

Gebiedsbranding Nobelhorst – gereguleerde huur

De gebiedsbranding is vanaf het begin van de ontwikkeling van Nobelhorst consequent ingezet. Dit alles gebaseerd op de visie Almere 2030, op basis van de Almere Principles.

- Koester diversiteit
- Verbind plaats en context
- Combineer stad en natuur
- Anticipeer op verandering
- Blijf innoveren
- Ontwerp gezonde systemen
- **Mensen maken de stad**

Alle partijen in het gebied werken nauw samen aan de genoemde onderdelen. De gemeente stelt hiervoor middelen en coördinatie ter beschikking. Hiervoor rekent de gemeente een financiële bijdrage van € 500,- per woning. Deelname is verplicht.

De gebiedsbranding van Nobelhorst, 'Het dorp van Almere' wordt uitgevoerd op basis van het Merkboek Nobelhorst van april 2023.

Doel van de gebiedsbranding

- Waarmaken van de dorpse ambitie van Nobelhorst.
- Het Nobelhorst verhaal eenduidig vertellen.
- Effectieve database in stand houden t.b.v. vlotte verkoop en verhuur van het aanbod gedurende de gebiedsontwikkeling van Nobelhorst.
- Bijdragen aan trots en verbinding van iedereen die werkt in/aan en/of woont in Nobelhorst nu en in de toekomst.

Uitgangspunten

- Regie/opdrachtgeverschap van de gebiedsbranding ligt voor 100% bij de gemeente Almere. Ontwikkende partijen worden geïnformeerd, mogen adviseren, maar beslissen niet.
- Dekking van de begroting is verantwoordelijkheid van de gemeente Almere.
- Alle ontwikkelende marktpartijen voor koop en (Betaalbare) Huurwoningen dragen een vast bedrag per woning bij.

Werkwijze op hoofdlijnen

1. Gemeente Almere heeft een meerjarenbegroting opgesteld en op basis hiervan komen wij tot een bijdrage van € 500,- per woning.
2. Partijen die als winnaar uit een tender naar voren komen moeten dit betalen na definitieve gunningen en na sluiten van de koopovereenkomst.
3. Onderstaand wordt omschreven wat partijen bij deze vergoeding wederzijds van elkaar mogen verwachten. Een overlegstructuur met afspraken op hoofdlijnen is hier ook onderdeel van.
4. Elk eerste donderdag van oktober vindt een bijeenkomst plaats met alle ontwikkelende partijen die dan actief zijn in Nobelhorst. Dan worden resultaten gedeeld, geëvalueerd en advies gevraagd voor het volgende jaar. In het laatste kwartaal van het jaar wordt voor het volgende jaar een jaarplan met media-/middelenplan opgesteld.

5. Het jaarplan en media-/middelenplan wordt jaarlijks ter informatie gedeeld met ontwikkelende marktpartijen.
6. Uitvoering vindt plaats in samenwerking met vertegenwoordigers van betrokken partijen die ook actief zijn in de uitvoering onder voorzitterschap van de Firma Stek.
7. Namens de partij is één persoon aanspreekpunt die ook benodigd mandaat heeft.

Strategie

- De gezamenlijke branding richt zich op het eenduidig onderhouden van het merk Nobelhorst op het huidige niveau en het creëren + lanceren van nieuwe 'submerken'.
- We blijven daarbij inzetten op content- en netwerkmarketing ('verhalen creëren die mensen kunnen doorvertellen') met als hoofddrager (sociale) duurzaamheid en de waarden zoals beschreven in het Merkboek dd. april 2023.

Aanpak

Persoonlijk:

- Jolly is de afzender
- Bewoners vertellen het verhaal
- Mensen die aan de gebiedsontwikkeling werken vertellen het verhaal (niet instanties/bedrijven)

Klant centraal:

- Website/informatiepunt/social media/nieuwsbrief/events/krant. Alle informatie over de gebiedsontwikkeling Nobelhorst en het aanbod van alle partijen is in ieder geval ook via de 'paraplu' van deze middelen te vinden. Nieuws over de gebiedsontwikkeling Nobelhorst en rondom het aanbod van alle partijen is in ieder geval ook via deze kanalen tijdig te ontvangen en te vinden.

Samen maken we het waar.

Middelen

- Concept in woord en beeld samengevat in een inspiratieboek en een merkboek.
- Gebiedsidentiteit voor Nobelhorst als totaal en per buurt. Samengevat in een huisstijlhandboek.
- Website portal www.nobelhorst.nl met alle actuele informatie en een interactieve gebiedskaart
- Goed onderhouden belangstellenden database (ruim 5.000)
- Periodieke nieuwsbrief (indicatie twee wekelijks)
- Actief online/social mediabeleid (wekelijks minimaal 1 post)
- Eén keer per jaar dorpskrant ter promotie van Nobelhorst (incl. huis-aan-huis verspreiding in de buurt)
- Buurtenbrochure
- Algemene gebiedskaart (update eens per jaar mei)
- Minimaal twee events per jaar (bijvoorbeeld een binnenkijkroute) en sponsoring van de NobelRun.
- Campagne rondom events twee keer per jaar
- Informatiepunt met een gastvrouw, elke zaterdag geopend.
- Gastvrouw beheert algemene mail en telefoon (beperkt aantal uren per week)
- QR-informatieroute door het gebied (update eens per jaar juni)
- Doorlopend content creatie
- Coördinator gebiedsmarketing

Werkwijze

1. Uitvoering vindt plaats in samenwerking met vertegenwoordigers van de ontwikkelende partijen. De coördinatie wordt voorsnog door de Firma Stek uitgevoerd.
2. Periodiek vindt een marketingoverleg plaats (indicatie maandelijks) waarbij een vertegenwoordiger namens partij aanwezig is onder voorzitterschap van de Firma Stek. Indien men niet deelneemt gaat besluitvorming over de uitvoering door zonder partij.
3. Namens de partij is één persoon aanspreekpunt.
4. De middelen en content zijn gericht op branding van het gebied. Partij is en blijft verantwoordelijk voor het vermarkten van haar eigen aanbod.
5. De partij doet eigen uitingen in de geest van het merk Nobelhorst. Hiervoor wordt een huisstijltoolkit en merkboek ter beschikking gesteld.
6. De partij ontsluit haar aanbod voor de eerste verhuur via de interactieve gebiedskaart op www.nobelhorst.nl. Voor optimale koppeling op kavel-/woningniveau aan de kavelkaart is een account van NieuwbouwOffice vereist. Dit account dient door partij zelf afgesloten, ingericht en actueel gehouden te worden. De aanvullende kosten zijn voor rekening van partij. Indien niet gekozen wordt voor ontsluiting op kavel-/woningniveau via NieuwbouwOffice zal locatie/gebouw op de kaart worden gemarkeerd gecombineerd een pop up venster.
7. Partij stemt timing van online campagnes gericht op het promoten van eigen aanbod (indien van toepassing) af via de coördinator gebiedsmarketing.
8. Partij stemt timing van eigen evenementen/mijlpalen af met de coördinator gebiedsmarketing. Waarbij presentatie van nieuw aanbod ofwel:
 - a. samenvalt met gezamenlijke events, dus gecombineerd met nieuw aanbod van andere aanbieders of
 - b. er minimaal 14 dagen zit tussen presentatie van nieuw aanbod van andere aanbieders in het gebied.

Voor het plannen wordt een centrale agenda ter beschikking gesteld.

9. Partij stemt naamgeving van aanbod af op het overkoepelende thema/naamgeving van buurten. Dit wordt in overleg met de coördinator gebiedsmarketing vastgesteld.

Communicatie die hier niet onder valt

De gemeente hecht grote waarde aan goede en regelmatige communicatie met de omgeving. Zowel in het traject van de planvorming als het traject van de realisatie wordt er vanuit de gemeente via 4 kanalen gecommuniceerd met de (toekomstige) bewoners van Nobelhorst.

1. Periodieke digitale nieuwsbrief
2. Website (van de gemeente Almere)
3. Bouwwerkzaamheden app
4. Jaarlijkse informatiemarkt

Partij levert, bij de contactpersoon van de gemeente, informatie aan over:

- De uitwerking van het bouwplan naar een definitief ontwerp.
- De hoofdlijnplanning rondom de realisatie.

Daarnaast is afstemming van de bouwwerkzaamheden met de omliggende bouwactiviteiten nodig. Partij maakt hiervoor gebruik van de geboden kanalen. Partij is verantwoordelijk voor afstemming, aanwezigheid en tijdig aanleveren van tekst en beeld aan de beheerders van de kanalen.