

Provinciale Staten van Zeeland
t.a.v de voorzitter
Postbus 6001
4330 LA Middelburg

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

Middelburg, 24 januari 2024

Geachte voorzitter,

Zeeland heeft een sterk imago onder toeristen, maar het imago voor wonen, werken en studeren blijft achter bij de kwaliteiten die wij als Zeeuwen al lang kennen. We willen voorkomen dat dit een economische belemmering wordt.

De Werkgeverstop (en overleg van de 20 grootste werkgevers, onderwijs en overheid) gaf in februari 2020 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. Dit naast de oproep dat de regio Zeeland zich veel beter moet profileren met haar onderscheidende kenmerken. Hiermee werd de kiem gelegd om te gaan zorgen voor het herpositioneren van Zeeland en het versterken en verbreden van Zeeuwse imago opgenomen.

De oproep van de grote werkgevers was niet nieuw. Ook in de jaren daarvoor hebben we al succesvolle maatregelen genomen via het Aanvalsteam Arbeidsmarkt om meer jongeren terug naar Zeeland te halen, met gemeenten samen te werken aan het versterken aan de arbeidsmarkt. En nog steeds is het actueel en heeft het ondertussen geleid tot het samen met de netwerkpartners opstellen van de Marketingstrategie Zeeland in 2021. Hierin is uitgegaan van een integrale aanpak gericht op het gezamenlijk versterken van het Zeeuwse imago als aantrekkelijke regio om te ondernemen, werken, wonen, studeren en bezoeken.

In deze brief geven wij een schets over de stand van zaken tot nu toe.
In de bijlage zijn de resultaten van de (digitale) marketingstrategie van Team Marketing over 2023 opgenomen.

In de eerste helft van 2022 is door de diverse netwerkpartners onder leiding van Dr. Robert Govers de positionering (Shaping the future delta) en merkwaarden “vindingrijk, daadkrachtig, rechtdoorzee en verbindend” ontwikkeld. Wij hebben u hierover geïnformeerd in onze brieven (met het kenmerk 106866) van respectievelijk 19 juli 2022 (Stand van zaken positionering), 20 september 2022 (Stand van zaken positionering en merkwaarden Zeeland) en 20 december 2022 (Regiomarketing Zeeland).

Vervolgens is in de tweede helft van dat jaar door de netwerkpartners afgesproken om aan de slag te gaan en daadwerkelijk stappen te zetten. In november 2022 is daarom een Kopgroep geformeerd met aanvankelijk 15 en inmiddels 18 deelnemers. In de daarop volgende maanden werd onder meer een Letter of intent ondertekend.

In essentie gaat deze overeenkomst over het actief uitdragen van de positionering en merkwaarden en het zoeken naar de meest passende organisatievorm.

Deze inzet van de Kopgroep heeft vervolgens geleid tot een besluit in mei 2023 om eerst over te gaan tot het zetten van stappen gericht op de oprichting van een zelfstandige merkorganisatie.

Dit op basis van:

Waarom:

Het actief positioneren van een sterk merk Zeeland zorgt dat ook in de toekomst Zeeland een ideale regio is om te ondernemen, werken, wonen, studeren en bezoeken.

Wat:

We vormen samen een onafhankelijke/zelfstandige organisatie die ondernemers, overheden, organisaties voor onderwijs, onderzoek, zorg, natuur, sport en cultuur inspireert, faciliteert, verbindt en zich daarbij opstelt als een proactieve (gespreks)partner.

Een organisatie die structureel werkt aan een sterk merk Zeeland gebaseerd op de hiervoor benoemde positionering en merkwaarden. De oprichting van de merkorganisatie is onlosmakelijk verbonden met een stevig digitaal fundament i.c. www.zeeland.com.

Tot nu toe is vanuit het provinciehuis gewerkt aan:

- de digitale marktwerking via www.zeeland.com en daaraan verbonden social media kanalen;
- de positioneringsstrategie “Shaping the future delta”;
- marketing- en promotieactiviteiten om specifieke doelgroepen te bereiken die nodig zijn voor het oplossen van actuele vraagstukken.

De oprichting van een merkorganisatie vindt plaats vanuit het algemeen (publiek) belang om te zorgen voor een evenwichtig, sterk en positief imago van Zeeland als katalysator voor economische structuurversterking en leefbaarheid. Zo wordt bijgedragen aan het aantrekken en behouden van mensen die hier (willen) wonen en werken (vestigen), van bedrijven die hier willen ondernemen/investeren, van studenten die hier willen studeren en van toeristen die hier willen verblijven/recreëren. Met alle positieve spin-off voor de economie, de voorzieningen en leefbaarheid van Zeeland en voor de Zeeuwen.

Bij partijen in de kopgroep heerst het besef dat dit inzet vraagt met het oog op het tot stand brengen van een trendomkering en gunstige ontwikkeling en het handhaven daarvan op de lange termijn.

Om een en ander daadwerkelijk te gaan realiseren is een procesmanager (met onder meer jarenlange ervaring bij Brainport Eindhoven) als inhoudelijk adviseur en procesbegeleider aan de slag gegaan. Dit in nauwe samenwerking met de Kopgroep.

Inmiddels is de Kopgroep maandelijks bijeen gekomen en wordt de laatste hand gelegd aan een zogenaamd Koersdocument dat de basis moet gaan vormen voor de oprichting van een Stichting Merkorganisatie Zeeland. Zoals wij hebben opgenomen in ons coalitieakkoord is de stap naar de oprichting afhankelijk van de medewerking van de partners.

Het is onze ambitie om in samenwerking met de netwerkpartners uit de Kopgroep de stap te zetten naar de oprichting van de Merkorganisatie.
In het overleg van de Kopgroep op 20 februari 2024 zal dit definitief duidelijk worden.
Wij verwachten u nog dit voorjaar nader te kunnen informeren over het vervolg.

Met vriendelijke groet,

Gedeputeerde Staten van Zeeland,

drs. J.M.M. Polman, voorzitter

drs. M.C.J. Franken, secretaris-algemeen directeur

Bijlagen:

1. Resultaten Team Marketing 2023

Noem in uw contact met ons steeds het zaaknummer. Dit staat bovenaan deze brief.