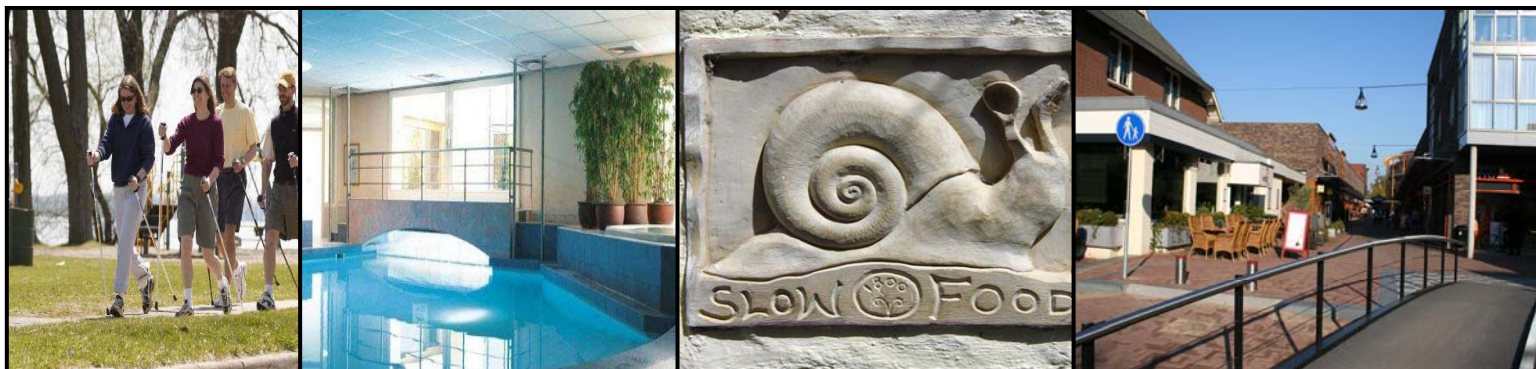


Positioneringsonderzoek - Gemeente Goirle -



Amsterdam, Oktober 2009

Projectnummer: M4554

drs. Jelger Arnoldussen

drs. Roel Schoemaker



Dit rapport is opgesteld door Motivaction International B.V. Wij verzoeken de opdrachtgever bij publicatie Motivaction als bron te vermelden.

Voor de opdrachtgever zijn een exemplaar van de bij dit onderzoek gehanteerde vragenlijst en gedetailleerde onderzoekstechnische informatie op aanvraag beschikbaar.

Inhoudsopgave

1	Inleiding	1
2	Het dilemma van de gemeente Goirle: profileren of niet?	3
3	Sterkte/Zwakte analyse	4
4	Het karakter van de gemeente Goirle	5
5	De positionering van de gemeente Goirle	6
	5.1 Comfortabel wonen	9
	5.2 Op niveau recreëren	11
6	Operationaliseren van de positionering	14
	6.1 De rol van ondernemers	14
	6.2 De relatie met de inwoners	14
	6.3 Riel	15
	6.4 Actielijst	15
	 Bijlage 1: Bevindingen en citaten	 17
	1. Imago van de gemeente Goirle	17
	2. Positionering	19
	3. Beleid	19
	4. Toekomst	20
	5. Communicatie	21
	 Bijlage 2: CIPA analyse	 22
	 Bijlage 3: Respondentenverantwoording	 28

1. Inleiding

In opdracht van de gemeente Goirle heeft Motivaction International B.V. een onderzoek uitgevoerd naar het imago van de gemeente Goirle en de mogelijkheid voor een toekomstige positionering van de gemeente richting externe stakeholders. Het onderzoek is primair gevoerd onder externe stakeholders van de gemeente. Daarnaast zijn gesprekken gevoerd met medewerkers van de gemeente zelf.

Doelstelling

De doelstelling van het onderzoek luidt:

Het verschaffen van inzicht in het imago en de identiteit van de gemeente Goirle, teneinde input te leveren voor een verdere aanscherping van de positionering van de gemeente richting belangrijke stakeholdergroepen.

Opzet

Het externe onderzoek bestond uit 15 individuele diepte-interviews van een uur met stakeholders van de gemeente Goirle. De respondenten zijn globaal in te delen in de volgende doelgroepen:

- Toerisme, recreatie en cultuur
- Ondernemers (inclusief horeca)
- Wonen en leefbaarheid

14 gesprekken vonden plaats op locatie in Goirle en omstreken op de werkplek van de respondent of een locatie naar keuze. Eén interview heeft telefonisch plaatsgevonden. Er is zowel met mensen werkzaam binnen de gemeente Goirle gesproken als met stakeholders werkzaam in omliggende gemeenten.

Naast de gesprekken met externe partijen, hebben drie gesprekken plaatsgehad met medewerkers van de gemeente Goirle op het gemeentehuis. Twee van deze gesprekken waren duo-interviews met wethouders en beleidsmedewerkers, één gesprek had plaats met de gemeentesecretaris.

Door te kiezen voor een kwalitatieve opzet is een rijk beeld ontstaan van de gemeente onder stakeholders. Dit beeld is gebaseerd op de uitkomsten van de gesprekken en bestaat derhalve uit het totaal van meningen en emoties van individuen. Bij het lezen van de rapportage is het van belang in het achterhoofd te houden dat het weergegeven beeld is gebaseerd op beeldvorming onder de 15 stakeholders en niet altijd op feiten.

Achtergrond

In 2008 is de toekomstvisie van Goirle 'groen en sociaal' vastgesteld. In zekere zin komt uit het document een dualistisch beeld naar voren. Aan de ene kant het beeld van een ingetogen gemeente, waar het voor inwoners en lokale ondernemers goed toeven is in de gemeente zelf en in het prachtige, groene buitengebied. Aan de andere kant lijkt het ingetogen karakter de gemeente en belangenpartijen te weerhouden daar meer mee naar buiten te treden, terwijl binnen de gemeente de behoefte juist lijkt te groeien om dat wel te doen. De gemeente heeft het gevoel dat er meer in het vat zit, met name op het gebied van toerisme en recreatie.

Het vermoeden dat Goirle veel heeft waar het trots op mag zijn, wordt door de gesprekken met stakeholders bevestigd. Het omliggende natuurgebied en het ruime aanbod aan voorzieningen worden geroemd. Goirle is daarmee een gemeente waar men buitengewoon prettig woont. Ondanks deze duidelijke pluspunten, hebben veel personen moeite om Goirle te kenschetsen in één of twee kernwoorden. Deze onbekendheid met Goirle voedt de gedachte dat een duidelijke positionering en een helder imago op dit moment in de ogen van stakeholders ontbreken.

Dit onderzoek heeft als insteek de gemeente handvatten te bieden voor een duidelijke positionering en een eenduidig imago. Het document moet worden gezien als het startpunt van een proces; met dit onderzoek wordt een kader geschetst waarbinnen de gemeente kan opereren. Op basis van de uitkomsten van dit onderzoek kan de gemeente samen met relevante stakeholders een stappenplan ontwikkelen om invulling te geven aan de beschreven positionering.

Het rapport opent met de vraag of de gemeente zich meer moet laten zien aan de buitenwereld. Na beantwoording van deze vraag, worden een sterkte/zwakte analyse en een beschrijving van het karakter van de gemeente in beeld gebracht, waarmee de pijlers voor een mogelijke positionering worden vastgesteld. Deze pijlers voor de positionering zijn opgesteld op basis van de beelden die door stakeholders zijn geschetst. Vervolgens wordt de positionering getoetst aan de eigenschappen waar een sterke positionering aan moet voldoen: geloofwaardigheid, relevantie en onderscheidendheid. De mogelijke profilering van Goirle komt aan de orde, evenals de operationalisering van de positionering.

In de bijlagen van dit onderzoek zijn enkele bevindingen van het onderzoek opgenomen. Hier zijn ook citaten van respondenten in opgenomen die mede de basis hebben gevormd voor de geadviseerde positionering, evenals een beknopte CIPA (corporate image & performance analysis) analyse en de respondentenverantwoording.

Waar in de rapportage wordt gesproken over 'de gemeente Goirle', doelen wij op zowel Goirle als Riel. Wanneer slechts een van beiden wordt bedoeld, zullen wij de namen 'Riel' en 'Goirle' gebruiken.

2. Het dilemma van de gemeente Goirle: profileren of niet?

De gemeente Goirle ziet zich gesteld voor de vraag of profilering van de gemeente nodig is of niet en, als de vraag bevestigend wordt beantwoord, op welke manier men zich dan moet profileren. De gesprekken met de externe partijen leiden tot de conclusie dat de gemeente meer over zichzelf zal moeten vertellen. De gemeente Goirle geeft op dit moment geen duidelijk beeld van zichzelf naar de buitenwereld. Stakeholders zien de gemeente als een mooie woongemeente waar het zeer prettig wonen is, maar zijn vaak onbekend met wat de gemeente te bieden heeft. Enkele stakeholders geven bovendien aan de zaken vooral bij het oude te willen laten. Gemeenten in de regio zitten echter niet stil en zijn druk doende zichzelf te profileren. Stilstand betekent hiermee achteruitgang voor de gemeente Goirle en wanneer men niet meegaat 'in de vaart der volkeren' dreigt de gemeente twee belangrijke waarden te verliezen: de zelfstandigheid en draagvlak voor het hoge voorzieningenniveau. De huidige bewoners beschikken momenteel over een groot voorzieningenapparaat, maar dreigen dit te verliezen als de gemeente zichzelf niet meer laat zien. In profilering door de gemeente Goirle zien met name toeristische organisaties bovendien toegevoegde waarde voor de regio.

Zelfstandigheid van de gemeente

Het bestaansrecht van de gemeente hangt onder meer samen met de uniciteit van de gemeente. Men is er tot op heden niet in geslaagd het unieke aan de gemeente – en daarmee het bestaansrecht – helder voor het voetlicht te brengen. Dreigende aansluiting bij Tilburg leidde enige tijd terug tot veel ophef onder bewoners. De gemeente Goirle heeft dankzij haar eigen karakter en sterktes zeker bestaansrecht als individuele gemeente, maar wanneer men de eigen identiteit en sterktes niet duidelijker weet te benadrukken, kan de discussie over samenvoeging bij Tilburg weer oplaaien. De trend van schaalvergroting in Nederland is een stimulerende factor in deze discussie.

Draagvlak voor het hoge voorzieningenniveau

Het voorzieningenniveau wat betreft horeca en winkels in de gemeente wordt door stakeholders als zeer hoog ervaren. Dit zorgt voor een goed leefklimaat voor de huidige bewoners, maar men vreest dat het verzorgingsgebied van deze voorzieningen te klein zal worden. De huidige bevolking van de gemeente Goirle vergrijsd en de aanwas van jongeren is beperkt. Met name ondernemers vrezen dat, indien de afzetmogelijkheden in Goirle niet groeien, zij hun deuren op een gegeven moment moeten sluiten. Wanneer Goirle haar hoge voorzieningenniveau niet weet vast te houden, dreigt de gemeente haar aantrekkelijkheid voor de huidige bewoners te verliezen. Bovendien verliest men dan een belangrijke trekpleister voor toekomstige bezoekers en bewoners. De aantrekkelijkheid van Goirle als vestigingsplaats voor ondernemers staat hiermee ook onder druk.

Toegevoegde waarde door profilering

Een sterkere profilering van de gemeente wordt toegejuicht door de toeristische sector. Vanuit de houding 'samen staan we sterk' menen zij dat de bekendheid van de regio kan profiteren van profilering door de gemeente Goirle en vice versa.

3. Sterkte/zwakte analyse

Om antwoord te geven op de vraag op welke manier de gemeente Goirle zich kan profileren, zal eerst moeten worden vastgesteld hoe de gemeente zich kan positioneren. Op basis van deze positionering kan de gemeente vervolgens bepalen met welke claims zij zich kan profileren.

De optimale positionering van de gemeente hangt samen met de sterke en zwakke kanten van de gemeente. Stakeholders is gevraagd naar wat zij als sterke en zwakke kanten zien van de gemeente en de kansen en bedreigingen die zij erkennen. De sterke en zwakke punten zijn die punten waar de gemeente direct invloed op kan uitoefenen. De kansen en bedreigingen zijn die aspecten die bepaald worden door externe factoren waar men rekening mee dient te houden. In onderstaande SWOT analyse wordt onderscheid gemaakt tussen de aandachtsgebieden toerisme (inclusief recreatie en cultuur), ondernemersklimaat en wonen/leefbaarheid. De analyse is gebaseerd op de gesprekken met 15 stakeholders over de gemeente Goirle (welke ook afkomstig zijn van buiten Goirle) en daarmee op zowel feiten als subjectieve gevoelens en ervaringen. Stakeholders zien de volgende sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen:

Sterktes	Zwaktes
<ul style="list-style-type: none"> • Wonen <ul style="list-style-type: none"> – De kwaliteit van wonen: het dorpse in de buurt van de stad – Sociale cohesie binnen gemeente – Omvang en actieve opstelling van het verenigingsleven – Ruime aanbod aan voorzieningen, inclusief cultureel aanbod – Schoonheid van het buitengebied • Toerisme <ul style="list-style-type: none"> – Schoonheid van het buitengebied – Ruime aanbod aan voorzieningen, inclusief cultureel aanbod • Ondernemersklimaat <ul style="list-style-type: none"> – Coöperatieve houding van ondernemers: wil tot meedenken en deelnemen in evenementen 	<ul style="list-style-type: none"> • Wonen <ul style="list-style-type: none"> – Onbekendheid met Goirle – Tekort aan starterswoningen – Eenzijdigheid horeca (teveel van hetzelfde) • Toerisme <ul style="list-style-type: none"> – Onbekendheid van het buitengebied, met name de Regte Heide – Onvoldoende inrichting van het buitengebied voor recreatie: <ul style="list-style-type: none"> → Onvoldoende fiets- en wandelpaden → Weinig fiets- en wandelroutes → Weinig horecavoorzieningen – Gebrek aan samenwerking met de regio door weinig assertieve houding van de gemeente – Eenzijdigheid horeca (teveel van hetzelfde) – Gebrek aan accommodatie voor toeristen • Ondernemersklimaat <ul style="list-style-type: none"> – Gebrek aan samenwerking met ondernemers en de regio door weinig coöperatieve houding van de gemeente – Weinig samenwerking tussen ondernemers onderling, met name in de horeca

Kansen	Bedreigingen
<ul style="list-style-type: none"> • Wonen <ul style="list-style-type: none"> – De ligging ten opzichte van Tilburg: wel de lusten, niet de lasten – De wellness- en duurzaamheidstrend in Nederland • Toerisme <ul style="list-style-type: none"> – Benutten van de schoonheid van het buitengebied – Samenwerking op regionaal niveau – De wellness- en duurzaamheidstrend in Nederland – Nabijheid van België • Ondernemersklimaat <ul style="list-style-type: none"> – Samenwerking met ondernemers op lokaal en regionaal niveau – Ontstaan nieuwe markten door de vergrijzing 	<ul style="list-style-type: none"> • Algemeen <ul style="list-style-type: none"> – Verlies zelfstandigheid door schaalvergroting in Nederland • Wonen <ul style="list-style-type: none"> – Onhoudbaarheid voorzieningenniveau door afname bevolking en bezoekers • Toerisme <ul style="list-style-type: none"> – Angst voor verlies van identiteit door massatoerisme bij deel van inwoners • Ondernemersklimaat <ul style="list-style-type: none"> – Afname afzetmogelijkheden door vergrijzing bevolking

4. Het karakter van de gemeente Goirle

De positionering van de gemeente moet passen bij de sterke kanten van de gemeente, maar ook bij het karakter. Veel stakeholders kunnen de Goirlenaar echter niet typeren. Wanneer zij hier wel een beeld bij hebben, omschrijven zij de Goirlenaar als 'ontwikkeld', cultureel onderlegd en hoog opgeleid. Het oorspronkelijke arbeidersverleden komt weinig terug in de beschrijvingen. Het beeld van de gemeente dat verder uit de gesprekken naar voren komt is dat van een onskent-ons gemeenschap die niet heel erg naar buiten is gericht. Het ingetogen karakter lijkt voort te komen uit angst dat de identiteit van Goirle en Riel wordt aangetast wanneer men teveel over de gemeente vertelt en zo bezoekers naar de gemeente trekt.

Het karakter van de Goirlenaar wordt in enige mate herkend in de manier waarop de gemeente opereert. De gemeente is weinig open in de communicatie waardoor de samenwerking te wensen over laat. Ondernemers en toeristische instellingen menen hierdoor weinig slagvaardig op kunnen treden. Een aantal stakeholders noemt de gemeente bureaucratisch, waardoor ontwikkelingen traag verlopen. Zij zien wel een veranderende houding binnen de gemeente en daarmee meer openheid ontstaan.

Uit de gesprekken komt een beeld naar voren waarin de gemeente zelf, maar ook de inwoners, de nabijheid van Tilburg als een 'stadse' bedreiging ziet voor de rust. Men zet zich dan ook regelmatig af tegen deze stad. Deze relatie is niet wederzijds: instanties in Tilburg en andere omliggende gemeenten vinden Goirle een sympathieke plaats en menen dat de gemeenten elkaar kunnen versterken. De gemeenten hebben een verschillende aantrekkingskracht. Tilburg en ook Hilvarenbeek lijken de samenwerking met Goirle graag te intensiveren.

5. De positionering van de gemeente Goirle

Zoals reeds opgemerkt adviseert Motivaction de gemeente om zich sterker te profileren naar de buitenwereld. Voor behoud van het voorzieningenniveau voor huidige en toekomstige bewoners, rechtvaardiging van het bestaansrecht en versterking van de positie in de regio is profilering gewenst. Gebaseerd op de SWOT analyse en het karakter van de gemeente adviseert Motivaction de gemeente de positionering te baseren op de volgende pijlers:

Ligging nabij Tilburg, België en de natuur

De ligging van de gemeente Goirle is zeer uniek. Weinig gemeenten hebben een ligging waarbij men linksaf kan slaan de natuur in, rechtsaf naar de stad en rechtdoor naar België. Met deze unieke ligging kan de gemeente zich onderscheiden voor zowel toeristen als bewoners en deze mensen voor zich winnen.



Ruim aanbod aan voorzieningen

De gemeente heeft een ruim aanbod aan voorzieningen op het gebied van winkelen, recreëren en cultuur.



Het culturele karakter

Goirle is een plaats waar cultuur hoog in het vaandel staat. CC Jan van Besouw is hier een exponent van, maar ook de brede culturele interesse van de bevolking en het rijke verenigingsleven zijn typerend.



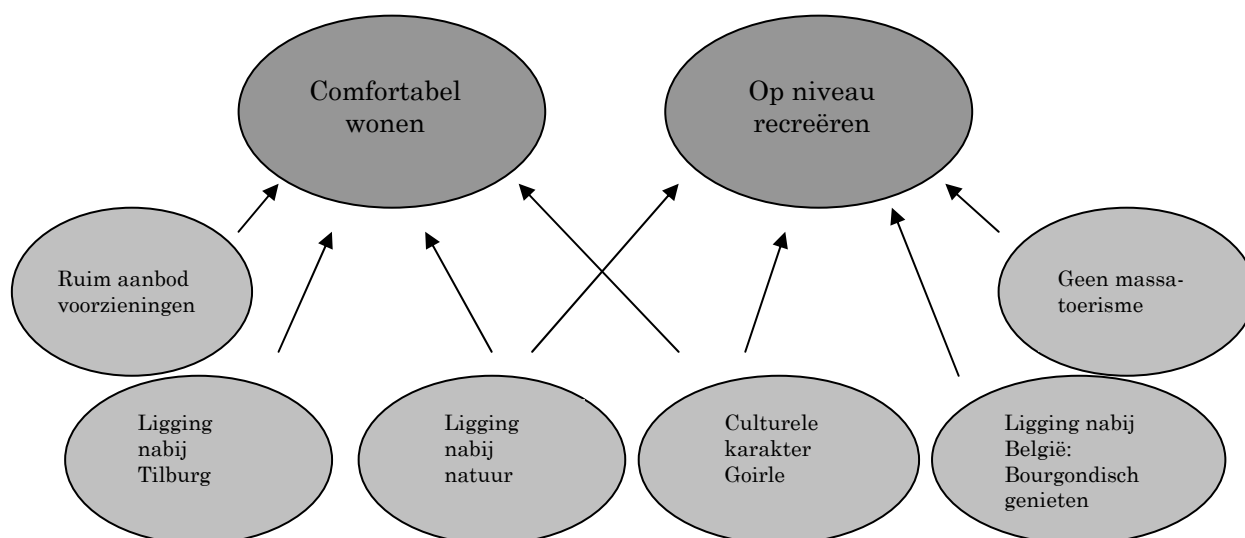
Geen massatoerisme

Door de bewuste keuze om massatoerisme te ontwijken, onderscheidt de gemeente zich van de omgeving en is het een toegevoegde waarde. Waar Hilvarenbeek, de Efteling en de Beekse Bergen voornamelijk massatoeristen aantrekken, is de gemeente Goirle aantrekkelijk voor een doelgroep die meer gericht is op natuur en 'kwaliteit van leven'.

Gebaseerd op deze pijlers heeft de gemeente grote kans zich succesvol te positioneren met twee proposities: 'comfortabel wonen' en 'recreatie op niveau*'. Door zich op gebied van recreatie te richten op toeristen die willen recreëren omringd door cultuur en met alle gemakken en voorzieningen nabij, verloochent de gemeente haar eigen karakter niet en kan het toeristen naar de plaats trekken die passen bij de gemeente. Voor ondernemers zal een ondersteunende rol ontstaan in de gekozen positionering. Gezien de sterke kanten van de gemeente, die vooral op het gebied van wonen en recreëren liggen, ligt een actieve positionering als 'gemeente voor ondernemers' niet direct voor de hand. Wel kunnen ondernemers een belangrijke rol vervullen in het 'op de kaart zetten' van de gemeente Goirle.

* Deze termen zijn gekozen om 'het gevoel' van de positionering te omschrijven en zijn geen vaststaande termen waarmee de gemeente Goirle zich per se zou moeten profileren.

Schematisch kan de positionering van de gemeente Goirle er als volgt uit zien:



In de volgende paragrafen worden de aspecten van de positionering toegelicht. Hierbij wordt gekeken naar de voorwaarden voor een positionering (relevantie, geloofwaardigheid en onderscheidendheid), de doelgroep, de faciliterende rol die de gemeente kan spelen en de profilering van de propositie.

5.1 'Comfortabel wonen'

De kracht van de gemeente ligt duidelijk in de unieke ligging nabij natuur en stad en de ruime voorzieningen. Door een eenduidige focus op deze 'comfortfactor' heeft de gemeente Goirle de mogelijkheid haar huidige bewoners te behouden en nieuwe bewoners aan te trekken die wel in de buurt van een stad willen wonen, maar niet *in* de stad. Uit het kader op de volgende pagina blijkt dat deze positionering aan de voorwaarden (relevantie, geloofwaardigheid en onderscheidendheid) voldoet.

Relevantie	–	Aantrekken en behouden van bewoners creëert draagvlak voor voorzieningen
	–	Groei van de gemeente legitimeert bestaansrecht
Geloofwaardigheid	–	Gemeente Goirle biedt de lusten van een stad, niet de lasten
	–	Gemeente Goirle heeft een mooi buitengebied en ruime voorzieningen
	–	De gemeente biedt een breed scala aan woonmilieus, van het landelijke Riel tot het dorpsstedelijke wonen in Goirle
Onderscheidendheid	–	De gemeente heeft een unieke ligging tussen natuur en stad

Doelgroep

Bovenstaande positionering is aantrekkelijk voor een groot aantal doelgroepen, maar zal voornamelijk 'gemaksgeoriënteerde' natuurliefhebbers aanspreken: mensen die graag in de natuur zijn, maar ook eenvoudig naar de stad willen om van die gemakken te kunnen profiteren. Dit kunnen gezinnen met kinderen zijn, maar ook jongeren en senioren.

Door een beschrijving te geven van de plaats door iemand die in de gemeente woont en tot de doelgroep behoort, kan een beter beeld worden verkregen van de doelgroep. De doelgroep die zich aangesproken voelt door de propositie zou zichzelf als volgt kunnen omschrijven:

'Ik had er niet snel over nagedacht om in Goirle te gaan wonen. Ik wist wel dat ik ruimte wilde hebben om me heen. Toen ik de advertentie bij de makelaar zag en hoorde van de mooie natuur in de omgeving, was dat een belangrijk pluspunt. Ik werk in Eindhoven, dus de ligging was in meerdere opzichten perfect.

'Mensen zijn vriendelijk zoals je dat eigenlijk alleen in kleinere gemeenten vindt. De kinderen kunnen hier gewoon buitenspelen, iedereen let goed op elkaar. In het weekend kunnen we met het gezin heerlijk uitwaaien in de natuur. Als we zin hebben, kunnen we 's avonds naar een concert in Jan van Besouw of we stappen even op de fiets naar Tilburg om naar de bioscoop te gaan. Het is maar hoe onze pet staat. Alles is dichtbij en ik ben veel buiten. Het is echt heerlijk hier.'

Faciliterende rol van de gemeente

Om deze positionering succesvol vorm te geven, zal de gemeente er zorg voor moeten dragen dat het huidige woonklimaat behouden blijft door het voorzieningenniveau op peil te houden, en daarnaast starters en middengroepen (20-40 jaar) de mogelijkheid bieden zich in de gemeente te vestigen. Samenwerking met woningcorporaties en projectontwikkelaars voor de ontwikkeling van aantrekkelijke woningen voor deze groepen is hierbij aan te raden.

Profilering

Zoals opgemerkt zijn veel mensen onbekend met hetgeen de gemeente Goirle te bieden heeft. Bekendheid hangt samen met herkenbaarheid. De herkenbaarheid van de gemeente wordt vergroot wanneer men in alle communicatie een eenduidig beeld van zichzelf laat zien. Wij raden de gemeente dan ook aan een huisstijl te ontwikkelen en het logo consequent te voeren in alle communicatie.

De gemeente zal zichzelf op de kaart moeten zetten als aantrekkelijke woongemeente. In de communicatie naar potentiële bewoners zal men de ligging ten opzichte van de natuur en Tilburg moeten benadrukken en concreet moeten maken. In informatiefolders gericht op woningzoekenden en in advertenties kan de gemeente zichzelf neerzetten als een kleinschalig alternatief voor 'de grote stad', waarbij men wel kan profiteren van de voordelen die een stad biedt. Deze propositie zal ook voor jongeren en middengroepen aantrekkelijk zijn. Daarnaast raden wij aan de korte fietsafstand naar Tilburg ('slechts 10 minuten') te benoemen, de goede ontsluiting door de A58 te benadrukken (met name voor hen die buiten Goirle werken van belang), en tevens de loopafstand naar de Regte Heide. In communicatie gericht op jongeren kan de gemeente voorbeelden geven van actieve verenigingen die aantrekkelijk zijn voor deze doelgroep.

De gemeente kan makelaars en woonstichtingen helpen in de communicatie met potentiële bewoners zodat deze beter geïnformeerd zijn over wat zij de doelgroep kunnen vertellen over Goirle en Riel. Het geven van presentaties over de onderscheidende punten van de gemeente is hierin een optie.

Riel kan in deze positionering een rol spelen als kleinschaliger alternatief voor Goirle: men leeft in het platteland met de voorzieningen van een dorp op loopafstand. In de profilering van Riel kan het landelijk karakter van het dorp worden benadrukt. De dorpse saamhorigheid bewijst de veelzijdigheid van het wonen in de gemeente Goirle. Er is kortom 'voor elk wat wils'.

5.2 'Op niveau' recreëren

Het natuurgebied biedt de gemeente Goirle een grote kans om het toerisme een impuls te geven, waar de horeca en de lokale ondernemers van kunnen profiteren. Met deze positionering sluit de gemeente aan bij het karakter van haar inwoners en benut het haar potentieel. Ook deze propositie voldoet aan de positioneringsvoorwaarden (zie kader).

Relevantie	–	Aantrekken van toeristen creëert draagvlak voor voorzieningen
	–	Toename van toerisme en bekendheid bij de doelgroep legitimeert bestaansrecht
Geloofwaardigheid	–	Het buitengebied is aantrekkelijk
	–	Goirle maakt grenst aan Het Groene Woud, wat de propositie geloofwaardig maakt
	–	Nabijheid van België (het Bourgondisch genieten)
Onderscheidendheid	–	Goirle richt zich, in tegenstelling tot Hilvarenbeek en de nabijgelegen Efteling, niet op massatoerisme

Doelgroep

Deze positionering past voornamelijk bij dagtoeristen, recreanten en wandelaars/fietsers. Grootschalig massatoerisme past niet bij het karakter van de gemeente en haar inwoners en lijkt bovendien voor de gemeente uitgesloten door de aantrekkingskracht van Tilburg, Hilvarenbeek en De Efteling in de regio.

Deze doelgroep is het meest betrokken bij de 'duurzame recreatietrend' en voelt zich het meest aangetrokken tot een 'ontwikkelde', kleinschalige gemeente. De aanwezigheid van een groot cultuuraanbod is voor deze doelgroep bovendien aantrekkelijk. Voor verblijfsrecreanten kan de gemeente zich positioneren als rustige verblijfsplaats met culturele inslag dichtbij de natuur, waarbij de aanwezigheid van winkels en horeca een belangrijk pluspunt is.

De doelgroep van de gemeente zou een volgend verhaal over de gemeente kunnen vertellen:

'Wanneer ik op vakantie ga, zoek ik liefst de stilte op. Lange afstanden lopen in de natuur, heerlijk vind ik dat. We – ik ga meestal met mijn man – lopen vaak in de bossen en duinen. Wandelschoenen aan en gaan! Laatst zijn we naar Noord-Brabant geweest. We zijn dankzij de VVV van Tilburg via Goirle in Riel terecht gekomen, in de Regte Heide. Het is een schitterend gebied. Ik wist niet het zo dicht bij de Efteling en Hilvarenbeek zo ontspannend kon zijn! Als je na een dag lopen (en af en toe picknicken natuurlijk...) weer terugkomt in Goirle zijn er genoeg plaatsen om lekker te genieten op een terrasje in de zon. We hebben geslapen in een intiem hotel, heel landelijk. De eigenaresse kookte heel goed met allemaal natuurlijke ingrediënten. Wanneer we zin hadden in eten buiten het hotel waren er genoeg alternatieve cuisines voor handen De dag erna hebben we heerlijk gefietst in de omgeving en we zijn zelfs even naar België geweest!'

Faciliterende rol van de gemeente

Ook deze propositie kan alleen succesvol worden uitgedragen wanneer de gemeente nadrukkelijk de samenwerking zoekt. Goirle en Riel hebben van zichzelf te weinig aantrekkingskracht om mensen naar deze plaatsen te trekken en zullen het moeten hebben van mensen die komen voor de regio en van mensen die Goirle en Riel onder de aandacht brengen bij de doelgroep. Vanuit deze gedachtegang is Tilburg een belangrijke partner. Nu brengt de VVV Tilburg toeristen al op het spoor van Goirle en de Regte Heide, maar wanneer Goirle meer samenwerkt met (de VVV van) Tilburg en duidelijker maakt wat de gemeente te bieden heeft, kunnen Tilburgers een beter beeld scheppen van Goirle en Riel. Tilburg moet hierbij nadrukkelijk niet als een bedreiging worden gezien: men erkent de verschillende identiteiten van de gemeenten en het idee leeft van beide kanten dat samenwerking niet moet leiden tot samenvoeging.

Naast samenwerking met Tilburg, is grotere interactie met bijvoorbeeld TOP Brabant, de VVV en omliggende gemeenten van belang. Deze stakeholders geven zelf aan meer samenwerking te willen met de gemeente om de aantrekkelijkheid van de regio te versterken. De contacten met 'De ideale connectie' zijn hierin belangrijk, met name om de gewenste rol van Goirle en Riel in de 'Leisure Boulevard'* naar voren te brengen, evenals samenwerking met 'Het Groene Woud'.

Een flexibeler opstelling van de gemeente jegens ondernemers en horeca kan de samenwerking verbeteren en wellicht een diverser aanbod aan horeca en winkels mogelijk maken. Bovendien kan de gemeente de bezoekers en ondernemers faciliteren door de ontsluiting met de regio op peil te houden en waar mogelijk te verbeteren.

Ondanks het ruimere aanbod aan cultuur en ontspanning in Tilburg, kan CC Jan van Besouw een rol spelen ter ondersteuning van het culturele aspect van de positionering. In de organisatie van evenementen zal de gemeente moeten zoeken naar een onderscheidend aanbod dat past bij de propositie 'recreëren op niveau'. Het verschil in karakter tussen Tilburg en Goirle zorgt ervoor dat men nu al niet in elkaars vaarwater zit: *"In Tilburg hebben ze een braderie. Bij ons past een boekenmarkt."*. Desalniettemin kan het nuttig zijn om het aanbod van culturele activiteiten in Goirle af te stemmen met Tilburg. Door goede afstemming wordt bereikt dat vergelijkbare activiteiten niet in dezelfde tijd plaatsvinden in beide gemeenten.

Om toeristen beter te accommoderen, kan het buitengebied meer 'aangekleed' worden. Het stimuleren van de aanleg van fiets- en wandelpaden en het ontwikkelen van fiets- en wandelroutes is hierbij aan te raden, evenals het toestaan van kleinschalige horeca in het buitengebied. Riel kan fungeren als een opening naar de Regte Heide, waarbij kleinschalige horeca ook een rol kan spelen. Aangezien men het buitengebied deelt met Hilvarenbeek is samenwerking met deze gemeente op dit vlak van belang. Hilvarenbeek heeft bovendien zeer veel ervaring met het opstellen van brochures en routes in de regio.

* Zie voor meer informatie:

[http://www.deidealeconnectie.nl/projecten/actueel/\[1.07.05\]_leisure_boulevard_2](http://www.deidealeconnectie.nl/projecten/actueel/[1.07.05]_leisure_boulevard_2)

Het openen van een kleinschalig, familiair hotel kan men overwegen om verblijfsrecreanten die niet in een stad willen overnachten te accommoderen. Het openen van een lokaal VVV loket tilt het voorzieningenniveau omhoog en creëert een aansluitingsmogelijkheid bij het netwerk van VVV's.

Profilering

De profilering van de gemeente naar recreanten en dagtoeristen zal veelal plaats moeten vinden op regionaal niveau en gericht moeten zijn op de doelgroep. Men kan zich hierbij als 'onderdeel van het geheel' presenteren: *'je bent niet in Brabant geweest wanneer je de Regte Heide niet hebt gezien'*.

In samenwerking met toeristische organisaties kan de gemeente zichzelf actiever promoten. De gemeente zal zich hier nadrukkelijk voor moeten inzetten. Zoals een stakeholder het verwoordt: *'zelfs als Goirle heel hard roept zullen ze een klein deel van de koek krijgen.'*

De gemeente kan in regionale informatiebrochures voor toeristen zichtbaarder worden. Advertenties in bladen gericht op duurzaam recreëren en natuur kunnen de bekendheid van Goirle en Riel vergroten. In de omliggende VVV kantoren, met name in Tilburg, zal de gemeente duidelijk zichtbaar moeten zijn, bijvoorbeeld via posters. In de communicatie zal het culturele aspect van de gemeente te benadrukt moeten worden.

Wij raden de gemeente daarnaast aan zelf ontwikkelde fiets- en wandelroutes op verschillende plaatsen aan te bieden in Goirle en Riel en in de regio. Met name de VVV van Tilburg lijkt een waarschijnlijke partner, aangezien men toeristen hier nu al op het buitengebied van Goirle en Riel wijst. Hilvarenbeek heeft bovendien eigen routes. Het heeft sterk de voorkeur wanneer de routes beginnen en eindigen in het centrum van Goirle en leiden langs Riel, teneinde de plaatselijke horeca en detailhandel te stimuleren.

Het betrekken van plaatselijke verenigingen en ondernemers bij de profilering zal veel goodwill kweken. Deze groepen kunnen bijvoorbeeld een rol spelen in het organiseren van passende evenementen, zoals een wijnproeverij in het centrum van de stad of een tour langs verschillende ateliers van kunstenaars en bedrijven in de regio. In de organisatie van dergelijke evenementen zal de gemeente een voortrekkersrol moeten nemen om de plaatselijke ondernemers te mobiliseren. Dergelijke evenementen kan de gemeente profileren door advertenties in regionale kranten en op regionale televisie.

6 Operationaliseren van de positionering

In de operationalisering van de positionering heeft de gemeente te maken met een aantal actoren naast de doelgroepen van de positionering zelf en regionale organisaties. De rollen van deze actoren worden in onderstaande paragrafen beschreven.

6.1 De rol van ondernemers

De ondernemers in de regio zullen zich moeten inzetten om mee te helpen de gemeente Goirle meer gezicht te geven. De meewerkende houding van veel ondernemers is een goed begin, maar men zal zich moeten realiseren dat er meer nodig is om de gemeente te profileren.

Het is van groot belang dat Goirle het huidige voorzieningenniveau behoudt om aantrekkelijk te blijven voor huidige en potentiële bewoners. Het vergroten van de diversiteit in de horeca en in mindere mate het winkelaanbod is hierbij een mogelijkheid. De gemeente zal hierin flexibel moeten omgaan met initiatieven van ondernemers.

Ondernemers zullen meer initiatief moeten nemen samen te werken met elkaar en de gemeente bij het organiseren van evenementen en bij tijd en wijle bereid moeten zijn hier tijd en eventueel geld in te steken. De gemeente zal open moeten staan voor de initiatieven van de ondernemers en zich moeten inleven in hun situatie. Een open en sociale houding van horecapersoneel en winkeliers naar bezoekers is daarnaast essentieel om als visitekaartje te dienen voor de gemeente.

6.2 De relatie met de inwoners

Naast de stakeholders die zijn geïnterviewd en de ondernemers, vormen de inwoners van de gemeente Goirle een belangrijke groep om rekening mee te houden bij de profilering. Bij het ontwikkelen van een strategie om meer van zichzelf te laten zien, zal de gemeente rekening moeten houden met de sentimenten die leven in de gemeente.

De gemeente doet er goed aan om de noodzaak van de profilering duidelijk te communiceren naar haar inwoners. Hierin kan worden benadrukt dat men ervoor kiest om zich meer te profileren om het voorzieningenniveau van de gemeente op peil te houden. *'Ons profileren betekent het behoud van Goirle als zelfstandige plaats met een zelfvoorzienend karakter en eigen identiteit'*.

Daarnaast kan men duidelijk maken dat de gemeente niet alleen opereert maar de lasten en inspanningen deelt met de regio. Hierin is het wel van belang duidelijk te maken dat behoud van 'het Goirle's gevoel' voor de gemeente voorop staat en men zich daarom op een bepaald type toerist richt. Wij adviseren de gemeente een communicatieplan op te stellen om burgers te informeren over een eventuele profilering.

6.3 Riel

Stakeholders hebben geen concreet beeld van Riel. Het dorp wordt als niet anders dan een woonkern van de gemeente gezien. Ons inziens is er echter wel degelijk een rol weggelegd voor Riel in de ondersteuning van de positionering. Riel bewijst dat de gemeente Goirle een prettige woongemeente is met een ruime keuze aan woonmilieus. De dorpse uitstraling van Riel versterkt het landelijke en daarmee authentieke karakter van de gemeente, zowel voor (toekomstige) bewoners als recreanten.

Op het gebied van toerisme kan Riel bovendien een 'rustieke' toegangspoort vormen naar de Regte Heide en op die manier een deel uitmaken van te ontwikkelen wandelroutes. Uitbreiding van de horeca met een kleinschalig restaurant is hierbij een overweging.

6.4 Actielijst

Enkele aanbevelingen en te nemen stappen die in dit onderzoek zijn beschreven worden hieronder als actielijst weergegeven. De lijst is niet onuitputtelijk. Wij raden de gemeente dan ook aan om met betrokken partijen een definitief stappenplan op te stellen op basis van dit rapport.

Veel van deze acties kunnen gelijktijdig plaatsvinden. Ze zijn hier weergegeven in aflopende volgorde van belangrijkheid, waarbij moet worden aangetekend dat ontwikkelen van promotiemateriaal, faciliteren van bewoners en bezoekers en aansluiting zoeken met de regio elementen zijn die afhankelijk zijn van elkaar. Profileren van de gemeente door samenwerking met VVV's kan bijvoorbeeld moeilijk plaatsvinden zonder promotiemateriaal.

Accordeer de gewenste positionering	–	Geef akkoord op de positionering zoals omschreven in deze rapportage.
Zorg voor promotiemateriaal en faciliteer bewoners en bezoekers	–	Ontwikkel wandel- en fietspaden en overweeg het openen van een kleinschalig hotel
	–	Zorg voor voldoende starterswoningen en aantrekkelijke woningen voor midden-groepen (20-40 jaar)
	–	Ontwikkel een huisstijl die past bij de positionering en zorg voor een communicatieplan, inclusief slogan voor de gemeente. Overweeg hierbij het inschakelen van een extern marketingbureau voor profilering.
	–	Ontwikkel wandel- en fietsroutes en zorg voor promotiemateriaal voor VVV's, woningcorporaties en makelaars

Zoek aansluiting bij de regio	<ul style="list-style-type: none"> - VVV: sluit aan bij het netwerk van VVV's en overleg met VVV's in de regio (met name Tilburg) welke plaats Goirle en Riel kunnen krijgen in het regionale aanbod. Zorg voor goede voorlichting naar de instantie over de positionering en het onderscheidend vermogen van Goirle en Riel. Maak promotiemateriaal beschikbaar voor VVV's - TOP Brabant, Het Groene Woud en 'De ideale connectie': sluit je aan bij deze platforms en ga na welke rol (promotie van) Goirle en Riel op regionaal niveau kan spelen - Woningcorporaties en makelaars: maak de instanties meer bekend met Goirle door informatiemateriaal en eventueel persoonlijke afspraken of presentaties - Omliggende gemeenten: treed in overleg met Hilvarenbeek voor betere voorzieningen in het buitengebied en met Tilburg voor het afstemmen van een evenementenkalender. Bepaal daarnaast in samenspraak met omliggende gemeenten hoe deze elkaar kunnen versterken in de profilering
Zorg voor zichtbaarheid	<ul style="list-style-type: none"> - Adverteer in regionale kranten, bladen gericht op (duurzame) recreatie en op regio-TV - Bedenk en organiseer evenementen die passen bij de positionering van de gemeente Goirle en wees kritisch in de beoordeling of deze evenementen passen in de positionering en aansprekend zijn voor de gedefinieerde doelgroepen. Betrek hierin de plaatselijke ondernemers. Besteed voldoende aandacht aan profilering van de evenementen.

Bijlage 1: bevindingen

1. Imago van de gemeente Goirle

Veel respondenten hebben moeite om een ingekleurd beeld te geven van de gemeente Goirle wanneer hen hier op spontaan niveau naar wordt gevraagd. De meeste respondenten zien Goirle simpelweg als een 'prettige woongemeente'. Men noemt daarbij vaak het mooie buitengebied. Een aantal ondernemers noemt de gemeente (te) bescheiden.

"Een prettige woongemeente in de buurt van de stad. Meer komt er nu niet in mij op."

"Ik ben pas twee maanden in dienst in deze functie, dus ik heb geen concreet beeld van de gemeente."

"Volgens mij is de Goirlenaar best trots. Terecht ook. Maar ze zullen het nooit laten zien."

Een aantal respondenten, met name afkomstig uit de recreatieve sector en de horeca, noemen Goirle enigszins naar binnen gekeerd. Respondenten die zelf in Goirle zijn geboren of hier voor hun werk veel zijn, zien Goirle als een hechte gemeente met grote sociale controle in de positieve zin van het woord. Wel geven ze aan dat een deel van de oorspronkelijke bewoners wars is van verandering. Het verenigingsleven en "De Hovel" zijn ook enkele waarden die geassocieerd worden met de gemeente Goirle.

Het beeld dat men van de gemeente heeft is weinig veranderd in de afgelopen jaren. Men verwacht ook niet dat het beeld in de (nabije) toekomst zal veranderen.

"Tien jaar geleden had ik ook al 'fijne woongemeente' gezegd, denk ik. En als we hier over tien jaar weer zitten zeg ik dat nog steeds."

Waardekaarten

Om het beeld van de gemeente op geholpen niveau bij respondenten te achterhalen is gebruikt gemaakt van de 'waardekaartentechniek'. Middels zogenaamde 'waardekaarten' zijn passende en niet-passende waarden gedefinieerd. Op deze waardekaarten staat een waarde, die tevens wordt uitgebeeld met twee plaatjes. Uit een set met 17 geselecteerde waarden is respondenten gevraagd twee stapels te maken: één met waarden die wel bij de gemeente passen en één met waarden die niet bij de gemeente passen. De volgende waarden zijn de respondenten voorgelegd:

Sociaal	Vertrouwd	Gemeenschappelijk	Cultureel	Natuurlijk
Rustgevend	Creatief	Authentiek	Kritisch	Trots
Veilig	Sympathiek	Visieloos	Saai	Introvert
Comfortabel	Ambitieuus			

De volgende waarden worden vrijwel unaniem door de stakeholders gekozen als **wel** van toepassing op de gemeente Goirle (het citaat achter de waarde geeft de algemene interpretatie van de respondenten weer):

- Sociaal→ *"Men past hier goed op elkaar.", "Ik vind het prettig hoe men met elkaar omgaat in Goirle."*
- Rustgevend→ *"Het is een kalm dorp, met een mooi buitengebied."*
- Veilig→ *"Er gebeurt nooit iets in Goirle. Als een fietser wordt geschept is dat groot nieuws."*
- Comfortabel→ *"Het is er erg prettig: op fietsafstand van de stad en de natuur."*
- Gemeenschappelijk→ *"Het solidariteitsgevoel is groot. Dat blijkt ook uit het rijke verenigingsleven."*
- Cultureel→ *"De mensen zijn volgens mij hoog opgeleid. Men houdt ook wel van de Bourgondische levensstijl.". "Jan van Besouw. Daar denk ik dan aan."*
- Natuurlijk→ *"Het buitengebied. Dat lijkt me duidelijk."*
- Sympathiek→ *"Ik weet niet zo goed waarom ik Goirle sympathiek vind. Het is meer een associatie met een dorp. Niet industrieel."*

De waarden visieloos en saai vindt men **niet** bij de gemeente passen.

"Ze hebben zeker een visie, zijn juist heel actief. Dat merk je aan de toekomstvisie die is opgesteld, centrummanagement, dat soort dingen."

"Goirle is niet saai. Het bruist juist. Bij een Sinterklaasoptocht in Goirle komt het merendeel van de bezoekers van buiten de gemeente."

Over de overige waarden bestaat geen uitgesproken oordeel over of de waarde wel of niet bij de gemeente past. Bij de waarden 'ambitieuw' en 'creatief' zijn de stakeholders het duidelijk niet met elkaar eens: ondernemers vinden deze waarde wel van toepassing op de gemeente, stakeholders gericht op wonen/leefbaarheid en recreatie en toerisme vinden de gemeente juist niet ambitieus en creatief.

"Als je kijkt naar wat hier allemaal verzonnen wordt aan evenementen, een huifkartoer, je kan het zo gek niet bedenken. Dat noem ik wel creatief." (ondernemer)

"Creatief? Ik heb ze nog nooit dingen echt anders zien doen dan anderen." (recreatie)

"De gemeente wil van alles. Ze hebben Jan van Besouw neergezet en willen nu een mooi Kloosterplein." (ondernemer)

"Als ze ambitieus waren hadden ze veel eerder meer mogelijk gemaakt om jongeren aan te trekken. Het plan om starterswoningen te bouwen bestaat al een tijd, maar er wordt te weinig actie ondernomen." (wonen/leefbaarheid)

2. Positionering

Op pagina vier van de rapportage is een opsomming gegeven van de sterke en minder sterke kanten van de gemeente Goirle. De herkomst van dit beeld komt bij mensen die bekend zijn met Goirle uit ervaring. Zij die de gemeente minder vaak bezoeken (veelal mensen werkzaam in recreatieve/toeristische instellingen) kennen alleen het buitengebied en de ruime voorzieningen van de gemeente. Met name stakeholders die actief zijn in de sector 'wonen' signaleren het tekort aan starterswoningen. Zij geven aan dat de behoefte aan dergelijke woningen wel bestaat, maar dat de gemeente op dit moment niet kan voldoen aan de vraag.

Goirle en Riel worden door de meeste stakeholders geroemd om het prettige woonklimaat, maar worden verder omschreven als weinig uniek en onderscheidend. Wel geeft men aan dat de gemeente meer kan doen om de ligging tussen Tilburg en de natuur te benadrukken. Met name zij die voor toeristische organisaties werkzaam zijn menen dat de gemeente kansen laat liggen om mensen kennis te laten maken met het buitengebied.

"Het is echt bijzonder, die ligging. Ik snap niet waarom ze dat niet van de daken schreeuwen."

"Ik vind dat de waarde van Goirle in de natuur meer benadrukt mag worden, zonder dat daar nou meteen heel veel gasten op afkomen."

In de positionering geven een aantal stakeholders aan dat zij gedeelde belangen hebben met de gemeente en dat zij graag meer samen zouden willen werken. Zowel partijen uit Tilburg als Hilvarenbeek zien de gemeente Goirle als 'deel van de familie' en juichen nauwere samenwerking toe. In de ogen van de meeste stakeholders hebben Goirle, Tilburg en Hilvarenbeek een verschillende identiteit en moet de gemeente de concurrentie met Tilburg niet aangaan in de positionering.

"Jan van Besouw heeft regionale uitstraling, maar ik zou het geen begrip willen noemen. Bovendien komen mensen als ze naar een voorstelling gaan ook voor een drankje daarna. Dat aanbod is in Tilburg natuurlijk veel groter."

3. Beleid

Weinig stakeholders zijn op de hoogte van de inhoud van de toekomstvisie 'Groen en Sociaal'. Velen weten wel van het bestaan van het document, maar hebben het niet gelezen.

Om stakeholders een idee te geven van de inhoud van de visie is hen een aantal punten voorgelegd uit de toekomstvisie:

- *Keuze wonen/werk:*
 - *Meer focus op wonen dan op werk*
 - *Meer betaalbare starterswoningen en seniorenwoningen*
- *Behoud van jongeren*
- *Aantrekken van de middengroepen (20-40 jaar)*

- *Beheerst aantrekken van werkgelegenheid*
 - *Focus op zorg en medische sector (life sciences) en thuiswerken*
 - *Geen zware logistieke ondernemingen (meer)*
- *Recreatie en toerisme: beperkt meer openstellen van natuurgebieden, maar geen massatoerisme*
- *Positie ten opzichte van Tilburg versterken, met behoud van eigen rol voor Riel*

Vrijwel alle stakeholders vinden deze visie logisch. Enkelen vinden de visie (te) behoudend.

"Ik vind het wat voorzichtig klinken. Richten op wonen, geen zware logistiek, beperkte openstelling. Maar misschien past dit gewoon wel bij Goirle."

"Het is wat makkelijk. Wie zal zich hier nou niet in kunnen vinden?"

In de uitvoering van de visie kan de gemeente meer de samenwerking opzoeken met de partijen die een rol spelen op het betreffende vlak. Toeristische instellingen menen dat zij het buitengebied van de gemeente actiever kunnen aanbevelen wanneer zij meer weten over het gebied en evenementen die gaande zijn in de gemeente. Mensen werkzaam in de woon- en leefbaarheidsector zien een probleem om meer jongeren en middengroepen aan te trekken door het huidige gebrek aan starterswoningen en het gebrek aan activiteiten voor de doelgroep.

"Het is een leuk voornemen om jongeren hier naartoe te krijgen, maar er is gewoon te weinig te doen voor ze."

Men verwacht dat met de uitvoering van de toekomstvisie weinig zal veranderen, aangezien de visie 'de grenzen niet opzoekt'. Wel kan men zich voorstellen dat de gemeente groeit wanneer zij erin slaagt meer jongeren te behouden en middengroepen aan te trekken.

4. Toekomst

Respondenten is twee scenario's voorgelegd als mogelijke positionering voor Goirle. Beide scenario's worden hieronder weergegeven.

Scenario 1

De gemeente Goirle zou zich kunnen richten op de eigen gemeenschap: er zijn goede voorzieningen en veiligheid, rust en geborgenheid zijn belangrijk. Industrie speelt geen grote rol. De gemeente richt zich sterk op de rol als woongemeente, maar profileert zich niet nadrukkelijk.

Scenario 2

De gemeente Goirle profileert zich: mensen worden uitgenodigd om het buitengebied te bezoeken en kennis te nemen van de aanwezige horeca en het ruime aanbod aan voorzieningen. Evenementen worden georganiseerd om Goirle meer bekendheid te geven en toerisme speelt een grotere rol dan nu het geval is.

Vrijwel alle stakeholders zien beide scenario's als geloofwaardig en passend voor de gemeente. Ondernemers en toeristische platforms hebben een lichte voorkeur voor het tweede scenario, maar zij geven aan dat beide scenario's elkaar niet hoeven te bijten.

"Als je het niet te gek maakt kan je best rust en geborgenheid uitstralen en af en toe een evenement organiseren. Het moet dan alleen wel passen in het plaatje."

5. Communicatie

Stakeholders zien weinig communicatie van Goirle en Riel naar de buitenwereld. Zij menen, een enkele uitzondering daargelaten, dat de profilering van de gemeente Goirle nadrukkelijker plaats zou moeten vinden.

"Goirle zal toch wat harder moeten roepen. Er zitten veel winkels en horeca en Jan van Besouw heeft een exploitatietekort. Als er niet meer bezoekers naar de plaats komen heeft Goirle een probleem."

"Wij wijzen mensen op de Regte Heide, want Goirle zelf doet dat niet. Ik vind dat een vreemde zaak."

Stakeholders noemen de gemeente in de communicatie met hen passief. Daarnaast wordt de gemeente met name door ondernemers als bureaucratisch omschreven.

"De communicatie vanuit de gemeente was echt slecht te noemen. Heel gesloten. Ik moet wel zeggen dat het sinds het aantrekken van een bedrijfscontactfunctionaris een stuk beter gaat, maar het kan nog altijd beter."

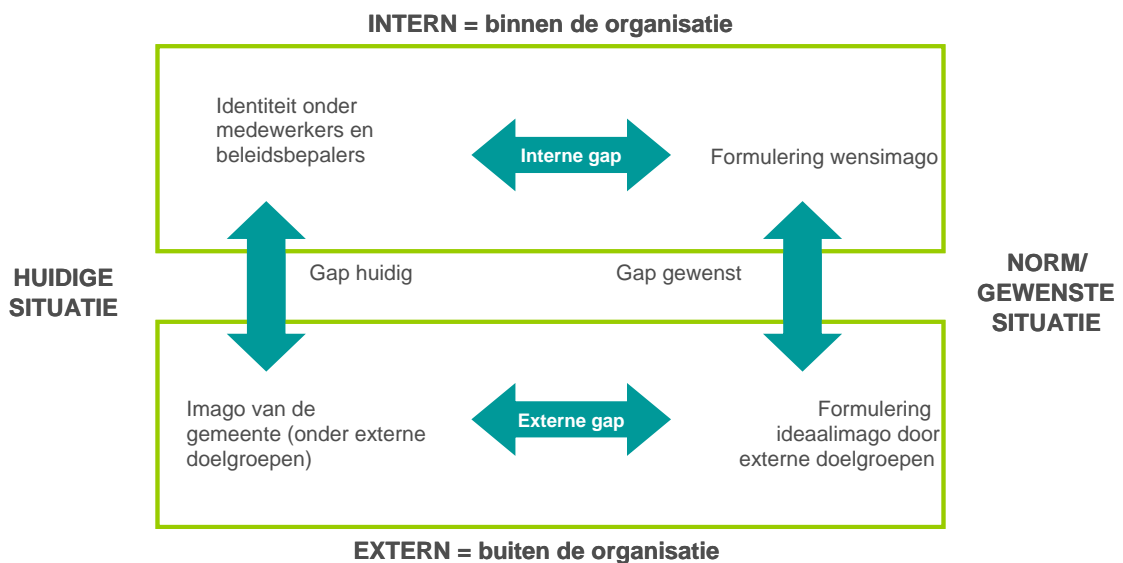
Zowel ondernemers als toerismeplatforms zouden graag meer samenwerken met de gemeente om op lokaal en regionaal niveau beleid te maken.

"Voor het centrummanagement zou het fijn zijn als er iemand van de ondernemersvereniging wordt aangewezen voor Tivoort. Dan kunnen we sneller handelen." (ondernemers)

"In de ontwikkeling van de leisure boulevard zal Goirle een plaats krijgen. Ze moeten zich daar actief in mengen. Dat is goed voor henzelf, maar ook voor het totale plaatje."

Bijlage 2: CIPA analyse

Om meer inzicht te krijgen in de factoren die het imago en de positionering van een gemeente bepalen, heeft Motivaction het CIPA model ontwikkeld. Het model brengt mogelijke discrepanties tussen het imago en het gewenste imago boven tafel. Binnen dit model worden zowel emotionele als rationele criteria in kaart gebracht die een rol spelen in het imago van een organisatie of overheidsinstelling. Schematisch ziet het model er als volgt uit:



intern: identiteit onder medewerkers en beleidsbepalers

De wijzen, middelen en beleidsprincipes waarmee het imago bij externe doelgroepen tot stand wordt gebracht door een gemeente is de identiteit. De identiteit is 'eigendom' van een gemeente.

intern: wensimago

Bij de uiteindelijke beleidsbepaling van een gemeente is echter niet alleen van belang wat men extern ziet als ideaal, maar ook hoe de gemeente zèlf wil overkomen. Dit wensimago zoals het ook wel wordt genoemd, is veelal in missie- en visiedocumenten van gemeenten verwoord.

extern: imago onder externe doelgroepen

Het huidige imago van een gemeente kan worden gedefinieerd als het totaal aan ervaringen, gevoelens, kennis en impressies over een gemeente dat aanwezig is bij externe doelgroepen. Het imago van een gemeente is dus eigendom van een groep of een individu.

extern: wensimago

Het ideaal imago wordt tegelijk met het huidige imago vastgesteld en bestaat uit de optimale samenstelling van elementen waaruit het imago van een gemeente dient te bestaan in de ogen van de externe doelgroep.

De vier de aspecten van het model zullen voor de situatie van Goirle hieronder besproken worden, alsmede de gaps.

Identiteit onder medewerkers en beleidsbepalers (intern)

De gemeente is zeer actief in het ontwikkelen van Goirle. Het openen van CC Jan van Besouw, de opening van de Hovel en de voorgenomen plannen om het Kloosterplein te ontwikkelen zijn hier voorbeelden van. Hiermee heeft de gemeente bereikt dat Goirle, mede door de ligging, een zeer prettig leefklimaat heeft.

Als instelling kenmerkt de identiteit van de gemeente zich door terughoudendheid. Men communiceert niet massaal naar de buitenwereld en overlaadt stakeholders allerm minst met informatie over de gemeente. Daarnaast heeft de gemeente geen duidelijke huisstijl, waardoor de communicatie met stakeholders niet eenduidig is. Het aanstellen van de bedrijfscontactfunctionaris is een indicatie dat de gemeente de communicatie met deze doelgroep wil professionaliseren.

Wensimago (intern)

De gemeente lijkt zich vooral te richten op een rol als woongemeente, met beperkte openstelling voor toerisme. Binnen de gemeente is er echter geen eenduidig beeld of en op welke wijze Goirle zich zou moeten profileren naar deze toeristen. Het imago van prettige woongemeente waar het goed toeven is lijkt de gemeente daarom vooral te passen.

De beleidsbepalers en medewerkers zijn wel trots op de gemeente, maar niet allen willen dit laten zien aan de buitenwereld. Dit lijkt ingegeven door de angst dat profilering van de gemeente leidt tot verlies van de identiteit. Een deel van het gemeentebestuur is wel voor een nadrukkelijker profilering om meer (kleinschalig) toerisme te promoten.

Imago onder externe doelgroepen (extern)

Stakeholders omschrijven de gemeente als woongemeente met een zeer prettig leefklimaat en een mooi natuurgebied. Daarnaast zien zij de ligging van de gemeente als bijzonder: in de natuur, maar toch dichtbij de stad (Tilburg).

Naast deze 'fysieke' kenmerken, hebben zij moeite de gemeente Goirle in steekwoorden weer te geven. Men heeft geen specifiek 'gevoel' bij Goirle en Riel en het imago lijkt dan ook weinig geladen. Op geholpen niveau door middel van waardekaarten vindt men de volgende aspecten van toepassing op de gemeente:

- Sociaal
- Rustgevend
- Veilig
- Comfortabel
- Gemeenschappelijk
- Cultureel
- Natuurlijk
- Sympathiek

De gemeentelijke instelling zien stakeholders veelal als passief en enigszins bureaucratisch.

Wensimago (extern)

Met name ondernemers zien graag dat de gemeente zich meer profileert om meer bezoekers naar de gemeente te trekken. Zij zien een imago als woongemeente als te beperkt en menen dat Goirle en Riel meer op de kaart kunnen staan als aantrekkelijk recreatiegebied met ruime voorzieningen op het gebied van winkelen, cultuur en horeca. Voor hen is het aantrekken van meer bezoekers van belang om afzetmogelijkheden te vergroten.

Organisaties gericht op recreatie en cultuur menen dat de gemeente Goirle kansen laat liggen door zich weinig te profileren. Zij menen dat het buitengebied bekender zou moeten zijn bij het grote publiek en zien een rol weggelegd voor de gemeente in het aantrekken van toeristen naar de regio.

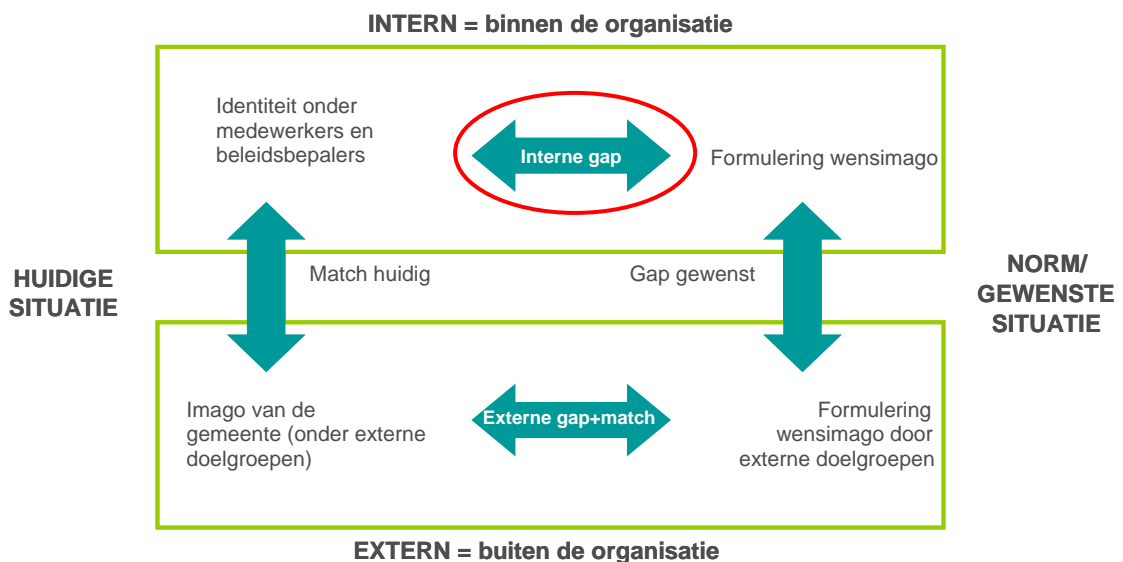
Stakeholders uit het segment wonen en leefbaarheid zien een rol als prettige woongemeente dichtbij de stad weggelegd voor Goirle en Riel. Zij kunnen zich wel voorstellen dat de gemeente haar sterke punten meer publiekelijk maakt, ook om bewoners aan te trekken en te behouden.

Vrijwel alle stakeholders hopen op een actievere houding van de gemeente in de communicatie met hen. Toeristische platforms benadrukken het belang van samenwerking om mensen meer bekend te maken met de regio.

Gapanalyses

In onderstaande gapanalyses wordt duidelijk dat de gemeente twee gaps kent: die tussen de identiteit en het interne wensimago en die tussen het interne en externe wensimago. Tussen de identiteit en het imago onder stakeholders bestaat voornamelijk een match. Het externe imago en het externe wensimago vertonen zowel een match als een gap.

Gapanalyse: interne gap

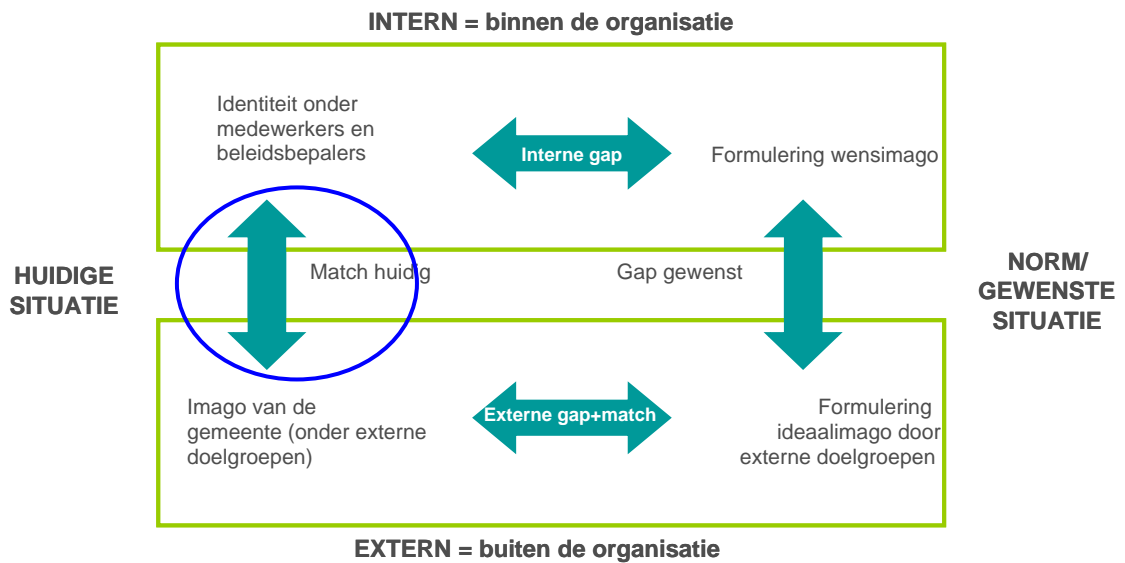


Belangrijkste punt in de gap tussen de identiteit en het wensimago lijkt de vraag of de gemeente zich meer moet profileren of niet. Een deel van het ge-

meentebestuur is van mening dat profilering nodig is, een ander deel laat alles liever bij het oude. Door een profilering te kiezen die aansluit bij het karakter van de gemeente, kan Goirle deze gap dichten en de angst voor verlies van identiteit wegnemen. De in deze rapportage geschetste profilering voldoet aan deze eis, waardoor dichten van de gap mogelijk is.

In de profilering van de gemeente is een eenduidige huisstijl van belang om de herkenbaarheid van de gemeente te vergroten. Wij raden de gemeente dan ook aan in alle communicatie een uniforme stijl te hanteren.

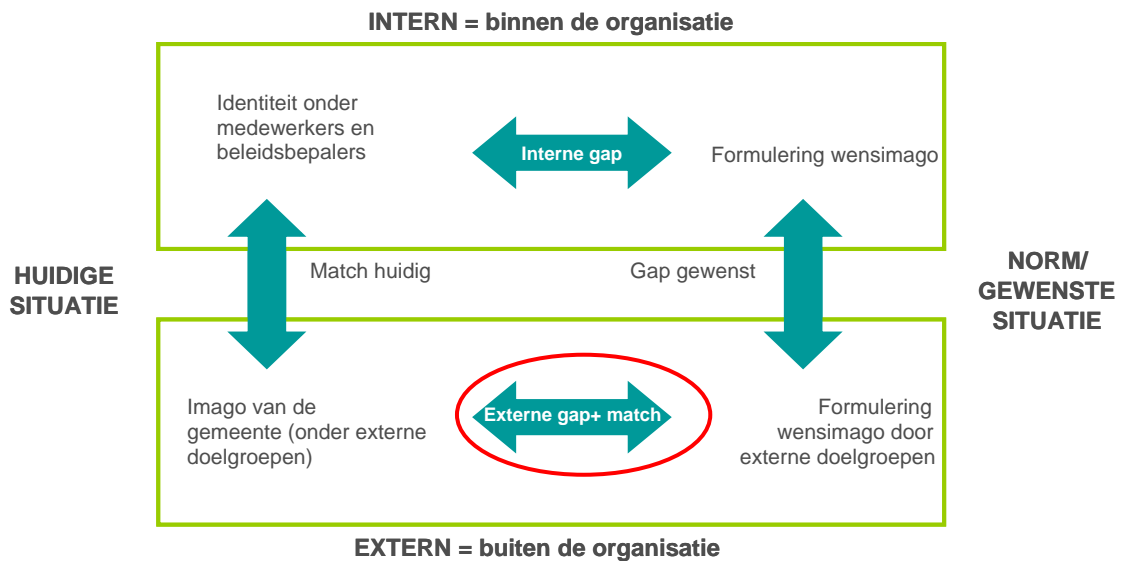
Gapanalyse: Match huidig imago



Er is weinig verschil tussen de identiteit van de gemeente en het imago onder externe doelgroepen. Door de weinige inspanningen van de gemeente om een beeld van zichzelf neer te zetten is het moeilijk voor externe partijen om de gemeente een etiket op te plakken. De waarden die zij op geholpen niveau noemen lijken aan te sluiten bij hoe de gemeente over wenst te komen.

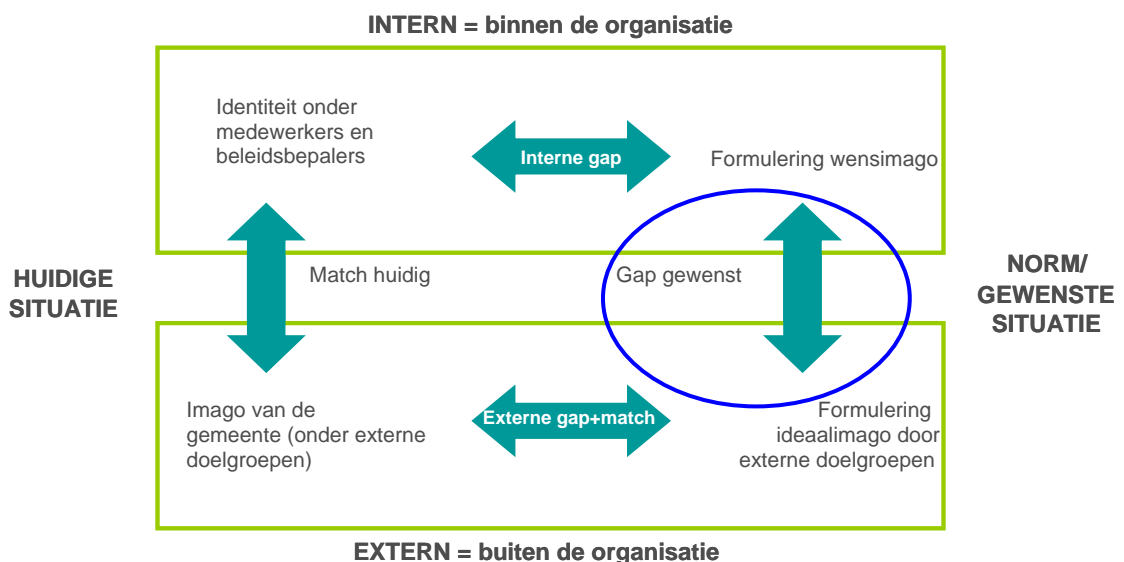
De terughoudende houding van de gemeente ervaren stakeholders als passief en bureaucratisch. Een flexibeler, opener houding kan dit beeld doen kantelen. Het verbeterde contact door het aanstellen van een contactpersoon zien zij als een belangrijke stap in de goede richting.

Gapanalyse: externe gap



Tussen het huidige en wensimago is eveneens weinig verschil. Stakeholders vinden vooral dat de gemeente Goirle meer aan de buitenwereld moet laten zien wat zij te bieden heeft. De meeste stakeholders menen wel dat Goirle en Riel naast een fijne woongemeenschap meer bekend zouden moeten staan als aantrekkelijk recreatiegebied. De huidige waarden die zij de gemeente toedichten passen zeer goed bij deze positionering.

Gapanalyse: gap wensimago



De gap in het wensimago is de grootste uitdaging voor de gemeente. Waar een deel van het gemeentebestuur niet volledig overtuigd is van de noodzaak tot profileren, zijn externe stakeholders, met name ondernemers, dat wel. Zij vrezen dat de gemeente haar bestaansrecht verliest wanneer men zich niet meer profileert. Bovendien vrezen zij een afname in hun omzet wanneer de gemeente er niet in slaagt meer bezoekers naar de gemeente te trekken. Wanneer de omzetsdaling zo groot is dat ondernemers de deuren moeten sluiten, kan de gemeente het hoge voorzieningenniveau niet op peil houden.

Om deze redenen nemen deze stakeholders veelal geen genoegen met een profilering als woongemeente en zien Goirle en Riel graag de mogelijkheden als toeristische 'trekpleister' benutten. Bovendien zien zij graag een actievere houding van de gemeente. Een wens die ook door toeristische platforms en omliggende gemeenten is uitgesproken.

De positionering en profilering zoals beschreven in deze rapportage komt zowel de gemeente zelf als stakeholders tegemoet: De gemeente kan zich, in samenwerking met de toeristische sector, plaatselijke ondernemers en omliggende gemeenten, scherper positioneren en meer profileren richting een doelgroep die past bij het karakter van de gemeente. Hierdoor zal de gemeente haar identiteit niet verliezen en toch meer mensen aan kunnen trekken.

Bijlage 3: Respondentenverantwoording

In het kader van dit onderzoek is gesproken met mensen werkzaam voor de volgende instanties:

- Kamer van Koophandel Eindhoven
- Jongerenplatform Mainframe
- VVV Tilburg
- Gemeente Hilvarenbeek
- TOP Brabant
- Contactraad Cultuur Goirle
- Gastenverblijf Ruys
- Koninklijke Horeca Nederland
- Stichting Detailhandel Goirle
- Business Club Goolse Zaken
- Ondernemerscontact Goirle
- Woonstichting Leijackers
- CC Jan van Besouw
- Stichting toerisme en recreatie Goirle
- Gemeente Goirle