

# Evaluatie Cittaslow Westerwolde



**Westerwolde**



# Presentatie Onderzoekresultaten

1. Externe communicatie over Cittaslow Westerwolde
2. Initiatieven en samenwerking bij supporters
3. Conclusies
4. Aanbevelingen

# Onderzoeksvraag 1

*In welke mate is er sprake van **effectieve externe communicatie** over Cittaslow Westerwolde?*

1. Hoe waarden supporters van Cittaslow Westerwolde de communicatie-uitingen en – activiteiten over Cittaslow Westerwolde?
2. Wat zijn de effecten van de externe communicatie in termen van kennis, overtuigingen, houding en gedrag bij de supporters van Cittaslow Westerwolde?
3. Wat kunnen wij hieruit leren voor de toekomstige externe communicatiestrategie over Cittaslow Westerwolde?

## Onderzoeksvraag 2

*In welke mate is er sprake van **presentie, initiatiefbereidheid en effectieve netwerkvorming** bij supporters van Cittaslow Westerwolde?*

1. In welke mate zijn de supporters aanwezig en actief bij Cittaslowactiviteiten?
2. Welke initiatieven en op welke (beleids-)terreinen hebben de supporters tot nu toe ondernomen?
3. Welke samenwerking tussen supporters (ondernemers en organisaties) en de gemeenten is tot nu toe tot stand gekomen?
4. Welke succesfactoren voor presentie, initiatiefbereidheid en samenwerking zijn te identificeren?
5. Wat kunnen wij hieruit leren voor het versterken van het programma van Cittaslow Westerwolde?

# Methode van onderzoek

- Schriftelijke vragenlijst
  - 89 supporters
  - 37 respondenten, verschillende sectoren, 42%
- Diepte-interviews
  - 21 supporters, verschillende sectoren
  - 1 niet-supporter
  - 2 Raadsleden, 2 ambtenaren
  - 1 hoogleraar *Gebiedsmarketing*

## Uw associaties Cittaslow Westerwolde

- Met Cittaslow-beweging
  - ✓ Wereldwijd, onthaasten, kwaliteit van leven, genieten
- Met gebiedskenmerken van Westerwolde
  - ✓ Rust, ruimte, groen, landschappelijk
- Met ambities van Cittaslow Westerwolde
  - ✓ Samenwerking, netwerken, vraagstuk, voor ondernemers



Rapportcijfer = 6.8 voor *cittaslow*

# Kernwaarden van Cittaslow

## Uw TOP 6

- Duurzaamheid
  - Kwaliteit
- Cultuurhistorie
- Streekproducten
- Gastvrijheid
- Landschap



# Uw waardering over de communicatie

## ASPECTEN:

Aansluiting op informatiebehoefte en verwachting, kennisgehalte, effectief, inspirerend, bereik, frequentie, middelen

## TE VERBETEREN:

- aansluiten op informatiebehoefte
- inspirerende inhoud
- wat de gemeente van supporters verwacht

Rapportcijfer = 6.5





# Uw adviezen

## Over supporters :

- Meer richten op ambachtelijke bedrijven
- Publiceer wie supporter is (onder supporters, naar buiten toe)
- Zoek meer diversiteit onder de supporters

## Aan de gemeente:

- Als gemeente meer Cittaslow – beleid voeren
- Afspraken nakomen en sneller reageren
- De doelen en verwachtingen t.a.v. CW moeten duidelijker
- Vul CW breder in dan alleen toerisme
- Goede voorbeelden en successen geven van andere C-gemeenten

## Over organisatie en uitvoering:

- Kom met CW tot uitvoering, geen informatiebijeenkomsten meer
- CW samenwerking zoeken met ondernemersvereniging en samen activiteiten doen
- Voorkom dubbel werk met bestaande initiatieven
- Maak plannen in de winter en voer in de zomer uit

(12 supporters)

# Onderwerpen interviews

- Het gebied Westerwolde
- Het supporterschap
- Activiteiten voor Cittaslow Westerwolde
- Samenwerking met anderen
- Uitvoering van Cittaslow Westerwolde
- Onbenutte kansen voor Cittaslow Westerwolde

# Conclusies uit de interviews (1)

1. Westerwolde is mooi en uniek gebied, EHS, gastvrijheid voor toeristen en gemoedelijkheid van inwoners. Cittaslow labelt deze identiteit. Nieuwe gemeente Westerwolde is kans.
2. Enkele supporters zijn met hun bedrijfsactiviteiten synoniem met Cittaslow. CW voor toerisme en gastvrijheid ligt voor de hand. Een extra schildje op de deur. Wat is de betekenis van CW voor andere sectoren? Enkele supporters hebben kritiek op brede toelating van supporters. Selectiecriteria mogen aangescherpt worden.
3. Meerdere supporters zoeken naar wat hun bijdrage in CW kan zijn of zij deden een voorstel dat niet verder kwam. Een enkele supporter ontbeert aandacht. Supporters ervaren onduidelijkheid of CW van de gemeente of van henzelf is. Zijn we ambassadeurs met ons bedrijf / organisatie, sluiten we aan bij initiatieven van de gemeente of doen we zelf iets?

## Conclusies uit de interviews (2)

4. Aantal wordt 'gehinderd' door beleid van gemeente dat niet-Cittaslow is (megastallen, verkeersveiligheid, niet openstaan voor burgerinitiatieven, groenonderhoud, onderhoud sluizen). Gemeente moet meer laten zien hoe Cittaslow zij is.
5. Cittaslow is niet alleen voor supporters en ondernemers, maar betrek de inwoners erbij. Het momentum van Cittaslow moet nu wel opgepakt worden.
6. Supporters wensen dat de gemeente concreet helpt bij uitwerken van plannen en financiering. Inspanning van supporter kost werktijd, tegenprestatie van gemeente gevraagd. Belangrijk is dat gemeente blijft faciliteren voor contacten en bijeenkomsten, anders komen supporters niet bij elkaar.

# Succesfactoren Cittaslow



Door u als supporters naar voren gebracht:

1. Behouden van landschappelijk kwaliteit Westerwolde
2. Duidelijkheid wat we met Cittaslow Westerwolde willen
3. Gemeente Westerwolde moet op en top Cittaslow zijn
4. Supporters niet vrijblijvend toelaten
5. Netwerkbijeenkomsten houden en faciliteren
6. De vaart in Cittaslow Westerwolde houden



## Wat is Cittaslow Westerwolde?

### 1. Een uithangbord

- Een vlag, label, sticker, logo: kijk, dit zijn we! Voor iedereen beschikbaar die mee wil doen. Dragers van de identiteit van de gemeente Westerwolde en Cittaslow
- Hoe meer meedoen, hoe zichtbaarder Cittaslow
- Story telling: vertel de dragers wat Cittaslow is
- [Dragers hoeven geen initiatiefnemers te zijn]
- Gun toeristische sector en promotie Westerwolde deze schildjes

## Wat is Cittaslow Westerwolde?

### 2. Lokaal aan de slag met

- feestjes en activiteiten

vanuit de kernwaarden *gastvrijheid, landschap, streekproducten, traditie...*

- zoals *Montmartre, De Week der Besten, Slow living in Vriescheloo, (9-9-2017), Oudeschansdag 2018*
- **ontmoeting** in (lokale en bovenlokale) **netwerk**bijeenkomsten

*Bottom led, top fed*



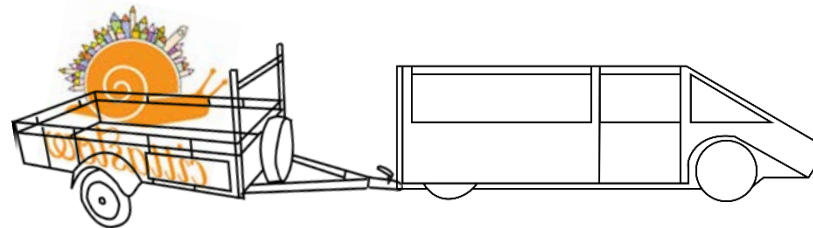
## Wat is Cittaslow Westerwolde?

### 3. Een kar

- voor speciale Cittaslow – projecten, met trekkers. Op basis van doelen uit Cittaslow Manifest, in samenwerking met lokale partners. Klankbordgroep van gemeente, ondernemers en inwoners.
- Over gastvrijheid (toerisme en recreatie), duurzaamheid, voedsel, armoede, energie, traditie en innovatie, landschap en biodiversiteit, ondernemerschap.

Top led

Bottom fed!

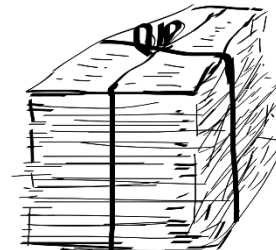
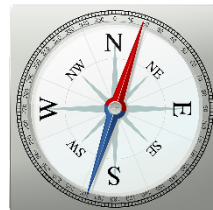




## Wat is Cittaslow Westerwolde?

### 4. Een kompas voor de gemeente Westerwolde

- Met waarden voor verandering – “dit vinden we belangrijk en hier willen we naar toe”
- Voor de stuurlui die beleid moeten maken, toetsen [en uitvoeren] (gemeentebestuurders, Raad en medewerkers)
- Voorbeeldfunctie, Cittaslow-paragraaf, **Cittaslow-panel**



## Communicatie met u en bewoners

- Over het gebruik van het logo
- Verhalen bij u ophalen over Cittaslow-ondernemerschap en – initiatieven (‘story telling’)
- Inspirerende nieuwsbrieven en mails met o.a. ‘best practices’ in Westerwolde en van elders
- Jaaroverzicht van netwerkbijeenkomsten en activiteiten





# Westerwolde



Bedankt voor  
uw aandacht!