

# DE NATIONALE CITYMARKETING TROFEE 2011

## *Juryrapport-30 mei 2011*

### **Algemeen**

- De jury van de Nationale Citymarketing Trofee heeft zich woensdag 11 mei 2011 intensief beraden over de ingezonden documentatie door de genomineerde gemeenten.
- De door gemeenten aangeleverde documentatie is voor de jury van doorslaggevend belang voor het toetsen en waarderen van resultaten en ontwikkelingen.
- Deze beraadslaging voltrok zich mede vanuit de verschillende achtergronden van de vijf juryleden: wetenschap, politiek-bestuurlijk, bedrijfsleven en journalistiek.
- De jury is van mening dat de inzendingen in het algemeen beter waren dan die van vorig jaar.
- Er waren dit jaar ook meer inzendingen dan vorig jaar, maar de jury roept nog meer steden op om zich aan te melden, c.q. te nomineren voor de trofee.
- Citymarketing is nog te vaak veel overheid en weinig bedrijfsleven. Er wordt nog maar beperkt echt samengewerkt met andere relevante stakeholders.
- In bepaalde gemeenten ligt de nadruk nog sterk op toeristische promotie en ontbreekt de bredere citymarketing aanpak.
- Er is vaak sprake van een versnipperd beleid, met te weinig aandacht voor focus. “Veel papier, maar weinig visie”.
- De jury constateerde verder dat het aantoonbaar maken van de effecten van citymarketing een lastig punt blijft. Dit werd vorig jaar ook al geconstateerd. Het beoordelingsformulier op dit punt is weliswaar uitgebreid, maar dit aspect verdient warme aandacht van de sector.
- Tot slot constateert de jury in algemene zin, dat citymarketing enorm leeft in gemeenteland, ook in deze tijden van bezuinigingen.

## De beoordeling

De jury heeft zich bij haar beoordeling in het bijzonder gebaseerd op de volgende criteria:

- De doelstellingen van citymarketing (o.a. kernwaarden).
- Omschrijving inbedding citymarketing in beleid (o.a. nota CM, samenhang met andere beleidsvelden).
- De wijze waarop citymarketing georganiseerd is (intern/extern).
- Kosten-/baten: hoe zijn de effecten van citymarketing aangetoond en wat zijn die effecten.
- Overzicht van soorten activiteiten in 2010 vanuit het citymarketing beleid.
- Een opsomming van kenmerkende en/of spraakmakende media-aandacht in 2010.
- Progressie van citymarketing in 2010 ten opzichte van 2009.

## De winnaars

### a. Gemeenten < 100.000 inwoners

- De genomineerde gemeenten in deze categorie zijn:  
**Assen, Culemborg, Leeuwarden, Lelystad en Noordwijk.**
- Het valt op, dat ook kleinere en middelgrote gemeenten zeer actief zijn op het terrein van citymarketing. De doelstellingen variëren nog wel aanzienlijk en de activiteiten zijn niet altijd in lijn met het uitgestippelde beleid.
- Evenementen vormen ook dit jaar weer een belangrijk speerpunt in het citymarketing beleid van deze gemeenten.
- Drie van de 5 genomineerden werken met een externe citymarketing organisatie buiten de gemeentelijke organisatie.
- De verschillen in deze categorie waren niet erg groot. De jury kwam wel al vrij snel op de drie belangrijkste kandidaten voor de Trofee. De winnaar is een gemeente die naar de mening van de jury van ver is gekomen en met een moeilijke uitgangspositie van start is gegaan. Het beleid is meetbaar effectief en er is veel aandacht voor stakeholders. Het bedrijfsleven praat echt mee. Er is een gerichte focus op de eigen bewoners, die zijn de ambassadeurs van de gemeente.

**De winnaar van de Nationale Citymarketing Trofee 2011 is de gemeente Lelystad.**

## b. Gemeenten > 100.000 inwoners

- De genomineerde gemeenten in deze categorie zijn: Breda, Den Haag, Dordrecht, Eindhoven en Haarlem.
  - Vanwege zijn functie als ex-wethouder van de gemeente Den Haag tot medio 2010 en zijn werkzaamheden als raadslid van de gemeente Den Haag tot medio mei 2011, heeft juryvoorzitter Frits Huffnagel niet inhoudelijk deelgenomen aan de beraadslagingen van de jury in de categorie gemeenten vanaf 100.000 inwoners.
  - Deze grotere gemeenten hebben in de regel een omvangrijker organisatie en meer mogelijkheden op budgettair gebied. Daardoor zijn ze vaak wat verder op het terrein van citymarketing.
  - Uiteindelijk bleek er één gemeente in de breedte koploper te zijn als het gaat om professionele citymarketing. De scherpe positionering en focus waar de stad gebruik van maakt, wordt ondersteund door een professionele citymarketingorganisatie. De gemeente is consistent in de voortzetting van het beleid, maar maakt tegelijkertijd aantoonbaar progressie. Het afgelopen jaar werden bijvoorbeeld de resultaten zichtbaar van het filmbeleid dat de gemeente met succes voert.
  - Als kanttekening merkt de jury op dat men het jammer vindt dat er niet meer steden, waarvan we weten dat er een professionele citymarketingorganisatie aan het werk is, voor de Nationale Citymarketing Trofee hebben ingezonden.
- Derhalve is de jury unaniem in haar oordeel, dat met nog steeds een significant verschil met de concurrentie onder de genomineerden **de gemeente Den Haag de winnaar** is van de Nationale Citymarketing Trofee 2011:

3

Namens de jury van de Nationale Citymarketing Trofee,  
Frits Huffnagel, voorzitter

De jury van de Nationale Citymarketing Trofee is als volgt samengesteld:

- Frits Huffnagel, oud- wethouder citymarketing van Den Haag. Voorzitter jury NCT
- Cees van Bommel, directievoorzitter van Van Wijnen Holding BV
- Erik Braun, universitair docent Erasmus Universiteit Rotterdam
- Gerard Marlet, directeur van Stichting Atlas voor Gemeenten en schrijver van het boek De Aantrekkelijke Stad
- Erik van Zwam, hoofdredacteur van Binnenlands Bestuur

De Nationale Citymarketing Trofee wordt georganiseerd door de Stichting Nationale Citymarketing Trofee. Voor de organisatie van de NCT wordt nauw samengewerkt met het weekblad Binnenlands Bestuur en het Netwerk Citymarketing. Funda is partner van de NCT.

De uitreiking heeft plaats tijdens het vierde Nationale Congres Citymarketing en Evenementen (NCCE) op 30 mei 2011 te Venlo.

Voor nadere informatie over de Trofee en NCCE verwijzen wij u naar de website: [www.citymarketing-evenementen.nl](http://www.citymarketing-evenementen.nl).

---

---

**Stichting Nationale Citymarketing Trofee**

Postbus 9464

1006 AL Amsterdam

Telefoon: 020 3457554

E-mail: [lkruijver@respons.nl](mailto:lkruijver@respons.nl)