



# WELKOM & VEILIG WEST-ZEEUWS-VLAANDEREN

Nieuwsbrief Taskforce Promotie & Marketing

nummer 7 | 3 juli 2020

Goed nieuws in deze zevende nieuwsbrief van de Taskforce Promotie & Marketing: de gemeenteraad nam gisteren een positief besluit over ons Plan van Aanpak! Wat dat betekent, lees je hieronder. Des te meer reden om met ons mee te doen en onze campagne breed uit te dragen in alle kernen. Ook lees je meer over onze campagne en de resultaten van het lobbytraject richting politiek Den Haag.

## Positief besluit gemeenteraad

Wethouder Jack Werkman hield gisteren tijdens de raadsvergadering een - zoals burgemeester Marga Vermue het noemde - gloedvol betoog over de Taskforce, het Plan van Aanpak en de behaalde resultaten. Jack Werkman: "Ik ben heel blij met het positieve besluit en de steun vanuit de gemeenteraad. We hoorden gisteravond veel complimenten, maar ook een aantal kritische geluiden vanuit de oppositie. Dat mag en moet ook, we leven immers in een democratie. We vragen aan de gemeenteraad goedkeuring voor de inzet van financiële middelen, daarover moet je een constructief inhoudelijk gesprek voeren. En dat deden we gisteren. Het positieve besluit is een welverdiende bekroning op het werk, dat zo voortvarend is opgepakt, en op wat komen gaat. Ik ben enorm trots op dit resultaat en op iedereen die zich inzet voor de Taskforce!"

## Wat betekent dit concreet

Concreet betekent het positieve besluit dat de financiële middelen die opgenomen zijn in het Plan van Aanpak beschikbaar worden gesteld. Het gaat om middelen voor de promotie- en marketingacties voor de (korte en) middellange termijn en om financiële ondersteuning voor de cultuursector en het verenigingsleven. We gaan dus verder met de acties ter promotie van ons mooie West-Zeeuws-Vlaanderen en maken daarvoor een concreet stappenplan. De nadruk ligt onder andere op het najaar en spreiding van toerisme, en op promotie in Nederland, België en Duitsland. Daarnaast werken we de financiële ondersteuning voor de cultuursector en het verenigingsleven verder uit en gebruiken daarvoor de verdieping die nodig is om de impact van COVID-19 goed in beeld te krijgen. Uiteraard houden we je van alle stappen op de hoogte via de nieuwsbrief!

## Campagne voor de hele gemeente: we hebben je nodig!

Nu we het komende half jaar verder kunnen met de promotiecampagne, houdt natuurlijk niets je meer tegen om ons te helpen de campagne zichtbaar te maken in alle kernen! Dat kan heel simpel: deel, like en volg Facebook en Instagram. Of gebruik voor een initiatief dat past binnen de campagne onze huisstijl of het logo. En laat het ons dan vooral weten via [hallo@wezienjehiergraag.nl](mailto:hallo@wezienjehiergraag.nl). Dan houden we zicht op wat er gebeurt én kunnen wij daaraan weer aandacht besteden op onze sociale media.



# WELKOM & VEILIG WEST-ZEEUWS-VLAANDEREN

Dat de campagne voor de hele gemeente geldt, laten we nu ook zien in de 'header' bovenaan deze nieuwsbrief. Stond er eerst 'Welkom & Veilig *gemeente Sluis*', nu staat er 'West-Zeeuws-Vlaanderen'. De 'gemeente Sluis' wekte voor sommigen de indruk dat het om alleen de kern Sluis ging. Dat is niet het geval. Bovendien kiest een toerist niet voor een gemeente, maar voor een gebied. Reden genoeg om de gebiedsnaam aan te passen.

## Resultaten social mediacampagne

Via social media werken we aan zichtbaarheid van onze campagne. Dat doen we door advertenties te plaatsen op bekende online platforms in Nederland en België met foto's en teksten waarin de doelgroep zich herkent. We monitoren aan de hand van weergaves, bereik en aantal kliks: hoe hoger, hoe meer advertenties er zijn bekeken, hoe meer naamsbekendheid en uiteindelijk hoe meer bezoekers! Om je een beeld te geven:

- Totale weergaven van alle advertenties: 476.735 (218.455 in NL en 258.280 in BE)
- Totaal aantal mensen bereikt: 180.544 (waarvan 102.592 in NL en 77.568 in BE)
- Totaal aantal klikken op links: 13.186

Onze promotievideo gaven we een extra boost door deze als redactionele inhoud tussen willekeurige online artikelen te laten plaatsen in AD, BN De Stem en PZC. Het resultaat was ver bovengemiddeld. Een aantal feiten en cijfers:

- 51% van deze advertenties is 'geleverd' aan lezers van AD.nl die zich in de regio's Brabant, Zeeland, Limburg en Zuid-Holland bevonden.
- Brabanders hebben de advertenties het meest gelezen en doorgeklikt; bijna drie keer zoveel mensen dan gemiddeld.

Kortom, onze campagne heeft zeker geleid tot naamsbekendheid en veel positieve reacties!

---

## Bezoek Zeeuws kamerlid

Vorige week ontving staatssecretaris Mona Keijzer een tweede brief waarin we de unieke situatie van de gemeente nogmaals onder de aandacht brachten. Als gevolg daarvan bezoekt één van de Zeeuwse kamerleden onze gemeente woensdag a.s. om in gesprek te gaan met onder andere ondernemers, cultuursector en gemeente. Wij hopen daarnaast uiteraard op een bezoek van de staatssecretaris, die de gemeente Sluis nog op de kaart zette in het tv-programma OP1.

<https://www.pzc.nl/zeeuws-vlaanderen/sluis-was-drie-maanden-een-eiland-hulp-mona-keijzer-ingeroepen-om-werkgelegenheid-te-redden~af683075/>

<https://www.pzc.nl/zeeuws-vlaanderen/staatssecretaris-keijzer-ga-op-vakantie-naar-het-prachtige-sluis~a3bad9a6/>



# WELKOM & VEILIG WEST-ZEEUWS-VLAANDEREN

## Vragen?

Vragen over de Taskforce? Stel ze via [hallo@wezienjehiergraag.nl](mailto:hallo@wezienjehiergraag.nl). Ondernemers die deze nieuwsupdate niet rechtstreeks ontvangen van de Taskforce of een ondernemersvereniging, kunnen zich hiervoor aanmelden via [info@ondernemeninsluis.nl](mailto:info@ondernemeninsluis.nl).

Met een zonnige **West Zeeuws-Vlaamse** groet,

Taskforce Promotie & Marketing