

Reactie op City Marketingplan

D66 staat positief ten aanzien van het idee om Goes te gaan promoten met als doel, onze stad en onze gemeente beter onder de aandacht te brengen.

Een aantal zaken is ons opgevallen in de nota. Er wordt met geen woord gerept over de gezondheidszorg zoals het Admiraal de Ruijter ziekenhuis, Emergis, Ter Weel, Allévo, anderen in de zorg en onderwijsinstellingen. Terwijl dat toch organisaties zijn die zorgen voor hoog gekwalificeerd werk. Ook zijn het belangrijke pluspunten wat Goes onderscheidend maakt van andere plaatsen in de regio. Ook in de klankbordgroep zijn geen vertegenwoordigers van deze organisaties aanwezig geweest. Een gemiste kans die alsnog dient te worden goed gemaakt om het beeld compleet te maken. Artsen, anderen die in de zorg werkzaam zijn en docenten stellen ook zo hun eisen om hier te komen werken en wonen en het is zeker belangrijk deze te weten en bij alle marketingplannen rekening te houden. Het is wel opmerkelijk dat niemand eerder dit heeft opgemerkt.

Wat verder opvalt is dat er vrijwel uitsluitend wordt gesproken over de stad Goes, terwijl de gemeente Goes toch ook andere woonkernen omvat. Die echter zijn slechts in abstractie terug te vinden in omschrijvingen als '...de weidsheid van het omringende land' of 'het omringende platteland'. Dat een deel van onze gemeente ook grenst aan het Veerse Meer met tal van activiteiten en plannen voor de toekomst wordt ook nergens teruggevonden. Ook over bedrijvigheid in de dorpen wordt niet gesproken.

Wat betreft evenementen en de zinsnede op bladzijde drie van het raadsvoorstel namelijk "er is altijd wat leuks te doen in Goes", willen wij zoals bij de behandeling van de laatste Algemene Beschouwingen getracht hebbende nogmaals voorstellen om een digitaal cultuurloket te realiseren. Een loket waarop niet alleen voorstellingen en evenementen te vinden zijn maar waarop ook kunstenaars zich kunnen profileren, workshops en cursussen terug te vinden zijn en zo is er nog veel meer te noemen. Zo kunnen inwoners en andere belangstellenden op een snelle manier de gewenste informatie vinden, want nu is het zoeken geblazen.

Wat ons zorgen baart is dat waar in het rapport duidelijk en meermalen wordt gemeld dat de inwoners van Goes als eerste bij de plannen dienen betrokken te worden, dat uitgangspunt niet meer is terug te vinden in het Raadsvoorstel. D66 is een groot voorstander om inwoners in een zo vroeg mogelijk stadium zo breed mogelijk te betrekken. Iedere marketeer kan u vertellen, dat de wervingskracht van een tevreden inwoner groter is dan welke campagne dan ook.

Dat er een slogan of zo u wilt onderschrift moet komen langs de drie gekozen thema's "aangenaam, handelsgeest en bereikbaar" lijkt evident. Ook hiervoor lijkt het ons raadzaam de creativiteit van de burgers in te roepen. Dat zou zo maar eens een duur bureau kunnen schelen en het brengt ook de actie tot leven. Zelfs voor het ontwerpen kan eerst een beroep op de inwoners worden gedaan. Daarbij zien wij bij voorkeur, dat logo en slogan tot algemene kenmerken van Goes zullen worden gekozen omdat dat het beeld versterkt. Twee logo's lijkt ons er één teveel.

Dan de uitwerking.

Het gaat D66 een stap te ver om nu reeds in te stemmen met het zoeken van een plek buiten het stadskantoor, om deze nieuwe activiteit onder te brengen. Zo goed als het rapport van Berenschot uitgaat van het levend maken van deze marketinggedachte en later de activiteiten bij alle inwoners, zo nodig zal het zijn dat alle medewerkers van onze gemeente gaan denken en werken in de geest van de uitwerkingen van City marketing. Immers, wanneer dat niet gebeurt kan een ondoordachte daad veel teniet doen van wat met moeite is en wordt opgebouwd.

Los daarvan lijkt het ons gewenst om regelmatig in deze raad te worden geïnformeerd over de stand van zaken en op gepaste tijden ook, in voorkomende gevallen, kunnen meebeslissen over de richting en de middelen waarlangs onze stad en onze gemeente naar buiten toe zal worden verkocht.

Wij zouden graag de toezegging willen hebben dat vanaf nu ook vertegenwoordigers van het ziekenhuis, Emergis, andere organisatie uit de zorg en het onderwijs bij de totstandkoming en de uitvoering van City marketing zullen worden betrokken, omdat ook zij vallen onder de noemer 'maatschappelijke partijen', waarover in de laatste alinea van het Raadsvoorstel wordt gesproken