

Stads promotie Tiel



Inhoudsopgave

	Pagina
Actieplan Stadspromotie Tiel	3
Rollen	3
Onze rol en die van onze partners	4
- Vernieuwend/onderscheidend aanbod	5
- Inspiratielaag	5
- Regulier aanbod	6
- Basis op orde	6
Ambities	6
Organisatie	6
- Organisatiestructuur	6
Tijdspad	8
Vertaling naar mogelijke denkrichtingen.....	9
- Stadspromotie	9
- Evenwichtige bevolkingssamenstelling	9
- Toeristisch Informatie Punt (TIP)	10
- Creëren stageplek(-ken)	10
- Versterken kwaliteit gastheerschap	11
- Streekproducten centrum	12
- Recreatief fietsen en wandelen	12
- Cultuuraanbod	13
- Winterfestijn	14
- Digitalisering	15
- Wonen in Tiel	15

Actieplan Stads promotie Tiel

Dit actieplan is een uitnodiging aan iedereen die betrokken is bij de gemeente Tiel om samen te werken en zo de sociaaleconomische vitaliteit van Tiel te versterken. Dit actieplan is een uitdaging om mee te doen aan projecten die goed zijn voor de inwoners, werknemers, bedrijven en bezoekers van Tiel. Relevant en spraakmakend. Tiel is een gemeente die wel de voordelen, maar niet de nadelen van een stad heeft. We kunnen beweren én bewijzen dat we daarmee bijzonder aantrekkelijk zijn voor gezinnen met jonge kinderen. Ze kunnen hier prettig wonen, interessant werk vinden en genieten van de voorziening en activiteiten, die we te bieden hebben. Op deze doelgroep ligt dan ook de primaire focus. Daarnaast zijn de vitale ouderen (met bestedingskracht) een belangrijke doelgroep. Tiel heeft ze veel te bieden, bijvoorbeeld op het gebied van huisvesting (wonen aan de Waal).

Langs deze lijnen ontwikkelen we producten en diensten, duiden we samenwerking, programmeren we campagnes en voegen we waarde toe voor de verschillende doelgroepen.

De partners in de stad hebben tijdens de interviews afgenomen door Richard Stomp en Marco van Hoek van Cityconsult, aangegeven intensiever te willen samenwerken met het doel Tiel in de regio en daarbuiten beter te kunnen promoten. Dat willen ze doen vanuit de overtuiging dat ze samen voor een belangrijk deel het karakter van de stad vormen. Het is ook eigenbelang dat ze de handen ineen willen slaan. Een goed imago van de stad straalt immers ook af op de eigen organisatie. Door samenwerking in het Platform Tiel (werktitel) kunnen de doelen van de eigen organisatie met meer efficiëntie worden bereikt.

De betreffende partijen, die Cityconsult geïnterviewd heeft, hebben uitgesproken zich te willen verenigen in het Platform Tiel. Zij promoten Tiel vanuit de visie Strategie & Actieplan Stads promotie opgesteld door City Consult en maken ook keuzes die passen binnen die visie.

Rollen

De gemeentelijke organisatie Tiel heeft een afdeling Communicatie waar Stads promotie onder valt. In toekomstige samenwerkingsprojecten zal Stads promotie een of meer van de onderstaande rollen vervullen. Dit om ook aan de partners duidelijk te maken wat de verwachtingen mogen zijn. Het benoemen en vastleggen van die rol(len) activeert het partnerschap en versterkt zowel de samenwerking als het resultaat.

De rollen van Stads promotie gemeente Tiel zijn:

Aanjager: het stimuleren van anderen tot het actief participeren of investeren in projectmatige vernieuwing.

Coördinator: zorgen dat de dingen in hun samenhang geregeld worden.

Initiatiefnemer: het zelf initiëren, uitwerken en - indien van toepassing - uitvoeren van projecten en activiteiten.

Ondersteuner: het ondersteunen en versterken van activiteiten en organisaties met kennis, capaciteit en netwerk.

Verbinder: het bijeenbrengen en verknopen van organisaties, partijen en potentieel succesvolle initiatieven.

Een belangrijke taak is om vernieuwing tot stand te brengen, juist ook daar waar verschillende domeinen elkaar raken. Samen maakt sterk. Vandaar dat Stads promotie de handen ineen slaat met verschillende partners. Om samenwerking op lokaal en regionaal niveau te stimuleren, werkt

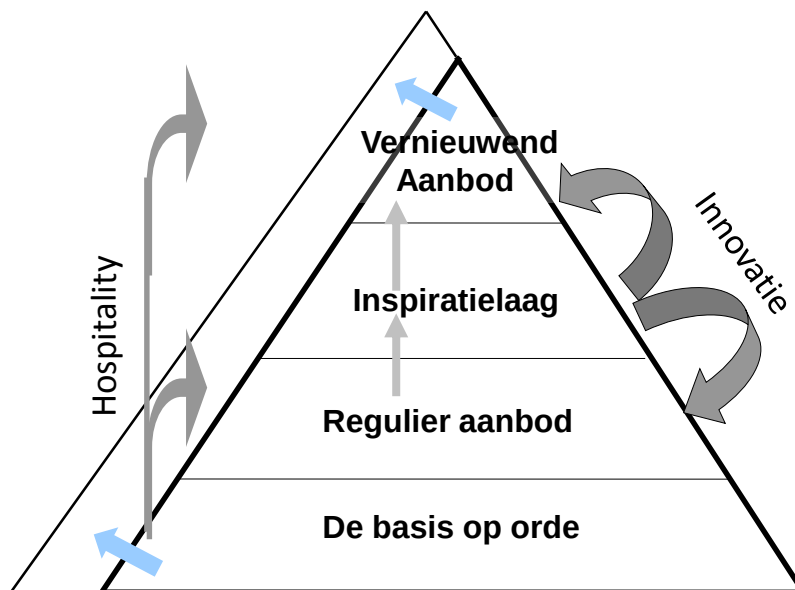
Stadspromotie intensief samen met lokale en regionale partijen. En dat is nodig ook, want de gemeente Tiel heeft aspiraties op het gebied van stadspromotie.

We richten ons op:

- Het versterken van een interessant lokaal en regionaal aanbod
- Het inzetten op versterking van het reguliere aanbod, zoals horeca, winkelaanbod, door het creëren van toegevoegde waarde
- Het versterken van het top en regulier aanbod door cross-overs, storytelling en concepten die leiden tot innovaties en nieuwe product-marktcombinaties
- Het ontwikkelen van gastvrijheid waarmee we ons onderscheiden, zowel in de top als ook in het reguliere aanbod
- Het op orde brengen van de basis, zoals informatievoorziening, licentieovereenkomsten, infrastructuur en marketing

Onze rol en die van onze partners

In dit proces is Stadspromotie van de gemeente Tiel initiator en facilitator. Onze kwaliteit is het actief verbinden van partijen. Daarnaast zijn we voor de uitvoering van deze gezamenlijke koers een van de partners. Vanuit deze rol levert de gemeente kennis, capaciteit en soms geld. Het initiatief ligt bij de ondernemers. Vanuit haar publieke taak zet de gemeente vooral in op het scheppen van de randvoorwaarden.



Figuur 1

Om de beoogde doelen te verwezenlijken gaan wij uit van bovenstaande figuur. Het model gaat uit van permanente aandacht voor het optimaliseren van de gastvrijheid. Het model bestaat uit vier lagen:

1. De *basis op orde* is een laag waarin vooral publieke voorzieningen, diensten en activiteiten zijn opgenomen. Vanuit de triple helix+ zal de overheid, intermediaire organisaties en mogelijk onderwijs hierin investeren om de ondernemers te faciliteren;
2. Het *reguliere aanbod* is de laag waarin de volledige vrijetijdsvoorzieningen zijn opgenomen en waarin de huidige economische bestedingen worden gedaan. Hier zijn de ondernemers aan zet;
3. De *inspiratielaag* is opgebouwd uit concepten waarmee citymarketing geïnspireerd en uitgedaagd wordt en waarmee de (innovatie)ambitie van de stad kan worden gerealiseerd. De input voor deze laag wordt verkregen door zogenaamde proeftuinen en inspiratiebijeenkomsten. De triple helix+ geeft hier richting aan het lokale en het reguliere aanbod om de gewenste toegevoegde waarde te creëren. Zij doen dit hoofdzakelijk door innovatie en clustering.
4. Het *vernieuwend of onderscheidend* aanbod kan vergroot worden door nieuwe product-marktcombinaties te ontwikkelen en door iconen beter te profileren en sterker te vermarkten. De aanzet hiervoor ontstaat in de inspiratielaag.

Daar waar figuurlijk de rijgpen door de lagen heen gehaald kan worden en meerdere thema's en concepten elkaar verbinden ontstaat de grootste kans duurzaam toegevoegde waarde te creëren.

De vier lagen van het innovatiemodel worden hieronder afzonderlijk verder toegelicht.

Vernieuwend/ onderscheidend aanbod

De top van de piramide wordt gevormd door vernieuwend/onderscheidend aanbod van Tiel. Dat aanbod bepaalt voor een groot deel het imago van Tiel, is van grote waarde voor de zakelijke positionering en is in potentie aanleiding voor het (eerste) bezoek. Zowel de publieke als private sector heeft er baat bij dit aanbod optimaal uit te dragen. Streekmuseum, Appelpop, Fruitcorso, Hanzestad Tiel zijn hiervan voorbeelden.

Inspiratielaag

In de inspiratielaag vindt innovatie plaats op reguliere concepten. Bijvoorbeeld door cross-overs of verbindende verhalen toe te voegen aan de concepten. De concepten in deze laag weerspiegelen de kwaliteiten en aantrekkelijkheid van de regio en de stad en geven richting aan reguliere voorzieningen. Hierdoor kunnen ketens van partijen ontstaan met een gezamenlijke grotere toegevoegde waarde. De opgave in deze laag is om verbindingen te leggen tussen de kernkwaliteiten van Tiel, zoals:

- Historie en erfgoed
- Evenementen
- Profilering Tiel fruitstad, handelsstad, waterstad
- Claimen positie 'centrum van de Betuwe'

Regulier aanbod

Het regulier aanbod is het geheel van accommodaties, binnenstad en voorzieningen die voor de economische omzet zorgen. Kansrijke parels kunnen uitgroeien naar de inspiratielaag of het vernieuwend/onderscheidend aanbod. Dit is binnen het reguliere aanbod geen absoluut streven. Wel streven we naar toegevoegde waarde, waarbij altijd een relatie tussen top en basis bestaat. Binnen het reguliere aanbod worden ondernemers wel uitgedaagd nieuwe verdienmodellen te realiseren. Hiervoor is toegevoegde waarde nodig van diverse sectoren. De inspiratielaag biedt hiervoor de inspiratie en het vernieuwend/onderscheidend aanbod de uitdaging.

Basis op orde

De basis op orde behelst de randvoorwaarden die nodig zijn voor de gewenste ontwikkeling in de stad. Deze randvoorwaarden, hoofdzakelijk publiekelijk van aard, vormen zelf geen reden om de stad te bezoeken of te boeien. Wel kunnen deze randvoorwaarden, wanneer ze niet op orde zijn, een reden zijn om te vertrekken of Tiel (of de regio) niet (meer) te bezoeken.

Ambities

Stadspromotie heeft een eerste aanzet gegeven om de doelen zoals beschreven in het document van Cityconsult te vertalen naar mogelijke ambities voor de periode vanaf 2020 en uitgewerkt in meetbare doelstellingen. De lijst kan in gezamenlijkheid worden aangevuld en aangepast. Het geeft een indicatie van de mogelijkheden, binnen de kaders van het document van Cityconsult. In de jaarlijkse plannen van Platform Tiel worden vervolgens de prioriteiten en de bijbehorende budgetten nader uitgewerkt.

Voor iedere ambitie, zoals beschreven in deze notitie, geeft Stadspromotie een indicatie van mogelijke samenwerkingspartners. Stadspromotie ziet het als haar taak om lopende en nieuwe initiatieven te inventariseren en te verbinden. Platform Tiel stelt in gezamenlijkheid de definitieve versie vast van dit actieplan.

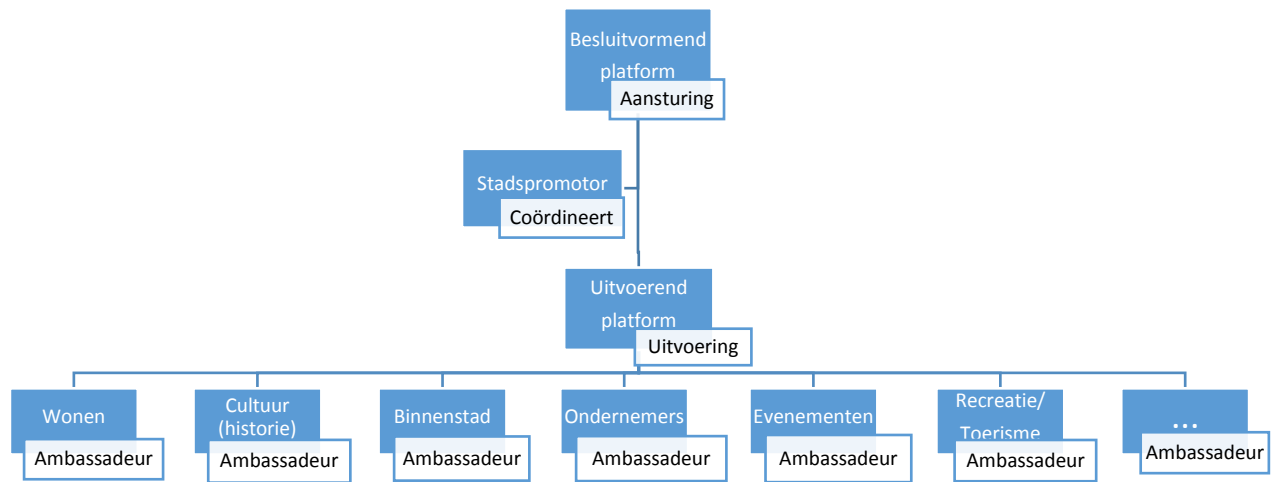
Organisatie

Organisatiestructuur

Platform Tiel is een samenwerkingsverband dat zich richt op de stadspromotie van Tiel. Het verbindt verschillende stichtingen, organisaties en partijen.

Het besluitvormend platform, zie figuur 2, is als stuurgroep eindverantwoordelijk en heeft een toezichthoudende en besluitvormende rol en stelt een startbudget ter beschikking. De Stadpromotor ondersteunt de stuurgroep en coördineert het uitvoerend platform. Het uitvoerend platform heeft een uitvoerende en coördinerende rol bij het opstellen en implementeren van het jaarplan.

Organisatie Platform Tiel



Figuur 2

De deelnemers aan de stuurgroep van het platform maken afspraken over de benodigde coördinatie en koppeling aan de onderliggende activiteiten van de verschillende deelnemers. De stuurgroep heeft een toezichthoudende en besluitvormende rol. De stuurgroep komt maximaal vier keer per jaar bijeen. De stadspromotor is verantwoordelijk voor de coördinatie en maakt hierover afspraken met deelnemers en andere betrokkenen in Tiel. Deze activiteiten worden uitgewerkt in een jaarplan, waarin ook de benodigde middelen en onderliggende afspraken worden vastgelegd en gemonitord.

Het uitvoerend platform heeft een uitvoerend en coördinerende rol bij het opstellen en implementeren van het jaarplan en komt periodiek (10 keer per jaar) bij elkaar. Tijdens het overleg worden werkafspraken gemaakt en deze worden inhoudelijk besproken. De planning wordt in het uitvoerend platform afgestemd. Van de overleggen worden korte verslagen gemaakt en actielijsten opgesteld.

De doelstelling van het Platform Tiel, stuurgroep en uitvoerend, is mede afhankelijk van het ambitieniveau, draagvlak en beschikbare middelen van de deelnemers. Voorstel is om in eerste instantie uit te gaan van een groeimodel. Bij de opstart zal de focus liggen op het maken van samenwerkingsafspraken voor de uitvoering. Op termijn kan dit mogelijk doorgroeien naar het uitbreiden van de samenwerking. Om slagvaardig en snel van start te kunnen gaan wordt in de opstart fase zoveel mogelijk gebruik gemaakt van bestaande structuren en middelen. Na de opstartfase worden de resultaten geëvalueerd en uitgewerkt naar het vervolg met betrekking tot activiteiten (uitbreiding of niet), budget (meerjarenovereenkomst) en organisatie (permanent).

Tijdspad

November/ december	Werven leden Stuurgroep
November/december	Werven leden Uitvoerend Platform
Januari	Start Stuurgroep
Januari	Start Uitvoerend Platform
Januari/februari	Opstellen jaarplan

Vertaling naar mogelijke denkrichtingen

Stadspromotie

Denkrichting	Mogelijke partners	Rol	Outputindicatoren
Begin 2021 Zijn de strategische partners aangesloten	Gemeente Tiel, Ondernemersvereniging Hart van Tiel, RBT Rivierenland, OCT, Cultuurbedrijf, Modehuis Blijdesteijn, Van der Valk, ROC River, Streekmuseum, Makelaardij	• Coördinator • Initiatiefnemer • Aanjager • Verbinder	-Organisatie bijeenkomst om partijen te verbinden -Delen van kennis -Vertaling naar concrete projecten en activiteiten die de identiteit versterken -Monitoren resultaten -Strategie vaststellen -Gezamenlijk meerjarenplan opstellen en gezamenlijk uitvoeren

Evenwichtige bevolkingssamenstelling

Denkrichting	Mogelijke partners	Rol	Outputindicatoren
Projecten en activiteiten dragen bij aan het in evenwicht brengen van de bevolkingssamenstelling: Meer draag-/bestedingskracht en verjonging	Makelaardij, Woningbouwcoöperaties, onderwijs, kinderopvang, Gemeente Tiel	• Initiatiefnemer • Aanjager • Verbinder • Coördinator	Projecten/activiteiten/events/beurzen die bijdragen aan een meetbare positieve impuls van het imago van Tiel als een aantrekkelijke stad om te wonen, werken en leven voor m.n. MBO+ gezinnen en vitale ouderen met bestedingskracht -nulmeting van de (online) informatievoorziening voor en ontvangst van mensen die een woning zoeken in Tiel -Portretten van tevreden inwoners/nieuwkomers

Toeristisch Informatie Punt (TIP)

Denkrichting	Mogelijke partners	Rol	Outputindicatoren
Jaarlijkse aftrap toeristisch seizoen. Dit voorjaar in het TIP in Zinder	Zinder, Platform, Cityconsult, organisaties uit de T&R en culturele sector	• Initiatiefnemer • Verbinder • Coördinator	-Realisatie communicatie campagne -Schets TIP door ROAX Design -Foto's Tiel aan wand -Bewegwijzering outdoor -Infopakketten, stadsplattegrond Zichtbare i buitenkant gebouw

Creëren stageplek(-ken)

Denkrichting	Mogelijke partners	Rol	Outputindicatoren
Het Platform ziet het als zijn maatschappelijke verantwoordelijkheid om stagiaires op te leiden. Daarnaast is het hebben van extra hulp noodzakelijk om de ambities van het actieplan met bijbehorende hoge werkdruk te realiseren. Elke schoolperiode hebben minimaal 2 leden van het Platform tenminste één stagiaire van het VO, het MBO of het HBO. In de 2 ^e helft van 2021 is er een duurzame relatie met het onderwijs.	HAN, Lingecollege, ROC River, hart van Tiel, OCT	• Initiatiefnemer • Aanjager • Verbinder	-Duurzame relatie met onderwijs -Ism leerlingen/ studenten vergaren en overdragen van kennis, de ambities zoals beschreven in het document van Cityconsult versterken

Versterken kwaliteit gastheerschap

Denkrichting	Mogelijke partners	Rol	Outputindicatoren
-Via een gratis online trainingsmodule kun je binnen 10 minuten op een interactieve wijze je kennis over Tiel vergroten. -Het bevorderen van de stadsbeleving van Bezoekers, Bewoners en Bedrijven. -Cityhost(esses) op high traffic plekken, in herkenbare outfit -Citydressing. Tiel visueel aankleden -Magazine, als onderdeel van infopakket -Beurzen en events -Creatieve oplossingen leegstand -Handboek huisstijl -Het samen bewerken van pers en het genereren van 'vrije publiciteit' - ondernemersontbijt winkeliers Tiel. BSR model. De belevingswereld methodiek geeft inzicht in de achterliggende redenen voor het consumptiegedrag: de behoeften en verwachtingen van individuen. Door de 'belevingswereld' van mensen te leren begrijpen kun je hun gedrag ook beter voorspellen en mogelijk beïnvloeden	Centrummanagement, gemeente Tiel, makelaardij, Van IJendoorn marketing advies, RBT Rivierenland, Hotel Van der Valk, Stadsmakelaar	• Aanjager • Coördinator • Verbinder	-E-learning module wordt bij een grote groep medewerkers (hotels, theater, parkeerwachters, buschauffeurs, etc) onder de aandacht gebracht. -Op strategische momenten in het jaar inzet cityhost(esses) -Monitoren resultaten(mystery guest) -Uitvoering citydressing* -Inspireren en enthousiasmeren van jonge hoog opgeleide gezinnen met kinderen en vitale ouderen door ze te laten vertellen over Tiel en de mogelijkheden(bottom up) -Deelname beste binnenstad

* Uitvoerend Platform: Betrokkenheid bij gebruik vlaggen in het centrum • Betrokkenheid bij opzet en realisatie bewegwijzering in het centrum • Actieve samenwerking stadsaankleding • Via bijvoorbeeld tiel.nl/citydressing kunnen de verschillende outdoor mogelijkheden aangevraagd worden. Hier zijn voorwaarden en facts & figures te vinden m.b.t. outdoor advertising

Streekproducten centrum

Denkrichting	Mogelijke partners	Rol	Outputindicatoren
-Aanbod streekproducten in het centrum van Tiel. -De identiteit van Tiel wordt verder aangescherpt middels, marketing, communicatie en promotie. -Inventarisatie mogelijkheid start Herenboerderij De langste kersen geluidswal van Nederland	Fruittelers, LTO, onderwijs, Horeca Tiel, Streekmuseum, Platform Tiel	• Aanjager • Ondersteunen	-Organisatie ondernemerstafel met triple helix + -Monitoren resultaten

Recreatief fietsen en wandelen

Denkrichting	Mogelijke partners	Rol	Outputindicatoren
-Er zijn al veel routes ontwikkeld en er lopen vanuit gemeente en provincie op dit moment ook verschillende projecten met betrekking tot routes. In 2021 wordt gekeken naar behoefte aan nieuwe routes. Doel is de beste routes te verzamelen in een folder en op de website van RBT Rivierenland meer zichtbaar te zijn. -Realiseren van een uniforme huisstijl	Gemeente Tiel, RBT Rivierenland, HAN, Zinder, provincie	• Verbinder • Aanjager • Ondersteunen	-Samenwerking lokale partijen -Delen van kennis

Cultuuraanbod

Denkrichting	Mogelijke partners	Rol	Outputindicatoren
-Wereldrecord grootste groep Flipjes (muts en rood shirt). -Het aftrappen van het 'Uit seizoen' dmv een evenement ism de culturele sector. -Inventarisatie haalbaarheid Drijf-in en (Tiel Waterstad). - Maritiem Tiel - Voorbereiding KNIL 70 jaar in Tiel -Veteranendag en Fruitcorso continueren -Inventarisatie haalbaarheid 'Tiel kwist' een keer in de twee/drie jaar. Bundelen Tielse partijen die reeds ervaring hebben met dit event. Deze kwis is bedoeld voor <u>alle</u> inwoners van Tiel, van jong tot oud. Er wordt ingeschreven per team. Per team kies je een locatie van waaruit je gaat spelen. Dit kan bij iemand thuis zijn, maar ook in een horecagelegenheid, bedrijf of clubhuis. De kwis bestaat uit kennisvragen, maar ook uit doe-opdrachten. Dit event wordt afgesloten met een feestavond. Onderzoek haalbaarheid festival: (drijvende)lichtobjecten op de Waal -Cultuurmakers verleiden tot programmering op/rond/in het water	Museum, Cultuurbedrijf, gemeente Tiel, veteranenverenigingen, havenbedrijf	• Ondersteunen • Aanjagen	-Draagvlak door lokale financiering -Monitoren resultaten -Tiel is het centrum van de Betuwe, ervaar dat. -Tiel verbindt (de stad met fruit) Samenwerking NS: intensiveren en mogelijk als overkoepelend partner laten aansluiten bijdragend aan diverse initiatieven om Tiel en regio te positioneren

--	--	--	--

Winterfestijn

Denkrichting	Mogelijke partners	Rol	Outputindicatoren
-Inventarisatie of clustering van een aantal bestaande en nieuwe events (Intocht Sint, Dickens festival, Joris Kerstboom, nacht van Flipje deel II, koop zondag, drijvende ijsbaan, kerstmarkt, waterlantaarns met wenskaart) schalvoordelen biedt -Kick off Winter in Tiel in de binnenstad (licht, zang, theater) -Oliebollenloop -Fietstaxi/'shopper' Heb je geen zin om rond te zeulen met je inkopen? Laat je dan gratis rondrijden door één van de feestelijke fietstaxi's, of door personen verkleedt als cadeautje die je assisteren Haven Tiel: een zee van licht. Een middag vol glühwein, warme chocolademelk, oliebollen, biologisch afbreekbare waterlantaarns met wenskaart en andere gezelligheid	Hart van Tiel, Cultuurbedrijf, centrummanagement	• Verbinder • anjager	-Draagvlak door lokale financiering -Monitoren resultaten Aantrekken van meer bezoekers, om een grotere economische spin off te realiseren door hogere bestedingen te genereren -Versterking van het imago van Tiel als (winkel)stad met een cultureel en gezellig (stads-)hart

Digitalisering

Denkrichting	Mogelijke partners	Rol	Outputindicatoren
-De city app zal in 2021 verder worden ontwikkeld -Inventariseren Uit in Tiel, website en app als een platform kunnen opereren Flipje en gaming/social media (bv. filter voor een dag voor een event) -Winkelcampagne voor de Tielse binnenstad	Gemeente Tiel, ROC Rivor, Werkgroep Fairtrade, Hart van Tiel. Emjee, René van IJzendoorn, museum	• Aanjager • Coördinator	-Ontwikkeling internettoepassing -Naamsbekendheid Tiel onder jongeren vergroten Ontwikkelen goed beeld- en filmmateriaal -Winkelcampagne (outdoor, online/social, print) in stad en regio -Ontwikkeling van winkelwandeling/route -Verbeteren integratie bestaande kanalen (uit intiel.nl, cultuur- en regiocampagnes en meer) - Integratie 'shoppen' in bestaande campagnes -Persbewerking - Winkelarrangementen creëren

Wonen in Tiel

Denkrichting	Mogelijke partners	Rol	Outputindicatoren
-Het domein Wonen staat in het teken van consumentgerichte woonmarketing voor jonge gezinnen met kinderen. Minimaal MBO+ en vitale ouderen met een brede portemonnee. In 2021 wordt een actieplan opgesteld. De boodschap gericht op algemene elementen als ruim (kindvriendelijk)wonen, betaalbaar tov Randstad,	Gemeente Tiel, Financiële instellingen, makelaardij	• Verbinden • Ondersteunen • Aanjagen	-Toename overweging om naar Tiel te verhuizen. -Toename nieuwe inwoners van buiten Tiel. -Gericht adverteren op evenementen en/of media (zichtbaarheidscampagne (bijvoorbeeld stations reclame) -Er worden portretten van tevreden inwoners (doelgroep) gemaakt. De video- en fotoportretten

Den Bosch, Arnhem, Nijmegen. (keuze voor brede merkversterking) -Inventariseren hoe potentiële nieuwe inwoners worden ontvangen. -In 2021 wordt een eerste aanzet gegeven voor een Beeldverhaal rondom het veilingterrein. -Interactieve verkeerslichten/zebrapad voor voetgangers op strategische plekken krijgen Flipje logo. Voor inspiratie zie Daan Roosegaarde.			worden oa ingezet voor gerichte advertenties. Ook worden er algemene beelden gemaakt ten behoeve van (online) communicatie. -Housewarmingpakket(inschrijven burgerlijke stand, met een Tiels tintje -Aparte website wonenintiel.nl -Facebook pagina Wonen in Tiel
--	--	--	--

Wonen in Tiel: Ambassadeur

Denkrichting	Mogelijke partners	Rol	Outputindicatoren
-Wil je laten zien met hoeveel plezier je in Tiel woont. Misschien ben jij dan de juiste persoon om met behulp van het beschikbare 'gastvrijheidsbudget' jouw vrienden, kennissen of andere mensen uit je relatienetwerk uit te nodigen voor een dagje Tiel. Wij gaan ambassadeurs zoeken, die vol trots hun stad willen laten zien. En dat mag van alles zijn. Wat de ambassadeurs willen laten zien, beleven of proeven mogen ze zelf beslissen. Het is niet	Platform	• Initiatiefnemer • Verbinder • Coördinator • Aanjager • Ondersteunen	De ambassadeur legt enkele ervaringen (rechtenvrij) van het dagje Tiel vast. De leukste foto's en andere uitingen van de 'dagjes Tiel' worden gebruikt voor de beeldvorming van Tiel. De beelden dragen bij aan het doel om Tiel bij meer mensen van buiten op het netvlies te krijgen als potentiële woonplaats voor jonge gezinnen (MBO+) met kinderen en kapitaalkrachtige vitale ouderen.

de bedoeling dat het als familie uitje wordt ingestoken. Wij vragen de ambassadeurs vooraf om een korte motivatie, een voorgesteld programma en de samenstelling van de groep die hiervoor naar Tiel komt. Uit de aanmeldingen maakt het Platform een selectie. Winacties zijn budget neutraal (bijv. vrijkaarten Agnietenhof) -In 2021 wordt de Tiel Award in het leven geroepen. Deze Award worden uitgereikt aan die partner die Tiel dat jaar op een bijzondere of kwalitatieve manier breed onder de aandacht heeft gebracht.			-Partners kunnen zichzelf nomineren of zich laten nomineren. Een jury kiest een winnaar
---	--	--	--

In het jaarlijkse werkplan worden de prioriteiten en bijbehorende budgetten nader uitgewerkt.