

DRONTEN



2024 - 2027
Meerjarenagenda
DRONTEN MARKETING

Concept Versie 1.2

Inleiding

De Meerjarenagenda 2024-2027 is een vervolg op de geïmplementeerde eerste Meerjarenagenda 2020-2023. Aansluitend op de initiatieven en doelstellingen van de vorige agenda, presenteren we met enthousiasme de Meerjarenagenda 2024-2027.

Stichting Dronten Marketing blikt terug op een leerzame start- en ontwikkel periode, waarin we met succes over gingen van een gefragmenteerde aanpak naar de implementatie van de overkoepelende Meerjarenagenda 2020-2023. In deze periode hebben we gebruik gemaakt van ontwikkelde tools zoals het merk, merkverhaal en het online platform.

Actief hebben we samengewerkt en afgestemd met de gemeente, ondernemers en andere stakeholders. We erkennen dat het opbouwen van netwerken en samenwerkingen de meest tijdsintensieve processen waren, mede beïnvloed door de nasleep van corona en niet altijd optimale bezetting op alle plekken. Naast actief netwerken zijn individuele/ op zichzelf staande campagnes veelal de voornaamste branding van afgelopen jaren geweest. De voorkeur gaat ernaar uit om dit gelijk te laten oplopen met een meer actieve en doorlopende branding van het merk Dronten. Met een solide basis in gedachten kijken we vooruit naar verdere doorontwikkeling en samenwerking.

Door voortzetting van onze inspanningen en de integratie van nieuwe beleidsthema's zoals Richting aan groei, Dronten ontwikkelt, Kansenkaart Stadshart Dronten, Woonperspectief en de woningbouwopgave, Toekomstvisie Dronten 2050, bouwen aan de samenleving en energietransitie is het nodig om onze doelgroepen sterker te raken en ons merk en merkverhaal steviger te positioneren. Hier is meer lef en ambitie gevraagd. Ons doel is dat het merk Dronten fungeert als het gezamenlijk vertrekpunt, als bindmiddel en bron van inspiratie.

Marketingcommunicatie is een essentieel instrument om de economische, sociale en culturele ontwikkeling van Dronten te bevorderen. Hierbij streven we ernaar om de gemeente te helpen haar langetermijndoelen te bereiken en haar inwoners een nog groter woonplezier te bieden.

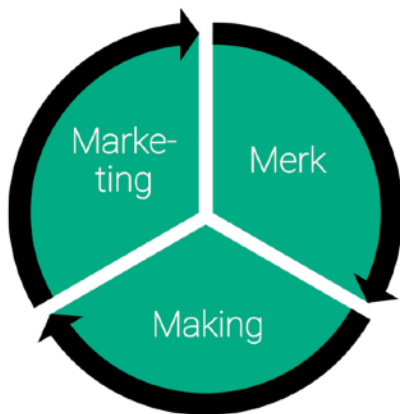
Stichting Dronten Marketing

Aanpak

De aanpak blijft in lijn met de invalshoeken die in het werkplan 2019 en in de Meerjarenagenda 2020-2023 zijn omschreven. De werkwijze blijft op basis van de componenten Merk, Making en Marketing.

Het 'Merk' staat voor de overkoepelende branding van Dronten, dit is gebiedsbreed (gemeente Dronten) en gericht op het versterken van het imago en de verhaallijn opgebouwd vanuit het DNA van het gebied (wie zijn we en hoe willen we algemeen bekend zijn?). Vanuit de invalshoek 'Making' ligt de focus op de werkvloer; hoe ervaren we Dronten in de dagelijkse praktijk tijdens evenementen, bezoek, wonen of werken in Dronten. Tot slot gaat de invalshoek 'Marketing/Promotie' over het gericht aantrekken en vasthouden van doelgroepen gericht op verschillende thema's. Goede citymarketing zorgt voor een goede afstemming van de verschillende invalshoeken. Op basis van bovenstaande aanpak en invalshoeken is ook deze agenda nader uitgewerkt.

Dronten Marketing is verantwoordelijk voor de overkoepelende branding en marketing (Merk) en de afstemming en advisering van de marketing en promotie binnen de verschillende thema's wonen, vrije tijd en ondernemen & talent. Belangrijke focus in de aanpak is de inzet en betrokkenheid van stakeholders (inwoners, bedrijfsleven en winkeliers, overheid en (evenementen)organisaties) en de verbinding met de regio (Flevoland, randmeren, regio Zwolle).



Met het merk Dronten willen we de beeldvorming en het imago van Dronten beïnvloeden (citybranding). Daarnaast willen we met onze marketingactiviteiten beïnvloeden hoe er naar Dronten gekeken wordt. Zodat de naamsbekendheid van Dronten groeit en de doelgroepen positief tegenover Dronten staan. Om inwoners, bezoekers en ondernemers in Dronten te behouden en aan te trekken (citymarketing).

Samenwerking gemeente Dronten

De samenwerking met de gemeente Dronten heeft de eerste periode meer investering in tijd gevraagd dan vooraf gedacht. Ook zal in de komende periode worden ingezet meer duidelijkheid te bieden wanneer overleg in feite overgaat in dienstverlening aan de gemeente.

Het is van essentieel belang dat de marketinginspanningen op de lange termijn zorgvuldig worden gepland en afgestemd op de specifieke behoeften en doelstellingen van Dronten. Dronten Marketing streeft naar de verankering van een gezamenlijk meerjarenplan en samenwerkingsovereenkomst, die verder reikt dan een enkele collegeperiode. Een langdurige toewijding aan een integrale citymarketing strategie is van cruciaal belang om een blijvend verschil te maken en Dronten te positioneren als een aantrekkelijke woon-, werk- en recreatieplek. Het streven is naar een duurzame betrokkenheid van onze stakeholders om de continuïteit van de citymarketing inspanningen te waarborgen.

Bestuurders, ambtenaren en ondernemers worden beschouwd als de ambassadeurs van Dronten en spelen een cruciale rol in het creëren van het merkimago als een daadkrachtig en betrouwbaar bestuur. De focus ligt hierbij op Dronten als de centrale plek.

Ambitie en doelen

Ambitie

In 2027 wordt Dronten niet alleen erkend als een aantrekkelijk gebied om te wonen, ondernemen en recreëren, maar ook als een plek waar durf en pioniersgeest bloeien. De gemeenschap straalt een diepgewortelde trots en verbondenheid uit. Dronten onderscheidt zich doordat bewoners actief bijdragen aan het versterken van het unieke karakter van de gemeente, waardoor het dorpse karakter behouden blijft.

Doelen

Om de ambitie te realiseren zijn de volgende doelen gesteld voor Dronten Marketing in 2024-2027:

- Versterken van de identiteit, (gewenste) imago en de bekendheid van Dronten als een plek waar we blijven pionieren en er ruimte is om dromen waar te maken.
- Versterken en verankeren van de trots onder huidige inwoners, ondernemers en organisaties en hen verbinden aan Dronten.
- Een beweging op gang brengen door actieve betrokkenheid te stimuleren en de gemeenschap actief te mobiliseren om de doelen van Dronten te ondersteunen.

Doelgroepen

In de periode 2024 - 2027 zal de focus liggen op onderstaande doelgroepen:

- Huidige inwoners
- Huidige en potentiële bezoekers
- Huidige ondernemers

Het is goed te beseffen dat deze doelgroepen met elkaar in verbinding staan. Inwoners wonen in Dronten en kunnen hier ook werken en recreëren. Bezoekers recreëren in Dronten en kunnen ook inwoners en ondernemers (werkend) zijn. Ondernemers werken in Dronten en kunnen er ook wonen en recreëren (of recreatie faciliteren). In toekomstige verhaallijnen zullen deze doelgroepen inhoudelijk maar ook visueel met elkaar verweven worden.

Dronten Marketing beoogt haar doelen te bereiken door:

- Het (door)ontwikkelen van het merk Dronten:
 - Marketingcommunicatie strategie en merkuitstraling doorontwikkelen en implementeren.
 - Actief bewaken en stimuleren van groei van het merk Dronten.
 - (Door) ontwikkelen merkcampagnes.
- Implementeren van doelgroepgericht online platformen.
- Faciliteren en stimuleren van initiatieven die bijdragen aan een onderscheidende positionering en identiteit van Dronten als plek waar er ruimte is om dromen waar te maken en we blijven pionieren.
- Het initiëren en uitvoeren van overkoepelende marketingactiviteiten.
- Coördineren en afstemmen van themagerichte marketingactiviteiten op het gebied van wonen, vrije tijd, ondernemen & talent.
- Advisering van placemaking activiteiten die bijdragen aan het imago en de marketing van Dronten zoals evenementen, gebiedsontwikkelingen, gastvrijheid en informatievoorziening.

Samenwerking met bewoners, ondernemers, overheid en andere organisaties is daarbij een randvoorwaarde inclusief de samenwerking in de regio.

Merk Dronten

Het merk Dronten staat voor de overkoepelende branding van Dronten, dit is gebiedsbreed en gericht op het versterken van het imago en het verhaal opgebouwd vanuit het DNA, de identiteit, van het gebied.

Kernwaarden

Voor het merk Dronten zijn verschillende (ongewijzigde) kernwaarden benoemd die zorgen voor een onderscheidende positie van Dronten. We streven ernaar nauw aan te sluiten bij de 5 Drontense principes.

Ruimte:

- zowel fysiek als mentaal

Ondernemend

- Uitvoeringsgericht

Met elkaar

- betrokken/samen leven en doen
- nuchter/degelijk
- vriendelijk/gastvrij

Marketingcommunicatie strategie

Om de komende jaren gezamenlijk en met meer impact te werken aan een aantrekkelijke uitstraling voor bestaande en nieuwe bezoekers, inwoners en bedrijven, is de Marketingcommunicatie strategie voor het merk Dronten aangescherpt. Deze doorontwikkeling is cruciaal om onze positieve koers voort te zetten en een zichtbare en voelbare beweging in de gemeenschap op gang te brengen. Het is noodzakelijk om nu door te pakken en te streven naar meer impact, met specifieke inbreng van actuele thema's zoals Richting aan groei, Toekomstvisie Dronten 2050, Woonperspectief, Kansenkaart Stadshart Dronten, Bouwen aan de samenleving en andere relevante onderwerpen.

Deze doorontwikkeling staat open voor verdere aanpassingen en het actief betrekken van stakeholders, wat essentieel is om een breed gedragen strategie te realiseren. Het plan volgt de actuele thema's en sluit aan bij de Meerjarenagenda en het merkhandboek, zoals deze tot en met 2023 zijn uitgevoerd door Dronten Marketing.

Door te focussen op deze doorontwikkeling kunnen we een sterke, samenhangende strategie creëren die aansluit bij de behoeften van onze gemeenschap en de uitdagingen van de toekomst, waardoor we een duurzame en positieve impact kunnen realiseren.

Positionering 'Dronten geeft je de ruimte'

De huidige positionering, opgewaardeerd tot een algehele mindset, dient als leidraad om het interne gedrag aan te scherpen en creëren we 'ruimte' in een vorm die meer gevoeld én gewaardeerd wordt. Dit sluit aan op de ingezette koers met de 5 Drontense principes.

Het doel is om intern uit te dagen om bij elke beslissing te overwegen hoe zij (meer) ruimte kunnen creëren om vraagstukken mogelijk te maken (mindset). Extern streven we continu naar een optimale beïnvloeding van de perceptie dat Dronten zowel figuurlijk als letterlijk de ruimte biedt om 'dromen' te verwezenlijken.

Het merkverhaal van Dronten, waarin de overkoepelende kwaliteiten worden belicht, wordt per thema mede met inbreng van Toekomstvisie 2050 actueel gemaakt.

Doelgroepgerichte communicatie

De verantwoordelijkheid voor de uitvoering ligt uiteindelijk bij de inwoners, bezoekers en bedrijven, die samen Dronten vormgeven, zowel letterlijk als figuurlijk. Het is van cruciaal belang om deze doelgroepen aan te moedigen tot actie. Hiervoor is een stimulans en extra energie vereist om mensen in beweging te krijgen.

Het gebruik van doelgroepgerichte URL's, zoals www.wonenindronten.nl, www.visitdronten.nl en www.ondernemenindronten.nl, biedt meer mogelijkheden en heeft diverse voordelen in vergelijking met het benaderen van meerdere doelgroepen via één online platform, zoals www.drontengeeftjederuimte.nl. Deze aanpak stelt Dronten Marketing in staat om gerichtere en meer impactvolle communicatie te verzorgen, wat kan resulteren in vergrote betrokkenheid, meer conversies en een versterking van het merkimago voor de specifieke doelgroepen.

Merk Dronten

Visuele uitwerking merk Dronten

Om het merk Dronten verder te ontwikkelen en scherper te positioneren is het beeldmerk Dronten vertaald naar een aangescherpte visualisatie.

Beeldmerk

De drie driehoeken die symbool staan voor onze dorpskernen blijven kenmerkend voor het beeldmerk Dronten.

- We geven Dronten letterlijk de ruimte door de huidige pay off uit het logo te halen. Hoofdrede is dat Dronten als afzender op deze wijze duidelijker over komt en tevens niet wegvalt in een zin.
- Doelgroepen gaan ervaren dat Dronten hen de ruimte biedt om hun doelen te verwezenlijken, zonder dat er direct een belofte (d.m.v. de huidige pay-off) wordt gedaan aan de ontvangers van de boodschap.

Hiermee is dit het onderstaande logo het nieuwe basis beeldmerk waarmee gecommuniceerd zal worden.



oud logo



nieuw logo

Pay off

Deze stap vraagt in de (nabije) toekomst om een nieuwe pay off, die duidelijk moet maken waar Dronten nu - en in de toekomst voor staat en uiteraard aansluit bij de geadviseerde positionering. Hiervoor gaan we terug naar onze lokale geschiedenis en cultuur en kijken we waar zowel het merk als de doelgroepen vandaan komen en nog iedere dag voor staan.

Ook nemen we de inbreng van de Toekomst Visie 2050 en andere stakeholders hierin mee.

Het beeldmerk Dronten kan zowel zelfstandig als met bijpassende pay off worden toegepast in communicatie. In de toekomst kan het beeldmerk zeer eenvoudig worden aangevuld met een pay off, hier is in de opmaak rekening mee gehouden. Een voorbeeld voor impressie:



Vormtaal, kleuren en typografie

De huidige vormtaal bestaat uit een herhaling, een patroon van het logo. Om de positionering sterk terug te laten komen in de vormtaal is de vormtaal vertaald naar de ruimte en herkenning waar Dronten voor staat. De vormtaal is zodanig ontwikkeld en flexibel ontworpen zodat deze op alle communicatiemiddelen toepasbaar is en in haar verschijningen herkenning oproept. Basis hierbij zijn onze poldervlaktes.

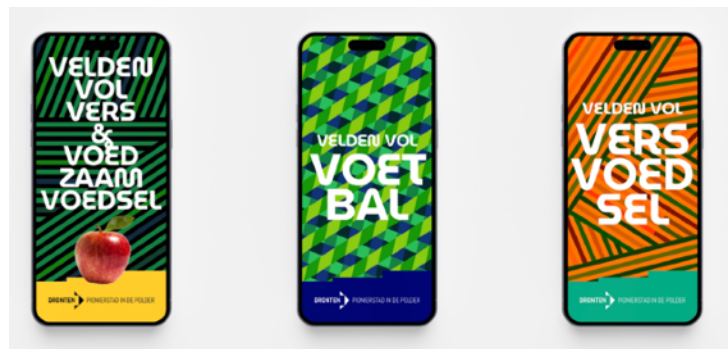
Advies is om met meer kleuren uit onze omgeving te gaan werken. Huidige basiskleur groen blijft in tact, hier voegen we een kleurenpalet met natuur/klei tinten aan toe.

Dronten maakt op dit moment gebruik van 2 verschillende fonts. De Abel Pro en de Roboto, Om Dronten nog meer een eigen gezicht te geven wordt hier een derde font aan toegevoegd met een meer excentrieke uitstraling die lef toont. Hierdoor wordt de taal naar buiten toe meer eigennig.

Voor een nadere uitwerking hiervan zie: 'Marketingcommunicatie strategie concept'.

Merk Dronten

Visuele uitwerking merk Dronten | impressie concept 1.0 | voorbeeld met pay - off



DRONTEN GEEFT JE DE RUIMTE

Merk Dronten

Visuele uitwerking merk Dronten | impressie concept 1.0 | voorbeeld zonder pay - off



MOOI UIT ZICHT

Ook al stond het water ons hier ooit aan de lippen,
in de polder zullen we nooit uit de hoogte doen.

Ontdek de prachtige vergezichten van de polder, waar alle ruimte en rust samenkomen. Hier, waar ooit water overheerste, is nu een adembenemend landschap ontstaan, drooggelegd en gevormd tot een schilderachtig tafereel. Laat je betoveren door de weidse horizon en geniet van de serene stilte. Stap uit de drukte van het dagelijks leven en omarm de schoonheid van het verleden, omgezet in een hedendaags panorama. Kom en ervaar de harmonie van de polder, waar de natuurlijke pracht je zal blijven verbazen.

DRONTEN

DRONTEN GEEFT JE DE RUIMTE

Merk Dronten

Visuele uitwerking merk Dronten | impressie concept 1.0 | voorbeeld zonder pay - off



HOOQTEVREES?

Hier kan je zo hard schreeuwen als je wil.

Ervaar de ultieme vrijheid te midden van uitgestrekte polders! In onze unieke achtbaan beleef je niet alleen ongekende spanning en sensatie, maar geniet je ook van de luxe van ruimte. Laat de wind door je haren suizen terwijl je zo hard schreeuwt als je wilt, omringd door het weidse landschap. Hier, in de polder, is er geen limiet aan plezier en adrenaline. Stap in en laat je gegarandeerd meevoeren op een avontuur vol vrijheid en opwinding!

DRONTEN

DRONTEN GEEFT JE DE RUIMTE

Agenda 2024 - 2027

Overkoepelende marketing activiteiten

Het waarborgen van afstemming en een integrale aanpak met een duidelijke en herkenbare focus vormt een essentieel aspect van de marketingstrategie voor Dronten. Hierbij richten we ons voor de overkoepelend acties op de drie bouwstenen:

- **Branding** (merk en overkoepelend beeld)
- **Samenwerken** (netwerkvorming & stimuleren samenwerking)
- **Faciliteren & stimuleren** (afstemming & faciliteren mc activiteiten)

Voor een grotere impact en meer doelgerichte communicatie ligt de focus voor de periode 2024-2027 op de bouwstenen Branding en Samenwerking. Deze gebieden vormen de fundamenteën van het merk Dronten. Met een solide basis kunnen we vervolgens onze inspanningen uitbreiden naar Faciliteren en Stimuleren. In deze agenda wordt per bouwsteen de speerpunten voor de aankomende jaren benoemd. Jaarlijks worden deze verder uitgewerkt in een werkplan met concrete doelstellingen.

Branding

De Marketingcommunicatie strategie is doorontwikkeld om beter aan te sluiten bij de actuele thema's en staat open voor verdere inbreng en de betrokkenheid van stakeholders. Streven is om de strategie verhalend door te ontwikkelen waardoor we onze doelgroepen steviger raken. Hierbij ligt de focus op de volgende branding activiteiten:

- **Marketingcommunicatie strategie en merkuitstraling doorontwikkelen en implementeren**
 - Actief bewaken en stimuleren van groei van het merk Dronten.
 - (Door) ontwikkelen doelgroepgerichte merkcampagnes.
- **Storytelling en merkbeleving d.m.v. thema - en domein content te verzamelen, produceren en delen:**
 - Verhalen (tekst).
 - Beelden (fotografie en beeld).
- **Doorontwikkeling online doelgroepgerichte platformen en sociale media met als doel meer bereik en het versterken van het imago.**
 - Bedrijfspagina Dronten Marketing.
 - Doelgroepgerichte websites met rechtstreekse url's.

- **Merkversterking via evenementen en activiteiten.**
 - Marketingexposure via evenementen en activiteiten ten behoeve van versterken bekendheid en imago. Hierbij benutten we de grote en kleine evenementen om het merk Dronten steviger te laden.
- **Cross marketing met (regio) partners**
 - Deelname in marketingprojecten van partners in Dronten en/of regio ten behoeve van versterken bekendheid en imago.

Samenwerken

Om ervoor te zorgen dat het merk Dronten en de marketing van Dronten breed wordt gedragen door alle betrokkenen, is het essentieel om samenwerkingen te initiëren en te bevorderen, zowel binnen het Drontense gebied als in de bredere regio. Hoewel er in de afgelopen jaren al stappen zijn gezet, streven we ernaar dit vanaf 2024 actief voort te zetten en samenwerkingen meer structureel te gaan borgen.

Netwerkvorming

- Actief participeren in toekomstgerichte initiatieven en ontwikkelingen die relevant zijn voor het merk Dronten.
- Deelnemen aan lokale en regionale netwerkevenementen om betrokkenheid te vergroten.
- Stimuleren van ambassadeurschap zoals bijvoorbeeld lokale influencers of bekende persoonlijkheden om het positieve verhaal van Dronten te verspreiden.
- Kennisontwikkeling door actieve betrokkenheid bij kennissessies en het uitvoeren van gezamenlijk onderzoek.
- Organiseren van informatieve bijeenkomsten om stakeholders op de hoogte te houden en te inspireren.

Deze samenwerkingsinitiatieven beogen authentieke boodschappen te genereren die een breder publiek bereiken en daarmee de positieve beeldvorming van Dronten versterken.

Partnerships

- Uitbouw van strategische samenwerking met Flevoland en regio Zwolle.

Overkoepelende marketing activiteiten

Faciliteren en stimuleren

Voor het versterken van een samenhangende aanpak is afstemming en stimuleren en het faciliteren van marketingactiviteiten binnen de onderliggende thema's wonen, ondernemen en vrije tijd van essentieel belang. Deze overkoepelende taak dient ter ondersteuning van de themagerichte activiteiten.

Afstemming themagerichte marketingactiviteiten

- Overleg en advies om synergie te bevorderen.
- Verbindingen leggen tussen betrokken partijen.
- Ondersteunen planvorming themagerichte marketingactiviteiten.

Faciliteren themagerichte marketingactiviteiten

- Creëren schaalvoordelen (bijv. inkoop)
- Beschikbaar stellen content ter ondersteuning van het merk Dronten.
- Persbewerking.

Stimulering themagerichte marketingactiviteiten

Het opzetten of behouden van doelgroepgerichte samenwerkingen die bijdragen aan de marketing en promotie van Dronten, mogelijk door middel van cofinanciering.

Themagerichte marketingactiviteiten

De focus voor Dronten Marketing ligt primair bij de overkoepelende activiteiten maar het laden en het uitdragen van het merk gebeurt tevens vanuit de thema's:

- **wonen**
- **ondernemen en talent**
- **vrije tijd**

Dronten Marketing ondersteunt de partners en stakeholders binnen de desbetreffende thema's door middel van afstemming, stimulering en het faciliteren van marketingactiviteiten zoals bij de overkoepelende activiteiten aangegeven.

Bovenstaande activiteiten vallen binnen het takenpakket van Dronten Marketing. Indien wenselijk kunnen de marketingactiviteiten van de diverse thema's gecoördineerd worden door Dronten Marketing. Dit betreft de aansturing van de uitvoering van themagerichte marketingcampagnes. Hierdoor kan de kruisbestuiving en samenhang tussen de verschillende thema's gewaarborgd worden. Hiervoor dienen separate werkafspraken gemaakt te worden incl. separate financiering voor de aansturing.

Voor de komende jaren zijn per thema de belangrijkste doelen, doelgroepen, activiteiten en betrokken partijen geformuleerd. Deze dienen als basis voor de verdere uitwerking van de marketingplannen inclusief marketingdoelstellingen per thema.

Wonen

Dronten kent een aantrekkelijk aanbod voor zowel huidige als toekomstige inwoners. Het staat bekend om zijn hechte gemeenschap met dorps karakter en uitstekende voorzieningen in de diverse kernen (Dronten, Biddinghuizen, Swifterbant). Daarnaast biedt het landelijke gebied talrijke recreatiemogelijkheden, ondersteund door een levendig verenigingsleven op het gebied van sport, cultuur en maatschappij. Dronten vormt een inspirerende omgeving met volop kansen voor persoonlijke ontwikkeling.

De centrale ligging ten opzichte van de Randstad, de Veluwe en de regio Zwolle-Kampen benadrukt nog eens de kwaliteit van bereikbaarheid via weg en spoor.

Doelen waar Dronten Marketing aan bijdraagt

Dronten Marketing streeft ernaar het imago van Dronten als aantrekkelijke woonplaats te versterken door de trots en verbondenheid onder inwoners te bevorderen. Ons doel is het vergroten van een hechte samenleving met een dorps karakter. Dit realiseren we door diepgaand in te gaan op de lokale geschiedenis en het stimuleren van ontmoetingen, geïntegreerd in overkoepelende marketingactiviteiten en placemaking-initiatieven.

Doelgroepen

Focus ligt in de periode 2024-2027 voornamelijk op de doelgroep huidige inwoners. Deze inwoners omvatten een diverse groep mensen die momenteel Dronten 'thuis' noemen. Dit zijn inwoners met verschillende achtergronden, leeftijden, beroepen en levensstijlen. Het kennen van deze diverse doelgroep is essentieel voor het vormgeven van effectieve marketing- en gemeenschap verbindende initiatieven. Hierin wordt meegenomen dat deze inwoners ook in Dronten kunnen werken, ondernemen, studeren en vrije tijd besteden.

Marketingactiviteiten

Dronten Marketing koestert een dynamische gemeenschap en tracht trots, verbondenheid en betrokkenheid te stimuleren. Onze campagnes zijn op maat gemaakt om de trots onder huidige inwoners te activeren en hen als ambassadeurs te betrekken. Door lokale successen te belichten, creëren we niet alleen een gevoel van trots, maar ook sterke identificatie met onze stad.

Focus marketingactiviteiten:

- Doorontwikkeling merk, merkuitstraling en positionering van Dronten t.b.v. wonen in Dronten campagnes (incl. content ontwikkeling)
- Doorontwikkeling online bereik (informerende, verbinden en inspireren). De url www.wonenindronten.nl biedt meer mogelijkheden voor doelgroepgerichte branding en samenwerking met gemeente en andere stakeholders.
- Offline en online marketingcampagnes (incl. social media)
- Free publicity (actief persbeleid)
- Stimuleren en faciliteren van bewonersinitiatieven / bewonerscampagnes
- Marketingactiviteiten i.s.m. woonpartners Dronten
- Onderzoek naar meer meetbaar maken van onze doelstellingen vanaf 2025. Bijvoorbeeld KPI Woongeluk, bewoners tevredenheid etc. Dit in nauwe samenwerking met gemeente en andere stakeholders. VB: *De bewonerstevredenheid in Dronten is gestegen met% Het imago van Dronten is structureel verbeterd... Inwoners associeren Dronten met kenmerken als lef en betrokken.*

Themagerichte marketingactiviteiten

Betrokken partijen

Naast de gemeente, provincie en de inwoners zijn ook ontwikkelaars, bouwers, makelaars en de verschillende aanbieders van voorzieningen voor inwoners (onderwijs, retail, cultuur, zorg, etc.) belangrijke stakeholders om bij de uitwerking en uitvoering te betrekken. Met name een goede afstemming tussen vraag en aanbod op de woningmarkt is van belang. Hiervoor is het advies om een aparte werkgroep woonmarketing op te richten.

Een extra aandachtspunt is het betrekken van het bedrijfsleven als aantrekkelijke werkgever.

Ondernemen en Talent

Dronten is de ideale broedplaats voor ondernemerschap en innovatie, het pionieren zit de ondernemers in het bloed, met een specifieke nadruk op het Agrofood cluster. Hier bundelen onderwijs, onderzoek, overheid en bedrijfsleven hun krachten, waardoor Dronten zich profileert als het kloppende hart van agro & food in Flevoland. Naast dit cluster biedt Dronten diverse mogelijkheden voor ontwikkeling op terreinen als logistiek, dienstverlening, zorg en vrije tijd. De centrale ligging van Dronten, in de nabijheid van de Randstad, de Veluwe en de regio Zwolle-Kampen, is van onschatbare waarde voor het bereiken van klanten en het aantrekken van arbeidspotentieel. Het gevarieerde woon- en recreatieaanbod in de regio vormt bovendien een extra motivatie voor (potentiële) werknemers om voor Dronten te kiezen als werklocatie.

Doelen waar Dronten Marketing aan bijdraagt

- Verbetering dienstverlening bijvoorbeeld door een online portaal (pioniersbalie?) te realiseren om ondernemers en talent blijvend te informeren en inspireren.
- Vergroten trots en betrokkenheid van bedrijven en organisaties.
- Leggen van verbindingen waarvoor onderlinge samenwerkingen tot stand komen.
- Toewerken naar meest MKB vriendelijke gemeente van Flevoland

De focus ligt op het bereiken en behouden van huidige ondernemers en talent. Hier liggen grote kansen om ook samen met Gemeente Dronten de ondernemers te bereiken en hen te faciliteren. De marketing dient bij te dragen aan het duurzaam vergroten van de werkgelegenheid voor de eigen inwoners en het succes en de innovatiekracht van het bedrijfsleven te stimuleren.

Koers economie Dronten

- Versterken AgroFood keten
- Versterken Vrijtijdseconomie
- De kracht van Vitale Centra

Doelgroepen

Dronten Marketing richt zich voornamelijk op de huidige ondernemersgemeenschap. Dit omvat een verscheidenheid aan ondernemers, die gezamenlijk bijdragen aan de dynamiek en economische vitaliteit van Dronten. Belangrijke sub-doelgroepen zijn bedrijven in de Agro-food sector, kennisintensieve bedrijven (met focus op concrete toepassing van kennis en innovatie), innovatieve start-ups, bedrijven in de vrijetijdsector, detailhandel en talent in deze sectoren. Hierin wordt meegenomen dat deze ondernemers ook in Dronten kunnen wonen en recreëren.

Marketingactiviteiten

Dronten Marketing streeft naar het stimuleren van een innovatieve en ondernemende cultuur, waarbij we ondernemers aanmoedigen om lef te tonen en zich als pioniers binnen de gemeenschap te manifesteren. Onze campagnes zijn gericht op het activeren van trots onder huidige ondernemers, met als doel hen te verbinden aan Dronten. Door de kracht en successen van lokale bedrijven te belichten, ontstaat er een gevoel van trots en identificatie met onze stad. Deze trotse ondernemers kunnen fungeren als ambassadeurs die het positieve verhaal van Dronten verspreiden.

Deze activering van trots draagt niet alleen bij aan een sterker gemeenschapsgevoel, maar bevordert ook een hechtere samenwerking tussen gevestigde bedrijven. Deze verbondenheid vergroot niet alleen de lokale economische veerkracht, maar versterkt ook de aantrekkingskracht van Dronten als een ondernemersvriendelijke stad. Onze belangrijke partners bij de uitvoering van deze plannen omvatten niet alleen de gemeente en ondernemers, maar ook investeerders, bouwers, makelaars en onderwijs- en kennisinstellingen. Daarnaast wordt er een verbinding gemaakt tussen het aantrekken van talent en de woonkwaliteiten van Dronten, zoals eerder besproken.

Focus marketingactiviteiten:

- Doorontwikkeling merk, merkuitstraling en positionering van Dronten t.b.v. Ondernemen campagnes (incl. content ontwikkeling) waarbij het bestaande bedrijfsleven wordt ingezet als ambassadeur.
- Doorontwikkeling online bereik (informeren, verbinden en inspireren). De url: www.ondernemenindronten.nl biedt mogelijkheden voor doelgroepgerichte branding en samenwerking met gemeente en andere stakeholders.
- Offline en online marketingcampagnes (focus bedrijven als influencers)
- Free publicity (actief persbeleid)
- Promoten Economisch Platform Dronten en samenwerking met ondernemersverenigingen
- Marketingactiviteiten in samenwerking met cluster van partners (binnen Dronten of in de regio)
- Onderzoek naar meetbaar maken doelstellingen op het gebied van (het bereiken van) ondernemers.

Betrokken partijen

Naast de gemeente, de bedrijven en werknemers zijn ook ontwikkelaars, bouwers, makelaars, banken, investeerders en de verschillende onderwijsinstellingen belangrijke stakeholders om bij de uitwerking en uitvoering te betrekken.

Themagerichte marketingactiviteiten

Vrije Tijd

'Waar ruimte samenkomt in vrije tijd'

Dronten nodigt uit tot een overvloed aan vrijetijdservaringen, voor zowel bezoekers, bewoners als werknemers. In het uitgestrekte buitengebied wachten diverse verblijf- en recreatieve mogelijkheden, terwijl de verschillende dorpskernen een mix bieden van horeca, retail, culturele instellingen, sportfaciliteiten en verenigingen.

Specifiek voor liefhebbers van waterrecreatie aan de Randmeren biedt Dronten een uitgebreide keuze. Het gevarieerde aanbod van talloze klein- en grootschalige evenementen en verenigingen versterkt de levendigheid van onze gemeente. Dronten is niet alleen een bestemming op zich, maar fungeert ook als een ideale uitvalsbasis om andere prachtige plekken in Flevoland, de Veluwe en de Regio Zwolle-Kampen te ontdekken.

Doelen waar Dronten Marketing aan bijdraagt

We streven naar een positionering van Dronten als een aantrekkelijke en dynamische plek met een rijk en divers vrijetijdsaanbod. Dronten omarmt haar open ruimte en diverse recreatiemogelijkheden, een troef voor zowel bezoekers als inwoners.

In de komende jaren zetten we in op het versterken van dit vrijetijdsimago, waarbij we de trots en betrokkenheid van inwoners o.a. stimuleren door klein- en grootschalige events nader uit te lichten. We geloven dat het vergroten van de aantrekkingskracht van onze vrijetijdsvoorzieningen niet alleen het welzijn van onze gemeenschap versterkt, maar ook een positieve impact heeft op de lokale economie.

Het stimuleren van langer verblijf en meer bestedingen door bezoekers en inwoners is naast het aantrekken van nieuwe bezoekers het belangrijkste doel waar de marketing van Dronten aan bijdraagt. Het verbinden van het buitengebied (Oostrand) met de verschillende dorpskernen (centrum activiteiten) is daarbij een belangrijk speerpunt.

Doelgroepen

Belangrijkste focus is het aantrekken en behouden van bezoekers (incl. potentiële terugkerende bezoeker), eigen inwoners en de bedrijven/instellingen in de vrijetijdssector, waaronder horeca, evenementen organisatoren, cultuurinstellingen en sportverenigingen. Hierin wordt meegenomen dat deze doelgroepen ook in Dronten wonend en/of werkend kunnen zijn.

Marketingactiviteiten

Onze marketingcampagnes benadrukken de veelzijdigheid van vrijetijdsvoorzieningen in Dronten, ondersteund door doelgerichte promoties en samenwerkingen met (lokale) bedrijven en event organisaties. Ook faciliteren initiatieven die de synergie tussen het buitengebied en de dorpskernen bevorderen, met speciale aandacht voor de promotie van activiteiten die beide gebieden met elkaar verbinden.

Focus marketingactiviteiten:

- Doorontwikkeling merk, merkuitstraling en positionering van Dronten t.b.v. Vrije Tijd in Dronten campagnes (incl. content ontwikkeling)
- Doorontwikkeling online platform. De url: www.visitdronten.nl biedt meer mogelijkheden voor doelgroepgerichte branding en samenwerking met gemeente en andere stakeholders. Doel is informeren en inspireren; ontsluiten van het veelzijdige vrijetijdsaanbod.
- Offline en online marketingcampagnes (incl. influencer marketing, cross-selling)
- Free publicity (actief persbeleid)
- Marketingactiviteiten i.s.m. partners (Gemeente Dronten, Pas van Dronten, Winkeliersvereniging/ Stichting DOES, Visit Flevoland, Visit Veluwe)
- Productontwikkeling en placemaking

Betrokken partijen

Naast de gemeente en de traditionele vrijetijdsondernemers (verblijfsrecreatieve en dagrecreatieve bedrijven, horeca) zijn ook culturele instellingen, natuurorganisaties, retailondernemers, sportverenigingen en inwoners belangrijke stakeholders om bij de uitwerking en uitvoering te betrekken. Samenwerking met regionale marketingorganisaties op het gebied van vrije tijd is essentieel. Vanuit Dronten Marketing wordt de aansluiting gezocht met gemeente.

Als partners in deze visie nodigen we alle stakeholders uit om samen te bouwen aan een levendige, aantrekkelijke gemeente waar ruimte, recreatie en trots samenkomen.

Samen bouwen

Dronten Marketing coördineert en financiert centraal de gezamenlijke promotie met lokale betrokkenheid. Onze rol is het bewaken en doorontwikkelen van het merk Dronten, met focus op branding. We faciliteren online platforms als ontmoetingsplaats en voor doelgroepgerichte communicatie. Proactief zoeken we samenwerkingen en streven naar langdurige partnerschappen. De gemeente Dronten faciliteert dit proces met subsidie en als essentiële stakeholder. Samen streven we naar een bloeiende en aantrekkelijke Drontense gemeenschap, met gezamenlijke inzet en synergie.

Verantwoordelijkheden Dronten Marketing

- Overkoepelende activiteiten

Dronten Marketing draagt de verantwoordelijkheid voor alle overkoepelende (campagne)activiteiten onder het merk 'Dronten'. Dit vormt de kern van de citymarketing inspanningen.

- Projectmatige coördinatie

- Op verzoek kan Dronten Marketing projectmatige coördinerende taken uitvoeren met betrekking tot themagerichte marketingactiviteiten. Hiermee faciliteert zij een gestructureerde aanpak op projectbasis.

- Aanspreekpunt voor actieve inzet

- Dronten Marketing fungeert als aanspreekpunt voor partijen die actief willen bijdragen aan onze citymarketing. Dit omvat het verwelkomen en ondersteunen van initiatieven die de positieve uitstraling van Dronten bevorderen.

- Proactieve benadering

- Dronten Marketing kan zelf proactief partijen benaderen wanneer er kansen zijn op het gebied van productontwikkeling en samenwerking. Deze benadering stelt Dronten Marketing in staat om actief bij te dragen aan de groei en ontwikkeling van de citymarketing.

- Ondersteuning door private bijdragen

- Dronten Marketing kan worden ondersteund door private bijdragen, zowel financieel als in natura. Deze samenwerking biedt een waardevolle impuls aan de realisatie van citymarketing doelstellingen.

Samenwerkingsovereenkomst gemeente

De samenwerking tussen de gemeente en de stichting is gebaseerd op zowel een meerjarenagenda als een jaarplan. De focus van de stichting ligt op het initiëren van gesprekken over continuïteit in de komende periode, en op het verzekeren van langdurige financiële stabiliteit. Eerdere afspraken zullen geëvalueerd worden op basis van de eerste ervaringen, en indien nodig bijgewerkt en bekrachtigd. Duidelijkheid over de wederzijdse inzet staat hierbij voorop, evenals de rol van de stichting als platform voor communicatie over wonen, werken en recreëren. Daarnaast streeft de stichting ernaar om in de komende periode partnerschappen aan te gaan, met als doel de ondersteuning van de stichting te verbreden en inhoud te geven. Bestuurders en ambtenaren fungeren als ambassadeurs van Dronten, en dragen zo bij aan het merkimago van een daadkrachtig en betrouwbaar bestuur, waarbij de plaats Dronten centraal staat.

Organisatie Stichting Dronten Marketing

Het bestuur van de stichting bestaat op dit moment uit vier personen. Door het vertrek van één bestuurslid eind vorig jaar zal dit jaar een verdere invulling van het bestuur plaats vinden. De werkzaamheden worden door een medewerkster van de stichting ter hand genomen en uitgevoerd.

Financiën

De resultaten over de jaren 2022 en 2023 zijn inmiddels bekend. Die hebben de kenmerken van een startende stichting. Maar maken ook duidelijk dat de herkenbaarheid en vindbaarheid bij diverse stakeholders, meer inzet en dus tijd kost dan verwacht en/of gehoopt. Ook maakt het tastbaar dat een meerjarige financiële borging van de plannen aan de orde moet komen.

Financiering

In de meerjarenagenda van streven we naar een realistische begroting die onze strategische doelen ondersteunt. De genoemde bedragen zijn gebaseerd op onze huidige kennis en houden vanaf 2025 rekening met prijsindexering en de benoemde ambities. Dit stelt ons in staat flexibel te blijven en effectieve marketinginitiatieven te realiseren.

	Investering 2024-2027
2024	€ 159.000
2025	€ 175.000
2026	€ 200.000
2027	€ 200.000
Totaal	€ 734.000