



# JAARVERSLAG VILLAGE- MARKETING

**2021**

**Geldrop  
Mierlo**

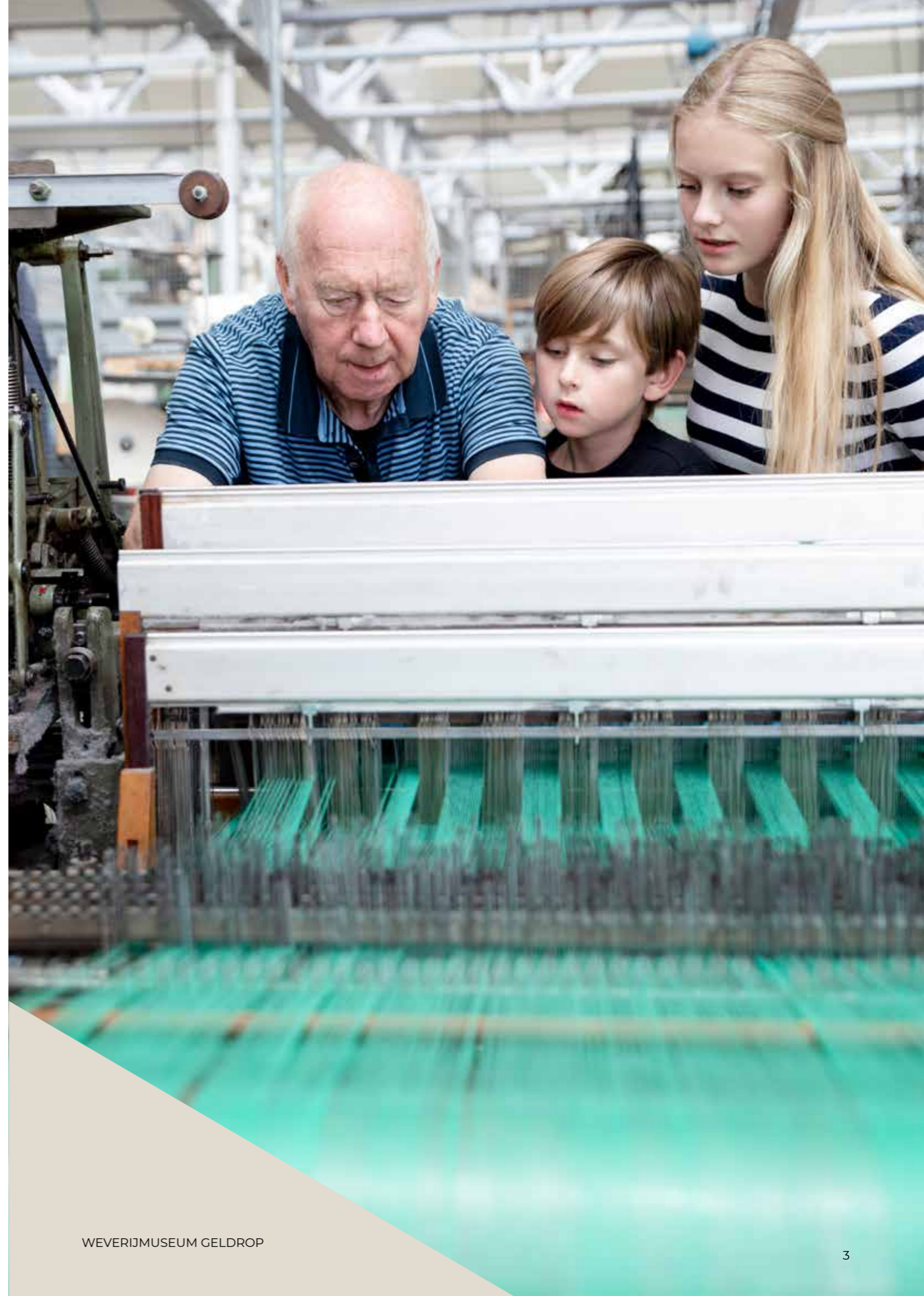


Verweeft &  
Vermaakt

# INHOUD



VOORWOORD _____	5	AANSLUITING OP REGIORADAR _____	22
VILLAGEMARKTING AMBITIE 2021 _____	6	LOKAAL PREVENTIEAKKOORD GELDROP-MIERLO: FIT&PIT _____	24
DE AFSLUITING VAN DE WOLLIGE WINTERWEKEN IN 2021 _____	7	WOLLIGE WINTERWEKEN IN HERHALING _____	28
KOOP LOKAAL CAMPAGNE _____	10	GELDROP BY LIGHT _____	29
DE ZIJDEZACHT ZOMERMAANDEN _____	12	UITKIJKPUNT GULBERGEN: DE REGIOWIJZER _____	30
DE CIJFERS VERGELEKEN _____	16	GELDROP-MIERLO OP TV _____	30
PLAATSING VLAGGENMASTEN _____	17	GELDROP-MIERLO IN MAGAZINES _____	31
UITREIKING ZORGOUCHEERS _____	18	KATOENPAD-ONTWIKKELINGEN _____	31
EXPOSITIES IN HET WEVERIJMUSEUM _____	20	SUPPORT VAN DE GEMEENTE _____	32
SAMENWERKING VISITBRABANT _____	21		



# VOOR- WOORD ADRI GEERTS

**Terugkijkend in het jaarverslag van 2020 bleek duidelijk dat we echt hadden gedacht in 2021 weer het 'oude normaal' te kunnen verwelkomen, maar helaas ...**

Dat vraagt wel iets van je. Steeds hopen dat je nieuwe plannen uit kunt voeren, maar toch weer teleurgesteld worden en je plan moeten uitstellen. We wilden zo graag tijdens de campagneperiodes van Bestemming Geldrop-Mierlo en de Wollige Winterweken, verenigingen en mensen mobiliseren om onder die vlaggen leuke initiatieven op te gaan pakken. Maar helaas. We wilden hiervoor bijvoorbeeld twee speciale conferenties organiseren, een voor de horeca-, recreatie- en leisurebranche en een andere voor evenementenorganisatoren (denk aan clubs en verenigingen), maar die konden natuurlijk vanwege de regelgeving niet doorgaan.

Toch hebben we het afgelopen jaar veel dingen wél kunnen realiseren. De Zijdezachte Zomermaanden zijn enorm enthousiast ontvangen, door de opvallende campagneborden die strategisch door Geldrop en Mierlo zijn geplaatst. Ook omdat de inwoners zelf hierbij betrokken zijn geweest en in beeld zijn gebracht. De inwoners kregen ook een rol in het nieuwe Geldrop-Mierlo Magazine. Op deze manier raakt men veel meer betrokken bij de dorpen waar we wonen. En nu we ook inmiddels de landelijke televisie hebben gehaald, lijken de inwoners steeds trotser te worden op onze gemeente. Natuurlijk hebben er nog meer initiatieven het licht gezien en zijn bekende initiatieven opnieuw



(prachtig) in het licht gezet. Denk bij dit laatste even terug aan de afgelopen decembermaand: Geldrop-Mierlo by Light.

Ik ben trots op alles wat we hebben neergezet. Inmiddels worden we mede daardoor gezien als een belangrijke speler op het gebied van citymarketing. We krijgen van verschillende kanten signalen dat Geldrop-Mierlo steeds zichtbaarder en herkenbaarder wordt, ook vanwege de huisstijl die we hebben ontwikkeld. Het gaat opvallen, mensen beginnen het te zien.

2021 was, ondanks de beperkingen, toch een goed Villagemarketing-jaar. En voor 2022 staan een aantal prachtige evenementen en samenwerkingen op de rol, die een flinke boost gaan geven aan onze regionale én landelijke zichtbaarheid. Daar wijden we inhoudelijk op deze plek niet over uit, maar weet dat we blijven doorpakken om de positie van onze gemeente te versterken. Online en offline. Wel of geen lockdown. We staan te trappelen.

In de nieuwsbrieven houden we jullie, zoals jullie gewend zijn, van deze ontwikkelingen op de hoogte. Nu over naar het overzicht van het afgelopen jaar: het jaarverslag van Villagemarketing Geldrop-Mierlo 2021.

Ik wens je heel veel leesplezier.

**Adri Geerts, bestuursvoorzitter Stichting Villagemarketing Geldrop-Mierlo**

IK BEN TROTS OP ALLES WAT WE HEBBEN NEERGEZET. INMIDDELS WORDEN WE MEDE DAARDOOR GEZIEN ALS EEN BELANGRIJKE SPELER OP HET GEBIED VAN CITYMARKETING.

# VILLAGEMARKETING AMBITIE 2021

Niet alleen Villagemarketing Geldrop-Mierlo, maar iedereen die zich bij de gemeente betrokken voelt had gehoopt dat in 2021 de hele wereld weer terug naar 'normaal' zou gaan. In de zomer leek het er heel even op, maar helaas.

De ambitie om Geldrop-Mierlo nog intenser te positioneren bij de inwoners, in de omgeving en in het land, bleef. Ook in 2021 hebben we hard gewerkt om deze ambitie waar te maken. Waarbij we de lessen uit 2020, die een beroep deden op onze flexibiliteit, oppakten en toepasten.

Opnieuw leverde het prachtige resultaten op. Verschillende initiatieven behaalden regionale en landelijke televisie en de interactie op social media steeg. Het thema Verweeft & Vermaakt blijft het

thema waar alles om draait, en ook nu hebben we dit bij alle activiteiten meegenomen.

In dit jaarverslag een overzicht van de activiteiten die wij oppakten, waarbij we ons vooral hebben gericht op:

1. Digitale marketing
2. Fysieke elementen in de openbare ruimte
3. Ondersteuning van evenementenorganisatoren

## JAARCIJFERS 2021

### INKOMSTEN

DVO jaarschijf 2021 € 151.000  
Overige inkomsten € 21.700

### UITGAVEN

Reclamekosten (o.a.) € 45.451

- Drukwerk
- Voorjaarsronde folders
- Zomercampagne
- Herfstcampagne
- Wintercampagne
- Koop Lokaal campagne

Inhuur marketing professionals (o.a.) € 99.686

- Citymarketeer
- Marketingbureau
- Strategisch advies
- Inhuur derden

Online en offline uitstraling (o.a.) € 16.436

- Website
- Vlaggenmasten
- Katoenpad

Evenementen € 53.822

- Piet Manders Expositie
- Kimono expositie
- Zijdezachte Zomermaanden
- Wollige Winterweken
- Sfeerverlichting

Organisatiekosten € 2.300

- Representatiekosten
- Strategische samenwerkingen



## DE AFSLUITING VAN DE WOLLIGE WINTERWEKEN IN 2021

Eind 2020 in het leven geroepen om de evenementen & activiteiten in deze periode vanuit een overkoepelende naam beter en actiever weg te zetten in de gemeente en de regio. Hieronder vallen bijvoorbeeld Wintersfeer Geldrop en Magisch Mierlo.

Tijdens deze periode van de Wollige Winterweken werd ook €2.750,- opgehaald voor de Stichting No Guts, No Glory. **No Guts No Glory maakt de (laatste) wensen van Kankerpatiënten en hun mantelzorgers mogelijk.**

**SANDER WATERSHOOT:** "ALS KOMMUS WEER EENS EEN KOEK HEEFT GEBAKKEN, VOEGT VILLAGEMARKETING REGELMATIG DE KANDIJ TOE, OM ER NET EEN WAT LUXERE KOEK VAN TE MAKEN EN TE VERKOPEN."





# KOOP LOKAAL CAMPAGNE

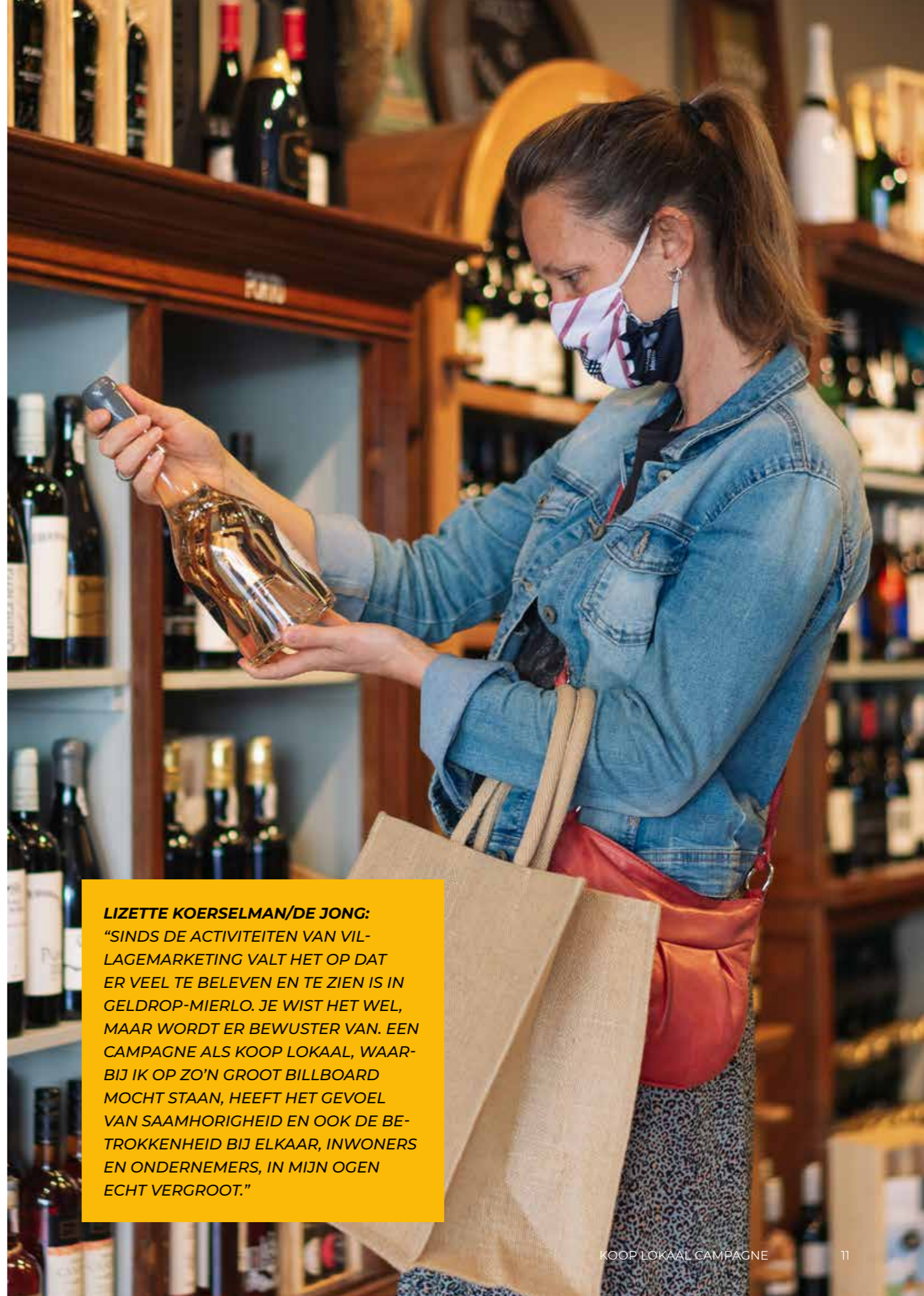
Tijdens de lockdown waren ondernemers aangewezen op de verkoop van hun producten of diensten via hun website. Hierdoor liepen lokale winkeliers het risico dat mensen eerder bij de grote ketens gingen bestellen.

Om onze inwoners (maar ook mensen daarbuiten) te attenderen op het belang te kopen bij onze lokale ondernemers, startten we in samenwerking met Centrummanagement Geldrop, Centrum- en Lintenmanagement Mierlo en de gemeente Geldrop-Mierlo de marketingcampagne 'Koop Lokaal'. Deze campagne werd kracht bijgezet door een diversiteit aan middelen. Zo gebruikten we bijvoorbeeld de verkiezingsborden om posters op te hangen met foto's van inwoners uit de gemeente, die de



campagne een gezicht gaven. En we stimuleerden het lokaal kopen met online advertenties, publicaties in weekbladen en online reportages. Inwoners en omwonenden reageerden massaal. De campagne leverde ondanks de lockdown wel een extra stimulans bij de lokale detailhandel. Niet te vergelijken met 'normaal' natuurlijk, maar in deze tijd een welkome begunstiging.

Vanuit de ondernemers is ook enthousiast gereageerd, vooral omdat de campagne overkoepelend was en voor beide kernen gold. Hierdoor blijf je gezamenlijk werken aan één gemeenschappelijke uitstraling die past bij Geldrop-Mierlo. Mede dankzij de inzet van de centrummanagers van Geldrop en Mierlo, werd deze campagne een groot succes.



**LIZETTE KOERSELMAN/DE JONG:**  
 "SINDS DE ACTIVITEITEN VAN VILLAGEMARKETING VALT HET OP DAT ER VEEL TE BELEVEN EN TE ZIEN IS IN GELDROP-MIERLO. JE WIST HET WEL, MAAR WORDT ER BEWUSTER VAN. EEN CAMPAGNE ALS KOOP LOKAAL, WAARBIJ IK OP ZO'N GROOT BILLBOARD MOCHT STAAN, HEEFT HET GEVOEL VAN SAAMHORIGHEID EN OOK DE BETROKKENHEID BIJ ELKAAR, INWONERS EN ONDERNEMERS, IN MIJN OGEN ECHT VERGROOT."

# DE ZIJDEZACHTE ZOMERMAANDEN

In de zomervakantie starten we de Zijdezachte Zomermaanden campagne. Met als doel zowel de inwoners als de bezoekers in de regio te stimuleren om een bezoek aan Geldrop-Mierlo te brengen. Op verschillende manieren, online en offline, gaven we de aandacht aan verschillende bezienswaardigheden in de gemeente onder de noemer: Bestemming Geldrop-Mierlo.

Vanuit Villagemarketing rolden we deze campagne uit met een diversiteit aan middelen. Zo gebruikten we opnieuw de verkiezingsborden om posters op te hangen met foto's van inwoners uit de gemeente, die de campagne een gezicht gaven. We stimuleerden het bezoeken van onze bezienswaardigheden en recreatieve trekpleisters met online advertenties, blogs en vlogs op onze socialmediakanalen en websites en publicaties in weekbladen.

We hebben een zo breed mogelijk beeld van onze gemeente getracht weer te geven, waarbij we de doelgroep zoveel mogelijk probeerden te stimuleren om de website [visitgeldropmierlo.nl](http://visitgeldropmierlo.nl) te bezoeken, waar we speciale webpagina's voor de campagne hadden ingericht.

De inwoners van de gemeente vonden het op hun beurt opnieuw geweldig leuk om bekenden op de borden op centrale plekken terug te zien. Ook door deze campagnemaanden is de betrokkenheid van de inwoners bij de gemeente weer flink vergroot. Het aantal websitebezoeken steeg met 30%



**VIVIANNE VAN BIJSTERVELD, TEKSTSCHRIJVER:** "SAMEN MET MARIANNE CANTERS MAAK IK REGELMATIG REPORTAGES VOOR VILLAGEMARKETING GELDROP-MIERLO. WE SCHRIJVEN, BLOGGEN EN VLOGGEN.

VAN DICHTBIJ ZIE IK DAT VILLAGEMARKETING AARDIG AAN DE WEG TIMMERT. ER WORDEN SAMENWERKINGSVERBANDEN AANGEGAAN, ER WORDT HARD GEWERKT AAN ONZE BUITENRUIMTEN EN OOK EVENEMENTEN WORDT MEER KRACHT BIJGEZET. ZO KOMEN ONZE KLEURRIJKE TEXTIELDORPEN NÓG MEER IN THE PICTURE. IK BEN BLIJ DAT MIJN SCHRIJFWERK DAAR EEN STEENTJE AAN BIJ MAG DRAGEN."







# DE CIJFERS VERGELEKEN

Het is voor ons belangrijk om ieder jaar zo transparant mogelijk te zijn over wat wij vanuit Stichting Villagemarketing jaarlijks oppakken. Daarom presenteerden wij in 2021 ons eerste jaarverslag: het Jaarverslag van 2020, en lees je nu het verslag van het afgelopen jaar. Goed om op deze plek eens wat belangrijke cijfers te vergelijken.

**STATISTIEKEN WEBSITE IN DE PERIODE VAN 16 JUNI 2020 T/M 31 DECEMBER 2020 WWW.VISITGELDROPMIERLO.NL \*IN VERGELIJKING MET 1 JAN 2021 T/M 31 DECEMBER 2021**



2020\*

PAGINAWEERGAVEN

**48.316**

SESSIES OP DE WEBSITE

**16.702**

GEMIDDELDE TIJD OP DE WEBSITE

**04:11**

**BELANGRIJKSTE PAGINA'S 2020**

- |                             |                                |                               |
|-----------------------------|--------------------------------|-------------------------------|
| 1. Natuur in Geldrop-Mierlo | 2. Wandelen in Geldrop-Mierlo  | 4. Wat te doen                |
|                             | 3. Dagje uit in Geldrop-Mierlo | 5. Winkelen in Geldrop-Mierlo |

2021

PAGINAWEERGAVEN

**145.665**

SESSIES OP DE WEBSITE

**46.150**

GEMIDDELDE TIJD OP DE WEBSITE

**10:09**

**BELANGRIJKSTE PAGINA'S 2021**

- |                               |                           |                     |
|-------------------------------|---------------------------|---------------------|
| 1. Wandelen in Geldrop-Mierlo | 2. De agenda              | 4. Wat te doen      |
|                               | 3. De Wollige Winterweken | 5. Kimono-expositie |

\*Website is op 16 juni 2020 live gegaan. Dat betekent dat de cijfers van 2020 de cijfers van een halfjaar zijn.



## PLAATSING VLAGGENMASTEN

In januari verleende de gemeente Geldrop-Mierlo ons de vergunning om vlaggenmasten te plaatsen op 5 centrale punten in Geldrop-Mierlo: het stationsplein, de rotonde bij de A67 in Geldrop, de kruising van de Eindhovense weg met de Gijzenrooijse weg, de rotonde op de Nuenenseweg en de rotonde bij de Geldropse weg in Mierlo (vanuit Helmond). Wanneer je Geldrop-Mierlo binnenrijdt, met de auto of de trein, word je welkom geheten in onze prachtige gemeente.

In mei zijn de vlaggenmasten geplaatst, waarna wij ze gedurende het jaar steeds hebben voorzien van vlaggen passend bij de huisstijl. De uitstraling van de vlaggen is gebaseerd op het thema Verweeft & Vermaakt, maar ook op grootschalige

gebeurtenissen, zoals evenementen in de gemeente. De vlaggen ondersteunden inmiddels de campagne Koop Lokaal in de zomerperiode en de Wollige Winterweken in december.

**RENÉ PLOEGMAKERS, MARGE COIFUURE:** "WAT ONS VOORAL OPVALT IS DAT VILLAGEMARKETING VEEL VERENIGINGEN EN ORGANISATIES VERBINDT EN DAN MET NAME OP HET GEBIED VAN BEELDUITINGEN VIA VISUALS EN SOCIAL MEDIA. HET KAN NIET ANDERS DAN DAT ER ACHTER DE SCHERMEN VEEL WERK VERZET WORDT OM DIT ALLEMAAL TE REALISEREN.

EN HET KAN HAAST NIET ANDERS DAN DAT DIT LEIDT TOT MEER BEZOEKERS IN GELDROP-MIERLO. HOPELIJK GAAT DAT DE KOMENDE JAREN GEBEUREN ALS CORONA UIT HET STRAATBEELD VERDWIJNT EN PLAATSMAAKT VOOR MEER DRUKTE EN GEZELLIGHEID."



## UITREIKING ZORGPUUCHERS

Omdat het eerder niet ging in verband met alle regelgeving omtrent corona, kon ook pas in de zomer van 2021 de uitreiking van de Zorgvouchers plaatsvinden.

Je las het al in het begin van het jaarverslag: tijdens de Wollige Winterweken in december 2020 en januari 2021 werd in totaal een bedrag van €12.500,- euro opgehaald ten behoeve van de actie Zorg voor Geldrop-Mierlo. Een actie opgezet om de zorghelden in de gemeente te bedanken, die alles op alles hebben gezet om hun bijdrage te leveren tijdens de eerste coronagolven.

Dat geld is omgezet in zorgvouchers, die in de vorm van cadeaubonnen konden worden uitgegeven bij de horecaondernemers, winkeliers en leisurepartijen die zich bij de actie hadden aangesloten. Uiteindelijk zijn in totaal 500 cadeaubonnen ter waarde van €25 euro overhandigd aan de zorghelden van het Anna Ziekenhuis en de woonzorgcentra Akert, Berkenheuvel en Hof van Bethanië. De actie en de overhandiging bracht veel publiciteit met zich mee en werd in verschillende dag- en weekbladen in het licht gezet.

De zorgmedewerkers hebben er dankbaar gebruik van gemaakt, en op die manier weer een bijdrage geleverd aan de ondernemers die door de coronacrisis flink waren getroffen.

**DE HEER BORGMEIJER, ANNA:**  
 "VILLAGEMARKETING LAAT OP EEN BEELDDE MANIER DE GESCHIEDENIS VAN GELDROP EN MIERLO HERLEVEN IN MODERNE UITINGEN. ZE HEEFT EEN TOEKOMSTGERICHTE VISIE OP DE WAARDE VAN DE GEMEENTE GELDROP-MIERLO. DEZE SLUIT GOED AAN BIJ DE VISIE VAN DE ANNA ZORGGROEP, ZEKER WAAR HET GAAT OVER AANDACHT VOOR PERSOONLIJKE BENADERING EN EEN GEZONDE LEEFSTIJL."

**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 FIBBER MET DEZE WELVERDIENTE BON EN BEDANKT VOOR JIJNE INZET EN ZORG

Geldrop Mierlo Verweeft & Vermaakt

**TOTALE OPBRENGST DONATIES**

**€12.500,-**

# EXPOSITIES IN HET WEVERIJMUSEUM

In de lente en de zomer organiseerde het Weverijmuseum in Geldrop twee speciale exposities: De Piet Manders-expositie en de Japanse kimono-expositie. Villagemarketing heeft de marketing voor deze exposities verzorgt.

Beide exposities waren bijzonder en verweven met Geldrop-Mierlo. Piet Manders natuurlijk, omdat hij geboren en getogen is in Mierlo en wereldberoemd bij de kenners van design en dessin. Het unieke van deze tentoonstelling was dat er ook delen van de tentoonstelling te zien waren in allebei de winkels van Lenssen Manders. De Japanse kimono is natuurlijk verweven met Geldrop-Mierlo vanwege de satijnen weeftechniek. Vanuit ons weefverleden is de interesse voor weeftechnieken evident.

(Even nog een leerzaam feitje: veelal wordt gedacht dat satijn materiaal is. Maar dat is het dus niet. Satijn is een speciale weeftechniek waarbij de garens heel dicht op elkaar geweven worden, waardoor een soepele, glanzende stof ontstaat.)

De overeenkomst tussen beide exposities: de collecties die tentoond werden



gesteld, kwamen beiden uit het Zijdemuseum in Meliskerke.

Stichting Villagemarketing verzorgde de beschrijvingen die te lezen waren bij de dessins van Piet, de kimono's en de stoffen en verzorgde de persberichten en de aankleding in het centrum (bij de kimono-expositie). Beide exposities werden goed bezocht en zorgden voor een enorme boost in bezoekersaantallen en omzet voor het Weverijmuseum.

**BERT VERMEER, DIRECTIE WEVERIJMUSEUM:** "ALLEEN DOOR MET ELKAAR SAMEN TE WERKEN KOM JE TOT EEN GOED RESULTAAT! DE KIMONO-EXPOSITIE, IN DE ZOMERPERIODE 2021, HEEFT DAT WEL AANGETOOND. INSTELLINGEN EN ONDERNEMERS KUNNEN VANUIT HUN EIGEN KRACHT IETS TOEVOEGEN. VOOR IEDEREEN ZIT DAAR DE WINST IN. VILLAGEMARKETING SPEELT DAARBIJ EEN BELANGRIJKE ROL. ZE KOMT MET IDEEËN, COÖRDINEERT EN KENT MENSEN. ALS WEVERIJMUSEUM Zouden wij dit nooit op eigen kracht kunnen realiseren. Zeker als organisatie met veel vrijwilligers heb je aanvullende professionaliteit nodig."



# SAMENWERKING VISITBRABANT

Samen met de destinationmarketingorganisatie VisitBrabant doen we nog meer om onze gemeente met alle activiteiten en bezienswaardigheden aandacht in de regio te geven.

'Hier moet je zijn in Brabant' is een campagne van VisitBrabant, in samenwerking met de Brabantse vrijetijdsector, met als doel de Brabantse toeristische bestemmingen onder de aandacht te brengen. Daarnaast wil VisitBrabant de vrijetijdseconomie steunen vanwege de klap die deze sector heeft gehad dankzij de coronamaatregelen. Ook wij zijn aangesloten op deze campagne om o.a. het Katoenpad onder de aandacht te krijgen. Vanwege deze samenwerking was het Katoenpad te zien in het magazine Family & Fun van VisitBrabant en op hun websitepagina's, die gericht zijn op de Nederlandse én buitenlandse bezoekers. De mensen die op de nieuwsbrief 'Routes in Brabant' van VisitBrabant zijn ingeschreven hebben ook mail ontvangen over het Katoenpad. Op deze manier krijgt de gemeente dus ook een flinke boost.

**VÉRONIQUE VAN RAAMSDONK:** "ALS HORECAONDERNEMER BEN IK NATUURLIJK BLIJ MET ALLE AANDACHT DIE GEGEVEN WORDT AAN GELDROP-MIERLO, EN DAN MET NAME DE WANDELROUTES EN FIETSRUTES DIE GEMAAKT ZIJN. HIERDOOR ZIJN WIJ ALS GELDROP-MIERLO INTERESSANT VOOR DAGJESMENSEN, DIE DAARDOOR GRAAG IN ONZE DORPEN TIJD BESTEDEN."



# AANSLUITING OP REGIORADAR



## Stichting Villagemarketing zorgde ervoor dat de Wollige Winterweken ruim de aandacht kregen op RegioRadarEindhoven.nl

RegioRadarEindhoven.nl is een initiatief van Uit in Eindhoven, Eindhoven247 en citymarketingorganisatie Eindhoven365. Zij bundelden hun krachten om de cultuur-, sport- en vrijetijdsactiviteiten in de brainportregio te promoten. De organisaties richtten eind vorig jaar 'Uit in Eindhoven Regio' op: een netwerkorganisatie die verbinding legt tussen 21 regiogemeenten en cultuurorganisaties, met als doel vanuit een structurele samenwerking cultuur, toerisme en voorzieningen een impuls te geven. Ook visitgeldropmierlo.nl is aangesloten op dit initiatief (gericht op het belang van ruim 750.000 inwoners en bezoekers), waardoor de activiteiten die wij met Villagemarketing oppakken ook via deze website onder de aandacht komen.

RegioRadar Eindhoven biedt een online etalage met culturele, vrije tijds- en sportuitjes overdag en

's avonds; een lokaal aanbod dat ook aantrekkelijk is voor wie van een aantal kilometers verderop moet komen. De start is dus gemaakt met de Wollige Winterweken in december 2021. Komend jaar zullen ook andere activiteiten hier aandacht gaan krijgen.

**RENÉ BUNDERS:** "VILLAGEMARKETING ZIT BOORDEVOL GEWELDIGE IDEEËN, EN HEEFT CAPABELE MENSEN AAN BOORD, MAAR DOOR ALLE CORONAPERIKELEN KUNNEN ZE NOG NIET HARD DOORKNALLEN. ZE MOETEN NOG TOT BLOEI KOMEN. DAAR KIJK IK VOL VERWACHTING NAAR UIT EN ZAL ER MET PLEZIER MIJN MEDEWERKING AAN VERLENEN."



MOLEN 'T NUPKE GELDROP

# LOKAAL PREVENTIE-AKKOORD GELDROP-MIERLO: FIT&PIT.



In navolging op het Nationaal Preventieakkoord hebben de gemeente Geldrop-Mierlo en 5 partners het Lokaal Preventieakkoord Geldrop-Mierlo ondertekend: Fit&Pit. Aangesloten als partner zijn Anna Zorggroep, LEVgroep, Leef! Geldrop-Mierlo, GGD Brabant-Zuidoost en wij, Stichting Villagemarketing.

Het Lokaal Preventieakkoord Fit & Pit houdt in dat de verschillende partners aandacht gaan geven aan een aantal thema's op het gebied van gezondheid: gezondheidsbeleving, psychisch en sociaal welbevinden, veerkracht en weerbaarheid, gezond eten en bewegen, een rookvrij Geldrop-Mierlo en het tegengaan van alcohol- en drugsgebruik, om een gezonde en actieve leefstijl van de inwoners te bevorderen. Vanuit Villagemarketing gaven (en geven) we o.a. aandacht aan de gezonde en groene leefomgeving van Geldrop-Mierlo, waar inwoners (met en zonder beperking) kunnen recreëren. Ook zijn we o.a. betrokken bij de inrichting van de gezonde leefomgeving in de gemeente.

Het beeldmerk dat we voor Fit&Pit ontwikkelden sluit aan bij de stijl van Geldrop-Mierlo Verweeft & Vermaakt, die ontwikkeld is voor de gemeenschap. Daarnaast straalt de stijl positiviteit uit en is herkenbaar voor de inwoners.

**WAT VIND JIJ GEZOND EN LEKKER?**  
#FITOPJOUWMANIER

Geldrop Mierlo FIT&PIT LOKAAL PREVENTIEAKKOORD GELDROP-MIERLO

WIL JE MEER LEZEN? WIL JE MEEDOEN?  
[WWW.GELDROP-MIERLO.NL/FITENPIT](http://WWW.GELDROP-MIERLO.NL/FITENPIT)

**WIN EEN DINER VOOR TWEE**

**BEDENK JIJ HET GEZONDSTE RECEPT VAN GELDROP-MIERLO?**

Gezonde recepten hoeven niet altijd moeilijk, saai of minder lekker te zijn. Bovendien bevatten deze recepten veel groenten, vezels, vitamines en eiwitten, precies wat jij nodig hebt. Help jij andere inwoners van Geldrop-Mierlo aan leuke, makkelijke en gezonde recepten? Van bloemkoolcurry en venkelsalade met appel tot preitaart. Doe mee aan deze wedstrijd en maak kans op een gezond 3-gangen menu van Eethuis Beirje uit Mierlo!

Het recept...  
..bevat minimaal 250 gram groente  
..bevat een voldoende vleesvervanger of onbewerkt vlees  
..is bereid met olie, vloeibare margarine of vloeibaar bak- en braadvet  
..is bereid zonder pakjes en zakjes

Kijk voor meer informatie op de website van het Voedingscentrum en de richtlijnen over gezond avondeten.

Meedoen?  
Stuur jouw recept in vóór 31 oktober a.s. via [www.geldrop-mierlo.nl/fitenpit](http://www.geldrop-mierlo.nl/fitenpit). De winnaars worden in de week van 15 november bekend gemaakt.





# WOLLIGE WINTERWEKEN IN HERHALING

## WOLLIGE WINTERWEKEN RADIO

TUNE IN VIA

[WWW.KOMMUSRADIO.NL](http://WWW.KOMMUSRADIO.NL)



KOMMUS RADIO,  
HET ENIGE ECHTE LOKALE  
RADIOSTATION VAN, DOOR  
EN VOOR GELDROP-MIERLO!

### KOMMUS RADIO

Kommus Radio haakte weer aan op de Wollige Winterweken. Het plan om op het Horecaplein een soort Glazen Huis te plaatsen en van daaruit uitzendingen te verzorgen, kon vanwege regelgeving niet doorgaan, maar de Wollige Winterweken vanuit de studio natuurlijk wel. Lekker thuis op de bank kon er worden genoten van de Top 500, samengesteld door de stemmende inwoners. De popquiz kwam weer terug en opnieuw werd er een inzamelingsactie gehouden, deze keer voor de Stichting No Guts, No glory.



### WENSBOMEN

In zowel Geldrop als in Mierlo zijn sfeervolle Wensbomen geplaatst, waarin kerstballen gevuld met wensen konden worden gehangen. In Geldrop stond de boom op het Horecaplein. In Mierlo werd de wensboom op het plein voor 't Patronaat geplaatst. Speciaal voor deze wensen kon je een kerstbal kopen voor één euro. En ook die opbrengst ging naar Stichting No Guts No Glory.



# GELDROP BY LIGHT

Opnieuw werden de kernen in het licht gezet. Dit keer uitgebreider met o.a. Het Landgoed Kasteel Geldrop en het Dienst Dommelvallei gebouw in Mierlo waren prachtig uitgelicht. De avondwandeling werd opnieuw een belevenis voor de inwoners van de kernen.



**GEERT STOEFF:** "VILLAGEMARKETING NEEMT INITIATIEVEN OM DE SAAMHORIGHEID BINNEN ONZE GEMEENTE TE VERBREDEN EN TE VERHOGEN. HIERBIJ ZIJN ZIJ VAAK DE VERBINDENDE FACTOR. DAARBIJ FACILITEREN EN ONDERSTEUNEN ZIJ OP EEN PROFESSIONELE MANIER VERSCHILLENDE ACTIVITEITEN BINNEN ONZE GEMEENTE. IK BEN ZEER TEVREDEN OVER DE SAMENWERKING MET VILLAGEMARKETING EN HOOP DAT WE IN 2022 WEER MOOIE WOLLIGE WINTERWEKEN NEER KUNNEN ZETTEN."

## UITKIJKPUNT GULBERGEN: DE REGIOWIJZER

Onderaan Landgoed Gulbergen en bij de fietsbrug Geldrop-Mierlo ligt kruispunt Gulbergen. Een plek gecreëerd voor fietsers en wandelaars, waar zij zich even kunnen ontspannen. Er staan een picknicktafel en speeltoestellen en sinds de zomer staat er ook de regiowijzer. Een unieke plek waar je de omgeving kunt bekijken in afbeeldingen.

De regiowijzer is ontwikkeld door Villagemarketing in samenwerking met de gemeente. Het uitkijkpunt staat niet op de brug of op de Gulbergen zelf, maar is gewoon op de lager gelegen grond geplaatst. Wanneer je in het uitkijkpunt stapt, zie je om je heen welke recreatiemogelijkheden er allemaal



zijn in het gebied. Denk aan Landgoed Kasteel Geldrop en Dierenrijk. Maar er staan ook foto's op die verwijzen naar de thema's verweven, naar Van Gogh en Brainport.

De regiowijzer is een unieke manier om onze gemeente en regio bij dagtoeristen of vakantiegangers (en sowieso iedereen die de Gulbergroute fietst of in de omgeving wandelt) te promoten.

## GELDROP-MIERLO IN MAGAZINES

**In de laatste maanden van het jaar heeft Stichting Villagemarketing meegewerkt aan de totstandkoming van twee magazines: de gemeentegids (in een nieuw jasje dus) en een eigen Geldrop-Mierlo Glossy. De eerste in samenwerking met de gemeente en de tweede in samenwerking met Centrummanagement Geldrop en Centrum- en Lintenmanagement Mierlo.**

De gemeentegids is omgedoopt tot gemeentemagazine Geldrop-Mierlo. Met alle belangrijke adressen, zoals je gewend bent van de gemeentegids. Het magazine is echter vanuit Villagemarketing aangevuld met allerlei interessante

artikelen: van de Big 5 die je op de Strabrechtse Heide tegenkomt tot aan de mooiste plekjes aangegeven door de inwoners zelf.

De Geldrop-Mierlo Glossy zal twee keer per jaar gaan verschijnen. De artikelen in de glossy zijn vooral human interest artikelen en dus leuk om te lezen, omdat het gaat over de inwoners van deze prachtige kernen. Die door dit magazine weer prachtig met elkaar worden verbonden en dus met elkaar verweven.



## GELDROP-MIERLO OP TV

**Maar liefst tweemaal kwam Geldrop-Mierlo in december op tv. Een keer tijdens het Sinterklaasjournaal en een keer tijdens het programma Binnenstebuiten.**

### HET SINTERKLAASJOURNAAL

Een kleine groep kinderen uit Geldrop-Mierlo heeft Sinterklaas welkom geheten in het land én kreeg daardoor met hun peperkoek- en kersentaart ruime aandacht in het Sinterklaasjournaal. Geldrop-Mierlo werd o.a. benoemd als de plek waar stoffen worden geweven: de zakken die de kinderen bij zich droegen waren daar het bewijs van.

### BINNENSTEBUITEN

Binnenstebuiten, het dagelijkse tv-programma van de KRO-NCRV, maakte opnames op Landgoed Kasteel Geldrop. Op 7 december was de reportage te bekijken op NPO 2. De kasteelheer



en de hovenier spraken vol enthousiasme voor-de-buis-zittend Nederland aan over de pracht van de Bloemenhof en het landgoed.



## KATOENPAD-ONTWIKKELINGEN

Het Katoenpad is een recreatief aantrekkingspunt. Dat betekent ook dat het goed onderhouden moet worden. Het pad zelf en de app. Die app is weer verder verbeterd en er zijn extra markers (scanpunten) op het pad geplaatst om de beleving nog meer te intensiveren. Ook is het pad door de buitendienst weer helemaal nagelopen en netjes gemaakt. Nog steeds krijgen we enthousiaste reacties binnen van wandelaars (jong en oud) die het pad lopen. Deze reacties delen we iedere keer op onze socialmediakanalen zodat het pad ook daar weer onder de aandacht komt.



# SUPPORT VAN DE GEMEENTE

Niet onbelangrijk om te vermelden: de hoeveelheid support die wij steeds opnieuw van de gemeente kregen (en krijgen). Want wij kunnen vanuit Villagemarketing wel een heleboel ambities hebben en prachtige plannen maken, de support van de gemeente is een belangrijk ingrediënt. Zeker in deze speciale tijden.

Bij onze ambities zijn regelmatig verschillende afdelingen betrokken. Denk aan de afdeling ruimte, Dienst Dommelvallei, juridische zaken en de afdeling communicatie. De verschillende partijen die samen met de burgemeester het gemeentebestuur vormgeven, zijn ook betrokken bij onze inzet Geldrop-Mierlo te positioneren als aantrekkelijk recreatief gebied binnen de regio en daarbuiten.

En dan natuurlijk ook op deze plek nog even aandacht voor het team dat zich bezighoudt met alles rondom corona. Want ook zij hebben een belangrijke rol in het bekijken en beoordelen van plannen: kunnen ze doorgaan, en zo ja, hoe dan?

Het was soms even zoeken, en dat is logisch. Zoeken naar hoe we bepaalde plannen konden realiseren. Maar uiteindelijk zijn we er steeds in geslaagd de oplossing te vinden die het beste past. Daarom binnen het jaarverslag op deze plek toch ook even aandacht daarvoor.

*JOS VAN BREE: "IK BEN TROTS OP STICHTING VILLAGE MARKETING. ZIJ ZIJN ONS MARKETING- EN PR-BUREAU. ZIJ FACILITEREN EN VERBINDEN CULTURELE, RECREATIEVE EN ONDERNEMENDE INITIATIEVEN UIT GELDROP EN MIERLO. HIERMEE VERSTERKEN WE ONZE GEMEENTE ALS "PLACE TO BE" EN "PLACE TO BUY."*

**[WWW.VISITGELDROPMIERLO.NL](http://WWW.VISITGELDROPMIERLO.NL)**

**Geldrop  
Mierlo**



**Verweeft &  
Vermaakt**