

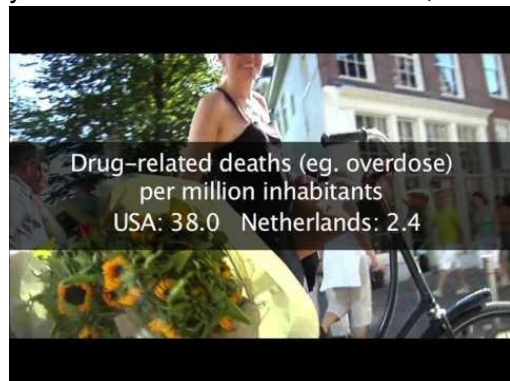
'The truth about Amsterdam' wint Citymarketing Innovatie Award 2010 **Prijs uitgereikt tijdens Citymarketing Innovatiedag van Netwerk Citymarketing**

Op 14 januari heeft Hans Dominicus van het Amsterdam Toerisme en Congres Bureau (ATCB) uit handen van jurylid Loek Hermans de Citymarketing Innovatie Award in ontvangst genomen tijdens de Citymarketing Innovatiedag 2010. Het evenement werd georganiseerd door de stichting Netwerk Citymarketing Nederland.

Het initiatief 'The Truth about Amsterdam' won de prijs omdat een Amerikaanse 'aanval' op het imago van Holland en Amsterdam op een slimme, verrassende en succesvolle manier werd omgezet in wereldwijde gratis publiciteit en versterking van de saamhorigheid binnen de stad. Daarnaast won 5X5X5 uit Venlo de Stimulerings Award vanwege de originele manier waarop inwoners 'user generated content' genereren. De jury vindt dat dit particuliere initiatief ondersteuning verdient.

Citymarketing Innovatie Award

Voor de Innovatie Award waren drie organisaties genomineerd: Marketing Groningen met het project Spot op Groningen, een totaalcampagne waarbij mensen vanuit hun eigen huis TV commercials kunnen maken voor Groningen, Marketing Drenthe met Proefwonen in Drenthe: 'sampling' maar dan als gebiedsmarketing instrument en de uiteindelijke winnaar het ATCB met het project 'The Truth about Amsterdam'. De jury was unaniem in haar oordeel, zoals bleek uit het juryrapport: "Een geniale meesterzet in crisismanagement, waarbij guerrilla marketingtechnieken met virale internetfilmpjes worden gebruikt op een manier die zelfs de gezaghebbende O'Reilly pijnlijk in het defensief heeft gedrongen. Simpelweg door de harde feiten en zachte beelden van onze hoofdstad met Amsterdams lef te presenteren". Juryleden zijn onder meer Loek Hermans (MKB Nederland), trendwatcher Adjiedj Bakas, Marcel Schonenberg (Beurs van Berlage) en juryvoorzitter Ivo Opstelten.



Stimulerings Award

Hermans zei tijdens de Citymarketing Innovatiedag in Utrecht, dat het initiatief van 5X5X5 uit Venlo in andere varianten navolging verdient in heel Nederland: "Hiermee wordt weer eens aangetoond, dat de kracht van citymarketing niet alleen zit bij bestuurders en hotemetoten, maar ook door positieve burgeracties die beginnen bij de basis: de inwoners van de stad zelf." De jury was vooral gecharmeerd van de netwerkachtige aanpak à la Facebook, waarbij de vijf initiatiefnemers elk vijf mensen vroegen om mee te helpen, die ook weer ieder vijf mensen inschakelden om filmpjes op te nemen waarin ze vertellen wat hen aantrekt in Venlo. De andere genomineerden waren Hogeveen ('de eerste stad met een Bedrijven InvesteringsZone concept') en GuidedbyALocal.com ('Elke trotse burger kan met hulp van nieuwe sociale online netwerken een rondleiding verzorgen door zijn of haar eigen stad').

Citymarketing Innovatiedag 2010

De eerste landelijke Citymarketing Innovatiedag vond dit jaar plaats in Utrecht en werd bezocht door ruim 350 deelnemers. Na een workshop 'DNA juttten' in de binnenstad van Utrecht gaf professor John Heeley, een Brits expert in 'destination marketing' en ondermeer Chief Executive van Experience Nottinghamshire (2004-2009) een praktijkcollege. Daarna gingen Gert-Jan Hospers (de eerste hoogleraar citymarketing van Nederland), Gerben Baaij (directeur Dordrecht Marketing), Frits Huffnagel (de enige wethouder Citymarketing van Nederland) en Loek Hermans (voorzitter MKB Nederland) met elkaar en de zaal in discussie aan de hand van prikkelende stellingen zoals 'Citymarketeers bouwen teveel feestjes'. Zo benadrukte hoogleraar Hospers dat citymarketing veel meer is dan marketing: het gaat volgens hem ook om stedenbouwkunde, lobbyvaardigheden en geografie. Gerben Baaij van Dordrecht Marketing waarschuwde voor standaardmodellen van citymarketing consultants en stelde "citymarketing is géén democratie!". De Innovatiedag werd feestelijk afgesloten met de uitreiking van de Citymarketing Innovatie Awards en de onvermijdelijke netwerkborrel.

Kennismeedings in 2010 en 2011

Vanwege het grote aantal deelnemers is besloten om ook in 2011 een Citymarketing Innovatiedag te organiseren. Daarnaast reikt het Netwerk Citymarketing op het Nationaal Congres Citymarketing & Evenementen in juni prijzen uit voor de beste Citymarketing stad van Nederland en organiseert ze op 1 juli een kennismeeding over de rol die de start van de Tour de France speelt bij de citymarketing van Rotterdam: bewust beleid of een losse flodder?

Netwerk Citymarketing

Het Netwerk Citymarketing is een Nederlands samenwerkingsverband van organisaties en personen, actief op het gebied van citymarketing en andere gebiedsgebonden marketingactiviteiten. Het Netwerk Citymarketing draagt actief bij aan het delen van kennis en ervaringen van verschillende steden. Meer informatie is beschikbaar op www.netwerkcitmarketing.nl.

Noot voor de redactie:

Op www.netwerkcitmarketing.nl/gallery.html is rechtenvrij fotomateriaal beschikbaar. Op www.youtube.com/user/netwerkcitmarketing is onder meer het filmpje 'The Truth about Amsterdam' te zien. Voor interviews met de winnaars, achtergrondinformatie, meer film- en fotomateriaal en overige inlichtingen kunt u contact opnemen met onze secretaris, Roeland Tameling via rtameling@netwerkcitmarketing.nl of 06-17453490.