

Financiële consequenties externe inhuur:

Kostensoort: nvt
Bedrag:

Financiële consequenties opdracht/uitbesteding:

Kostensoort: nvt
Bedrag:

Gedeputeerde
belast met
behandeling: dhr. drs. J. de Bat - Zichtbaar Zeeland

Vergadering PS: 10 juni 2021
Nr: 55743
Agenda nr:
Vergadering GS: 20 april 2021
Nr: 41648

Onderwerp: Marketing Strategie Zeeland

Aan de Provinciale Staten van Zeeland

Samenvatting:

In uw vergadering van 5 februari 2021 heeft u het toen voorliggende concept van de Marketingstrategie Zeeland vastgesteld. Voorts heeft u ons college de opdracht gegeven om samen met de triple helix samengestelde werk- en Stuurgroep ZMO een brede dialoofase te organiseren en de opbrengst daarvan te verwerken in de definitieve strategie en dit als definitief Opgavenvoorstel Zichtbaar Zeeland in PS van juni 2021 voor te leggen. Op basis van deze besluiten heeft in de periode februari en maart een brede consultatie plaatsgevonden. Deze consultatie heeft geleid tot een breed gedragen Marketingstrategie Zeeland op grond waarvan wordt voorgesteld om de kaderstellende onderdelen daarvan vast te stellen en te besluiten de Opgave Zichtbaar Zeeland te beëindigen en de verdere uitvoering van deze strategie onder te brengen bij het programma regionale economie. Begrotingswijziging wijziging vervaardigen voor het overhevelen van het restantbudget van de opgave naar het uitvoeringsprogramma.

Wat willen we bereiken?

Brede consultatie over de strategie: de uitkomst

In de afgelopen periode heeft, onder leiding van de werk- en stuurgroep Zeeland Marketing (triple helix samengesteld), over de Marketingstrategie een brede consultatie plaatsgevonden: bij het Aanvalsteam Arbeidsmarkt, een aantal vertegenwoordigers uit de toeristische sector, Campus Zeeland, Economic Board, VNO-NCW, de Zeeuwse gemeenten citymarketingorganisaties, Onbegrensd Zeeuws-Vlaanderen/Expat Center, Zeeuws Cultuur Overleg, Samenwerkingsverband Natuurorganisaties, SportZeeland, en de Stuurgroep Deltaplan: Arbeidsmarkt zorg en welzijn Zeeland.

In bijlage 1 "Opbrengst brede consultatie Marketingstrategie Zeeland" is per onderdeel de uitkomst opgenomen.

In samenvattende zin zijn de reacties "kritisch opbouwend" en in het algemeen is men positief over de Marketingstrategie. Er ligt daarmee een goede basis voor een samenhangende marketingaanpak vanuit Zeeland.

Tegelijkertijd is er behoefte aan verdere uitwerking/concretisering van de strategie. Dit blijkt ook uit het feit dat "de toegevoegde waarde van de inspanningen van de ZMO" nog niet voldoende helder/concreet zijn, waardoor er in deze fase nog geen financiële toezeggingen gedaan konden worden.

De Stuurgroep ZMO heeft, indachtig de wetenschap dat meer tijd nodig is om de toegevoegde waarde van de ZMO helder/concreter te krijgen op 26 maart jl. een mail verzonden aan de colleges van B&W van de Zeeuwse gemeenten (bijgevoegd). Daarin is de volgende concrete vraag aan de colleges van B&W gesteld:

“Voor nu wordt het College de vraag voorgelegd om het belang te onderstrepen van de gezamenlijke aanpak van deze opgave en het uitspreken van het vertrouwen in het samen met de andere partners oprichten van de ZMO”.

Inmiddels hebben alle gemeenten hierop gereageerd. Uitkomst is dat er een breed draagvlak is om mee te werken aan het verder gezamenlijk uitwerken van een Zeeuwse marketingstrategie en de voorbereidingen voor de Zeeland Marketing Organisatie (ZMO).

Conclusies n.a.v. consultatie Marketingstrategie Zeeland

Met de instemming vanuit de brede consultatie over de marketingstrategie, ligt er nu een stevig kader voor de volgende stap: het met de partners uitvoering gaan geven aan dit kader. Instemmen met het kaderstellende deel van de Marketingstrategie Zeeland

Het gaat dan om het gezamenlijke invulling te geven aan de marketing en positionering én daarbij tegelijkertijd zo snel mogelijk van de kant te gaan met deze vraagstukken. Dit betekent dat vanuit de tijdelijke uitvoering van de marketing wonen/werken/studeren/toerisme bij de provincie, samen met de netwerkpartners gaandeweg de concretisering op het vlak van imago/marketing kan worden ingevuld op de genoemde terreinen. Met deze start wordt toegewerkt naar het uiteindelijk, in het gezamenlijkheid oppakken van de Zeeuwse marketing- en positioneringsvraagstukken in een flexibel, toegesneden organisatie. Continuering van de (tijdelijke) uitvoering van de marketing door de provincie staat op de langere termijn op gespannen voet met de inzet om via een Zeeuws brede aanpak het imago te versterken vanuit de gezamenlijk marketingstrategie en vanuit een daartoe geëigende plek. Niettemin dient er wel te worden gezorgd voor continuering in de marketinguitvoering en doorontwikkeling bij de provincie tot aan het moment dat er meer duidelijkheid is.

Omdat de Marketingstrategie een aantal onderdelen kent die specifiek gaan over de ZMO: In hoofdstuk 2 (Inrichten) gaat het om punt 2A (Missie & visie) en voorts geheel hoofdstuk 3 (Verrichten) is het voorstel om het kaderstellende deel van de strategie vast te stellen (zie bijlage 1).

Verder is het voorstel om opdracht te geven om het uitvoeringsgerichte deel van de strategie uit te werken overeenkomstig de opbrengst uit de consultatie in een uitvoeringsagenda.

Wij zijn van mening dat – naar analogie van de opgave RES - voldaan is aan de invulling van de Opgave Zichtbaar Zeeland en dat nu de volgende fase i.c. de uitvoering kan worden ingegaan. Vorenstaande betekent dat de Opgave Zichtbaar Zeeland kan worden beëindigd en de uitvoering(sfase) vanaf 1 juli 2021 kan worden gestart, waarbij het ons voorstel is deze onder te brengen in het uitvoeringsprogramma Regionale economie. Onder dit programma valt immers ook (al) de (tijdelijke) uitvoering door de provincie van de marketing wonen/werken/studeren en toerisme door de Provincie.

In het verlengde van vorenstaande is het voorstel om het nog resterende bedrag op 30 juni 2021 bij de Opgave Zichtbaar Zeeland over te hevelen naar het Programma Regionale Economie. Vanaf heden wordt u over de voortgang van de uitvoering Opgave Zichtbaar Zeeland geïnformeerd via het uitvoeringsprogramma Regionale Economie.

Waarom kunnen we zien of alles bereikt is?

- Per 1 juli is er een team binnen programma Regionale economie, die de continuering van de uitvoering van wonen, werken en recreatie marketing waarborgt. Hiervoor wordt een marketingactieplan/-kalender opgesteld met de nodige campagnes voor korte termijn.
- Binnen Programma Economie is er menskracht om de netwerksturing die vanuit de opgave ZZ is opgebouwd (werk- en stuurgroep, Marketingstrategie Zeeland) te continueren en transformeren naar een uitvoeringsagenda.
- Binnen Programma Economie wordt gestart met de vernieuwde merkstrategie (positionering), gericht op de versterking en verbreding van het Zeeuws imago
- Binnen Programma Economie wordt samen met partners gekeken naar het gezamenlijk organiseren en financieren van samenwerkingsprojecten, zoals dat de afgelopen drie jaar ook met de zorgsector is gebeurd. Dat kan met werkgevers, onderwijs, toerisme etc.

- Binnen programma Economie wordt gezorgd dat contracten op het gebied van ICT/licenties, opdrachten en personeel gecontinueerd of vernieuwd kunnen worden om bovenstaand uitvoeringsniveau mogelijk te maken.

Wat doen we daarvoor?

Expertise, menskracht en middelen beschikbaar stellen om bovengenoemde doelen te bereiken.

Wat mag het kosten?

Wij gaan er vooralsnog van uit dat samen met de resterende middelen van de opgave Zichtbaar Zeeland er voor de uitvoering voldoende middelen beschikbaar zijn.

Financiële consequenties externe inhuur: geraamd op Externe_inhuur (kostensoort inhuur_Kostensoort)

n.v.t.

Wij stellen u voor te besluiten overeenkomstig bijgevoegd ontwerp-besluit.

Gedeputeerde staten,

Drs. J.M.M. Polman, voorzitter

A.W. Smit, secretaris

Ontwerpbesluit

De staten der provincie Zeeland,
gelezen het voorstel van Gedeputeerde Staten van 20 april 2021, nr. 41648;

besluiten:

1. De kaderstellende onderdelen van de Marketingstrategie Zeeland (RMsZ) vast te stellen.
2. De Opgave Zichtbaar Zeeland per 1 juli 2021 te beëindigen.
3. Het college de opdracht te geven om samen met de triple Helix netwerkpartners het uitvoeringsgerichte deel van de strategie uit te werken overeenkomstig de opbrengst uit de consultatie in een uitvoeringsagenda.
4. De uitvoering onder te brengen in het Programma Regionale Economie en het op 1 juli 2021 resterende budget van Zichtbaar Zeeland via een begrotingswijziging over te hevelen naar het Programma Regionale Economie.