

Provinciale Staten van de Provincie Zeeland
postbus 6001
4330 LA MIDDELBURG

Onderwerp	Zaaknummer	Behandeld door	Verzonden
Stand van zaken positionering en imago	106866		

Middelburg, 19 juli 2022

Geachte voorzitter,

In de door uw Staten vastgestelde begroting 2022 is als doelstelling voor Marketing en imago het volgende opgenomen:

Het herpositioneren van het Zeeuwse imago zodat mensen Zeeland meer en eerder gaan overwegen als plek om te recreëren, verblijven, leven, werken en studeren. Dit blijft nog steeds een belangrijke opgave.

Een sterker Zeeuws imago helpt bij het aantrekken van toeristen, arbeidskrachten, inwoners en nieuwe bedrijven. De beoogde oprichting van een organisatie voor regiomarketing in 2021 is niet doorgegaan. De uitvoering van de regiomarketing blijft in 2022 voortgezet worden binnen de Provinciale organisatie. Een team van gespecialiseerde medewerkers werkt hier vanuit een gemeenschappelijke basis aan (merk- en marketingstrategie etc.). Zij werken aan de positionering van Zeeland vanuit een samenhangende visie op het toepassen van technologie en het gebruik van data.

Acties

- 1. Continueren van de digitale marktwerking via het platform www.zeeland.com en daaraan verbonden social media kanalen. Belangrijk hierbij is in contact te blijven met geïnteresseerde doelgroepen en het aantal fans van Zeeland verder uit te breiden.*
- 2. Het voeren van campagnes voor specifieke doelgroepen samen met regionale partners (productmarkt combinaties) en meewerken aan campagnes van partners.*
- 3. Het uitvoeren van een nulmeting naar het Zeeuwse imago en de resultaten hiervan verwerken in een vernieuwde merkstrategie (positionering) en meenemen in de uitvoering.*
- 4. De bestaande positionering 'Zeeland Land in Zee' evalueren en waar nodig verder door ontwikkelen in producten en campagnes.*

Aan de acties onder de punten 1 en 2 wordt doorlopend invulling gegeven. In deze informatiebrief gaan wij verder in op de stand van zaken van de acties 3 en 4. Deze worden en zijn samen met onze netwerkpartners vormgegeven.

Nulmeting Zeeuwse imago en positionering en merkwaarden

a. Symposium

Op 17 februari 2022 werd het symposium 'Samen werken aan een sterk merk Zeeland' gehouden. Het symposium werd ingeleid door burgemeester Erik van Merrienboer van Terneuzen met een krachtig pleidooi:

"...dat we het merk Zeeland sámen moeten willen versterken. En daarbij kunnen we vertrekken vanuit onze eigen identiteiten, als organisatie, gemeente, stad, streek en regio. We mogen van elkaar verschillen. Maar we vormen Zeeland samen.

Een strategische positionering en marketing van Zeeland maakt het lokale ook sterker. Het is niet 'óf-óf', maar 'én-én'.

Hendrik Beerda (strategic brand consultant) presenteerde de uitkomsten van zijn (in onze opdracht uitgevoerde) onderzoek naar de merkkracht en reputatie van de provincie Zeeland, ook in vergelijking met de andere Nederlandse provincies. Hieruit bleek onder meer dat jongeren van 18 tot 30 jaar nauwelijks kiezen voor Zeeland en Zeeland niet wordt gezien als vernieuwend. Dat staat sociaaleconomische ontwikkelingen en ambities van Zeeland in de weg. Het onderzoek is inmiddels geactualiseerd onder meer vanwege de eerdere conclusie dat Zeeuwen niet veel vertrouwen (meer) hadden in de eigen provincie en dat dit een gevolg zou kunnen zijn van de Corona. Uit *bijgaande* versie blijkt dat het vertrouwen weer terug is.

Prof. Dr. Robert Govers, onafhankelijk internationaal adviseur en voorzitter van de International Place Branding Association, gaf een toelichting op de actuele inzichten in merkbeleid voor steden, regio's en landen en de wijze waarop dit samenhangt met – en verschilt van – marketing.

Het symposium werd bijgewoond door 121 vertegenwoordigers van (city) marketing/communicatie, zorg, wonen, toerisme, arbeidsmarkt, bedrijven, cultuur, onderwijs, food, natuur, sport, overig (zoals Portaal van Vlaanderen, ZLM, Expat Center), gemeenten en provincie.

Uitkomst was dat Zeeland behoefte heeft aan een duidelijke richting waarmee een sterkere reputatie gebouwd kan worden, zodat meer mensen Zeeland zien als interessante regio om te werken, te ondernemen, te bezoeken en te wonen.

Van het symposium is een samenvatting gemaakt: <https://vimeo.com/681869725/20307d9c69>

b. Slotbijeenkomst 28 juni 2022

Als vervolg op het symposium is Robert Govers gevraagd om te zorgen dat we nog vóór het zomerreces 2022 kunnen beschikken over een typering van de Zeeuwse identiteit en de positionering en merkwaarden. Om tot deze typering te komen zijn er eerst vijf sessies gehouden. De eerste sessie met tien deskundigen (historici, architect, archiefdeskundigen en (ex-) journalisten. Vervolgens zijn er twee sessies gehouden met een groep (van 18) managers en twee sessie met een groep (van 14) directeur-bestuurders/eigenaar. In deze sessies ging het om het bereiken van overeenstemming over de ambitie en een kernachtige karakterisering van Zeeland en haar inwoners op basis van de input uit de identiteitssessie.

De tweede bijeenkomst ging over de rol die Zeeland in de wereld wil vervullen en wat voor soort reputatie daar dan bij zou horen (positionering), inclusief merkwaarden.

De opbrengst van de sessies is in de slotbijeenkomst door Robert Govers gepresenteerd en onderschreven door de (100) aanwezigen. Vervolgens gingen de deelnemers in negen groepen uiteen om te bespreken of ze voldoende mogelijkheden zagen om de voorgestelde positionering en merkwaarden in de praktijk te vertalen naar “acties die om het merk Zeeland te versterken”. Uitkomst was dit er sprake is van een breed draagvlak.

Samengevat gaat het bij de positionering om het statement “Bouwen aan de Delta van de toekomst”, in het Engels: “Shaping the future Delta”.

Bij de merkwaarden gaat het om:

- Vindingrijk
- Daadkrachtig
- Rechtdoorzee
- Verbindend

In de bijgaande pdf van de presentatie van Robert Govers wordt een en ander nader toegelicht.

Kort na het zomerreces zal ons college aan de hand van de eindrapportage van Robert Govers een standpunt bepalen over de positionering en merkwaarden van Zeeland en daarna te zetten vervolgstappen. Dit standpunt (inclusief de eindrapportage) zullen wij uiteraard aan u voorleggen.

Met vriendelijke groet,

Gedeputeerde Staten,

Drs. J.M.M. Polman, voorzitter

A.W. Smit, secretaris

Bijlagen:

1. 220607 Merkanalyse Zeeland
2. Positionering en merkwaarden

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