

Nieuwsbrief 22 december 2016

In deze nieuwsbrief:

- [Persactie 'Het is 5 voor 12: hoog tijd voor een beter vervoersplan van de NMBS'](#)
- [B\(r\)ouw Challenge](#)
- [Waar of onwaar? City marketing is enkel en alleen weggelegd voor grote steden.](#)
- [RESOC/SERR Midden-West-Vlaanderen wenst u een schitterend 2017!](#)

Persactie 'Het is 5 voor 12: hoog tijd voor een beter vervoersplan van de NMBS'

De regio's Midden-West-Vlaanderen en Westhoek ijveren gezamenlijk voor een beter vervoersplan van de NMBS en organiseerden voor dag en dauw op maandagochtend 19 december 2016 een persactie in het station van Diksmuide. Lees hier [de persnota](#) die voorgesteld werd.

De persmeeting werd bijgewoond door tal van (beleids)mensen uit beide regio's en vertegenwoordigers van het Hoger Onderwijs die de actie steunen. De kennis- en onderwijsinstellingen onderschrijven onze vraag om de treinverbindingen te optimaliseren voor zowel de kotstudenten als de pendelstudenten die dagelijks naar Brugge en Kortrijk sporen.

Benieuwd naar wat de treinreizigers zélf vinden van het treinaanbod? Bekijk hier de [resultaten](#) van de online enquête 'Spoort u (nog) goed?'

[Klik hier](#) voor enkele sfeerbeelden van de persactie en [hier voor de reportage op Focus-WTV](#).

B(r)ouw Challenge

RESOC Midden-West-Vlaanderen, Erfgoedcel TERF, onroerend erfgoeddienst RADAR, en andere partners dagen **30 ambitieuze studenten** uit verschillende opleidingen (architectuur, monumentenzorg, business- en communicatiemanagement, sociaal-cultureel werk) uit om tijdens een **2-daags ontwerpatelier** tijdens het eerste weekend van april 2017 in multidisciplinaire teams een **nieuwe invulling** voor de **oude brouwzaal** van **brouwerij Rodenbach** (Roeselare) te bedenken.

Surf vlug naar www.midwest2020.be voor meer informatie

[Volg deze actie nu ook op Facebook!](#)

Waar of onwaar? City marketing is enkel en alleen weggelegd voor grote steden.

Steeds meer steden en gemeenten zijn bezig met city branding. Steden als Amsterdam, Londen en New York, maar ook kleinere steden als Hasselt en Göteborg zijn bekende voorbeelden. Dit zijn slechts enkele cases van lokale besturen die het belang en de waarde van een goed doordachte, eigen 'merk'-strategie erkennen en nastreven. City branding wordt in de concurrentieslag tussen steden/gemeenten dan ook als een steeds belangrijker strategisch en socio-economisch/toeristisch instrument gezien, om bewoners, bedrijven en bezoekers aan zich te binden of nieuw aan te trekken.

RESOC Midden-West-Vlaanderen werkte i.h.k.v van het [Erasmus+ project IBRAVE](#) mee aan de realisatie van een praktische gids met tal van inspirerende praktijkvoorbeelden waarin steden en gemeenten hun succesvolle branding strategie voorstellen. Deze initiatieven kunnen als inspiratie dienen voor andere lokale besturen om door inzet van een betere 'city branding' strategie zich sterker te profileren naar hun eigen inwoners en naar bezoekers.

[Download hier de IBRAVE-toolkit.](#)

RESOC/SERR Midden-West-Vlaanderen wenst u een schitterend 2017 toe!

RESOC-SERR Midden-West-Vlaanderen
Streekhuis Midden-West-Vlaanderen
Spanjestraat 141, 8800 Roeselare
T 051 27 55 56
E resoc.middenwvl@west-vlaanderen.be
W www.midwest2020.be

[Bezoek ons ook op Facebook](#)
