

Provinciale Staten van de Provincie Zeeland
postbus 6001
4330 LA MIDDELBURG

Onderwerp	Zaaknummer	Behandeld door	Verzonden
Standpunt over positionering en merkwaarden Zeeland	106866	[REDACTED]	

Middelburg, 20 september 2022

Geachte voorzitter,

Met onze brief van 19 juli 2022 nr.106866 hebben wij u nader geïnformeerd over de "Stand van zaken positionering en imago". Hierin gaven wij aan dat wij kort na het zomerreces ons standpunt zouden bepalen over de positionering en merkwaarden van Zeeland, de daarna te zetten vervolgstappen en dat wij ons standpunt (inclusief de eindrapportage van Prof. Dr. [REDACTED] aan u voor zouden leggen.

In onze vergadering van 20 september 2022 hebben wij ons standpunt bepaald op basis van het eindrapportage. Dit in de wetenschap dat deze tot stand is gekomen door de grote betrokkenheid en inbreng van vertegenwoordigers van vele netwerkpartners waardoor er een solide basis is ontstaan om met elkaar verder samen te werken.

Daarbij onderschrijven wij de breed gedragen opvatting dat het bij positionering en merkwaarden niet gaat over het voeren van campagnes of het uitdragen van slogans en logo's maar "over het laten weerklinken ervan in de activiteiten die in de regio gebeuren. Dit houdt in dat "zoveel mogelijk merkversterkend gewerkt wordt (in gedrag en communicatie)".

Wij hebben dan ook besloten om de positionering en merkwaarden voor Zeeland te onderschrijven en deze als uitgangspunt te gaan nemen bij de ontwikkeling en uitvoering van het provinciaal beleid.

Tegelijkertijd realiseren we ons dat "het echte werk nu pas begint".

In de eindrapportage is, onder het kopje Hoe nu verder, hierover het volgende opgenomen:

- 1) *De inhoud van dit document dient breder gevaloriseerd te worden door ermee op pad te gaan om samenwerkingsverbanden te katalyseren. Die samenwerkingsverbanden zijn nodig om de positionering en merkwaarden te laten weerklinken in de dingen die er in de regio gebeuren en in nieuwe – tot de verbeelding sprekende – initiatieven. Dit kan geborgd worden door gebruik te maken van zogenaamde merkfilters:*
 - Filter 1, Strategiefilter: zijn de positionering en merkwaarden te herkennen?*
 - Filter 2, Identity Filter: is het herkenbaar Zeeuws?*
 - Filter 3, Relevantiefilter: is het relevant voor een extern publiek?*
 - Filter 4, Clichéfilter: worden stereotypes en clichés in een ander licht geplaatst of ontweken?*
 - Filter 5, Haalbaarheidsfilter: is het realistisch?*
- 2) *Op de in dit document geboden fundering moet een stevig merk- en marketinghuis gebouwd worden (inclusief KPI's en meetinstrumenten).*
- 3) *Belangrijke organisatorische en governance vraagstukken zullen nog een antwoord moeten krijgen.*

In essentie gaat het nu om het zetten van de volgende stappen met de netwerkpartners. Dit betekent dat we met hen gaan werken aan een "brede uitrol" van de positionering en merkwaarden in gedrag en communicatie met als doel het merk Zeeland te versterken. Parallel hieraan gaan we aan de slag met de organisatorische en governance vraagstukken. In ons voorstel aan uw Staten van 10 juni 2021 schreven wij hierover: *hiermee kan worden toegewerkt naar het in gezamenlijkheid oppakken van de Zeeuwse marketing- en positioneringsvraagstukken*. Hierbij is het van groot belang dat, ook in de transitieperiode, sprake blijft van een stabiele uitvoering van de marketing zoals deze nu vanuit de Provincie tijdelijk wordt uitgevoerd,.

Het is daarbij ons uitdrukkelijk voornemen om definitieve besluiten over organisatorische en governance vraagstukken nog in deze collegeperiode te nemen én aan uw huidige Staten voor te leggen.

Wij bieden uw Staten aan om – desgewenst – in een informatiebijeenkomst nader uitleg te geven over de positionering en merkwaarden Zeeland.

Met vriendelijke groet,

Gedeputeerde Staten,



Drs. J.M.M. Polman, voorzitter



A.W. Smit, secretaris

Bijlagen:

1. Eindrapportage positionering Zeeland

U wordt verzocht om in uw correspondentie steeds het zaaknummer te vermelden.