

Hilversum Goed Bekeken gaat wél door

Ondernemers en gemeente ondersteunen marketing van Hilversum tot en met 2010

Afgelopen week hebben 16 partijen een hernieuwde samenwerkingsovereenkomst gesloten met de stichting Hilversum Goed Bekeken. In tegenstelling tot het Nederlands Elftal gaat het citymarketing initiatief voor Hilversum dus wel door met scoren. De verenigde ondernemers en de gemeente bundelen hun krachten voor doelgerichte promotie van de stad. In de woorden van voorzitter Teus Kroon: "ik zie voldoende kansen om in te koppen. Ons zestiental heeft één gezamenlijk doel: Hilversum op de eerste plaats bij bewoners, bezoekers en ondernemers!"

Hilversum Goed Bekeken

Hilversum Goed Bekeken is het citymarketing initiatief dat is opgezet voor een krachtige profilering van Hilversum. Doel is om de regionale trekkracht van Hilversum te versterken, meer bezoekers en bedrijven aan te trekken, maar ook om de inwoners van Hilversum weer trots te maken op hun stad. De slogan Hilversum Goed Bekeken is een knipoog naar Hilversum mediastad, maar staat vooral voor: 'Hilversum is de moeite waard om eens goed naar te kijken'.



Alle participanten gaan voor één doel: Scoren met Hilversum Goed Bekeken!

Samenwerking

Hilversum Goed Bekeken wordt sinds haar oprichting in 2005 ondersteund door het samenwerkende bedrijfsleven en de gemeente Hilversum. Naar wederzijdse tevredenheid. Dankzij de ondersteuning van de verschillende participanten is Hilversum regionaal en landelijk weer op de kaart gezet. De RTL4 uitzending 'Bestemming Nederland' over Hilversum was een groot succes, de hele regio heeft de Hilversum Goed Bekeken bus zien rijden en onlangs is een grote ansichtkaarten actie gelanceerd. Daarnaast lezen duizenden consumenten inmiddels wekelijks de laatste nieuwtjes en uittips op de

website, in de Gooi- en Eembode of via de e-mailnieuwsbrief van Hilversum Goed Bekeken.

Plannen voor 2008

Hilversum Goed Bekeken wil vooral mensen uit de regio verleiden om naar Hilversum te komen. Daarom verloot Theater Gooiland maandelijks verschillende kaartjes voor voorstellingen via www.hilversumgoedbekeken.nl en worden nieuwe abonnees voor de e-mail nieuwsbrieven geworven. Verder gaat de Gooi- en Eembode ieder kwartaal een Hilversum Goed Bekeken promotiemagazine uitbrengen, zijn de voorbereidingen voor het ZAPPcity festival in volle gang en wordt de samenwerking met ondernemend Hilversum verder uitgebouwd.

Participanten

Hilversum Goed Bekeken kan scoren dankzij ABN AMRO, Adrenaline Communicatie, drukkerij Brügemann, gemeente Hilversum, de Gooi- en Eembode, Gooische Brink, Hilversum Events, Hilvertshof shoppingcentre, Koninklijk Horeca Nederland, de Kroonenberg Groep, Kamer van Koophandel Gooi-, Eem- en Flevoland, de Amrâth Hotels van Hilversum, Meeùs, STRO, TCN Media Park en internetbureau Websight.