

Financiële consequenties externe inhuur:

Kostensoort: N.v.t.
Bedrag: zie begroting

Financiële consequenties opdracht/uitbesteding:

Kostensoort:
Bedrag: € 0,00

Gedeputeerde
belast met
behandeling: dhr. J.A. de Bat

Vergadering PS: 5 februari 2021
Nr: 20041328
Agenda nr:
Vergadering GS: 15 december 2020
Nr: 20040094

Onderwerp: Concept Opgavenvoorstel Zichtbaar Zeeland inz. RMsZ

VOORSTEL

Aan de Provinciale Staten van Zeeland

Samenvatting:

In het coalitieakkoord én in de begrotingen 2020-2021 is het belang van het herpositioneren van het Zeeuwse imago opgenomen, zodanig dat mensen Zeeland meer en eerder gaan overwegen als plek om te leven, werken, studeren, recreëren en ondernemen. Hierover is door uw Staten 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 voor deze aanpak te komen tot één uitvoeringsorganisatie voor Zeeland. De concept Regionale Marketingstrategie Zeeland (RMsZ) is een belangrijke stap op weg hier naartoe.

De concept Regionale Marketingstrategie Zeeland is een startdocument voor de brede dialoog met allerlei relevante partners in Zeeland. Het wordt in de eerste maanden van 2021 voorgelegd aan de betrokken Zeeuwse partijen. Hun inbreng zal door de werk- en stuurgroep Zeeland Marketing zorgvuldig worden gewogen en van een advies worden voorzien, zodat een definitieve Regionale Marketingstrategie in juni ter besluitvorming kan worden voorgelegd aan uw Provinciale Staten en de andere beoogde partnerorganisaties. Bij voldoende draagvlak en commitment en positieve besluitvorming van de diverse gremia, zal in juli het startschot worden gegeven voor de uitvoeringsfase.

In de door u op 10 juli 2020 vastgestelde Richtingennotitie zijn enkele prioriteiten aangegeven. Het imago van Zeeland moet worden bijgesteld, hetgeen een gezamenlijke Zeeuwse aanpak en een lange adem vergt. In Zeeland is het uitstekend wonen, studeren, ondernemen, investeren, recreëren en werken. Maar buiten Zeeland weet lang niet iedereen dat. Verder staat Zeeland voor grote uitdagingen als het gaat om het vinden van personeel. Want er is veel werk, maar bedrijven hebben moeite om aan voldoende en goed opgeleid personeel te komen. Een derde grote uitdaging betreft de toeristische marketing van Zeeland. In uw besluitvorming heeft u aangegeven dat een viertal taken en assets van VVV Zeeland relevant en waardevol zijn voor de toekomstige integrale marketingaanpak van Zeeland en dat deze taken - na beëindiging van VVV Zeeland per 1 januari 2020 - geborgd moeten worden. Deze taken worden nu tijdelijk - tot aan de mogelijke opstart van de Zeeland Marketingorganisatie - belegd bij de Provincie Zeeland en moeten in 2021 worden overgedragen aan de ZMO, samen met de marketingactiviteiten en -assets op het gebied van wonen, werken en studeren.

Wat willen we bereiken?

Het doel van dit concept strategiedocument is de totstandkoming van een breed gedragen Marketingstrategie Zeeland, die resulteert in:

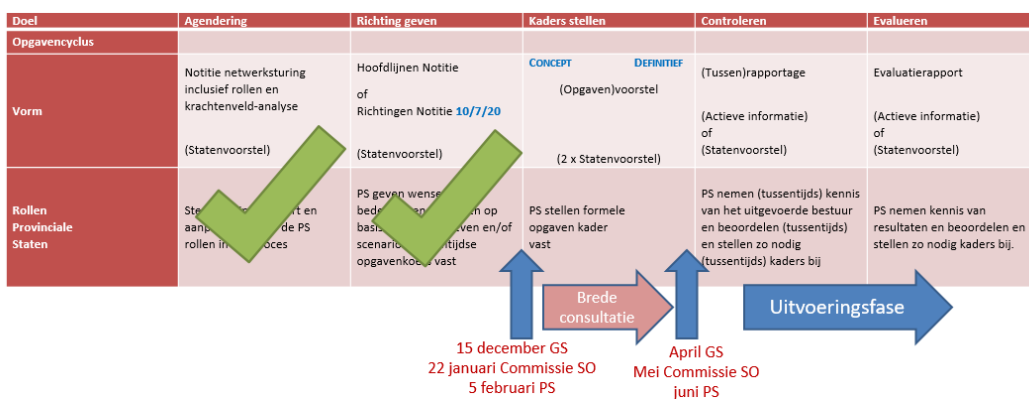
1. een overkoepelende strategie om Zeeland te promoten als aantrekkelijk gebied om te wonen, werken, studeren, ondernemen, investeren en recreëren;
2. een krachtige uitvoeringsorganisatie op het gebied van imago en integrale gebiedsmarketing;
3. een verandering of tenminste de structurele verbetering van het momenteel eenzijdige, soms verkeerde maar zeker beperkte Zeeuwse imago;
4. de daaraan gerelateerde herpositionering en/of consolidatie (te bepalen per deelgebied) van de positionering van Zeeland op het gebied van wonen, werken, bezoeken, ondernemen, investeren en studeren;
5. de signaleringsfunctie met betrekking tot het structureel oplossen van hiaten in het infrastructurele, maatschappelijke en economische aanbod die bijdragen aan het huidige imago of imagoverbetering in de weg staan;
6. structurele financiering van deze complexe opgave;
7. integrale marketing over alle sectoren (wonen, werken, studeren, ondernemen en recreëren) om te zorgen voor consistentie en kruisbestuiving;
8. een samenwerkingsstrategie en een organisatievorm waarin alle relevante Zeeuwse partijen participeren, regionaal samenwerken en effectief aan bijdragen.
9. een centraal digitaal platform, waarop specifieke informatie over wonen, werken, studeren, ondernemen en recreëren zichtbaar is, inclusief digitale campagnes voor zowel versterking van het imago (horizontaal) als voor concrete (verticale) doelen, zoals werving van arbeidskrachten in de diverse sectoren zoals het voorbeeld in de zorg met het aantrekken van nieuwe huisartsen.

Waarom kunnen we zien of alles bereikt is?

- ✓ Zeeuwse partners geven hun commitment m.b.t. het bundelen van de regionale marketing via een publiek-private samenwerking in een zelfstandige marketingorganisatie.
- ✓ Zeeuwse 'streekholders' maken hun wensen en hun ambities op dit vlak duidelijk kenbaar tijdens de fase van brede Zeeuwse consultatie
- ✓ Tijdens de consultatieronde wordt getoetst of er voldoende draagvlak en commitment onder Zeeuwse partijen is voor de oprichting van een Zeeuwse Marketing Organisatie (zowel inhoudelijk als financieel).

Wat doen we daarvoor?

Het document dat voor u ligt, is de *concept* Regionale Marketingstrategie Zeeland (RMsZ), analoog aan de *concept* Regionale energiestrategie (RES) en de *concept* Klimaatadaptatiestrategie (KAsZ) etc. waar ook een Zeeuwse gezamenlijkheid (netwerksturing) achter zat. De status van deze conceptversie heeft als doel om een *gezamenlijke startdocument* te hebben, op basis waarvan de brede dialoog in Zeeland kan worden georganiseerd. Op basis van de input van alle streekholders op dit startdocument (de concept RMsZ) wordt vervolgens een definitieve RMsZ opgesteld, en ter besluitvorming voorgelegd aan uw staten in juni (en aan gemeenteraden en besturen van andere partners). Zie schema opgavencyclus.



Deze brede consultatieronde over de concept Regionale Marketingstrategie Zeeland wordt in eerste instantie georganiseerd in negen groepen consultaties.

1. Provincie: dialoog GS – PS over twee thema's:
 - a. het kader (de strategie voor de opgave van het PPS-netwerk Zeeland) en
 - b. de rol van de Provincie (provinciale deelneming: zeggenschap, financiën, etc.)
2. Gemeenten
3. Lokale city-, eiland- en regiomarketingorganisaties (veelal PPS)
4. Bedrijfsleven, te beginnen bij Werkgeverstop (o.b.v. position paper) i.s.m. Aanvalsteam arbeidsmarkt
5. Onderwijs en kennisorganisaties en –tafels (K&I-netwerken)
6. Koepelorganisaties als VNO-NCW, ViaZorg, TUA/TOZ etc. die vooral sectorale en deelbelangen vertegenwoordigen en van daaruit het groter belang zien
7. Maatschappelijke organisaties, zoals Sport Zeeland, Cultuur- en natuurorganisaties etc.
8. Economic Board
9. overig: betrokken Zeeuwen, creatieven e.a. die Zeeland en Zeeland marketing en warm hart toe dragen.

Naast de eerste initiatiefnemers kunnen alle bedrijven, gemeenten, zorg- en onderwijsinstellingen, bestaande samenwerkingen en belanghebbende partners in cultuur, natuur, sport, recreatie en toerisme zich aansluiten gedurende de komende maanden.

Na de consultatieronde zal - bij voldoende draagvlak en commitment van partners – in juni een definitieve Regionale Marketingstrategie aan uw staten worden voorgelegd, waarmee het startschot kan worden gegeven voor de uitvoeringsfase. Beoogd is om op dat moment – in samenhang met de definitieve RMZ – een voorstel te doen voor de oprichting van de uitvoeringsorganisatie op het gebied van imago en integrale gebiedsmarketing. De uitvoering van die integrale gebiedsmarketing richt zich op de positionering van Zeeland en spitst zich toe op marketing, branding en promotie

Wat zijn de effecten?

- Een sterk en evenwichtig imago van Zeeland, dat bevorderend werkt voor de economische structuurversterking en leefbaarheid van Zeeland.
- Meer samenhang en samenwerking in de marketing van Zeeland (integraal) waardoor de synergie, de impact en het rendement fors toeneemt van alle marketinginspanningen op het gebied van wonen, werken, studeren, recreëren, investeren en ondernemen.
- De exacte KPI's zullen door de partners van de ZMO worden vastgesteld, waaronder de Provincie. Via de Provinciale deelneming zullen jaarafspraken gemaakt worden en zal aan uw staten worden gerapporteerd over de voortgang.

Wat mag het kosten?

Zichtbaar Zeeland is benoemd als een van de vijf bestuurlijke opgaven in het coalitieakkoord. In de begroting 2021 en het meerjarenperspectief vindt daarvan een financiële doorvertaling plaats. In de najaarsnota 2020 is besloten om voor verdere uitwerking van deze opgave in 2021 € 0,5 miljoen beschikbaar te stellen.

Binnen de beleidsdoelstelling ' 040106 uitvoering Zichtbaar Zeeland' zijn meerjarige budgetten opgenomen voor activiteiten op het gebied van marketing en promotie. Beoogd is om het Provinciale aandeel in de financiering van de uitvoering van de marketingorganisatie binnen de omvang van deze budgetten te laten plaatsvinden. Echter, afhankelijk van het ambitieniveau van de definitieve RMsZ kan dat mogelijk leiden dat aanvullende dekking benodigd is. Dat betekent dat in dat geval, als onderdeel van de vaststelling van de definitieve RMsZ, daartoe een dekkingsvoorstel zal worden voorgelegd.

Financiële consequenties externe inhuur: geraamd op (kostensoort)

Er is voor het begeleiden van het doorlopen van het proces van de RMsZ en de voorbereiding van de oprichting van de marketingorganisatie een compact team met specifieke expertise op het gebied van PPS, online marketing en digitale architectuur alsmede een kwartiermaker ingeschakeld. Deze kosten kunnen worden gedekt binnen het huidige budget.

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

Gedeputeerde staten,

Drs. J.M.M. Polman, voorzitter

A.W. Smit, secretaris.

Ontwerp-besluit

De staten der provincie Zeeland,
gelezen het voorstel van Gedeputeerde Staten van 15 december 2020, nr. 20040094;

besluiten:

1. De concept Regionale Marketingstrategie Zeeland (RMsZ) vaststellen als nadere uitwerking van de op 10 juli in PS vastgestelde Richtingennotitie Zichtbaar Zeeland
2. Deze RMsZ te beschouwen als Concept Opgavenvoorstel Zichtbaar Zeeland, dat het startdocument is voor de brede dialoofase in Zeeland
3. Het college de opdracht te geven om samen met de triple Helix samengestelde werk- en stuurgroep Zeeland Marketing de brede dialoofase te organiseren, de input te verwerken in de definitieve RMsZ en dit als definitief Opgavenvoorstel in de Statenvergadering van juni 2021 te agenderen.