

Notitie relatie derde-partners met Stichting Sittard-Geleen Marketing

Opgesteld door: kwartiermakers
Datum: 15-3-2025
kenmerk: notitie derde relaties SSGM

Notitie relatie derde-partnerships



De Stichting Sittard-Geleen Marketing heeft een centrale regierol in de positionering en merkidentiteit van de stad. Het merkverhaal dat onder haar regie is ontwikkeld, vormt de leidraad voor hoe Sittard-Geleen zich profileert.

Dit betekent dat andere partijen binnen de stad – zoals centrummanagement, ondernemersverenigingen en culturele instellingen – binnen hun eigen taken en verantwoordelijkheden toewerken naar een gedeelde positionering.

Binnen een netwerk van partners zorgt de stichting voor samenwerking en coproductie, waarbij de veelkleurigheid van stakeholders en hun bijdragen aan de merksessies waardevol blijven.

Maar steeds vanuit een helder en consistent fundament: een merkverhaal dat richting geeft aan alle inspanningen en initiatieven binnen de stad.

Partners in de “brand”:

Veel partners hebben geen subsidie of financiële ondersteuning en relatie met de gemeente als MKB, voetbalclub, ziekenhuis of Brightlands en zijn betrokken als partners en supporters van de merkidentiteit van de brede stad. SGGM heeft hier haar kernrol in netwerkbouw, inspiratie en merkbeleving.

Subsidierelatie voor specifieke taken en werkzaamheden:

Bij een aantal partnerships die de gemeente ook in haar subsidieverstrekking een bijzondere rol toegedeeld heeft staan we in de start van de stadsmarketing opgave nadrukkelijk stil in dit advies.

Het betreft in dit advies de organisaties:

- Centrummanagement in Sittard en Geleen;
- De stichting Visit Zuid Limburg;
- De Stadslabs;
- Congresbureau.

Advies:

We constateren uit de stukken en gesprekken dat er op dit moment nog onvoldoende strategische kaders in de subsidieverlening worden meegegeven aan derden partnerships. Duidelijke kaders en afbakening van rollen draagt bij aan de complementariteit van deze partijen.

Notitie relatie derde-partnerships



Uitgangspunten voor de ordening en het creëren van toegevoegde waarde:

1. De bestaande organisaties hebben een specifiek doel of gebied in hun taakopdracht die niet conflicteert en juist aanvullend zijn op de kernrollen voor SSGM;
2. Richt de strategische kaders in de subsidieverlening aan derde- partnerships goed in op gebied van taken en verantwoordelijkheden;
3. Vanuit de regisseursrol op het geformuleerde strategisch kader en merkverhaal Sittard-Geleen zal SSGM een inspiratie, advies rol en de regie/ beheer rol op het beeld en merkverhaal vervullen;
4. Juist het handhaven van de focus van de organisaties op hun kernrol en taak en van daaruit uitlijnen van elkaars inzet zal de kwaliteit van het totale eindresultaat van de organisaties verbeteren.
5. Het merkverhaal en de inrichting van SSGM vraagt ook van de interne gemeentelijke organisatie een meer integrale manier van denken en werken waardoor sectorale beleidsafwegingen ook meer op een regietafel bij elkaar worden gebracht.
6. Richt dit dus ook vanuit accounthouderschap intern ambtelijk in: accounthouderschap en regietafel.
7. Formaliseer de regietafel ook intern waarbij alle accounthouders van externe partnerships deelnemen.

Notitie relatie derde-partnerships



In Bijgaand overzicht hebben we de rollen en taken van de bestaande partners en de nieuwe stichting SSGM opgenomen.

De vlakken in geel weergegeven zijn de kerntaken voor SSGM.

Het zijn voor de derde organisaties met name ondersteunende inspirerende en adviserende rollen met regierol van SSGM op merkverhaal en beeldvorming (beeldtaal, vormtaal, teksttaal)

organisatie	kernrol	Regie rol naar derden: Regietafel!	inspiratie	advies	Regie: Beheer beeld en verhaal
Geel: Kernrollen SSGM					
		Coördinatie!	verleiden	professie	Merkregisseur
Centrummanagement	Focus op centrumgebieden en belang van de gevestigde ondernemers en bezoekers	Gemeente	Op verzoek	Op verzoek	merkregisseur
Visit Zuid Limburg	Destinatiemarketing: externe marketing gericht op aantrekken bezoekers en creëren van marketing van product/markt/ combinaties	Gemeente	Actief overleg	betrokkenheid	merkregisseur
StadsLabs	Maatschappelijke verbinding: van onderaf bouwen van netwerken (draagvlak/trots)	gemeente	Actief overleg	betrokkenheid	ondersteunend
congresbureau	Positionering en zakelijke markt: nadrukkelijke betrokkenheid van het merkverhaal bij benadering van de zakelijke markt (partnership)	gemeente	Actief overleg	betrokkenheid	merkregisseur

De opbouw van de partnerships voor SSGM

Vanuit de citybranding (merkdenken) volgt de strategische / tactische omzetting naar stadsmarketing (ON BRAND STRATEGIE)

SSGM heeft als focus de ontwikkeling van het merk en daaruit voortvloeiende taken.

Partners zijn actief op thema's of gebied (centrummanagement)

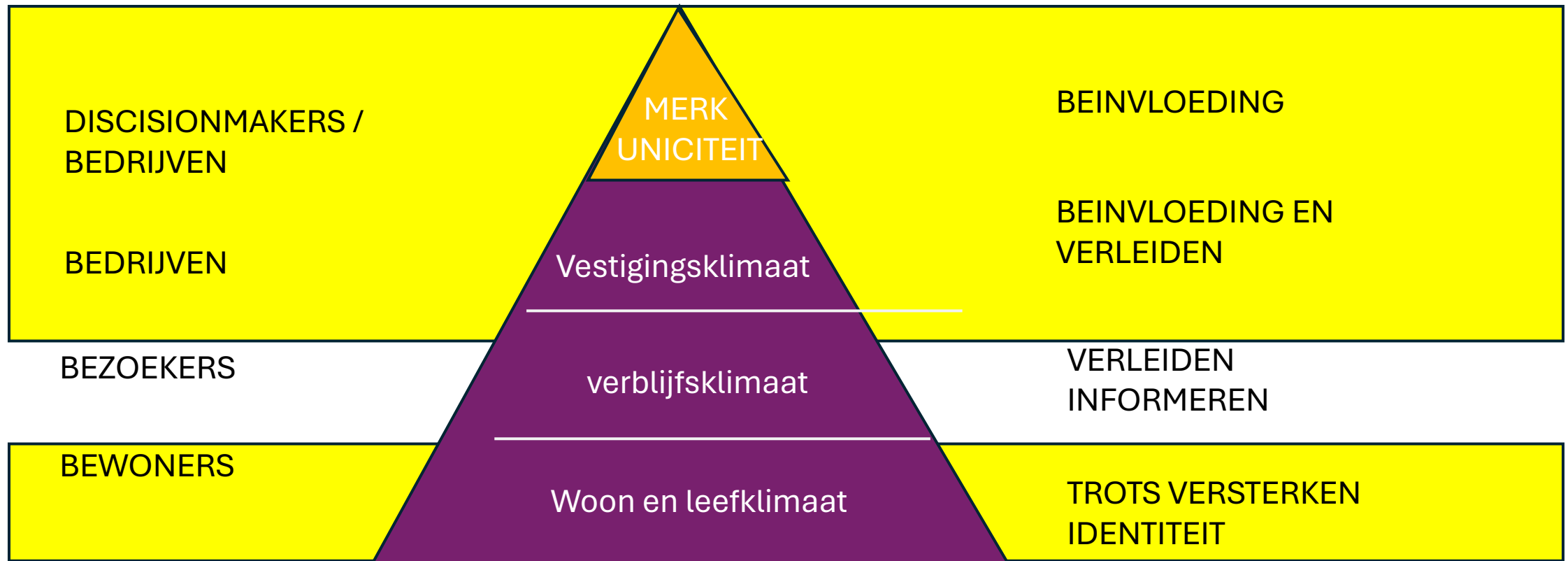
Het congresbureau en Stadslabs zijn nu niet verder uitgewerkt aangezien congresbureau in ontwikkeling is en de Stadslabs geen externe exposure op gebied van marketing als taak heeft



De rol van Stichting Sittard-Geleen Marketing

De kernrollen van SSGM zijn in het organisatie rapport omschreven maar omvatten in de kern Merkbeheer, eenduidige verhaallijnen en beeldtaal en verleiden en aansturen op beeldtaal en verhaallijnen over integraal de stad en haar dorpen.

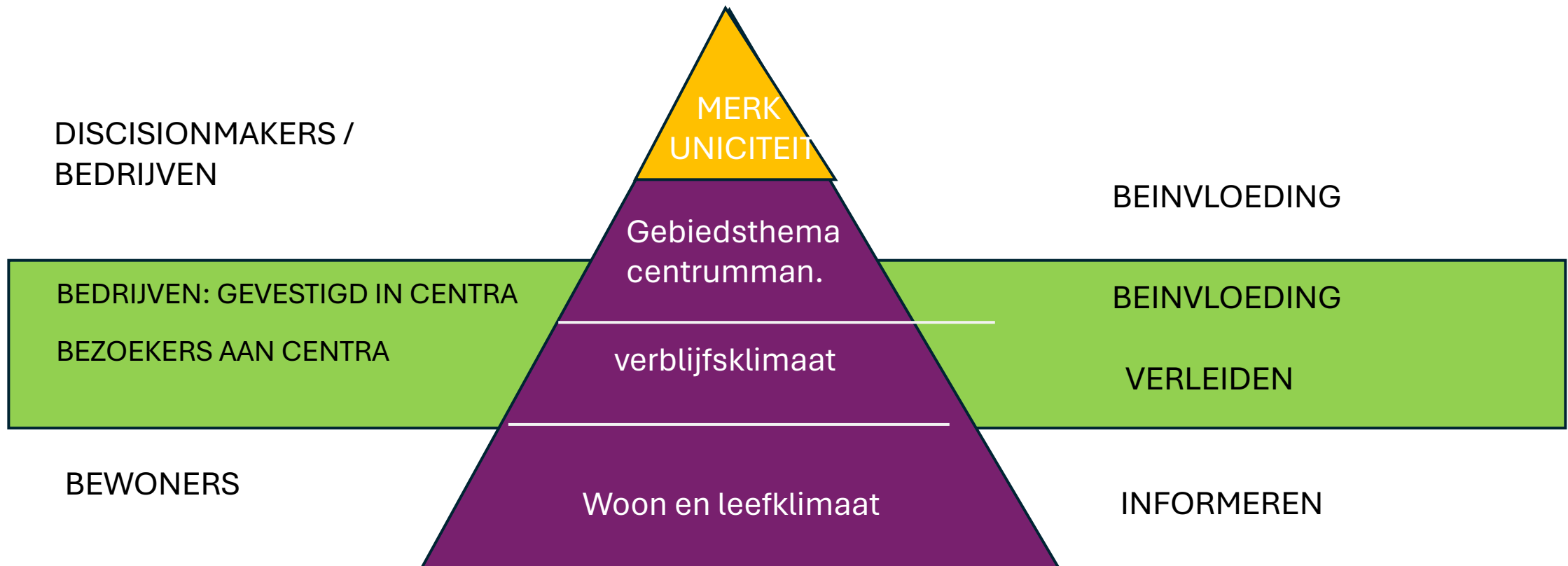
Focus: merk uniciteit



De rol van centrummanagement-organisaties

De centrummanagement organisaties hebben hun focus op de continuïteit en optimalisatie van het functioneren van het gebied voor gevestigd MKB in de gebieden waarvoor zij werken. In praktijk betreft dit nu het centrummanagement Sittard en het centrummanagement Geleen. Het gaat in het geval van het centrummanagement specifiek om de rol om het winkelgebied economisch aantrekkelijk en leefbaar te maken. Vaak met focus op stimuleren van samenwerking tussen ondernemers, vastgoedeigenaren, gemeente en andere belanghebbenden. Versterken van vestigingsklimaat, beïnvloeden van leegstandsbeleid, gastvrije mobiliteit en toegankelijkheid, aanspreekpunt winkeliers en horeca zijn vaak taken. De centrummanagent organisaties hebben een relatie met de gemeente gericht op dit gebiedsbelang en ontvangen hier ook een subsidie voor om die ontwikkeling te faciliteren. De marketing dient te worden uitgelijnd met Visit Zuid Limburg en SSGM.

Focus: functioneren CENTRA GEBIEDEN



De rol van Stichting VVV Zuid Limburg

De bezoekersmarkt (destinatiemarketing) is gericht op de Leisure markt en vrijetijdsmarkt. In geval van Sittard-Geleen is dit belegd als taak bij de stichting VVV Zuid-Limburg als onderdeel van het meerjaren convenant vanuit de regio Zuid Limburg (uitgezonderd Maastricht). Met betrekking tot het merkverhaal zal nadere uitlijning en regie noodzakelijk zijn om dit in lijn te brengen in beeld en verhaal.

Focus: aantrekken van consumenten en informeren inwoners (in de rol als consument)

