



persbericht

Hilversum, 11 maart 2008

Hilversum Goed Bekeken eerste citymarketing organisatie op Hyves Citymarketeers gebruiken vriendennetwerk om Hilversum te promoten

Hilversum Goed Bekeken maakt als eerste citymarketing organisatie van Nederland gebruik van de mogelijkheden die online community Hyves biedt. Leden van dit netwerk blijven zo op de hoogte van de laatste uitgaanstips in Hilversum, kunnen met elkaar in discussie en komen met elkaar in contact. Zo wordt Hilversum ook online nog beter bekeken, is de bedoeling van de citymarketeers.

Primeur

Projectmanager Roeland Taming van de stichting Hilversum Goed Bekeken is trots op de Hilversummer primeur: "We zijn natuurlijk al een tijdje actief op internet met onze site www.hilversumgoedbekeken.nl en onze gratis Uitmails, maar als we ons daar alleen op richten doen we aan navelstaren. En daar houd ik niet van. Het netwerk van hilversumgoedbekeken.hyves.nl biedt ons de mogelijkheid om ook op een andere manier met onze doelgroepen te communiceren". Dat Hilversum de eerste is die gebruik maakt van Hyves voor zulke doeleinden vindt hij eigenlijk verbazingwekkend: "Op Hyves staan inmiddels vijf miljoen profielen. Allemaal mensen die graag leuke dingen doen in hun vrije tijd. Voor een groot deel van hen heeft Hilversum genoeg te bieden. Van Beeld en Geluid tot de Nike Hilversum City Run, van optredens in theater Gooiland tot Hilversum Alive. Dit is een mooie, laagdrempelige manier om hen daarop te attenderen".

Hyves

Hyves (naar *hive* dat Engels is voor *bijenkorf*) is een gratis Nederlandse profielensite, vooral gericht op het onderhouden/uitbouwen van een vriendennetwerk. Op de website van Hyves kan iedereen een eigen profiel aanmaken. Daarop plaats je foto's van jezelf, of schrijf je bijvoorbeeld wat je hobby's zijn of welk boek je op het moment leest. Ook kun je vrienden toevoegen die op hun beurt ook een Hyves-profiel hebben. Sommige mensen verzamelen zo honderden vrienden. Uit onderzoek onder drieduizend gebruikers van de populaire vriendensite bleek onder meer dat Hyvers betere sociale contacten hebben, zowel op internet als in het echt.

Hilversum Goed Bekeken

Hilversum Goed Bekeken is het citymarketing initiatief dat is opgezet door vertegenwoordigers van winkels, media, horeca, cultuur, gemeente en overig ondernemend Hilversum. Ze werken samen aan 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'.



Websight

Internetbureau Websight beheert zowel de website www.hilversumgoedbekeken.nl als de Hyves-pagina, en is één van de zestien participanten van Hilversum Goed Bekeken. Websight zorgt ervoor dat marketing-en-communicatiemensen via internet optimaal kunnen communiceren met hun klanten en relaties. Directeur Erik Zoomers: “Hierbij spelen we in op de dagelijkse behoefte aan snelheid en flexibiliteit. Van ons mag een klant duidelijkheid verwachten over planning, budget en het resultaat van de projecten die we samen realiseren.” Voor marketing-en-communicatiemensen is Websight naar zijn mening dan ook hét full-service internetbureau.

Niet voor publicatie

Nadere informatie kunt u vinden op <http://www.hilversumgoedbekeken.nl>. U kunt ook contact opnemen met

Roeland Tameling, projectmanager Hilversum Goed Bekeken

Telefoon 06-17453490, e-mail info@hilversumgoedbekeken.nl