



## **Ronde van de gemeenten**

### **i.h.k.v. regiocommunicatie**

**Oktober-november 2008**

#### **AANLEIDING EN DOEL**

Na de lancering van het regiomerk 'Meetjesland, maak het mee!' in januari 2007 zijn alle gemeenten met het merk aan de slag gegaan. Samen met de regionale organisaties en de evenementenorganisatoren zijn de gemeenten de prioritaire partners in de regiocommunicatie.

De Werkgroep Regiocommunicatie stelde onlangs voor alle gemeenten individueel te gaan opzoeken. Doel was een bilateraal overleg over het voeren van regiocommunicatie en het gebruik van het Meetjeslandmerk, waarbij van beide kanten kan geluisterd worden naar voorstellen, ideeën en eventuele problemen.

De Werkgroep Regiocommunicatie van het Streekplatform+ Meetjesland bestaat uit 16 mensen uit regionale organisaties, gemeenten, andere partners en een aantal experts. De voorzitter is Prof. Em. Jacques De Rijcke, die ook peter is van de Meetjesland 2020 doelstelling 'een sterk merk uitdragen'. Deze Werkgroep werkt jaarlijks het regiocommunicatieplan uit en bepaalt de aanpak om dit plan uit te voeren.

*(Lijst van de leden in bijlage)*

Er werd in alle gemeenten een gesprek gevraagd met:

- de burgemeester
- de schepenen van communicatie
- de communicatieambtenaar

De delegatie van de Werkgroep Regiocommunicatie bestond uit:

- Jacques De Rycke (voorzitter)
- Michel De Sutter (coördinator vrijwilligerswerking evenementen)
- Els Oyaert, Streekplatform+ Meetjesland
- Occasioneel aangevuld met iemand uit het Vast Bureau van het Streekplatform+

Overzicht van de aanwezige personen bij de gesprekken tijdens de 'ronde van de gemeenten'.

<b>Gemeente</b>	<b>Vanuit de gemeente</b>	<b>Vanuit de Werkgroep Regiocommunicatie</b>
<b>Aalter</b>	Patrick Hoste, burgemeester Charlotte De Waegenaere, medewerker communicatie	Jacques De Rijcke Els Oyaert Freddy Bertin
<b>Assenede</b>	Philippe De Coninck, burgemeester Mieke Van Hulle, communicatieambtenaar	Michel De Sutter Els Oyaert
<b>Eeklo</b>	Koen Loete, burgemeester + bevoegd voor communicatie Kathy Van de Voorde, communicatieambtenaar	Jacques De Rijcke Els Oyaert Bart Van Herck
<b>Evergem</b>	Erik De Wispelaere Joost Verstraete, medewerker communicatie	Michel De Sutter Bart Van Herck
<b>Kaprijke</b>	Filip Gijssels, burgemeester (Nieuwe communicatieambtenaar pas vanaf januari)	Jacques De Rijcke Michel De Sutter Els Oyaert
<b>Knesselare</b>	Fredy Tanghe, burgemeester + bevoegd voor communicatie Herlinde Trenson, Schepen + lid regiocommunicatiewerkgroep Chris Thienpondt, communicatieambtenaar	Els Oyaert
<b>Lovendegem</b>	Chris De Wispelaere, burgemeester Nick Mouton, schepen communicatie Mia Stofferis, secretaris cultuurraad en communicatie Leen De Lafaille, medewerker communicatie	Jacques De Rijcke Els Oyaert
<b>Maldegem</b>	Johan De Roo, burgemeester + bevoegd voor communicatie Frank Sierens, schepen communicatie Rita Verleye, communicatieambtenaar	Jacques De Rijcke Michel De Sutter Els Oyaert Bart Van Herck
<b>Nevele</b>	Roger Boone, burgemeester Johan Cornelis, schepen communicatie Hugo Verhaeghe, schepen cultuur Regina Demeyer, communicatieambtenaar	Jacques De Rijcke Michel De Sutter Els Oyaert Freddy Bertin
<b>St-Laureins</b>	Annick Willems, burgemeester + bevoegd voor communicatie Dirk Vanderhaeghen, communicatieambtenaar	Michel De Sutter Els Oyaert
<b>Waarschoot</b>	Ghislain Lippens, burgemeester Ann Coopman, Schepen van Informatie Isabel Rys, communicatieambtenaar	Jacques De Rijcke Els Oyaert
<b>Zomergem</b>	Jo De Coninck, burgemeester Mark De Jaeger, schepen van communicatie Michaël Tack, communicatieambtenaar	Jacques De Rijcke Els Oyaert Arnold Sevenoo

## CONCLUSIES

### 1 Grote bereidheid tot het voeren van regiocommunicatie

Er werd vastgesteld dat er over het algemeen grote bereidheid is tot het meewerken in de regiocommunicatie en tot het verspreiden van het regiomerk.

Geen enkele gemeente hinkt achterop op alle vlakken, er zijn overal minstens een aantal manieren waarop de gemeente het begrip Meetjesland en het merk meeneemt in de communicatie.

In een aantal gemeenten wordt het Meetjeslandmerk consequent gebruikt. In andere is er wel volle bereidheid, maar wordt er soms niet aan gedacht het merk mee te nemen bij het drukken van flyers, het bevlagen van evenementen, enz.

#### **Gevolg van de bilaterale gesprekken:**

De gesprekken tussen de gemeente en de werkgroep Regiocommunicatie waren erg nuttig, schepten klaarheid en versterkten het wederzijds begrip. Elke gemeente is immers anders en specifiek.

Het gezamenlijk overlopen van de mogelijkheden van het voeren van regiocommunicatie, heeft er toe geleid dat het Meetjesland als begrip en als merk meer en systematischer zal meegenomen worden in de gemeentelijke communicatie.

### 2 Gemeenten denken mee, doen eigen voorstellen

Hier en daar werden er waardevolle voorstellen gedaan en ideeënballonnetjes opgelaten die het Meetjesland binnen en buiten de regio bekender kunnen maken.

Ook kwamen er praktische voorstellen over merkproducten en het promoten van het Meetjesland op evenementen, ...

Deze voorstellen zijn verwerkt onder punt 4. *Uitgebreid gebruik van het Meetjeslandmerk.*

#### **Vaststelling**

We kunnen op vlak van regiocommunicatie veel bereiken dankzij de gemeenten, gezien hun publicaties of evenementen steevast de brede bevolking bereiken.

### 3 Het begrip Meetjesland en het Meetjeslandgevoel

Een aantal burgemeesters geven te kennen dat het begrip Meetjesland meer en meer leeft bij veel van onze beleidsmakers en mandatarissen. Ook bij bovenlokale overheden (provincie, Vlaanderen) zit het begrip Meetjesland ingebakken.

Bij navraag naar de streekidentiteit of het Meetjeslandgevoel, blijkt dat sommige burgemeesters echte Meetjeslanders van inborst zijn. Voor hen is het voeren van regiocommunicatie een evidentie. Bij anderen leeft het Meetjeslandgevoel minder sterk. Het verschil tussen beide groepen is grotendeels maar toch niet volledig toe te schrijven aan de ligging in het noorden of zuiden (periferie) van de regio.

Wanneer het echter over de inwoners gaat, slaat op meerdere plaatsen de twijfel over een Meetjeslandse identiteit toe. Mensen zijn in de eerste plaats en terecht fier op b.v. Zomergem, Kleit of Merendree. Fierheid over de regio is er nog heel wat minder. Dat werd ook bevestigd in de eerste enquête (nulmeting) van de Artevelde Hogeschool bij 500 inwoners. De tweede meting zal gebeuren in de eerste helft van 2009.

#### **Actiepunt**

De meerwaarde van regiocommunicatie moet blijvend geduid en gecommuniceerd worden. Hoe dit zal gebeuren, zal binnen de Werkgroep Regiocommunicatie vastgelegd worden.

In essentie komen volgende argumenten naar voor:

- Voor besturen geldt dat een positief imago van de regio de gemeente ten goede komt.
- Voor inwoners geldt dat deze baat hebben bij het wonen in een regio waar gebruik kan gemaakt worden van alle nodige voorzieningen.

## **4 Uitgebreid gebruik van het Meetjeslandmerk**

### **1. Website, infoblad, flyers en andere publicaties**

Gemeentelijke publicaties worden als een krachtig medium gezien voor de verspreiding van het regiomerk, gezien ze de brede bevolking bereiken. Zo vindt het begrip Meetjesland stilaan meer ingang bij het publiek.

Brochures, flyers, DVD's, vacatures, ... dragen meer en meer het regiomerk.



*Gemeentelijke publicaties bereiken de brede bevolking en zijn dus een krachtig medium in het verspreiden van het Meetjeslandmerk.*

Reeds meer dan de helft van de websites en infobladen dragen op vandaag het regiomerk. Waar dat nog niet het geval is, is de reden te zoeken bij onverenigbaarheid met de huisstijl, of omdat het infoblad louter gemeentelijke informatie bevat. Bij een aantal wordt de website binnenkort gerestyled, en wacht men eenvoudigweg dit moment af om het merk op te nemen op de homepage.

### Actiepunt

- Bij onverenigbaarheid van het Meetjeslandlogo met de gemeentelijke huisstijl, kan gebruik van een andere (transparante) vorm of kleur van het regiomerk uitkomst bieden (zie figuur).
- Alle communicatieambtenaren kregen een boekje met de logorichtlijnen en een CD-rom met alle logovormen.
- Waar inwoners tot op vandaag vertrouwd zijn met louter gemeentelijke informatie in het infoblad, kan een inleidend artikel over de regio en het Meetjeslandmerk de start zijn van het afdrucken van het merk op de voorpagina. Ook kan vanaf dat moment regelmatig relevant regionieuws in de krant opgenomen worden.
- Het Streekplatform+ zal een dergelijk artikel opstellen.



*Naar layout kan er soms een beter resultaat bekomen worden bij druk, indien gebruik gemaakt wordt van een andere vorm of kleur van het logo.*



### 2. Pins voor gemeenteraadsleden

In een aantal gemeenten namen burgemeesters reeds het initiatief om alle gemeenteraadsleden een pin op te spelden, waarbij ook de inhoud van het merk (de 9 strategische doelstellingen van 'Meetjesland 2020') meegegeven worden. Hieruit begrijpen de raadsleden dat hun gemeente dit regionaal toekomstplan ondersteunt en hieraan medewerking verleent.

Hier en daar melden burgemeesters dat raadsleden de pin consequent dragen op officiële gelegenheden. Een paar burgemeesters komen 's morgens nooit de deur uit zonder pin, en geven met plezier uitleg aan al wie om uitleg vraagt. Zo maken ambassadeurs nieuwe ambassadeurs.

Het Streekplatform+ stelt zelf ook vast dat er op vergaderingen steeds meer pinnen te zien zijn.

### Actiepunten

- Een aantal burgemeesters voorzien een geschikt moment voor het opspelden van de pin op een van de komende gemeenteraden. Daarbij vragen sommigen een korte toelichting over de inhoud van het merk (Meetjesland 2020) door iemand van het Streekplatform+ Meetjesland.

- Mensen laten zich overigens graag persoonlijk een pin opspelden door prominenten, het is een sterk gebaar. Een overtuigd gebruiker van het Meetjeslandmerk heeft dus steeds een aantal pins in de jaszak zitten en raakt die ook altijd kwijt aan mensen in zijn omgeving.  
Pins gratis te bekomen bij het Streekplatform+.



*In een aantal gemeenten werd meteen een datum geprikt om alle gemeenteraadsleden een pin op te spelden, zoals in Knesselare en andere gemeenten die dit voorbeeld gevolgd zijn.*

### **3. Bevlagen van gemeentelijke gebouwen**

Gemeenten zijn allen bereid om ter gelegenheid van evenementen het gemeentehuis en bij uitbreiding andere gemeentelijke gebouwen te bevlagen. In een paar gemeenten wappert de Meetjeslandvlag reeds permanent aan het gemeentehuis.



*Stad Eeklo in Meetjeslandstemming bij evenementen. Hier en ook elders wordt nagekeken om het stad- of gemeentehuis permanent te bevlagen.*

#### **Actiepunt**

Voor permanente bevlaging ontbreekt het een aantal gemeenten aan een extra mast voor de Meetjeslandvlag. Een aantal gemeenten laten het toevoegen van een vlaggenmast bekijken door de technische dienst.

#### 4. Evenementen

- In elke gemeente worden een aantal vrijwilligers gezocht die als Meetjeslandambassadeur op evenementen in hun eigen gemeente aanwezig willen zijn met de Meetjeslandstand. Deze mensen kunnen ook andere opportuniteiten signaleren en benutten, zoals het bezoek van bekende Vlamingen aan de gemeente. Michel De Sutter zal dit team van vrijwilligers coördineren.

##### Voorstel

De gemeenten stellen voor een wervend artikeltje in het infoblad te publiceren. Hierin wordt gevraagd wie zich als vrijwilliger geroepen voelt om Meetjesland-ambassadeur binnen eigen gemeente te zijn.

Ook via feestcommissies kan de oproep gedaan worden.

Het Streekplatform+ zal een dergelijk artikel opstellen.

*Gemeenten willen bijspringen in het zoeken van vrijwilligers die zich geroepen voelen om als ambassadeur het Meetjesland te promoten op evenementen.*



- In een paar gemeenten leeft de overtuiging dat het regiogevoel enorm kan aangewakkerd worden met meer evenementen op regioniveau. Men denkt hierbij b.v. aan sportevenementen. Sport is per definitie een volks gebeuren en trekt veel publiek. Daarnaast wordt ook het idee gelanceerd van een Meetjeslandse handelsbeurs. Misschien kan de handelsbeurs in Zomergem, de enige nog succesvolle beurs, uitgebreid worden naar een Meetjeslandbeurs?
- Het Streekplatform+ schafte een in het oog springend springkasteel aan, de Meetjesland Bobbel, met grote opvallende afdrukken van het merk . Daarnaast is er ook een promotentje beschikbaar (gratis, zie foto hierboven).

##### Vraag

Het opnemen van de Meetjesland Bobbel in de gemeentelijke lijst van verhuurmateriaal voor feesten en evenementen, zal maken dat de Bobbel op meer evenementen te zien is. Op de lijst ook de contactgegevens van het Streekplatform+ opnemen, die de reservatielijst bijhoudt en de plaatsing ervan regelt.

De verhuurprijs van de Bobbel ligt overigens net onder de marktprijs.

- Enkele gemeenten sporen alle evenementenorganisatoren aan om ook de Meetjeslandvlag en –spandoek op te hangen.

### Voorstel

Indien er bij evenementenorganisatoren bereidheid bestaat om het Meetjesland mee te promoten, kan de gemeente hen verzoeken om vlaggen en spandoeken op te hangen. Hierbij geldt de randbemerking dat verplichting niet aan de orde is, hier wordt soms een omgekeerd effect mee bereikt.



*Gemeenten zitten in de ideale positie om evenementenorganisatoren te vragen de Meetjeslandvlaggen en -spandoeken op te hangen.*

### 5. Welkomstborden aan invalswegen

Heel wat gemeenten hebben borden aan de invalswegen met 'Welkom in ...'. Meer en meer wordt ook het Meetjeslandmerk op deze borden aangebracht.

Naar het voorbeeld van West Cork, kwam er het voorstel om deze borden te gaan uniformiseren, waarbij het welkom in de gemeente centraal staat, en er aangegeven wordt dat deze gemeente tot het Meetjesland behoort.

Het plaatsen van dergelijke uniforme borden in gans de regio, zou een grote impact hebben op de visibiliteit van het geheel waartoe de 12 gemeenten behoren.

*Een eerste ontwerpvoorstel van uniforme gemeenteborden die ook welkom heten in het Meetjesland.*



**Actiepunt**

Voorstel is om de welkomstborden aan de invalswegen van de gemeente te uniformiseren, zowel naar kleur als naar tekst.

De boodschap is telkens 'Welkom in x , gemeente in het Meetjesland', waarbij zowel het gemeentelogo als het Meetjeslandmerk in de opmaak verwerkt zijn.

**7. Verwelkoming nieuwe inwoners**

- Gemeenten zijn bereid om in het infopakket voor nieuwe inwoners informatie te steken over de streek. Momenteel gaat dit over de toeristische infogids.

De informatie voor de nieuwe inwoners wordt vaak bezorgd in een zakje. De meeste gemeenten zijn geïnteresseerd in een zakje dat bedrukt is met het Meetjeslandmerk en met het gemeentelogo aan de andere zijde. Deze zakjes willen de gemeenten ook voor andere doeleinden gebruiken

**Voorstel**

- Het Streekplatform+ neemt zich voor een flyer te maken over de regio, met duiding over het regiomerk. Deze flyer kan ondermeer dienen voor de infopakketten voor nieuwe inwoners.
- Het Streekplatform+ Meetjesland biedt aan om kostendelend zakjes te laten bedrukken, op de ene zijde het Meetjeslandlogo, het gemeentelogo op de andere zijde. Er zullen zowel papieren als duurzame linnen zakjes aangemaakt worden.

- Niet alle gemeenten ontvangen jaarlijks de nieuwe inwoners op het gemeentehuis. Waar dit wel het geval is, is er meestal bereidheid om iemand van het Streekplatform+ een welkomstwoordje te laten doen.

**Voorstel**

Gemeenten kunnen steeds beroep doen op het Streekplatform+ om bij de ontvangst van de nieuwe inwoners een korte presentatie over het Meetjesland en het merk te geven.

**8. Relatiegeschenken, merkproducten en promomateriaal**

In veel gemeenten moet er bij (hoog) bezoek telkenmale op zoek gegaan worden naar een geschikt relatiegeschenk.

**Aanbod**

Het Streekplatform+ opent binnenkort een pagina op [www.meetjesland.be/merk](http://www.meetjesland.be/merk) die een overzicht zal geven van alle promomateriaal en merkproducten (vlaggen, seminariemapjes, post-its, zakjes, Meetjesland tent en bobbel, ...).

Ook relatiegeschenken zoals geschenkdozen met streekproducten, cadeaubonnen voor arrangementen, boeken zullen op deze pagina verzameld worden.

## **5 Vraag naar vertegenwoordiging buiten de regio**

Het promoten van het Meetjesland buiten de regio gebeurt op vandaag vooral door Toerisme Meetjesland. Hun inspanningen hebben de laatste jaren de bekendheid van de regio sterk vooruit geholpen.

De besturen willen daarnaast ook via andere kanalen en op andere fora het Meetjesland vertegenwoordigd zien. Als mogelijkheid noemden enkele burgemeesters een groepsstand op de jaarbeurs Accenta in Gent.

Ten tweede moeten gemeenten zich meer de reflex eigen maken om Bekende Vlamingen te betrekken bij officiële gelegenheden en hen tot ambassadeurs van de streek te maken.

Het Streekplatform+ startte recent een BV-estafette op met Petra als eerste Meetjeslandse ambassadrice. Dergelijke initiatieven bieden gemeenten de kans om meer media-aandacht te krijgen dankzij de aanwezigheid van een bekende Vlaming.

## **6 Middelen en ondersteunend materiaal**

Voor de realisatie van bovengenoemde initiatieven en acties, valt het Streekplatform+ terug op volgende middelen:

- waar mogelijk zelf ondersteunend materiaal bezorgen (gratis of tegen vergoeding)
- extra middelen aantrekken via Europese projecten
- fundraising en merchandising

**Bijlage** : samenstelling van de Werkgroep Regiocommunicatie

Bertin Freddy, voorzitter Streekplatform+ Meetjesland  
Bogaert Nele, coördinator COMEET  
De Grande Patrick, zaakvoerder Quatre Mains  
De Rijcke Jacques, Prof. em. Marketing UGent en peter doelstelling regiocommunicatie  
De Sutter Michel, coördinator vrijwilligerswerking bij evenementen  
Dauwe Veronique, vrijwilliger evenementen  
Feusels Luc, coördinator Plattelandscentrum Meetjesland  
Goossens Arseen, toeristische gids  
Hennes Erik, coördinator Toerisme Meetjesland  
Oyaert Els, projectcoördinator Streekplatform+ Meetjesland  
Quataert Piet, coördinator Regionaal Landschap Meetjesland  
Sevenoo Arnold, Streekplatform+ Meetjesland en AVS  
Trenson Herlinde, schepen gemeente Knesselare  
Van de Voorde Katty, communicatieambtenaar Stad Eeklo  
Van Herck Bart, directeur Streekplatform+ Meetjesland  
Vereecke Kristof, journalist en museumbeheerder gemeente Assenede  
Verheecke Peter, communicatieverantwoordelijke provincie West-Vlaanderen