

Dichterbij *Bommelerwaard*

Wonen en leven Kopen of verbouwen?

3743

Huis Info Bommelerwaard Stimuleren lokale woningmarkt

Genieten van muziek De Matthäus Passion

Trots op onze streek Groeten uit de Bommelerwaard

Magazine voor leden - voorjaar 2012



Rabobank





Groeten uit ... de Bommelerwaard

'Waar ben je trots op?' Die vraag stond eind 2010 centraal toen een aantal partijen samen met Rabobank Bommelerwaard om de tafel gingen, op zoek naar het beeldverhaal van de Bommelerwaard. Het antwoord kregen we op Slot Loevestein...

De Bommelerwaard. Naam voor één streek, die opgebouwd is uit een mozaïek van stad en dorpen, van groen en water en van een brede bedrijvigheid. Als je zo'n gebied wilt promoten, wat zijn dan de beeldbepalende kenmerken? Voor het antwoord op die vraag gingen eind december 2010 NORT Gelderland en RBT Rivierenland samen met partijen als de gemeenten Zaltbommel en Maasdriel, het Platform

Promotie Bommelerwaard (PPB) en Rabobank Bommelerwaard om de tafel. Het resulteerde in een mooi rapport, Beeldverhaal van de Bommelerwaard (zie ook www.rabobank.nl/bommelerwaard), dat eind maart 2011 werd gepresenteerd. Het leverde direct een tweede vraag op: 'Hoe gaan we de resultaten concreet maken?'. Een kleine werkgroep ging aan de slag.

7 RABOBANK COÖPERATIE



VIER DENKRICHTINGEN

Hanneke Laroo, verantwoordelijk voor de sales en marketing van Slot Loevestein: 'Slot Loevestein ligt in het uiterste puntje van de Bommelerwaard, waar de Waal en de Maas samenkomen. Toen ik hier kwam werken, ontdekte ik: inwoners kennen het vaak niet, terwijl het internationaal beroemd is. Dat geeft al aan dat zo'n beeldverhaal nodig en goed is.' Frank van Stokkum, eigenaar van marketing- en communicatiebureau Like2movit en bestuurslid van bezoekerscentrum de Grote Rivieren: 'We gingen meteen heel pragmatisch aan de slag. We wilden het zichtbaar en tastbaar maken. Het moest iets van waarde zijn, vonden we. Een folder gooi je te gemakkelijk weg.' Het werd een setje ansichtkaarten aan elkaar, met op vier ervan het hoofdbeeld van één van de vier denkrichtingen 'uitwaaien en opladen', 'het verleden beleven', 'inspannen en ontspannen' en 'genieten': de Hurnse Kil, Slot Loevestein, de Zandmeren en aardbeien.

UNIEKE ACTIECODE

Aan de ansichtkaarten zit een actie gekoppeld die in

januari dit jaar van start is gegaan. Elke set is voorzien van een unieke actiecode. Wie die invoert, maakt ieder kwartaal kans op een prijs van één van de deelnemers van het PPB, bijvoorbeeld een streekproductenpakket of een uitje. De hoofdprijs aan het eind van het jaar is een overnachting op Slot Loevestein. Hanneke: 'Zo'n actie werkt. Juist in de digitale tijd waarin we leven, is een ansichtkaart weer hot. Het is leuk anderen te laten weten: kijk, hier zit ik nu. De actie geeft daar een extra stimulans aan. De kaarten zijn daarnaast ook voor bedrijven interessant. Ze kunnen de set kaarten laten personaliseren met een eigen kaart en tekst. Elk lid van het PPB krijgt vijftig setjes cadeau. Daarmee hebben ze hun jaarbijdrage weer terugverdiend. Het loont dus om je als bedrijf aan te sluiten. Daarvoor hoeft je niet uit de toeristische sector te komen, ook bijvoorbeeld Rabobank Bommelerwaard is lid. We zijn er trots op dat de leden van het PPB de actie zelf hebben bedacht.' Frank: 'Met de sponsorbijdrage van Rabobank Bommelerwaard zijn we heel erg blij. Zij zijn geworteld in de Bommelerwaard, zijn er oprecht in geïnteresseerd. Dat maakte hun feedback tijdens het proces extra waardevol.'