer te zetten.

Alle 2020-acties en -resultaten zie je in dit jaarverslag. Ik wens je veel leesplezier.

Adri Geerts, bestuursvoorzitter Stichting Villagemarketing Geldrop-Mierlo

ORGANISATIE

Villagemarketing zet zich in voor het versterken van de positie van onze gemeente. Dat is onze doelstelling. Geldrop en Mierlo staan bekend om hun rijke textielverleden. Hier zijn we trots op. Dit cultureel erfgoed zijn we op allerlei plaatsen terug gaan brengen, vanuit het thema Verweeft & Vermaakt. Om dat te kunnen realiseren hebben we mensen en initiatieven met elkaar in verbinding gebracht. In deze stichting zitten dan ook vertegenwoordigers uit onder meer de culturele, recreatieve, ondernemende en gastvrijheidssector. En deze verbinding leverde prachtige resultaten.

STICHTING VILLAGEMARKETING GELDROP MIERLO

In 2020 kwamen René Veldhuizen (Centrummanagement Geldrop), Hannie Derks (SC Hofdael) en Hans Klink (Mierlose Mens) onze stichting versterken. Het reeds bestaande team: Richard Pors (Heerenhuys23), Joan Bekx (Centrum- en Lintenmanagement Mierlo), Jeroen van Lierop (Pitpop) en Adri Geerts (Ondernemers, voorzitter) kreeg zo meer kracht om met ons de doelstelling te kunnen bereiken.

UITVOERING

In de uitvoering wordt het bestuur ondersteund door Marketeer Robin Boom, regisseur Recreatie & Toerisme Giel Kantelberg en beleidsmedewerker Economische Zaken Irene Adelmeyer van de gemeente en Citymarketing organisatie Eindhoven247 waarbij Eric Boselie en Laura Bijster ons adviseren.

IN 2020 HEBBEN WIJ ONS GERICHT OP HET:

- Ontwerpen en operationeel maken van een professionele destinatie-marketingwebsite. Voorbereidend hierop is een herontwerp van de huisstijl gemaakt en uitgewerkt in diverse middelen, waaronder een huisstijlhandboek.
- Vormgeven van uitingen in de buitenruimte die de positionering van Geldrop-Mierlo kracht bijzetten.
- Ontwikkelen en beheren van campagnes ter ondersteuning van de lokale ondernemer in coronatijden.
- Ondersteunen van de evenementenorganisaties in Geldrop-Mierlo. Dit gebeurt door directe marketing-ondersteuning bij (grote) evenementen en door het ontwikkelen van overkoepelende seizoenscampagnes.



ADRI GEERTS



JEROEN VAN LIEROP



RICHARD PORS



HANNIE DERKS



HANS KLINK



RENÉ VELDHIJZEN



JOAN BEKX



ERIC BOSELIE



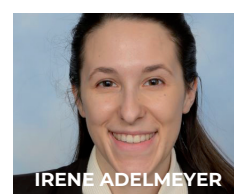
GIEL KANTELBERG



LAURA BIJSTER



ROBIN BOOM



IRENE ADELMEYER



WAAR BESTEDEN WE ONS BUDGET AAN?

BUDGET € 151.000,-

MARKETINGACTIES

€ 60.000,-

- Foldercampagne voor jaar en zomer (30.000 ex.)
- Zomercampagne #hiermoetjzijninbrabant
- Herfst campagne
- Wintercampagne (Wollige Winterweken)
- Drukwerk: Folders, Flyers, Bucket Buurt Boek Wintereditie

PERSONELE INZET

€ 60.000,-

- Tekstschrijver
- Citymarketeer

- Marketingbureau
- Strategisch advies

DIGITALE MARKETING

€ 20.000,-

- Website www.visitgeldropmierlo.nl
- Online advertentiebudget
- Social Media inzet

OFFLINE UITSTRALING

€30.000,-

- Katoenpad
- Sfeerverlichting in de winter
- Murals

*Het volledige jaarverslag is te vinden op www.visitgeldropmierlo.nl

GELDROP-MIERLO SAMEN VERTEGEN- WOORDIGER VAN VERWEEFT & VERMAAKT

Een van de belangrijkste onderwerpen was: hoe zorgen we ervoor dat Geldrop-Mierlo één gezicht laat zien? Waar staan én gaan we voor en hoe tonen we dat? Dat hebben we vastgesteld in een huistijlhandboek. Je kunt dat handboek zien als een paspoort, als onze identiteit. Het unieke verhaal van Geldrop-Mierlo verwoord en verbeeld. Met als doel: bouwen aan een aantrekkelijk merk dat alle doelgroepen (huidige en toekomstige inwoners, ondernemers en toeristen) aanspreekt.

Elke vertegenwoordiger van de gemeente Geldrop-Mierlo is ambassadeur van dit merkverhaal. Als voor iedereen duidelijk is wie we zijn en hoe we ons presenteren en we houden ons consequent aan de huistijlregels, dragen we samen Verweeft & Vermaakt uit. 'Villagemarketing' bedrijf je tenslotte samen.

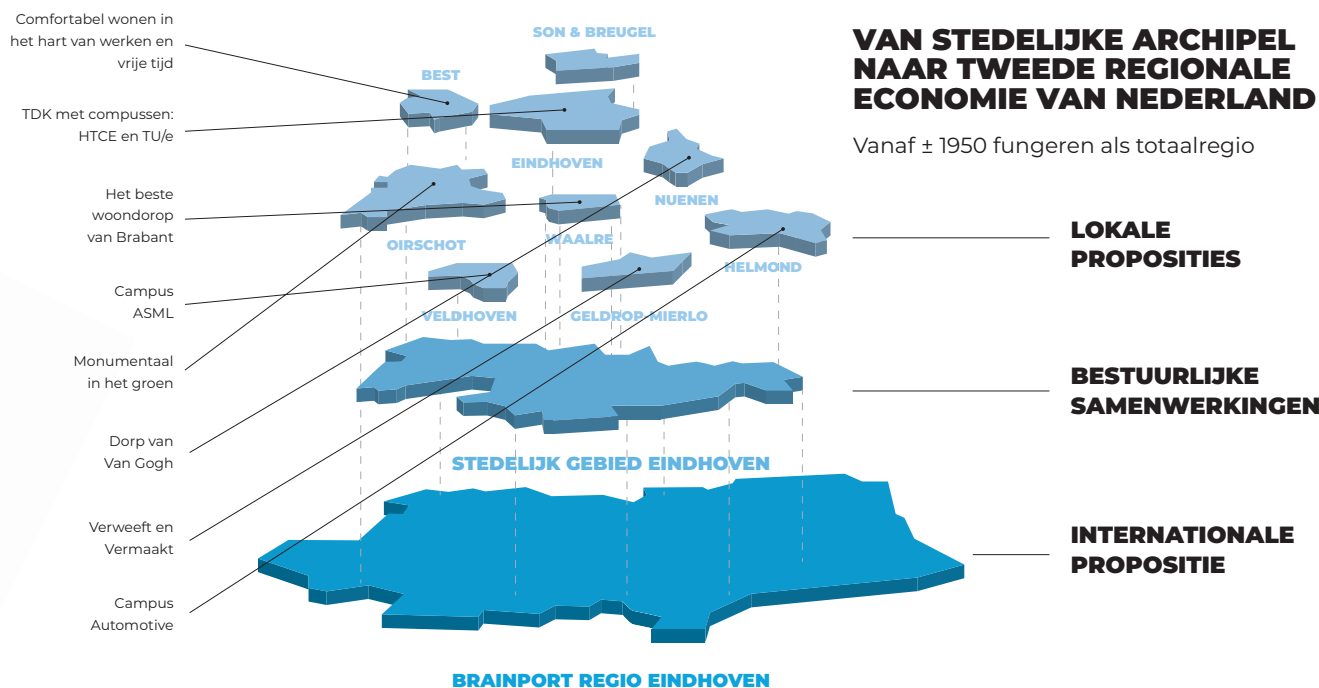


GELDROP-MIERLO VERGROOT REGIONALE UITSTRALING

Geldrop-Mierlo is bruisend en aan initiatieven is dan ook geen gebrek. Dat is de basis. Met het thema Geldrop-Mierlo Verweeft & Vermaakt zorgen we dat de bekendheid van de gemeente (ook in de regio) toeneemt.

Inmiddels hebben we vanuit de wens om toeristisch en recreatief aanbod samen te brengen, Brainport gelden binnengehaald voor een regionale samenwerking van de gebiedsmarketing. Uitgangspunt is dat door regionale krachtenbundeling netwerken kunnen worden gemaakt en verbonden worden. Productmarktcombinaties worden ingevuld en bestaande initiatieven worden verbreed. Hiermee krijgen onze eigen iconen een nog grotere regionale uitstraling.

Vanuit de centrale projectorganisatie werken we aan een digitaal platform waar het regionale aanbod van evenementen en culturele activiteiten van elke regiogemeente te zien en te beleven is. Het platform vormt de plus-variant waarop de regiowebsites aanhaken en waar het vrijetijdsaanbod binnen onze gehele regio makkelijk ontsloten wordt voor bewoners en bezoekers. Geldrop-Mierlo vervult hier samen met Eindhoven een kartrekkersrol in.



VERWEEFT & VERMAAKT MAKEN WE SAMEN

Samen met Studio Clara hebben we In 2020 workshops ‘Dorpsmarketing’ georganiseerd. In deze sessies zijn we samen met de deelnemers op zoek gegaan naar manieren waarop we het citymarketingconcept kunnen verdiepen, verrijken, verbreden en echt ‘eigen’ kunnen maken voor de Geldrop-Mierlose gemeenschap.

We hebben gemerkt dat er een grote betrokkenheid en veel energie is om hier iets goeds van te maken. Ondanks de tegenstelling die we soms bespeurden tussen de twee dorpen staan de neuzen wel dezelfde kant op. Ons advies is wel om elkaar te blijven helpen en blijf leren van elkaar. Geldrop-Mierlo is van alle inwoners, maar ook dit proces is van iedereen. Met de conclusies uit de workshops gaan we in 2021 aan de slag.

VILLAGEMARKETING VERWEEFT PARTNERS DOOR HET INITIËREN VAN SAMENWERKINGSVERBANDEN

Kaffee Peijnenburg, de schaaпsherders en het Weverijmuseum. Het Weverijmuseum en Rondje Geldrop. Twee voorbeelden van verschillende stakeholders die de handen ineenslaan en samen een arrangement aanbieden aan toeristen. En natuurlijk ook voor de inwoners.

Op deze manier met elkaar samenwerken juichen wij enorm toe. We initiëren samenwerkingsverbanden als deze en stimuleren verbindingen tussen alle initiatieven die er nu al zijn. Dat doen we door op thema’s gerichte overleggen te laten plaatsvinden met vertegenwoordigers van de gemeentelijke organisatie, cultuurorganisaties en stakeholders. Ook op deze manier versterken we de positie van onze gemeente.



OP DEZE MANIER
MET ELKAAR
SAMENWERKEN JUICHEN
WIJ ENORM TOE

LANCERING NIEUWE WEBSITE VISITGELDROPMIERLO.NL

Op 16 juni 2020 zijn de websites van de VVV en 'Verweven' vervangen door één nieuwe, moderne website: www.visitgeldropmierlo.nl Op deze website worden de mooiste elementen van Geldrop-Mierlo in de spotlights gezet. Ook is er ruim aandacht voor de lokale ondernemers. Door deze website zetten toeristen Geldrop-Mierlo op hun bucketlist! Ook het enthousiasme van de inwoners wordt door deze website vergroot. Visitgeldropmierlo.nl is dé plek waar alle campagnes, gericht op (toekomstige) inwoners, ondernemers en toeristen, samenkomen.



STATISTIEKEN WEBSITE IN DE PERIODE VAN 16 JUNI 2020 T/M 31 DECEMBER 2020 WWW.VISITGELDROPMIERLO.NL *



BEZOEKERS OP DE WEBSITE

16.702



PAGINAWEERGAVEN

48.316



GEMIDDELDE TIJD OP DE WEBSITE

04:11

BELANGRIJKSTE PAGINA'S



1. NATUUR IN
GELDROP-MIERLO



2. WANDELEN IN
GELDROP-MIERLO



3. DAGJE UIT IN
GELDROP-MIERLO



4. WAT TE DOEN



5. WINKELEN IN
GELDROP-MIERLO

SOCIAL MEDIA MARKETING

Via verschillende social media kanalen (denk aan Facebook, Instagram, YouTube en LinkedIn) geven we consistent aandacht aan alle ontwikkelingen, mogelijkheden, acties en events. Hierdoor bereiken we en inspireren we de (toekomstige) inwoners, ondernemers en toeristen om Geldrop-Mierlo als optie mee te nemen voor hun woon-, business-, dagje uit- of vakantieplannen. Ook vergroten we via deze kanalen het enthousiasme en de betrokkenheid van de reeds gevestigde ondernemers en inwoners, en de toeristen die hier eerder zijn geweest. Via video's, stories en leuke berichten maken we onze 'volgers' elke keer weer opnieuw warm voor onze gemeente.

Bijvoorbeeld welke hotspots mag je niet missen volgens de locals van kleurrijk Geldorp-Mierlo? In de blogs en stories '#marianneneemtjemeer' ontdekt onze eigen Geldropse Marianne Canters unieke plekjes in Geldrop-Mierlo. Ze heeft bezoekjes

gebracht aan o.a. Landgoed Kasteel Geldrop, Weverijmuseum, Standerdmolen in Mierlo en wandelroute Sang en Goorkens. Op deze manier hebben we toch laten zien dat het mogelijk is om tijdens corona unieke plekjes te blijven ontdekken.

**STATISTIEKEN WEBSITEBEZOEK (O.B.V. SOCIAL MEDIA UITINGEN)
IN DE PERIODE VAN 16 JUNI 2020 T/M 31 DECEMBER 2020
WWW.VISITGELDROPMIERLO.NL ***



GEBRUIKERS

1.721



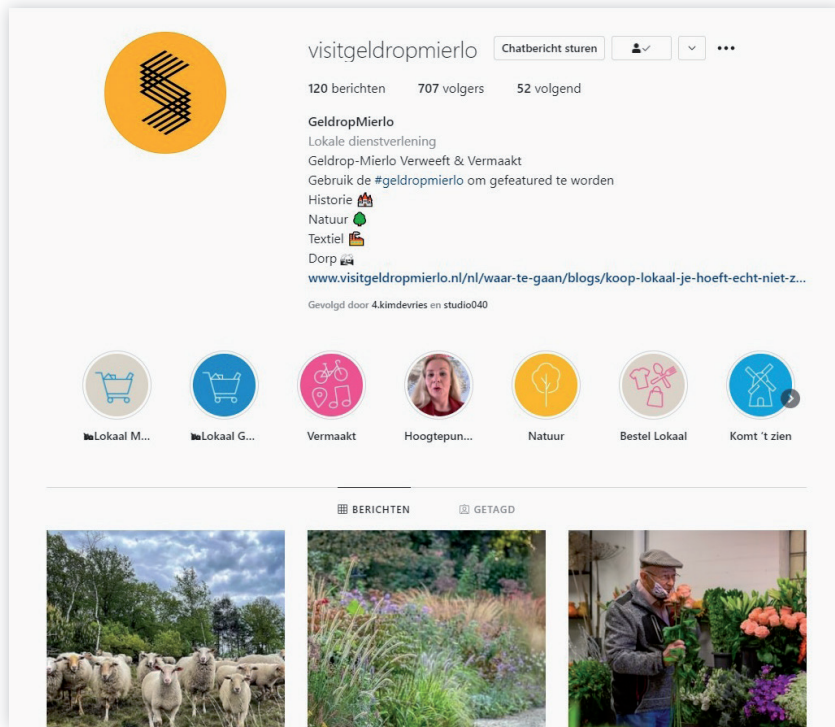
SESSIES OP DE WEBSITE

2.018



GEMIDDELDE TIJD OP DE WEBSITE

01:06



#HIERMOETJEZIJNINBRABANT

Ons land is prachtig mooi. Daarom heeft NBTC Holland Marketing de landelijke campagne #hiermoetjzijn uitgerold in 2020. Met de campagne wil de organisatie Nederlanders inspireren om prachtige onbekende plekken in eigen land te

ontdekken. De organisatie Visit Brabant is hierop aangehaakt, waarna wij meteen visitgeldropmierlo.nl onder de aandacht zijn gaan brengen. Vanuit Geldrop-Mierlo hebben we twee 24-uurs belevenissen gemaakt, gericht op de recreatieve fietser(s) en jonge gezinnen met kinderen. En met succes!

CIJFERS CAMPAGNE #HIERMOETJEZIJNINBRABANT



AANTAL BEREIKTE PERSONEN

66.851



WEERGAVEN SOCIAL MEDIA:

179.540



UNIEKE KLIKS RICHTING DE WEBSITE

1.698



St. Anna Ziekenhuis

We...ent u te vroeg voor...afpraak?
U kunt hier wacht...

colé RENTAL & SALES

**D'R-OP-UITJE
VOOR EEN
ZORGHELD**

**D'R-OP-UITJE
VOOR EEN
ZORGHELD**

€ 25,-

Deze cadeaubon geeft recht op een **D'R-OP-UITJE** voor een zorgheld t.w.v. 25 euro. In te leveren bij de aangesloten lokale ondernemers in Geldrop-Mierlo.

NAMENS ALLE DONATEURS VEEL PIJZIGER MET DEZE WELVERDIENDE BON EN BEDANKT VOOR JIJN INZET EN ZORG

Geldrop Mierlo Verweeft & Vermaakt

TOTALE OPBRENGST DONATIES

€12.500,-

EEN DUIT IN HET ZAKJE VOOR ZORGHULDEN IN GELDROP-MIERLO

Toen in maart de coronapandemie over ons land raasde, ontstond er hoogspanning in de zorg. De medewerkers werden geconfronteerd met veel menselijk leed. Tegelijk werden ondernemers getroffen door de strenge lockdown. Reden om een actie op te starten die een warm hart toonde voor de medewerkers in zorg en tegelijk een gebaar maakte naar de gedupeerde ondernemers: 'Een duitje voor een d'r op uitje'.

Samen met Centrum- en Lintenmanagement Mierlo en Centrummanagement Geldrop hebben we in april het platform zorgvoorgeldropmierlo.nl opgericht. Doel: geld inzamelen voor onze helden in de zorg. Er werd massaal gedoneerd. We zijn hier dan ook super trots op en dankbaar voor. Van dit geld zijn cadeaubonnen gemaakt die door onze helden kunnen worden ingeleverd bij horecaondernemers, leisure partijen en kleine middenstandondernemers.

In verband met de lockdown in december is de uitreiking van de d'r op uitjes uitgesteld naar 2021. Tijdens de opmaak van dit jaarverslag hebben burgemeester Jos van Bree, Adri Geerts (voorzitter VM) en Niels Kersten (Wakkr) een rondgang gemaakt om de cheques te overhandigen aan de verantwoordelijken bij de zorginstellingen.



ER WERD MASSAAL
GEDONEERD

VERMAAK(T) MET HET BUCKET BUURT BOEK

De strengere coronamaatregelen hielden ons tijdens de wintermaanden vooral binnen. Daarom maakten wij een doe-boek á 32 pagina's met allerlei leuke acties, raadsels, puzzels en inspiratieopdrachten voor het gehele gezin (Bucket Buurt Boek). Hiervan zijn er 10.000 gedrukt. Deze boeken zijn verspreid onder de inwoners van Geldrop-Mierlo via basisscholen en ondernemers.



WE PAKKEN DE DRAAD WEER OP!

Onder de twee bruggen aan de Dommel in Geldrop zijn in het thema 'Verweeft en Vermaakt' prachtige murals gerealiseerd. De graffiti kunstwerken zijn gebaseerd op het thema en zijn ondersteund met verhalen van inwoners die dagelijks onder deze bruggen wandelen of fietsen.

Dit project is onderdeel van de kunst- en cultuurroute in Veldhoven, Best, Oirschot, Eindhoven, Waalre, Geldrop-Mierlo en Son en Breugel. Een initiatief van Brainport Eindhoven dat geld beschikbaar stelde voor de realisatie van nieuwe kunstelementen en het aanleggen van een route om die elementen in de regio met elkaar te verbinden en beter bereikbaar te maken om de omgeving ook per fiets te gaan verkennen.

NIEUWE FIETS-BORDEN

Op meerdere plekken in de gemeente zijn nieuwe informatieborden geplaatst zoals bij Landgoed Kasteel Geldrop, het centrum van Mierlo en camping 't Wolfsven. Op de borden staan verschillende fietsroutes door de omgeving aangegeven. Zoals bijvoorbeeld: de Gulbergen, de Kleine IJsvogelvlinderroute en het Fietsrondje Geldrop-Mierlo. Op deze manier willen we de toeristen enthousiast maken om de omgeving ook per fiets te gaan verkennen.





KATOENPAD 2.0

De gemeente Geldrop-Mierlo heeft in 2018 het Katoenpad uit het boek 'Het geheim van het verdwenen Katoenpad' ontwikkeld.

Een uniek concept waarbij een verhaal wordt gebruikt om een plek in werkelijkheid te kunnen ontdekken en te beleven. Dit concept hebben we in 2020 doorontwikkeld. Op het Molenplein in Mierlo is één van de karakters (Woes) gevisualiseerd in de vorm van een bord, als teken dat je daar je wandeling kunt starten. Ook zijn er extra markers geplaatst langs de route, waardoor de Katoenpad App ook buiten het Katoenpad interessante informatie geeft – de belevenis is op deze manier uitgebreid van Woes in Mierlo tot aan het Weverijmuseum in Geldrop.



Wollige
**WINTER
WEKEN**

11 TM 24 DECEMBER

9:00 - 23:00 U



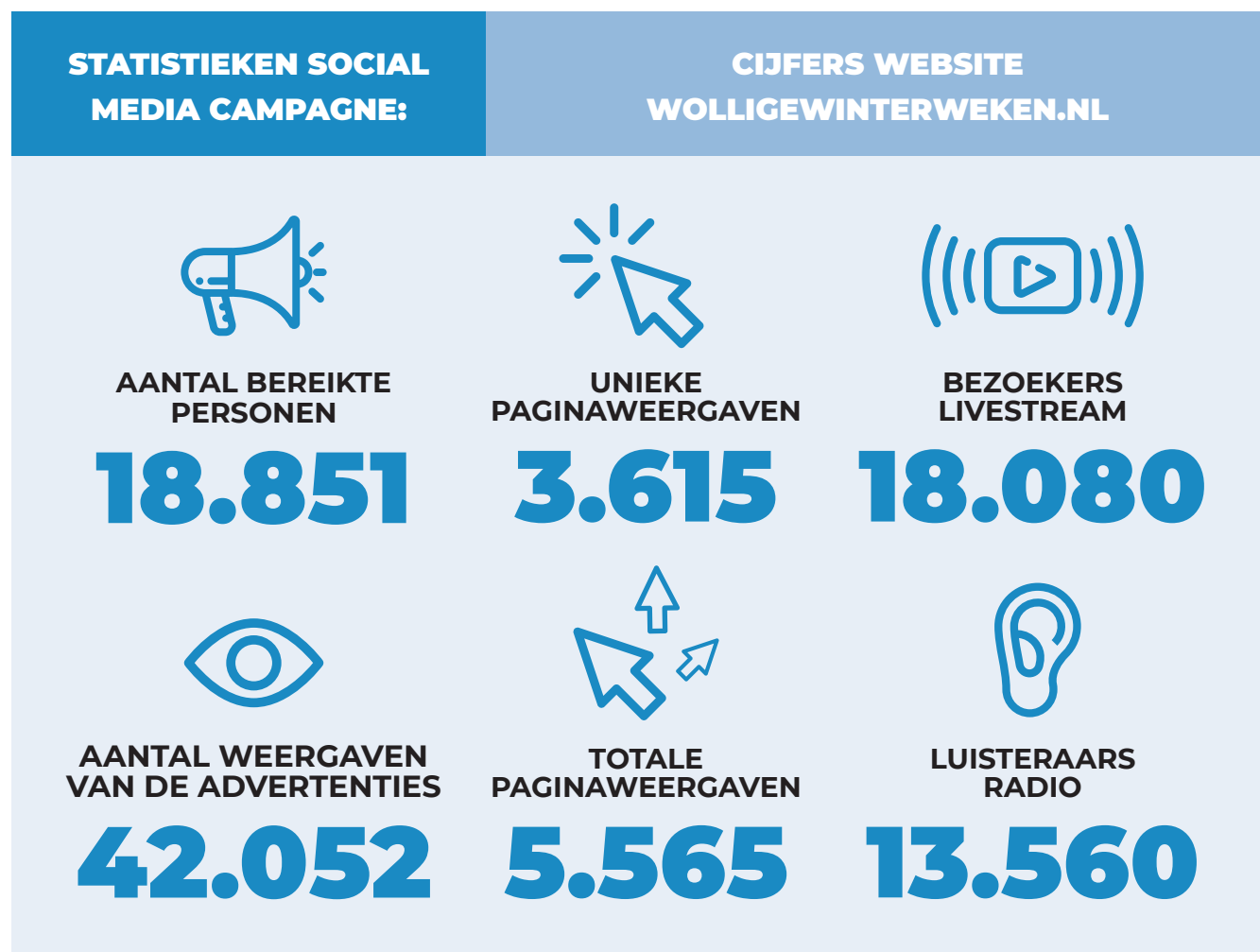
WINTERSFEER MAAR DAN ANDERS TIJDENS WOLLIGE WINTERWEKEN

Wintersfeer kon in 2020 helaas niet doorgaan zoals we gewend waren. Onder het motto ‘Wollige Winterweken’ gingen we enthousiast met een ander initiatief van start. Een mooie samenwerking tussen winkels, horeca, evenementenorganisaties, cultuurcentra en nog veel meer stond gepland.

Ook hier floot corona ons terug. Maar door niet bij de pakken neer te gaan zitten, hebben we toch van kerstperiode een gezellige tijd weten te maken. Een week lang luisteren naar een gevarieerde livestream door Kommus Radio, genieten van sfeervolle

verlichting en aankleding in beide centra en een leuk Bucket Buurt Boek voor op de bank thuis zorgden samen dat men alsnog tijdens de feestdagen een echte Geldrop-Mierlo Wintersfeer beleefde.

www.wolligewinterweken.nl



2020 was het tweede jaar dat Villagemarketing zich inzette om Geldrop-Mierlo groots op de kaart te zetten.

De gedachte 'Dit is Geldrop-Mierlo, daar woon ik en daar ben ik trots op' begint steeds meer te leven. Zelfs in de lockdown maakte Villagemarketing dit zichtbaar in fysieke uitingen, online en in openbare ruimten. En voelbaar door evenementen, denk aan de Wollige Winterweken. Een fantastisch hybride evenement, ontstaan door mooie samenwerkingen. Helemaal van nu!

Ik heb er alle vertrouwen in dat ook de toeristen en recreanten straks steeds gemakkelijker hun weg vinden in en naar Geldrop-Mierlo.

Wethouder Marc Jeucken



WWW.VISITGELDROPMIERLO.NL

**Geldrop
Mierlo**



**Verweeft &
Vermaakt**