

Raadsvoorstel

Agendapunt: 13

Onderwerp

Positionering Goirle

Datum voorstel	Datum raadsvergadering	Bijlagen	Ter inzage
9 november 2010	14 december 2010		<ul style="list-style-type: none">- Positioneringsonderzoek gemeente Goirle, versie oktober 2009- Advies stichting Recreatie en Toerisme Goirle en Riel en omgeving

Aan de gemeenteraad,

0. Samenvatting

De afgelopen jaren zijn richtinggevende documenten opgesteld zoals de Toekomstvisie Goirle 2015 Groen en Sociaal, de Nota Economisch Beleid alsook het bestuursprogramma Gemeente Goirle 2010-2014 en het collegeprogramma "Voor 'n vitale gemeente...ambitieuw en realistisch". In al deze documenten wordt aangegeven wat we van belang vinden voor Goirle en welke kant we op willen gaan met Goirle. Het blijkt dat we best tevreden zijn met het huidige Goirle en dat we graag Goirle willen behouden. Echter, stilstand betekent achteruitgang en dus zullen er stappen moeten worden ondernomen om deze aantrekkelijke gemeente ook aantrekkelijk te houden. Mede daarom is een positioneringsonderzoek verricht. De resultaten van dit onderzoek geven ons inzicht in de kansen en krachten van de gemeente, waardoor we beter kunnen inspelen op de diverse ontwikkelingen zoals onze rol en positie binnen de regio Midden-Brabant, binnen de Leisure Boulevard, maar ook ten opzichte van de onder de A58 gelegen gemeenten. Naast dat het voor onszelf goed is om over deze kennis te beschikken, wordt ook door de ondernemers gevraagd naar deze informatie. In deze tijd is het niet de vraag of Goirle gepositioneerd moet worden, maar hoe dat moet gebeuren, waarbij behoud van het huidige karakter wel uitgangspunt blijft. Met dit positioneringsonderzoek wordt daartoe een eerste stap gezet.

1. Wat is de aanleiding / wat is het probleem?

Positioneren is iets waarover tegenwoordig veel wordt gesproken. Bij positioneren gaat het om het verwezenlijken van een mentale plaats, een zogenaamde

Ambtelijke bijstand: J. Bolt

Agendapunt: 13

breinpositie. Anders gezegd: een plek in het hoofd van mensen. Het kenmerk van een goed concept is dat het onderscheidend, geloofwaardig en relevant is. Dat is de essentie van positioneren. Je onderscheidt je van anderen, waarbij je je sterke punten (pijlers) als basis neemt.

Positioneren kan ook worden omschreven als het streven om een product of merk in de beleving van de consument een bepaalde positie te laten innemen ten opzichte van vergelijkbare concurrenten. Het zogenaamde "in de markt zetten" van een product of merk. Ook als gemeente neem je een positie in ten opzichte van andere gemeenten.

Midden-Brabant wil zich positioneren via onder andere het regionaal overleg Hart van Brabant en Leisure Boulevard. Midden-Brabant neemt daarbij een positie in ten opzichte van Oost- en West-Brabant. Omliggende gemeenten zoals Alphen-Chaam (Cittaslow gecertificeerde gemeente, bezig met o.a. het doorontwikkelen de Recreatieve driehoek, diverse plannen met recreatievoorziening 't Zand") en Hilvarenbeek ("Hartveroverende Heerlyckheit", Land van de Hilver, uitvoering Toeristische visie Hilvarenbeek) hebben stappen gezet op met name de toeristisch-recreatieve markt en zijn dus bezig met positionering.

Binnen Goirle worden pogingen ondernomen om De Hovel te positioneren ten opzichte van winkelcentra in de regio, het cultureel centrum neemt een plaats in in het regionale culturele veld. Diverse ondernemers en instanties binnen Goirle hebben de handen ineengeslagen en hebben de Stichting Recreatie en Toerisme Goirle en Riel en omgeving opgericht met als doel om Goirle op de kaart te zetten, ook positionering dus. De gemeente faciliteert deze stichting met onder andere beperkte ambtelijke ondersteuning. Als gemeente willen we graag dat Goirle een aantrekkelijke gemeente blijft, waar het prettig wonen is, waar vele voorzieningen zijn enz. Om dit te kunnen behouden, dienen stappen ondernomen te worden. Het is daarom belangrijk om als gemeente inzicht te hebben in je sterke punten, je krachten, ook mede gezien de huidige economische tijd. Je moet weten waarmee je jezelf kunt onderscheiden en ook juist aanvullend kunt zijn. Positioneren is dan ook een "hot item" geworden.

Met de Toekomstvisie "Groen en Sociaal" wordt ook een duidelijke richting aangegeven. In de nota Economisch Beleid Goirle is door uw raad als actiepunten opgenomen dat een imago onderzoek (positioneringsonderzoek) moet worden verricht. Dit is in 2009 uitgevoerd. Vanwege de verkiezingen begin 2010 is er destijds voor gekozen om deze rapportage nog niet voor te leggen aan de vorige gemeenteraad, maar om deze aan te bieden aan uw raad. Uw raad stippelt immers de komende jaren de richting uit.

De inzichten van het onderzoek zijn ook bruikbaar bij de uitvoering van het Bestuursprogramma 2010-2014 en het collegeprogramma 2010-2014. In deze documenten is aangegeven dat intergemeentelijke samenwerking belangrijk is.

Goirle, als onderdeel van Midden-Brabant, ligt in een regio met talloze mogelijkheden en uitdagingen. Door sterke punten zichtbaar te maken en te benutten, krijg de economische ontwikkeling van de regio een nieuwe impuls. Verder wordt in deze documenten aangegeven dat het van belang is om ook samenwerking te zoeken met de gemeenten onder A58 en ook met onze Belgische burens. Ten slotte wordt nog aangegeven dat de komende jaren meer wordt ingezet op recreatie en dan met name op het benutten van de economische voordelen hiervan, waarbij respect voor de natuur uiteraard een belangrijke plaats inneemt.

Zowel de regio, de ondernemers als de gemeente zijn dus bewust van het feit dat zeker gezien de huidige economische tijd het van belang is om te positioneren c.q. te profileren. Het gezamenlijk oppakken van deze taak is belangrijk, waarbij wel van eigen kracht moet worden uitgegaan. Hierbij is dus inzicht in je eigen kracht een vereiste. Naast dat inzicht in je eigen kracht van belang is, is ook de samenwerking met de diverse ondernemers (stakeholders) van belang. De ondernemers en gemeente hebben elkaar nodig en kunnen elkaar versterken bij de positionering van Goirle. De gemeente wil aantrekkelijk blijven, dus de vele voorzieningen behouden, de winkelier moet klanten hebben (zowel bewoners van Goirle als bezoeker) om zijn winkel open te kunnen houden en heeft dus baat bij de aantrekkelijkheid van Goirle als geheel.

Als Goirle aantrekkelijk blijft dan zullen er mensen willen wonen en bezoekers willen komen en dat zijn dan weer de potentiële klanten van de winkelier. Dit geldt natuurlijk ook voor bijvoorbeeld het Cultureel Centrum en de diverse horeca en recreatie ondernemers. De gemeente en de ondernemers dienen dit traject dan ook gezamenlijk op te pakken. We zijn nu dus best tevreden met hetgeen dat Goirle biedt, maar om dit te behouden is het van belang om aan positionering te doen.

Het onderzoek waar verder over gesproken wordt is dus een positioneringsonderzoek dat onderdeel vormt van dan wel nodig is in het kader van het positioneringstraject. Motivaction uit Amsterdam heeft in 2009 opdracht gekregen om dit onderzoek voor de gemeente te verrichten.

De doelstelling van het onderzoek luidde: *"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"*.

Er is gekozen voor kwalitatief onderzoek. Er zijn interviews gehouden met diverse spelers binnen de gemeente (oa toerisme, recreatie, cultuur, winkeliers, horeca, woonstichting en gemeente) en externe partijen zoals buurgemeente, VVV Tilburg, Kamer van Koophandel en anderen. Hierdoor is een rijk beeld ontstaan van de gemeente onder deze partijen. De geleverde input is dus het resultaat van meningen en emoties van de geïnterviewden. Het betreft derhalve een beeldvorming en geen

feitenopsomming. Bij imago en positionering draait het om beeldvorming, vandaar dat een onderzoek naar de beleving is gedaan. Zo kunnen ergens aantrekkelijke voorzieningen zijn, maar als niemand van het bestaan af weet, dan kan het beeld zijn dat er geen aantrekkelijke voorzieningen zijn. Op dat moment is het van belang om feiten en beelden op elkaar af te stemmen. Aangezien deze rapportage een eerste stap is van het positioneringstraject, levert op dit moment deze kwalitatieve insteek voldoende input op.

2. Wat willen we bereiken?

De belangrijke vraag die in eerste instantie beantwoord moet worden is meteen een belangrijk dilemma voor de gemeente Goirle, te weten "*profileren of niet?*".

Uit het onderzoek blijkt dat de gemeente meer over zichzelf zal moeten vertellen. De gemeente Goirle geeft op dit moment geen duidelijk beeld van zichzelf naar de buitenwereld. De diverse partijen zien Goirle als een mooie woongemeente waar het prettig wonen is, maar zijn vaak onbekend met wat de gemeente te bieden heeft. De gemeenten in de regio zitten niet stil en zijn druk doende met zichzelf te profileren. Hierdoor kan de gemeente op termijn twee belangrijke waarden verliezen: "de zelfstandigheid" en "draagvlak voor het hoge voorzieningenniveau". Goirle heeft dankzij het eigen karakter en sterktes zeker bestaansrecht als individuele gemeente en op dit moment wordt het voorzieningenniveau als heel hoog ervaren. De kunst is om dit te behouden. Met name de ondernemers vrezen dat indien de afzetmogelijkheden in Goirle niet groeien, mogelijk voorzieningen zullen verdwijnen. Daardoor kan de aantrekkelijkheid voor de bewoners verloren gaan. Zowel voor bewoners als voor bezoekers is dit niet wenselijk. Daarnaast kan ook de aantrekkelijkheid van Goirle als vestigingsplaats voor ondernemers hierdoor onder druk komen te staan.

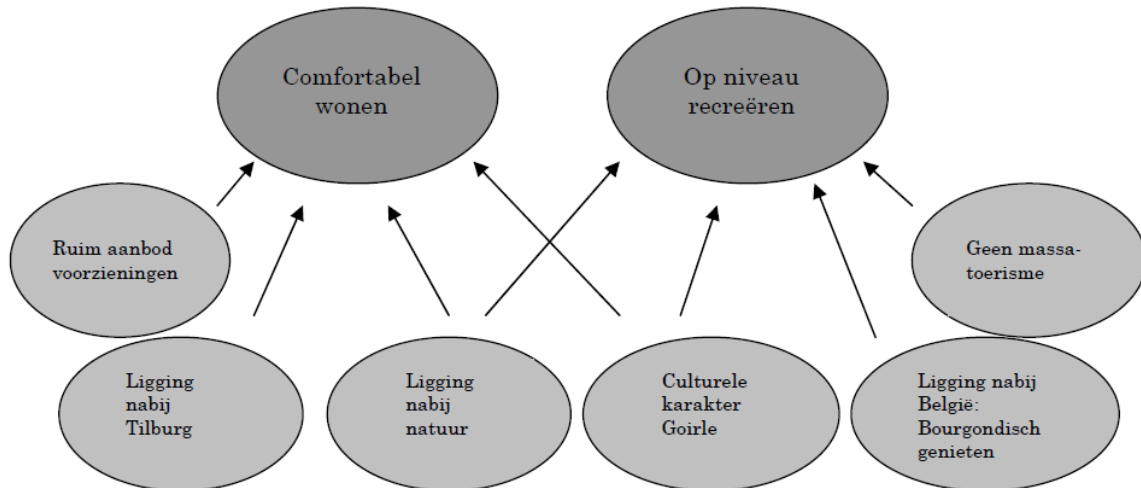
Zowel vanuit de Stichting Recreatie en Toerisme Goirle en Riel en omgeving als door de Stichting Detailhandel Goirle (SDG) wordt een sterke profilering van de gemeente toegejuicht op met name het toeristische vlak.

Over het algemeen blijkt dat we best tevreden zijn met het huidige Goirle en dat we graag Goirle willen behouden. Om dit aantrekkelijke karakter te behouden zullen stappen moeten worden ondernomen.

3. Wat gaan we daarvoor doen?

De positionering van de gemeente Goirle kan als volgt worden weergegeven:

Agendapunt: 13



Pijlers

Motivaction adviseert de gemeente om zich sterker te profileren naar de buitenwereld. Dit dus voor het behoud van het voorzieningenniveau voor huidige en toekomstige bewoners, rechtvaardiging van het bestaansrecht en versterking van de positie in de regio.

Motivaction adviseert de positionering te baseren op de volgende pijlers:

- Ligging nabij Tilburg, België en de natuur;
- Ruim aanbod aan voorzieningen;
- Het culturele karakter;
- Geen massa toerisme.

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. Gebaseerd op deze pijlers heeft de gemeente grote kans zich succesvol te positioneren met twee richtingen: '**comfortabel wonen**' en '**recreatie op niveau**'.

Door zich op gebied van recreatie te richten op 'ontwikkelde' toeristen, 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.

De bovengenoemde positioneringsrichtingen “comfortabel wonen” en “recreatie op niveau” omschrijven het gevoel van de positionering en zijn dus geen vaststaande termen. Belangrijk is om bij positionering deze richtingen aan te houden.

Goirle richt zich op kwaliteit, dus het prettige wonen en het natuurlijk en cultuurrijk recreëren.

Qua wonen is de positionering aantrekkelijk voor 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. Qua recreëren is de positionering aantrekkelijk voor dagtoeristen, recreanten en wandelaars/fietsers. Grootschalig massatoerisme past niet bij het karakter van de gemeente.

Profilering

Goirle als prettige woongemeente

Zoals opgemerkt zijn veel mensen onbekend met hetgeen dat 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. De gemeente zal zichzelf op de kaart moeten zetten als aantrekkelijke woongemeente. 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'.

Goirle als kwalitatieve recreatiegemeente

De profilering van de gemeente naar recreanten en dagtoeristen zal veelal plaats moeten vinden op regionaal niveau en gericht moeten zijn op de doelgroep. In samenwerking met toeristische organisaties kan de gemeente zichzelf actiever promoten. De Stichting Recreatie en Toerisme Goirle en Riel en omgeving vervult hier al een grote rol in. De gemeente zal zich ook moeten inzetten. Samenwerking tussen de ondernemers en de gemeente maar ook de ondernemers onderling is van belang. Ook de communicatie met en richting de bewoners is zeer belangrijk. Profilering van Goirle kan bijdragen aan het behoud van Goirle als zelfstandige plaats met een zelfvoorzienend karakter en een eigen identiteit.

In de rapportage wordt reeds een aantal mogelijke manieren aangegeven beide thema's handen en voeten te geven. De rode draad in het verhaal is dat Goirle dus een gemeente is waar het goed toeven is, zowel als woongemeente als voor de toerist. Van belang is ervoor zorg te dragen dat dit ook zo blijft. Daarvoor hoeven geen spectaculaire ingrepen gepleegd te worden. In het rapport worden diverse acties geadviseerd om uit te voeren. Zoals eerder gemeld is, is het onderzoek reeds

uitgevoerd in 2009. Een aantal door Motivaction geadviseerde acties is al (al dan niet door externe partijen) uitgevoerd of in gang gezet.

Zo is de Stichting Recreatieve en Toerisme Goirle en Riel en omgeving al gestart met een campagne om Goirle op de kaart te zetten. Deze stichting hanteert daarbij de slogan "*Geniet in Goirle*". De resultaten van het positioneringsonderzoek zijn door de Stichting gebruikt om te komen tot hun slogan.

Geniet in Goirle is alles omvattend, comfortabel wonen, op niveau recreëren, geen massatoerisme, ruim aanbod voorzieningen en culturele activiteiten. Er zijn al routestructuren feitelijk aangelegd (en ook fiets- en wandelroutes ontwikkeld met kaartmateriaal ontwikkeld) en er zullen er nog meer worden aangelegd en worden ontwikkeld. Ook is recentelijk een VVV-agentschap gevestigd in Goirle, te weten bij de boekhandel in de Hovel. Dit betreft dus een particulier initiatief, dat een bijdrage kan leveren aan de positionering van Goirle. Door de gemeente wordt al intensiever met de winkeliers en ondernemers gecommuniceerd, zoals bij de inleiding reeds is aangegeven, is samenwerking tussen ondernemers en de gemeente zeer belangrijk.

Gezien alle ontwikkelingen is het van belang dat uw raad kennisneemt van de resultaten van het positioneringsonderzoek en instemt met de voorgestelde profilering. De opgenomen actielijst betreft slechts aanbevelingen. Instemmen met de voorgestelde profilering leidt dan ook niet meteen tot uitvoering van de (nieuwe) acties. De eventueel uit te voeren nieuwe acties dienen in de juiste samenwerkings- of overlegstructuren uitgewerkt of ingebracht te worden.

4. Wat mag het kosten?

In eerste instantie kan volstaan worden met het instemmen met de rapportage. Een aantal acties is reeds gepland in het kader van de Nota Economisch Beleid, het projectplan van de Stichting Recreatie en Toerisme en omgeving of vanuit de regio. Indien toch nog bepaalde opgenomen acties gemeentelijk budget vragen, dan moet dit gereserveerd worden in begrotingen voor de komende jaren. Dit op basis van maatwerk. Mocht de gelegenheid zich voordoen, dan zal uw raad hierover separaat voorstellen ontvangen. Verder wordt een actieve en faciliterende houding van de gemeente verwacht ten aanzien van ontwikkelingen die bijdragen aan de voorgestelde positionering, zoals ook opgenomen is in het collegeprogramma.

5. Inspraak en communicatie

Tijdens het onderzoek zijn diverse partijen (stakeholders) geïnterviewd. De lijst van geïnterviewde partijen is in bijlage drie van de rapportage opgenomen. Daarnaast heeft nog een bijeenkomst plaatsgevonden met een aantal bestuurders en ambtenaren van de gemeente alsmede het bestuur van de SDG waarin de concept rapportage is besproken. De Stichting Recreatie en Toerisme Goirle en Riel en omgeving heeft een positief advies afgegeven over dit rapport en heeft de bevindingen uit dit rapport gebruikt bij de totstandkoming van de slogan *Geniet in Goirle*.

6. Vervolgtraject besluitvorming

Positioneren dient gezamenlijk te gebeuren. In het kader van regionale samenwerking, maar ook in samenwerking met de stakeholders (onder andere winkeliers, horeca- en recreatieondernemers, Cultureel Centrum enz.) zal dit verder vorm gegeven moeten worden. Een aantal acties is al in gang gezet. Er zijn al wandel- en fietspaden aangelegd en routekaarten gemaakt en zullen er nog meer aangelegd worden en routes gemaakt worden. Er is een VVV-agentschap ingericht, deze dient voorzien te worden van promotiemateriaal en de Stichting Recreatie en Toerisme Goirle en Riel en omgeving is al actief bezig met het op de kaart zetten van Goirle, met name met de slogan Genietin Goirle.

De inzichten van dit voorliggend onderzoek kunnen bijdragen aan het verder uitwerken van deze ontwikkelingen en als input dienen bij de verdere invulling van rol van Goirle binnen Hart van Brabant, de leisure boulevard, maar ook bij de samenwerking met de omliggende gemeenten.

Uiteraard zal uw raad daar waar nodig betrokken worden bij verdere besluitvorming in deze. Met het voorliggend onderzoek wordt een eerste stap gezet in het positioneringstraject.

7. Fatale beslisdatum

N.v.t.

8. Voorstel

- a. kennis nemen van het positioneringsonderzoek, versie oktober 2009;
- b. vaststellen van de in het onderzoek genoemde pijlers (ligging nabij Tilburg, België en de natuur, ruim aanbod van voorzieningen, culturele karakter en geen massatoerisme) en positioneringsrichtingen (comfortabel wonen en "op niveau" recreëren).

Burgemeester en wethouders van Goirle,
mevrouw M.G. Rijsdorp, burgemeester
Ing. J.M. Tromp, secretaris

Agendapunt: 13

De raad van de gemeente Goirle;

gelezen het voorstel van burgemeester en wethouders d.d. 09-11-2010;

gelezen het advies van de commissie Ruimte d.d. 24-11-2010;

gelet op de Gemeentewet;

b e s l u i t :

- a. kennis nemen van het positioneringsonderzoek, versie oktober 2009;
- b. vaststellen van de in het onderzoek genoemde pijlers (ligging nabij Tilburg, België en de natuur, ruim aanbod van voorzieningen, culturele karakter en geen massatoerisme) en positioneringsrichtingen (comfortabel wonen en "op niveau" recreëren).

Aldus besloten door de raad van de gemeente Goirle in zijn vergadering van 14-12-2010.

, de voorzitter

, de griffier