

Naam: A. Jansen
Datum: 31 oktober 2024
Team/ teamonderdeel: Concernzaken

Collegevoorstel

Onderwerp	Strategisch Citymarketingplan Almelo 2025-2029
Advies Is er een uiterste behandeldatum?	Bespreekstuk Ja, 12 november 2024
Portefeuillehouder	J.M. van Rees
Openbaar	Openbaar, met embargo tot 20 november
Raadsvoorstel of raadsbrief	N.v.t.

Toelichting voor de openbare besluitenlijst:

Het college heeft het Strategisch Citymarketingplan Almelo 2025-2029 vastgesteld. Met input van partners wil de stad zich beter positioneren om bewoners, bedrijven, bezoekers en talenten aan te trekken en te behouden. Het plan bevat een duidelijke merkidentiteit en profilering van Almelo, waarmee de stad zich onderscheidend en aantrekkelijk kan presenteren.

Voorgesteld besluit

1. In te stemmen met het Strategisch Citymarketingplan Almelo 2025-2029 (INT-92934) waarin het citymarketingconcept 'heerlijkalmelo' is opgenomen.
2. De directeur de opdracht te geven om de organisatie en governance van de uitvoeringsorganisatie verder vorm te geven conform de volgende uitgangspunten:
 - a. Inrichting en governance zijn een gedeelde verantwoordelijkheid.
 - b. De gemeente heeft de rol van procesaanjager en begeleider.
 - c. Gemeente en de partners in de stad bouwen gezamenlijk voort en benutten elkaars kennis en ervaring.
3. De raad te informeren middels een raadsbrief (RAAD-8516).

Inleiding

Het college heeft op 25 oktober 2022 (B&W-9540) de opdracht gegeven om:

1. Een integraal en breed gedragen strategisch citymarketingplan op te stellen met strategische kaders en een helder en eenduidig geformuleerde merkidentiteit die zowel verbaal als visueel tot de verbeelding spreekt;
2. Een beschrijving van een professionele organisatiestructuur passend bij de ambitie van het plan;
3. Bovenstaande in samenwerking met maatschappelijke organisaties en het bedrijfsleven ('partners in de stad').

Het Strategisch Citymarketingplan Almelo 2025-2029 heeft als doel een positieve bijdrage aan de leefbaarheid en economie van Almelo te leveren. Om de stad aantrekkelijker te maken worden de unieke kwaliteiten van Almelo, zoals historie, woonkwaliteit en economie, benadrukt.

Samen met de partners in de stad, zoals bedrijven, onderwijsinstellingen en culturele organisaties, is gewerkt aan een sterke en samenhangende citymarketingstrategie. De input van de partners heeft bijgedragen aan draagvlak en bevestigd de gekozen strategie.

Het plan biedt kaders voor de citymarketing en bevat een merkidentiteit die Almelo en haar unieke eigenschappen consistent en herkenbaar profileren. Bovendien geeft het richting aan uitingen en acties.

De organisatiestructuur voor de uitvoering van de citymarketing wordt in de komende tijd, in samenwerking met de partners in de stad, nader uitgewerkt.

De uitgangspunten hiervoor zijn:

- **De inrichting van de citymarketingorganisatie en de governance zijn een gedeelde verantwoordelijkheid van alle Almelo'se partners, waaronder de gemeente.**

Citymarketing is van en voor de hele stad. Het concept is ook van en voor de inwoners en organisaties in de stad. Het is gericht op samenwerking en verbinding; om samen Almelo op een eenduidige manier op de kaart te zetten. Het uitzoeken in welke organisatievorm en met welke governance die gezamenlijkheid zo goed mogelijk tot uitdrukking komt, is een gedeelde verantwoordelijkheid. De gemeente is daarin ook een partner.

De gemeente zal bestuurlijk en inhoudelijk een betrokken rol blijven spelen.

- **De gemeente heeft in dit proces de rol van aanjager en begeleider.**

Het inrichtingsproces is een belangrijke en cruciale stap om te komen tot een goed werkende citymarketingorganisatie. Als lokale overheid is het gepast aanjager en begeleider te zijn van dit proces. De komende tijd wordt gebruikt om de organisatie in goed overleg en in samenspraak met de partners in de stad verder uit te werken en in te richten.

- **We bouwen gezamenlijk door op wat er is, benutten de kennis en ervaring van de partners in de stad zoveel mogelijk.**

We nodigen partners uit om kennis en ervaring te delen in het belang van Almelo. We streven naar wederzijdse meerwaarde en gezamenlijk profijt van wat de diverse partners in Almelo kunnen bieden op het gebied van stads promotie, marketing, evenementen, toerisme en de binnenstad. Dit is het fundament om op door te bouwen.

Beoogd effect

- Een positieve bijdrage leveren aan de leefbaarheid en economie van Almelo.
- Aantrekken en behouden van bedrijven, bewoners, bezoekers en talenten door middel van een eenduidig citymarketingconcept.
- Samen met de partners in de stad Almelo op de kaart zetten als een aantrekkelijke stad.
- Samen met de partners in de stad een professionele organisatie voor citymarketing ontwikkelen die gezamenlijk gedragen wordt.

Argumenten voor

1.1 Het citymarketingconcept heeft een breed draagvlak

Het citymarketingconcept is opgenomen in het strategisch citymarketingplan Almelo. De briefing voor het citymarketingconcept is op basis van deskresearch, input vanuit vele gesprekken en uiteindelijk in goed overleg met diverse partners uit de stad, gemaakt. Het citymarketingconcept is samen met partners gekozen: het voldoet aan de geformuleerde uitgangspunten en scoorde in verhouding tot de andere concepten het best. Bij de geanonimiseerde beoordeling van de inzendingen door diverse stakeholders was er een duidelijke voorkeur voor het gekozen citymarketingconcept. De sneak previews van het citymarketingconcept die in de tussentijd op verschillende plekken zijn gegeven hebben slechts tot minimale aanpassingen geleid.

2.1 De ontwikkeling van een organisatie draagt bij aan de doorontwikkeling naar citymarketing

Citymarketing is veel breder dan stads promotie, het behelst ook een integrale samenwerking met de partners in de stad. Dit levert een positieve bijdrage aan de leefbaarheid en economie van Almelo.

2.2 Met de ontwikkeling van een organisatie voldoen wij aan opdracht van het college

De gemeente kijkt naar het algemeen belang en vanuit die rol is zij een noodzakelijke aanjager van dit proces. De gemeente wil dit echt samen doen en beoogt duidelijk dat de partners in de stad de organisatie gaan dragen. Het wordt/is van en voor de stad.

Kanttekeningen

1.1 Bijsturing van lopende projecten

De huidige uitstraling van lopende programma's/projecten binnen de gemeente sluiten niet volledig aan bij het citymarketingconcept 'heerlijkmelo'. Daar waar mogelijk zal, in overleg met de betreffende programma's/projecten, gekeken worden hoe het citymarketingconcept kan worden toegepast.

2.1 Uitvoering tijdens ontwikkelen professionele organisatiestructuur

De uitvoering van citymarketing wordt belegd bij een externe uitvoeringsorganisatie. Een heldere rol-, taak- en budgetverdeling tussen gemeente en de uitvoeringsorganisatie is daarbij van belang. Met onder meer de uitvoeringsorganisatie voor stads promotie (Stichting Almelo Promotie) zal daarom nauw contact worden onderhouden.

2.2 Betrokkenheid van en verbinding met de partners in de stad is essentieel

Voor een succesvolle implementatie van citymarketing is de betrokkenheid van de partners zeer belangrijk. De partners in de stad moeten dus actief meedoen. Daarom zijn zij betrokken bij de ontwikkeling van het concept, bij de introductie daarvan en ook bij de ontwikkeling van de organisatiestructuur.

Kosten, opbrengsten en dekking

Alleen reeds beschikbaar gestelde middelen worden benut:

- Huidig budget voor Stichting Almelo Promotie is voor 1/6 deel bestemd voor citymarketing, dit budget wordt vanaf november 2024 gebruikt voor nieuwe citymarketingconcept (nr. 134121), bedrag is €106.249,33 in 2024 (geheel 2024), voor 2025 is het bedrag gelijk.
- Budget project citymarketingplan algemeen (nr. 32045611), stelpost ca citymarketing €100.000,- structureel.

Uitvoering

De planning voor de introductie van het citymarketingconcept is als volgt:

- November/december: lancering in samenwerking met de partners (o.a. platform 'heerlijkmelo' met brandbook en toolbox).
- November t/m februari 2025: presentatie van het citymarketingconcept aan de stad, netwerken en events.

Om het proces richting een breed gedragen organisatie soepel te laten verlopen, zijn heldere uitgangspunten en processtappen geformuleerd. Het streven is om de professionele organisatiestructuur in de loop van 2025 vorm te geven, om vervolgens eind 2026 de balans op te kunnen maken en eventuele vervolgstappen voor te stellen.

De planning van de processtappen ziet er als volgt uit:

Q4 2024 – benaderen stakeholders, de partners in de stad.

Bestuur samenstellen.

Raad van Advies samenstellen.

Nulmeting.

Q1 2025 – Organisatiestructuur & governance bepalen.

Q2 2025 - Meerjaren strategie & kpi's bepalen.

Q3 2025 - Budget (=budget gemeente + extern) vaststellen.

Q4 2025 - Implementatie.

Q4 2026 – Evaluatie & bijsturing.

Bijlagen

1. Strategisch citymarketingplan Almelo (INT-92934)
 2. Raadsbrief ter informatie (RAAD-8516)
-

Procesinformatie

Intern overleg

Dit voorstel is afgestemd binnen de Eenheid Concernzaken.

Afstemming met portefeuillehouder

Dit voorstel is afgestemd met portefeuillehouder Van Rees.

Directie-advies

B&W voorstel standaard.

Communicatie over het besluit

- Onder embargo tot persmoment, daarna regulier via Babs.