Agendaverzoek beeldvorming raadscommissie

(N.B. *Aan de informatieverstrekking en de informatie-uitwisseling worden geen besluitvormende of bindende uitspraken door de raad/raadsleden ontleend.)*

Datum raadscommissie Bestuur,
Middelen en Economie
11 april 2023

Nummer
62

Indiener voorstel
Dennis Grimbergen (portefeuilleonderdeel: citymarketing)

Onderwerp
Citymarketing door Frits Huffnagel, stadstrots, Lelystad op de kaart!

Aanleiding/toelichting

Ambitieuze doelstellingen
We hebben als Lelystad grote ambities en we willen ons onderscheidend op de kaart zetten. Dit vraagt om een duidelijk profiel van onze stad: hoe willen we bekend staan? Wat zijn onze kwaliteiten nu en in de toekomst waardoor je hier graag woont, werkt, onderneemt, recreëert en leeft?

Profiel van de stad – merk(strategie)
Een onderscheidend en eenduidig merk vergroot de zichtbaarheid van Lelystad en hoe mensen naar onze stad kijken. Dit helpt bij het aantrekken en behouden van zowel bewoners, bedrijven als bezoekers. De gemeente Lelystad heeft Bureau Buhrs gevraagd om te helpen met het herijken van de huidige merkstrategie. Dat proces is nu in de onderzoeksfase en loopt nu met en voor de stad.

Processtappen
Met de bovengenoemde herijking is een start gemaakt om een stevige fundering te leggen om Lelystad op de kaart te zetten. Onderdeel van die fundering is ook het inregelen en inzetten van citymarketing.

Zoals ook is opgenomen in de programmabegroting waarbij vanuit data en analyse een strategie ontwikkeld wordt, die bijdraagt aan de ambitie van Lelystad op de lange termijn, en daarbij specifieke doelen en doelgroepen onderscheidt. En waarvoor ook personele inzet in de programmabegroting is meegenomen.

Lelystad op de kaart en het belang van citymarketing
De gemeente heeft citymarketing expert Frits Huffnagel gevraagd om haar bij dit proces te ondersteunen en te adviseren. In aansluiting op die ontwikkelrichting en als onderdeel van bovengenoemd proces zijn we nu in de fase om de raad op 11 april 2023 in een masterclass

citymarketing van 60 minuten te informeren over de kracht van citymarketing met de focus op Lelystad.

Masterclass citymarketing
Deze compacte masterclass citymarketing wordt verzorgd door Frits Huffnagel van Castro Communicatie. Hij zal de masterclass starten met een introductie op citymarketing.

Hierna bespreekt hij graag onder meer de volgende vragen met de raad:
- Wat verwacht u van Citymarketing?
- Hoe is het met de stadstrots in Lelystad?

Waar bent u trots op? Heeft dit (al) een plek in uw beleid? *Voorbereiding*
Het vraagt van de deelnemende raadsleden voor de sessie geen voorbereiding.
Frits Huffnagel begeleidt deze sessie en neemt de commissie mee in citymarketing en het vermarkten van de stad, en zal daarbij interactief met de deelnemers inzoomen op Lelystad. Thema's zijn daarbij: identiteit, kwaliteiten, waarden en doelgroepen van Lelystad

Over Frits Huffnagel
Hij is oud-wethouder van Amsterdam, waar hij Iamsterdam heeft geïntroduceerd en van Den Haag, de internationale stad van Vrede en Recht. Tegenwoordig heeft hij een communicatie bureau, Castro Communicatie, o.a. gespecialiseerd in citymarketing.

Doel van de bespreking en het belang van de datum
Naast kennisdeling en de collectieve beeldvorming die ontstaat, zullen de uitkomsten van het gesprek meegenomen worden in het vervolgtraject van citymarketing. Derhalve is het van belang dat deze sessie op 11 april 2023 plaatsvindt, zodat het proces van herijking en planvorming citymarketing doorgaat en de eerste implicaties daarvan in Q2 meegegeven kunnen worden aan de raad .

Wie zijn er uitgenodigd aanwezig te zijn?
Naast de raadsleden en wethouder Grimbergen is aanwezig: Frits Huffnagel hij verzorgt de sessie. Als toehoorders zullen verder aanwezig zijn:
Monique Clarisse (teamleider Communicatie en Bestuursondersteuning gemeente Lelystad), Pim Gores, (strateeg marketing & communicatie van de Gemeente Lelystad).

Wat is de gewenste werkvorm?
Er is eerst een inleidende presentatie om van daaruit interactief het gesprek met elkaar aan te gaan.

Wat is het vervolgproces?
Naast kennisdeling en de collectieve beeldvorming die ontstaat, zullen de uitkomsten meegenomen in het vervolgtraject van citymarketing.

Bijlage(n):
Nvt: