

Highlights Jaarverslag

2024 Stichting Hilversum Marketing

In 2024 hebben we Hilversum verder op de kaart gezet als mediastad en aantrekkelijke stad om te wonen, werken en bezoeken. Hieronder delen we de highlights:



600 jaar Hilversum

- Strategie en positionering van het jubileumjaar
- Branding en toolkit voor citydressing en gebruik derden
- Verbinden initiatieven in de stad via Hilversum Marketing kanalen en stadssessie
- Campagnes: Kerstbomen-actie, Jubileum-weekend, Gezocht-campagne, Idee zoekt Baasje- campagne

Campagnes

- Media: Dutch Media Week, Xperience Day, media tentoonstellingen
- Architectuur: Architectuurmaand juni, Open Monumenten Dag
- Natuur: Doorlopend alle seizoenen
- Kids: Elke vakantie + Hillywood kidsgids
- Retail en Horeca: Smaakmakers en Feestelijk Shoppen
- Evenementen: Koningsdag, Summer in the City, Open035, Gooise Pride, Sinterklaas, Live 2000



Live Hilversum kanalen

- livehilversum.nl (+196.900 unieke bezoekers)
- Uitagenda (11x per jaar, 150 locaties, 5.000 stuks)
- Uitmail (2.435 abonnees)
- Socials (Facebook 2,2K volgers, Instagram 6,6K volgers)
- Citybranding (banieren op 10 vaste posities, Kom-borden)
- Stadsschermen en A0 posters langs de weg
- VVV locatie + Live Hilversum brandstore (on- en offline bezoekers)
- Beheer van de Kwekerij
- 2 persreizen



Citymarketing netwerk

- Partnerbijeenkomsten, partnernieuwsbrief en presentaties
- Samenwerkingen met winkeliersverenigingen, Stadsfonds en het Cultuurnetwerk
- Deelname aan Platform en Taskforce Economie
- Samenwerking DMO's en CMO's (o.a. Visit Gooi & Vecht, Utrecht Marketing)
- Gooi Meetings i.s.m. congreslocaties
- Voorbereidingen The Media Ahead i.s.m. bedrijven en kennisinstellingen

Kennisdeling

- Kerncijfers Bezoekersmonitor
- Trendrapportage Toerisme
- Doelgroepanalyse BSR Leefstijlen



Kijk voor meer info op
hilversummarketing.nl