

Gedeputeerde Staten**Provinciale Staten van Zeeland**

T.a.v. de voorzitter

onderwerp	kenmerk	behandeld door	verzonden
Stand van zaken opgave Zichtbaar Zeeland	20036746 		

Middelburg, 24 november 2020

Geachte voorzitter,

Met deze brief informeren wij u over een aanpassing in het proces van de opgave Zichtbaar Zeeland en de totstandkoming van de Zeeland Marketing Organisatie (ZMO).

Achtergrond en context

In het coalitieakkoord én in de begrotingen 2020 en 2021 is het belang van het herpositioneren van Zeeland en het versterken en verbreden van Zeeuwse imago opgenomen, zodanig dat mensen Zeeland meer en eerder gaan overwegen als plek om te leven, werken, studeren, recreëren en ondernemen. Hierover is in zowel de Voorjaarsnota 2020 (PS 28/29 mei 2020) als in het Statenvoorstel Richtingennotitie Zichtbaar Zeeland (PS 10 juli 2020) aangegeven dat het streven is om via netwerksturing te komen tot één organisatie voor Zeeland, waar gewerkt wordt aan het imago en de integrale marketing van Zeeland.

De voorbereidingen voor deze organisatie zijn inmiddels in volle gang en worden gefaciliteerd door een kernteam met specifieke expertise op vlak van juridisch, deelnemingen, online marketing etc. De inhoudelijke en procesmatige coördinatie van dit proces (netwerksturing) wordt gedaan door een triple helix samengestelde werkgroep en stuurgroep ZMO. Tijdens dit voorbereidingstraject en het proces van politiek-bestuurlijke besluitvorming in uw Staten werd voornoemde ambitie expliciet onderschreven door de Werkgeverstop (vijftien grootste Zeeuwse werkgevers) en VNO-NCW (in samenspraak met de Economic Board), zoals blijkt uit hun Position Paper dat in februari 2020 is overhandigd aan ons college. Hierin geeft de Werkgeverstop het signaal af dat de aanpak van de problemen op de arbeidsmarkt alleen succesvol kan zijn wanneer gestreefd wordt naar een groei van de beroepsbevolking in de komende tien jaar en dat de regio Zeeland zich veel beter moet profileren met haar onderscheidende kernmerken. Bij de aanpak en uitvoering hiervan willen de werkgevers betrokken worden. Ze onderkennen daarbij dat dit van hen inzet vraagt en dat de concretisering een gezamenlijke verantwoordelijkheid is.

De lichten stonden dus op groen om samen met onze partners de uitvoeringskracht te organiseren die nodig is voor een integrale marketing- en imago-aanpak voor Zeeland. Inzet was daarbij dat de ZMO zou starten op 1 januari 2021. Die datum was mede gekozen omdat inmiddels duidelijk was dat VVV Zeeland op die datum niet meer zou bestaan. Zo konden we ervoor zorgen dat een viertal functies van VVV Zeeland rechtstreeks konden worden geborgd bij de nieuwe organisatie. Dit is niet haalbaar gebleken, niet in de laatste plaats als gevolg van COVID-19, waardoor er sinds maart minder gelegenheid was voor brede bijeenkomsten. Het gaat dan om de voorgenomen follow-up van de Werkgeverstop, maar ook om de beoogde bijeenkomsten met/van andere stakeholders zoals gemeenten, toeristisch bedrijfsleven, de culturele sector, het onderwijs etc. over dit onderwerp.

In plaats daarvan hebben veel individuele gesprekken en gesprekken in kleiner verband plaatsgevonden.

Dit heeft geleid tot persoonlijke aandacht en betrokkenheid, maar nog niet tot het beoogde 'brede draagvlak' onder stakeholders. Tegelijkertijd werd als gevolg van COVID-19 de behandeling in uw Staten van de Richtingennotitie Zichtbaar Zeeland uitgesteld van maart 2020 (de GS informatiebijeenkomst over deze opgave ging nog net wel door op 10 maart) naar 10 juli 2020.

Dit alles betekende dat er te weinig tijd was voor een gedegen voorbereiding voor bestuurlijke besluitvorming - mede gebaseerd op een breed draagvlak van diverse partners - voor de op- en inrichting van de ZMO voor de datum van 1 januari 2021 (de datum dat de VVV Zeeland stopt). Tijdens de GS-Informatiebijeenkomst van 2 oktober 2020 hebben gedeputeerden De Bat en Van der Velde uw Staten geïnformeerd over deze situatie en de noodzaak voor een aanpassing in het proces. Deze aanpassing is tijdens die bijeenkomst aan u gepresenteerd als de twee sporenaanpak.

Twee sporenaanpak

Aan het begin van het 4^e kwartaal 2020 is opnieuw de afweging gemaakt hoe de diverse doelen binnen de opgave Zichtbaar Zeeland het beste kunnen worden behaald. Enerzijds was dat het borgen van de vier functies van VVV Zeeland vóór 1 januari 2021 en anderzijds het doorlopen van een zorgvuldig proces met uw Staten en met stakeholders in de totstandkoming van de ZMO. Deze twee doelen hebben een andere dynamiek, die we hebben we vertaald in een twee sporen aanpak:

1. Het borgen van de VVV-assets is een project, dat goed en snel moest worden afgerond vanwege het stoppen van VVV Zeeland per 1 januari 2021 en het feit dat er nog geen ZMO zou zijn op die datum. Om die reden hebben wij besloten om de vier belangrijke toeristische functies van de VVV (toeristische marketing, informatiemanagement (digitale infrastructuur – website, apps en data), het Routebureau en de ondersteuning gemeentelijke inspiratiepunten) tijdelijk te borgen bij de Provincie. Vanaf 2021 zullen deze functies tot aan het moment van overdracht aan de ZMO vanuit het Provinciehuis worden uitgevoerd.

De digitale assets worden inmiddels gemigreerd naar het zogenaamde Sitecore-platform van de Provincie, waar de marketingactiviteiten op het gebied van wonen, werken en studeren al plaatsvinden. Na de migratie zullen de digitale assets worden onderhouden zodat deze later kunnen worden overgedragen aan de marketingorganisatie. De tijdelijke borging betekent niet dat alle zaken die VVV Zeeland deed op het gebied van toeristische marketing op eenzelfde wijze en met dezelfde intensiteit kunnen worden doorgezet, maar wel dat we ervoor kunnen zorgen dat er voldoende continuïteit in de uitvoering zit zodat deze activiteiten en assets in de loop van 2021 aan de ZMO kunnen worden overgedragen.

2. Verder is in de afgelopen periode geïnvesteerd in het betrekken van gemeenten, bedrijfsleven en onderwijs bij de ontwikkeling van de beoogde marketingorganisatie ZMO. Inzet is om nog dit jaar in overleg en afstemming met (potentiële) partners een concept *Regionale Marketingstrategie Zeeland* af te ronden. Een strategie die mede wordt gebaseerd op het hiervoor genoemde Position Paper van de Werkgeverstop. Deze strategie vormt het strategisch en inhoudelijk kader voor de opgave Zichtbaar Zeeland. Dit kader borduurt voort op de Richtingennotie en wordt momenteel door de triple helix werk- en stuurgroep, ondersteund door het kernteam ZMO, in concept opgesteld. Hierbij zijn diverse organisaties en stakeholders betrokken. Onderdeel van de strategie zijn de diverse bouwstenen die de afgelopen periode al in concept zijn ontwikkeld, waaronder de missie/visie van de ZMO, de inhoudelijke doelstellingen, het takenpakket (afbakening), de rollen, een ethische code (m.b.t. data), de beoogde governance en juridische entiteit, een organogram en een functiehuis. Al deze concept bouwstenen worden in de conceptstrategie met elkaar in samenhang gebracht en tot één strategie gevormd. Deze conceptstrategie vormt de basis voor het Opgavenvoorstel Zichtbaar Zeeland dat op 22 januari 2021 in de Commissie Strategische Opgaven en op 5 februari in uw Staten kan worden behandeld. Daarna zal in samenwerking met de netwerkpartners vanuit deze kaders verder invulling en uitwerking worden gegeven aan zowel de inhoudelijke strategie als aan het vormgeven van de organisatorische kant richting de marketingorganisatie. Hiervoor wordt de periode van februari, maart en april benut.

Vóór 1 juli 2021 moet duidelijk zijn dat er behalve voor de nog op te stellen Regionale marketingstrategie Zeeland ook een breed draagvlak én commitment is voor de ZMO in zowel inhoudelijk als financieel opzicht. Mocht dit niet het geval zijn dan moet bezien worden of en zo ja op welke wijze, uitvoering kan worden gegeven aan Zichtbaar Zeeland.

De beoogde besluitvorming hierover is voorzien in uw Staten van 10 en 11 juni 2021.

Hopende u hiermee voor dit moment voldoende geïnformeerd te hebben.

Met vriendelijke groet,

gedeputeerde staten,

Drs. J.M.M. Polman, voorzitter

A.W. Smit, secretaris