MARKETINGVISIE LELYSTAD

TUSSENSTAND





12 december 2024

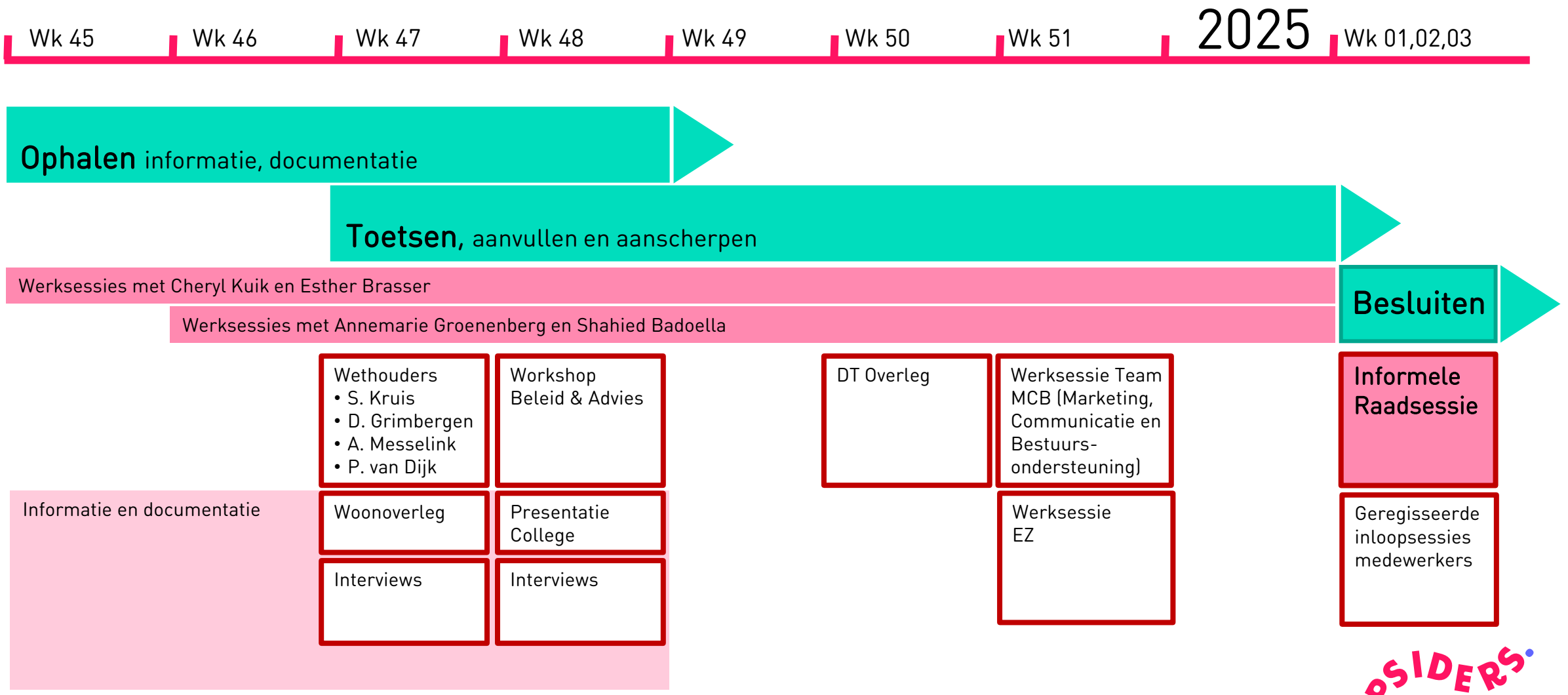
gemeente Lelystad

OPDRACHT

Lelystad timmert flink aan de weg en heeft hoge ambities in de komende jaren.
De vraag is om een visie te ontwikkelen op marketing.
Er zijn al veel bouwstenen voorhanden, maar er mist een overkoepelende en verbindende visie. Het uiteindelijke resultaat moet zowel strategisch als praktisch uitvoerbaar zijn.

Met de visie kan de komende jaren op een gestructureerde manier gebouwd worden aan trots en aantrekkingskracht.

PROCES


Wk 45
Wk 46
Wk 47
Wk 48
Wk 49
Wk 50
Wk 51
2025
Wk 01,02,03
Ophalen informatie, documentatie
Toetsen, aanvullen en aanscherpen
Werksessies met Cheryl Kuik en Esther Brasser
Werksessies met Annemarie Groenenberg en Shahied Badoella
Besluiten
Wethouders
• S. Kruis
• D. Grimbergen
• A. Messelink
• P. van Dijk
Workshop Beleid & Advies
DT Overleg
Werksessie Team MCB (Marketing, Communicatie en Bestuurs-ondersteuning)
Informele Raadsessie
Informatie en documentatie
Woonoverleg
Presentatie College
Werksessie EZ
Geregisseerde inloopsessies medewerkers
Interviews
Interviews

INFORMATIEBRONNEN EN BETROKKENEN

Geraadpleegde Informatie en documentatie

- Raadsakkoord 2022 – 2026
- Verhaal van Lelystad
- Merkkompas

- Omgevingsvisie
- Maatschappelijke Agenda

- Strategieagenda natuur def
- Economisch-perspectief-Lelystad-2030
- Definitieve publieksversie woonvisie
- Woonvisie 2022-2027
- Sessie Lelystad "Wonen" NEWR
- Woonvisie-strategische marketing doelstellingenV29042024MP
- Plan tussenfase wonen

- Strategische visie evenementen Lelystad 2024
- Totaaldocument Horecavisie en Beleidskaders Gemeente Lelystad 2024-2030
- Uitvoeringsprogramma Vrijetijdseconomie Lelystad 2016-2026
- Concept Afwegingskader Evenementen Lelystad 241025

- Eindrapport Deelproject Strategische koers 2030
- Eindrapport deelproject Missie Visie Kernwaarden
- Visie op dienstverlening 2024-2030
- Notulen raadsvergadering van 5-12-2023

Betrokkenen

Marketing en communicatie
- Cheryl Kuik, Shahied Badoella en Esther Brasser

Concernstrategie bedrijfsvoering & ontwikkeling
- Annemarie Groenenberg

Wethouders (gesprek en presentatie)
- Sjaak Kruis
- Dennis Grimbergen
- Annemiek Messelink
- Piet van Dijk

Raadsleden
- Sanne de Wilde (D'66)
- Henk Schraa (ChristenUnie)

Strategen, interne experts en regisseurs (interviews en workshop)
- Carolien Gase (ondernemen)
- Anuschka de Vries (omgevingsvisie)
- Marieke de Rijk (concernstrateeg fysiek domein)
- Marco Poppelier (wonen)
- Chantal Bleeker (vrijetijdseconomie)
- Michel Hoogeveen (concernstrateeg sociaal domein)
- Linda Seikritt (programmamanager natuur)
- Marlies Stokman en Sabine Otjes (regisseurs Maatschappelijke Agenda)

VISIE OP MARKETING LELYSTAD

Marketing voor Lelystad inhoud en vorm geven op een manier die:

- Gebruikmaakt van de goede marketingbouwstenen die er reeds zijn.
- Mensen trots maakt en aantrekt.
- De koers van de stad versterkt.

Hoe hebben we dat gedaan?

1. Voortbouwen op merkwaarden en daarmee de kracht van Lelystad en inwoners en ondernemers van Lelystad.
2. Op een consistente, pragmatische en samenhangende manier bouwt aan een zichtbare en onderscheidende reputatie.

UPSIDERS

MARKETINGVISIE

VOORTBOUWEN OP DE KRACHT EN DE IDENTITEIT VAN LELYSTAD EN LELYSTEDELINGEN



DE LEGACY VAN LELYSTAD

De waarden, ideeën en overtuigingen van Lely, Van Eesteren en andere grondleggers zijn verankerd in het DNA van Lelystad en Lelystedelingen. En zij geven het weer door aan volgende generaties.

Het is een gedeelde mentaliteit die je terug ziet in de manier waarop wordt samen geleefd, gewoond, gewerkt, gebouwd.
Lelystad: grond voor vooruitgang.

DE KRACHT VAN LELYSTAD EN LELYSTEDELINGEN

LELYSTAD

GROND VOOR VOORUITGANG

GEDURFD

Aanpakkers die lef tonen. Die bewust kiezen en groots denken. Dat geldt voor de bewoners, ondernemers, het jonge talent en maatschappelijke organisaties. En ook voor de fysieke ontwikkeling van de stad. Lelystad staat voor wils- en veerkracht, Hier word je aangemoedigd om te experimenteren, te innoveren en te groeien. Hier krijg de ruimte om je nieuwe ideeën uit te voeren. Om te maken en te doen wat er nog niet is.

GROEI

In Lelystad is plaats voor iedereen die vooruit wil. Groei zit in de genen. Groei is doen wat nog nergens gedaan is. Lelystad is van goede groei. Groei waar iedereen baat bij heeft. Jong en oud, ondernemers en bezoekers, de natuur en biodiversiteit, de economie en de werkgelegenheid, je buurt, de stad en Nederland.

GENIETEN

Goed wonen. Ruime buurten. Een betaalbaar huis met een tuin. Geweldige natuur. Talloze trekpleisters. Een prachtige kustlijn met weidse uitzichten. Goede wind, diep water en heerlijke strandjes. Musea, straatkunst, theaters en erfgoed. Shoppen en overnachten. Lelystad is genieten, puur genieten.

MARKETINGVISIE

OP EEN CONSISTENTE, PRAGMATISCHE EN SAMENHANGENDE MANIER BOUWEN AAN EEN ZICHTBARE EN ONDERSCHEIDENDE REPUTATIE.

POSITIONERINGSPIJLERS

Elke positioneringspijler moet passen bij strategische koers 2030:

- De kracht van de gemeenschap (en/of)
- De stad van de toekomst.
- Innovatieve dienstverlening.

De marketing visie en de positioneringspijlers moeten:

- Mensen trots maken (en/of)
- Mensen trekken.

Binnen elke pijler wordt:

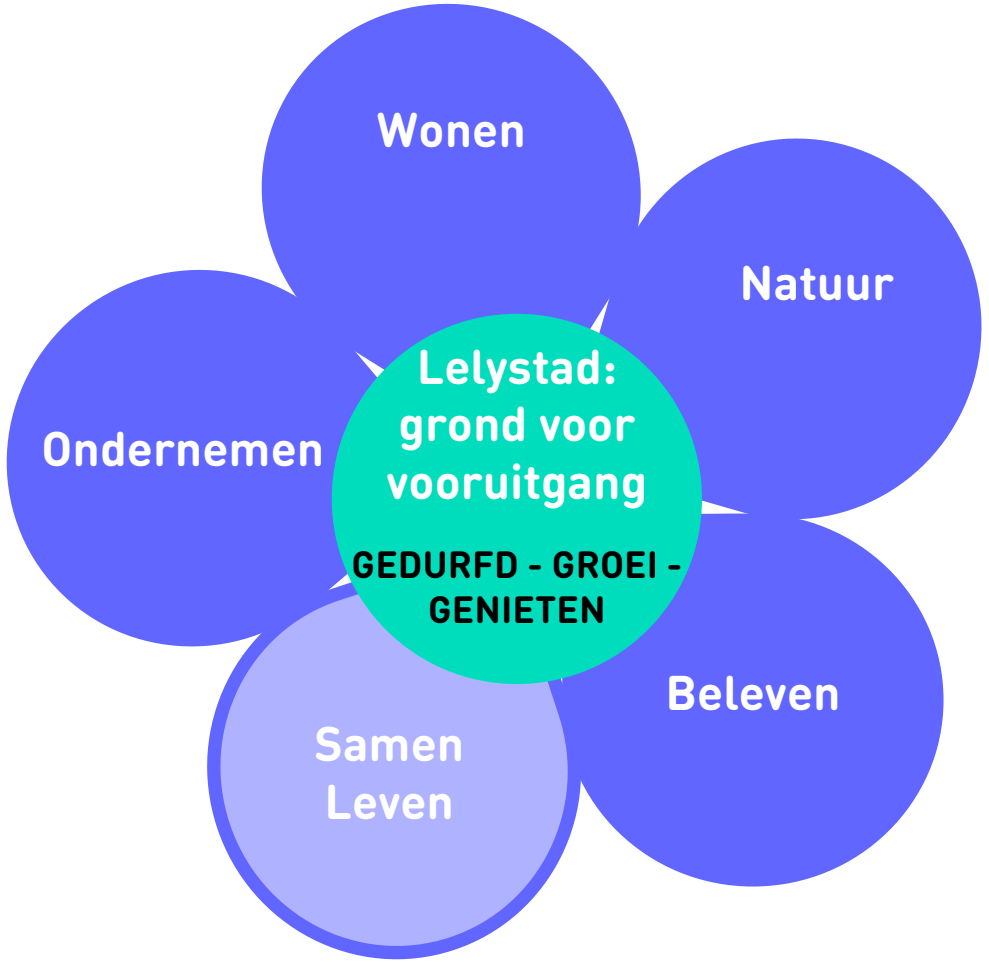
- Focus aangebracht waar we ons met marketing op willen richten (criteria).
- Benoemd welke voorbeelden, projecten en initiatieven in de marketing etalage gezet gaan worden (bewijsvoering). Bij voorkeur pijleroverstijgende voorbeelden.

UPSIDERS

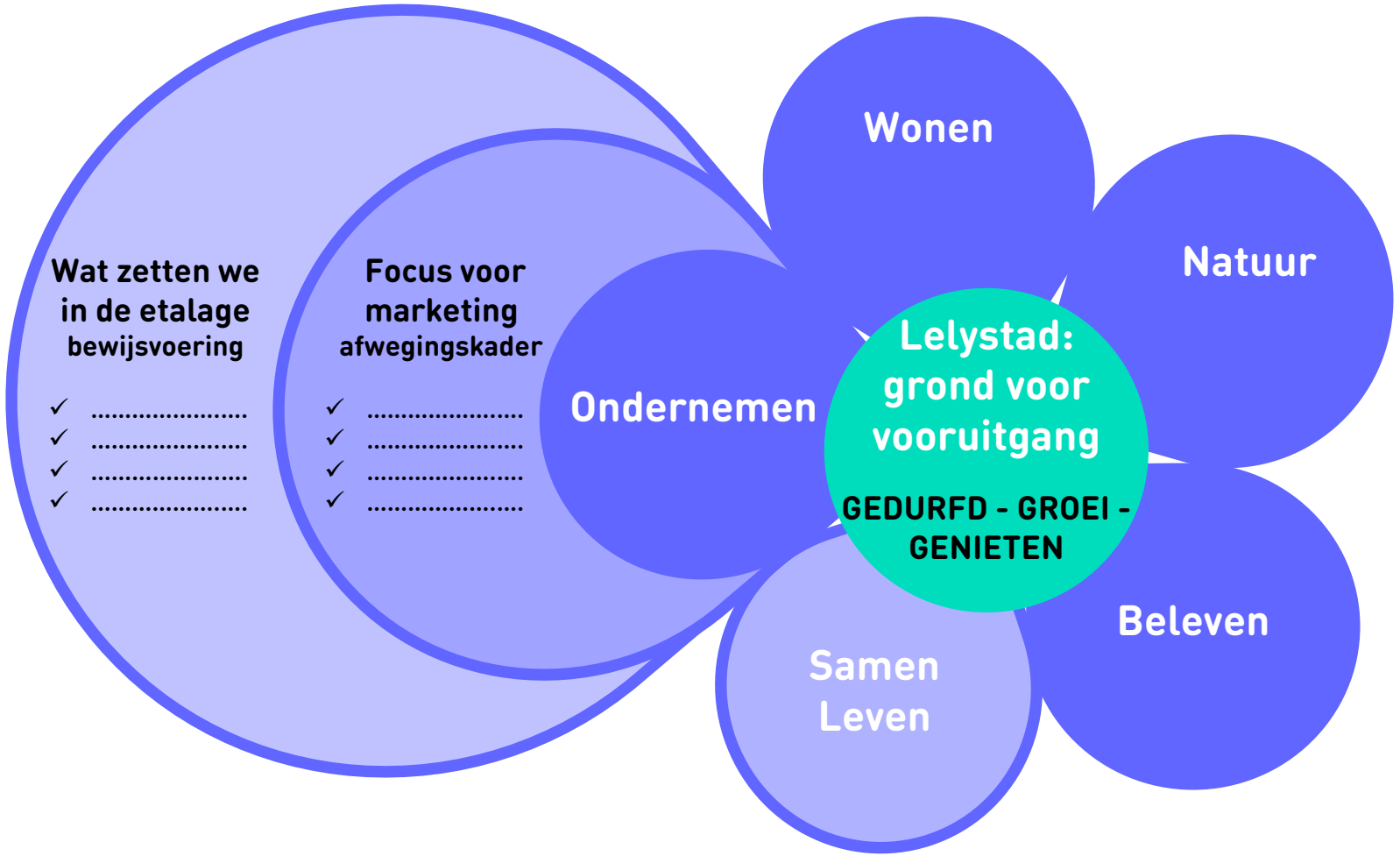
ZICHTBARE EN ONDERSCHEIDENDE REPUTATIE

VOORTBOUWEN OP DE KRACHT EN IDENTITEIT

ZICHTBARE EN ONDERSCHEIDENDE REPUTATIE



ZICHTBARE EN ONDERSCHEIDENDE REPUTATIE



OPZET, STRUCTUUR EN SAMENHANG VISIE

Lelystad is de grond voor vooruitgang

GEDURFD - GROEI - GENIETEN

?	ONDERNEMEN + focus + etalage	WONEN + focus + etalage	BELEVEN + focus + etalage	NATUUR + focus + etalage	SAMEN LEVEN + focus + etalage
1. ..... 2. ..... 3.	1. ..... 2. ..... 3.	1. ..... 2. ..... 3.	1. ..... 2. ..... 3.	1. ..... 2. ..... 3.	1. ..... 2. ..... 3. .....
2. ..... 3.	2. ..... 3.	2. ..... 3.	2. ..... 3.	2. ..... 3.	2. ..... 3. .....
• ..... • ..... • ..... • ..... • ..... •	• ..... • ..... • ..... • ..... • ..... •	• ..... • ..... • ..... • ..... • ..... •	• ..... • ..... • ..... • ..... • ..... •	• ..... • ..... • ..... • ..... • ..... •	• ..... • ..... • ..... • ..... • ..... • .....

Visie
- Dit is het DNA van Lelystad en Lelystedelingen. Dit is de bron en de toetssteen.
- Dit is wat Lelystad kenmerkt en waarin Lelystad zich onderscheidt.
- Het zijn de waarden waarmee Lelystad z'n toekomst herkenbaar kan vormgeven.

Positioneringspijlers (belofte en bewijsvoering)
- Met de pijlers maken we de visie concreet.
- Per pijler focus voor marketing bepalen.
- Per pijler (pijleroverstijgende) projecten en initiatieven benoemen die we in de etalage gaan zetten.

Ambities en doelstellingen (beleid)
- Obv raadsakkoord en beleidsplannen.

Citymarketing- en communicatie doelstellingen en KPI's
- Gebaseerd van ambities en doelstellingen.

Activiteiten en programmering
Hiermee breng je beleid in de praktijk en bouw je verder aan consistente (city)marketing en bewijsvoering.
- Het zorgt voor herkenbaarheid en trots (want in lijn met Gedurfd – Groei – Genieten).
- Mbv een afwegingskader richt het ook wat je doet.

Ondernemen

CONCEPT

INHOUD = VAN BELEIDS-ADVISEURS

Lelystad: grond voor vooruitgang

GEDURFD - GROEI - GENIETEN

Ondernemen

Focus voor marketing
afwegingskader

- ✓ **Doen wat er (nog) niet is (innovatie en groei).**
- ✓ **Logistiek knooppunt (multimodaal bereikbaar).**
- ✓ **Kwalitatieve werkgelegenheid.**

Wat zetten we in de etalage
bewijsvoering

Bewijsvoering nu

- ✓ Binnengehaald: Bestseller en ook Jysk
- ✓ WUR Boerderij van de Toekomst
- ✓ Duurzame energievoorziening voor bedrijven
- ✓ Legacy van Lelystad
  - ✓ .....
  - ✓ .....

?

- ✓ Flevokust haven
- ✓ Ligging airport
- ✓ Verschillende business clubs

Wonen

CONCEPT

INHOUD = VAN BELEIDS-ADVISEURS

Lelystad: grond voor vooruitgang

GEDURFD - GROEI - GENIETEN

Wonen

Focus voor marketing
afwegingskader

- ✓ **Hier kan je blijvend groeien.**
- ✓ **Groen, duurzaam en natuurinclusief.**
- ✓ **Ruimte voor nieuwe initiatieven en woonconcepten.**
- ✓ **Grote gebiedsontwikkelingen + we versnellen in woningbouw (mbv de ruimte die we hebben).**

Wat zetten we in de etalage
bewijsvoering

Bewijsvoering nu
- ✓ Wooncommunities
- ✓ CPO's (Nieuwe Communities)
- ✓ Legacy van Lelystad
  - ✓ Bloemkoolbuurten
  - ✓ Gescheiden fietspaden

Bewijsvoering nabije toekomst
- ✓ Stationsgebied, Zuiderhage, Waterfront, Lelycentrum, Campus midden
- ✓ Pilot gemeente basis kwaliteit natuur
- ✓ Nieuwe kustlijn

Natuur

CONCEPT

INHOUD = VAN BELEIDS-ADVISEURS

Lelystad: grond voor vooruitgang

GEDURFD - GROEI - GENIETEN

Natuur

Focus voor marketing
afwegingskader

- ✓ **Biodiversiteit.**
- ✓ **Mens en natuur zijn met elkaar verbonden (=Ecosysteem)?**
- ✓ **Natuur in de stad altijd dichtbij.**

Wat zetten we in de etalage
bewijsvoering

Bewijsvoering nu

- ✓ Pilot gemeente basis kwaliteit natuur
- ✓ Pilot Lelystad Oost als proeftuin Natuur is altijd dichtbij
- ✓ Een van de groenste steden
- ✓ Markerwadden (huidige ontwikkeling ecosysteem)
- ✓ Nationaal park Nieuwland
- ✓ Water en bodem sturend ontwikkelen Nieuwbouw Zuiderhage
- ✓ Natuurbijdrage jeugd (Frases, kabouterpad)
- ✓ Legacy van Lelystad
  - ✓ .....
  - ✓ .....

Bewijsvoering nabije toekomst

- ✓ Vergroening stadhart
- ✓ Nieuwe kustlijn

Beleven

CONCEPT

INHOUD = VAN BELEIDS-ADVISEURS

Lelystad: grond voor vooruitgang

GEDURFD - GROEI - GENIETEN

Beleven

Focus voor marketing
afwegingskader

- ✓ **Water (sport)**
- ✓ **Natuur (agrotourisme)**
- ✓ **Winkelen, eten & drinken**
- ✓ **Cultuur en zichtbare kunst**

Wat zetten we in de etalage
bewijsvoering

Bewijsvoering nu

- ✓ Wandelknooppunten (realisatie april 25)
- ✓ Fietsknooppunten netwerk
- ✓ StreetArt (Kunst/ sociaal/ lokaal/ verhaal)
- ✓ NP NL
- ✓ Agrotourisme
- ✓ Voor buitenlandse toeristen: et verhaal van Lelystad
- ✓ Bataviahaven
- ✓ Watersport (Hiswa)
- ✓ Natuur recreatie
- ✓ Kabouterpad, Oostvaardersplassen
- ✓ Legacy van Lelystad
  - ✓ .....
  - ✓ .....

Bewijsvoering nabije toekomst

- ✓ kustontwikkeling

Samen Leven

CONCEPT

INHOUD = VAN BELEIDS-ADVISEURS

Lelystad: grond voor vooruitgang

GEDURFD - GROEI - GENIETEN

Samen Leven

Focus voor marketing
afwegingskader

- ✓ **Samen maken van je gemeenschap (van, voor en door Lelystedelingen).**
- ✓ **Iedereen voelt zich thuis.**
- ✓ **Je blijft je ontwikkelen.**

Wat zetten we in de etalage
bewijsvoering

Bewijsvoering nu

- ✓ Mooie voorbeelden waar de gemeente niet de hand in heeft gehad.
  - ✓ Jolpop (festival voor jeugd)
  - ✓ Stichting Mila
- ✓ Bustour voor nieuwe bewoners
- ✓ Jongeren werkbedrijf
- ✓ In oude wijken altijd buurthuis dichtbij
- ✓ Bastion > voorbeeld hoe samen maken samenleving (vb Zuiderzeewijk)
- ✓ Legacy van Lelystad
  - ✓ .....
  - ✓ .....

UPSIDERS