

Volgnummer:	31
Programma:	Duurzaam wonen en ondernemen
Onderwerp:	Citymarketing Hier houden we van
Betreft:	FCL 43100260
Incidenteel voor een periode van drie jaar	

Investeringsbedrag	
Afschrijvingstermijn	

-	Budgettair effect (x € 1.000)			
Jaarlasten	2015	2016	2017	2018
Kapitaallasten (rente 4%)	-		-	
(Overige) exploitatielasten	64	64	64	-
Dekking:				
• bijdrage grondbedrijf	-		-	
• bijdrage reserve voorziening				
• subsidies				
Te dekken	64	64	64	-

Algemene toelichting	<p>'De rol van de vrijetijdseconomie wordt groter...' staat in het Coalitieprogramma en Uden wil de stad zijn waar mensen uit de regio die vrije tijd doorbrengen.</p> <p>In korte tijd heeft citymarketing met Hierhoudenwevan belangrijke stappen gezet om Uden op de kaart te zetten. Daarmee voldoet het aan de doelstelling om Uden actief te vermarkten. Inmiddels is er een attractieve en actuele website (hierhoudenwevan.nl), wordt social media actief ingezet, is er een nieuw evenement (24uurUden) met toekomstpotentie gerealiseerd etc. Citymarketing is een proces dat langdurig, consequent en herkenbaar moet worden ingezet om te kunnen oogsten. Er is enthousiasme voor concept en activiteiten bij het midden- en kleinbedrijf, het wordt herkend en gewaardeerd door het publiek en benijd in omliggende gemeenten. De volgende stap is om nu door te pakken, door geïnteresseerde partners (financieel) aan het project te binden en door het uitbreiden van de actieradius van de promotie. Dat kan worden bereikt als er ook de komende drie jaar middelen voor beschikbaar zijn.</p> <p>Voorgesteld wordt om tot een herschikking van middelen te komen waarbij subsidie centrummanagement (vanaf 2016) en de bezuiniging op promotie budget EZ (vanaf 2015) betrokken worden bij het budget van Citmarketing.</p>
----------------------	--

Bijdrage aan doelstelling van het programma

Versterken economisch klimaat

Uden moet in de toekomst dé gemeente in de regio zijn waar iedereen wil wonen, werken, winkelen, recreëren en vestigen.

8. Bundelen promotieactiviteiten

Citymarketing heeft als opdracht om Uden in al haar facetten te vermarkten door stelselmatige promotie, het betrekken van partners en het inzetten van tools als de website. Onderstaand drie relevante passages uit het coalitieakkoord die daarmee samenhangen:

- 'De promotieactiviteiten van Uden worden versterkt en meer gebundeld. Middelen worden daardoor effectiever besteed zodat de slagkracht toeneemt. Alles in aanspraak met betrokken partners.'
- 'Het winkel- en koopgedrag is veranderd. Het Udense winkelcentrum moet het meest attractieve centrum van de regio blijven. Funshopping, beleving en het stimuleren van de combinatie van een webactiviteit met een winkelruimte zijn hiervoor de nieuwe pijlers voor 'de toekomst'.'
- 'Recreatie en toerisme worden steeds belangrijkere dragers van de Udense economie. Door de centrale ligging tussen Bedaf en Maashorst, zijn er uitstekende kansen voor verdere ontwikkeling. Goede recreatiemogelijkheden versterken de aantrekkelijkheid van Uden als vestigingsplaats en trekken een groter publiek voor al het andere wat Uden te bieden heeft.'