



Sittard-Geleen Waar maken betekenis geeft

Merkverhaal Sittard-Geleen

Colofon

Redactie
Gemeente Sittard-Geleen
Trifaire
Zuiderlicht

Opmaak & illustraties
Zuiderlicht

Met dank aan:
De inwoners van Sittard-Geleen
en hun vertegenwoordiging in de
gemeenteraad.

Stakeholders uit bedrijfsleven,
jongerenorganisaties, cultuurin-
stellingen, sociale organisaties
en onderwijsinstellingen uit
Sittard-Geleen.

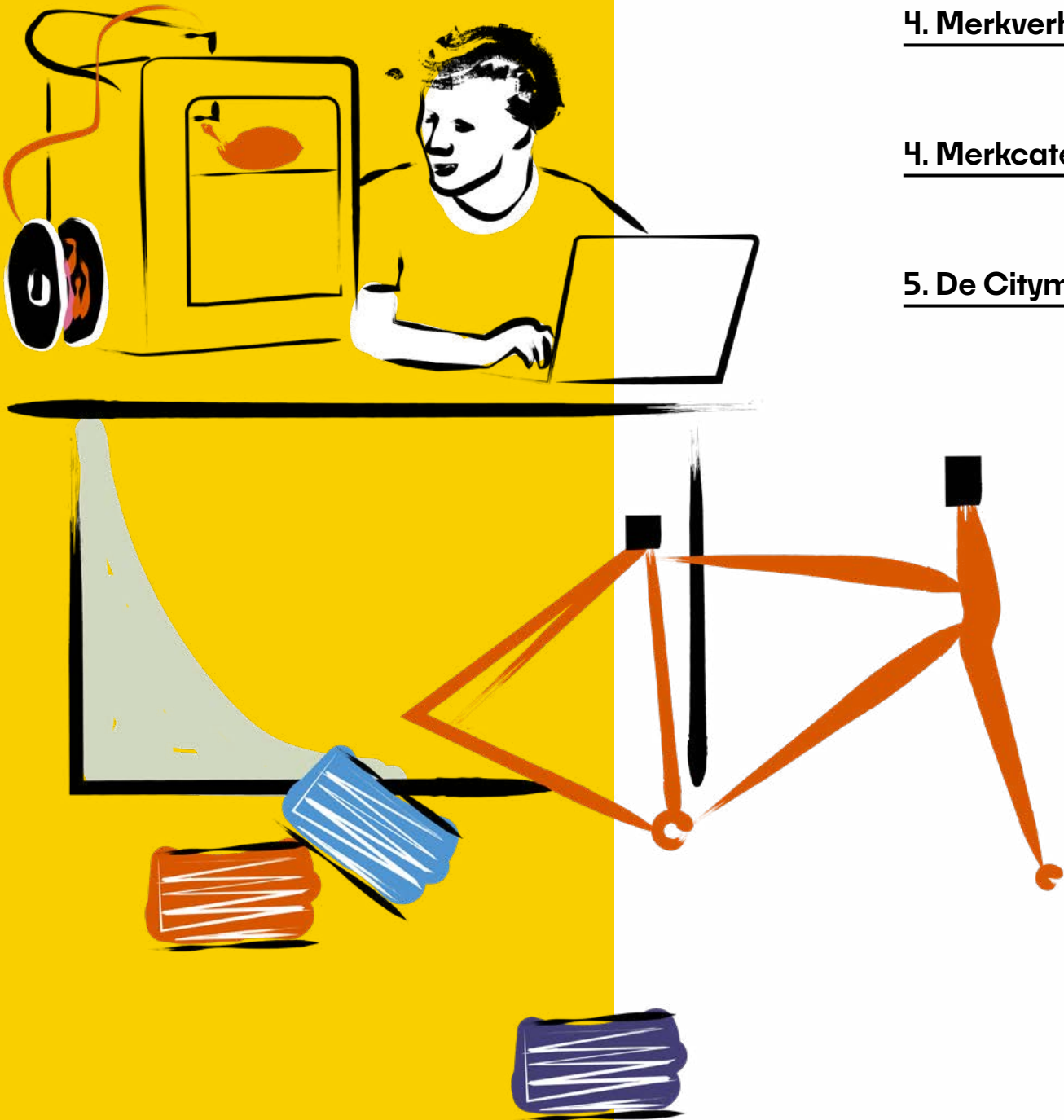
Maart 2025

Deze uitgave is bedoeld voor intern gebruik
binnen de gemeente Sittard-Geleen.

De afbeeldingen in deze publicatie zijn niet
allemaal rechtevrij en mogen daarom niet
verspreid worden of voor commerciële
doeleinden worden ingezet.

Inhoud

<u>1. Inleiding</u>	<u>4</u>
<u>2. Onze opgave</u>	<u>6</u>
<u>4. Merkverhaal</u>	<u>8</u>
<u>4. Merkcategorieën en merkwaarden</u>	<u>10</u>
<u>5. De Citymarketingorganisatie</u>	<u>16</u>



1. Inleiding



"Een bruisende stad die trots is op zijn geschiedenis én toekomst, als onderdeel van het innovatieve Limburg."

– Astrid, Brightlands



Sittard-Geleen is een bijzonder stukje Nederland. Door de ligging en de historie hebben we veel veranderingen doorgemaakt. Daardoor zit het vernieuwende karakter diep verankerd in onze vezels. We zijn daar nog wat te bescheiden over.

Daarom hebben we samen met inwoners en stakeholders in kaart gebracht wat de elementen zijn die Sittard-Geleen hebben gemaakt tot wat het vandaag is. En waar we samen naartoe willen. Dit heeft geresulteerd in een krachtig én genuanceerd verhaal. Een merkverhaal dat inspireert en waar iedereen, van student tot ondernemer, mee uit de voeten kan.

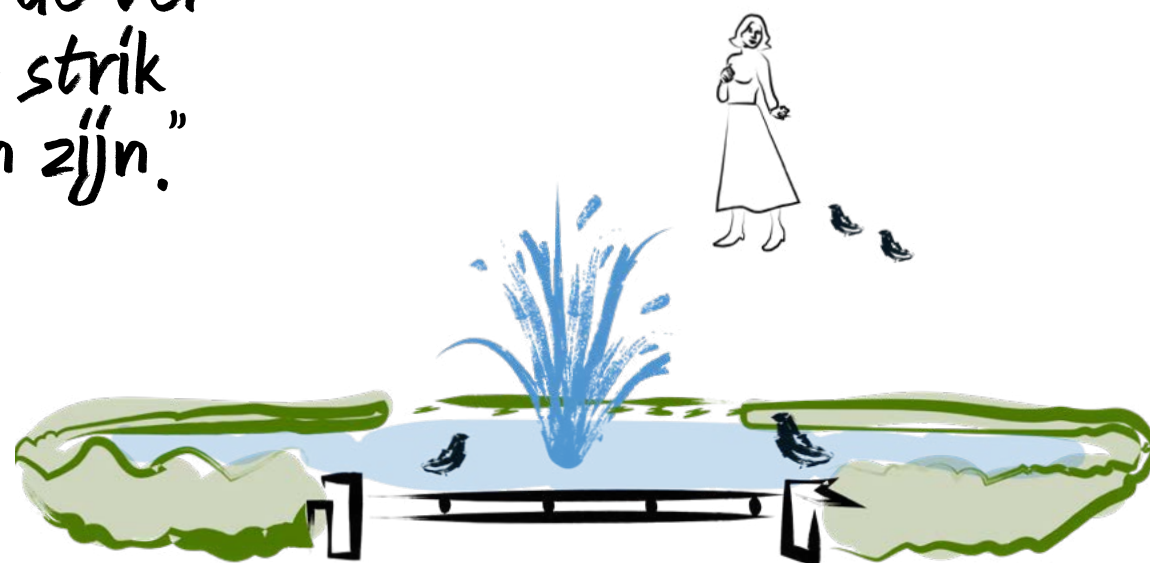


2. Onze uitdaging

"Nu is er wel trots, maar gefragmenteerd. Dit kan de verbindende strik eromheen zijn."

– Simone, Het Laagland

De wereld om ons heen verandert razendsnel. Onze economie, ons landschap en onze samenleving staan voor grote uitdagingen. De keuzes die we vandaag maken, bepalen hoe aantrekkelijk en toekomstbestendig Sittard-Geleen morgen is. Hoe zorgen we ervoor dat we onze sterke punten optimaal benutten en samen verder bouwen aan een stad die herkenbaar en verbonden is, met een sterke basis voor de toekomst?



- **Sociale veerkracht**
Sittard-Geleen heeft een sterke gemeenschap, maar er mist een gedeelde identiteit en trots. Zonder sterke verbinding tussen inwoners, bedrijven en organisaties blijven kansen onbenut.
- **Economische veerkracht**
Economische mogelijkheden liggen voor het oprapen, maar talent trekt weg. Sittard-Geleen heeft de kennis en maakindustrie in huis, maar benut haar positie onvoldoende.
- **Ecologische veerkracht**
We hebben groen, ruimte en innovatieve bedrijven, maar zonder een duidelijke koers blijven deze troeven onderbenut.
- **Institutionele veerkracht**
Er is veel om trots op te zijn, maar er ontbreekt een krachtig, eenduidig verhaal over Sittard-Geleen. Hierdoor missen we zichtbaarheid, samenwerking en impact, zowel intern als extern.

Hoe de stad wordt gezien en beleefd, bepaalt haar kracht. Een sterk en herkenbaar beeld van Sittard-Geleen is de sleutel tot verbinding, strategische keuzes en gedeelde trots. Dit merkverhaal is geen eindpunt, maar een fundament. Het biedt richting, inspireert tot actie en vormt het kompas voor strategieën, initiatieven en samenwerkingen die bouwen aan de toekomst van de stad.



Voor wie doen we dit?

Onze belangrijkste doelgroepen zijn:

Talent en impactmakers

Vakmensen, onderzoekers, studenten en ondernemers werken hier mee aan de oplossingen voor morgen. We willen deze doelgroep aantrekken én behouden zodat ze bijdragen aan de dynamiek en levensvatbaarheid van de regio.

Bewoners

Bewoners geven we trots op de regio mee en krijgen de kans om samen te werken aan duurzaamheid voor heel Sittard-Geleen.

Het resultaat hiervan is dat Sittard-Geleen ook bij andere doelgroepen beter zichtbaar wordt.

3. Merkverhaal



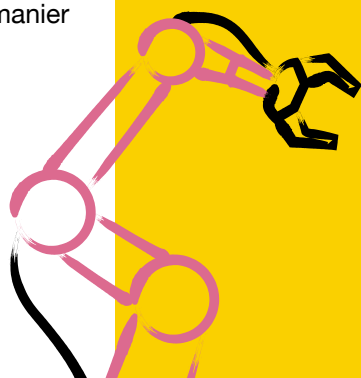
Hoe gaan we het merkverhaal inzetten?

Dit merkverhaal is bedoeld om onze *partnerorganisaties* te inspireren en te overtuigen om zich te committeren aan deze stip op de horizon.

Daarnaast zetten we het merkverhaal in voor *PR* en *lobby* richting bijvoorbeeld het Rijk en *bewonersactivatie*.

Elementen uit dit merkverhaal kunnen gebruikt worden in communicatiemiddelen. Het merkverhaal zal per doelgroep aangepast worden.

Culturele en sportieve iconen uit Sittard-Geleen bouwen ook mee aan de stad, en zullen worden meegenomen op een manier die past bij de gekozen strategie.



Sittard-Geleen Waar maken betekenis geeft

Oerkracht

Van bandkeramiekers tot mijnwerkers: in Sittard-Geleen werken we al eeuwenlang samen met ons landschap en onze omgeving. De rijkdom van onze bodem is de basis van ons vakmanschap. Dat al generaties lang bijdraagt aan een hoopvolle toekomst. Hier draait het niet om méér, maar om beter.

Met een rijke historie die inspireert en met innovatie als drijfveer, bouwen we aan een betere wereld. We herstellen, vernieuwen en gebruiken opnieuw. In Sittard-Geleen vind je de beste makers, onconventionele doe-het-zelvers en de meest baanbrekende uitvinders. We zijn dé werkplaats van nu, voor de makers van morgen. En die zijn nodig!

Onze kracht

Te midden van heuvels, valleien en monumentale landschappen, maken we in Sittard-Geleen het verschil met wat écht werkt. Geen poespas, maar heldere oplossingen voor iedereen. Onze kracht? Door onze verscheidenheid bereiken we meer.

We bouwen, creëren en verfijnen met zorg en precisie. Van bedrijven als Boels tot de knappe koppen van Brightlands, van de vakmensen van Vista College tot de creatieve geesten achter Het Laagland. Onze aanpak is altijd doordacht, inclusief een snufje van onze onvervalste eigenzinnigheid. Zonder loze fratsen, maar vakkundige oplossingen voor maximale impact.

We maken het waar

Hier broeit en bruist het. We koesteren onze tradities en vieren wat we maken. En vooral hoe we dat doen: met meesterschap, aandacht en trots. Om Sittard-Geleen een stukje beter te maken en de wereld mooier door te geven.

"Een duidelijk beeld van waar de gemeente voor staat."

– Jordy, Fortuna

Sittard-Geleen is van nature grensverleggend





Hoe geeft maken betekenis in relatie tot de merkpijlers?

Sittard-Geleen is een broedplaats voor makers. Onze omgeving, onze geschiedenis en onze samenwerkingen vormen de voedingsbodem voor alles wat we doen. Maken is hier een identiteit. Ons merkverhaal "Waar maken betekenis geeft" wordt gedragen door drie fundamenteën:

Landschap

Dit is ons decor en de ruimte die ons uitdaagt en inspireert. Onze groene omgeving is een kracht én een verantwoordelijkheid.

Historie

Het bewijs dat we altijd vernieuwers zijn geweest. Onze veerkracht en het vermogen om onszelf steeds opnieuw uit te vinden, zitten in ons DNA.

Chemie

De kracht van verbinding. Letterlijk, als sector die hier groot werd, en figuurlijk, als de manier waarop we samenwerken en innovatie tot stand brengen.

Deze drie fundamenteën zijn een logische ondergrond voor Waar Maken Betekenis Geeft. Want in Sittard-Geleen draait het om impact: waarde creëren voor de gemeenschap, de economie en de toekomst. Maken is hier nooit zomaar doen, maar altijd bijdragen. Het gaat om de mentaliteit waarmee we kansen grijpen en impact creëren, voor iedereen die wil meebouwen aan een omgeving waar maken écht betekenis heeft.

"Een makersstad waar creatief en commercieel elkaar kruisen."

– Kiran, The Breakfast Club

"Heel sterk verhaal. Complimenten! Pak de regierol. Structureel bewaken van consistente exposure van de mooie dingen die gebeuren."

– Boy, RegioArchief gemeente Sittard-Geleen



4. Merkcategorieën en merkwaarden



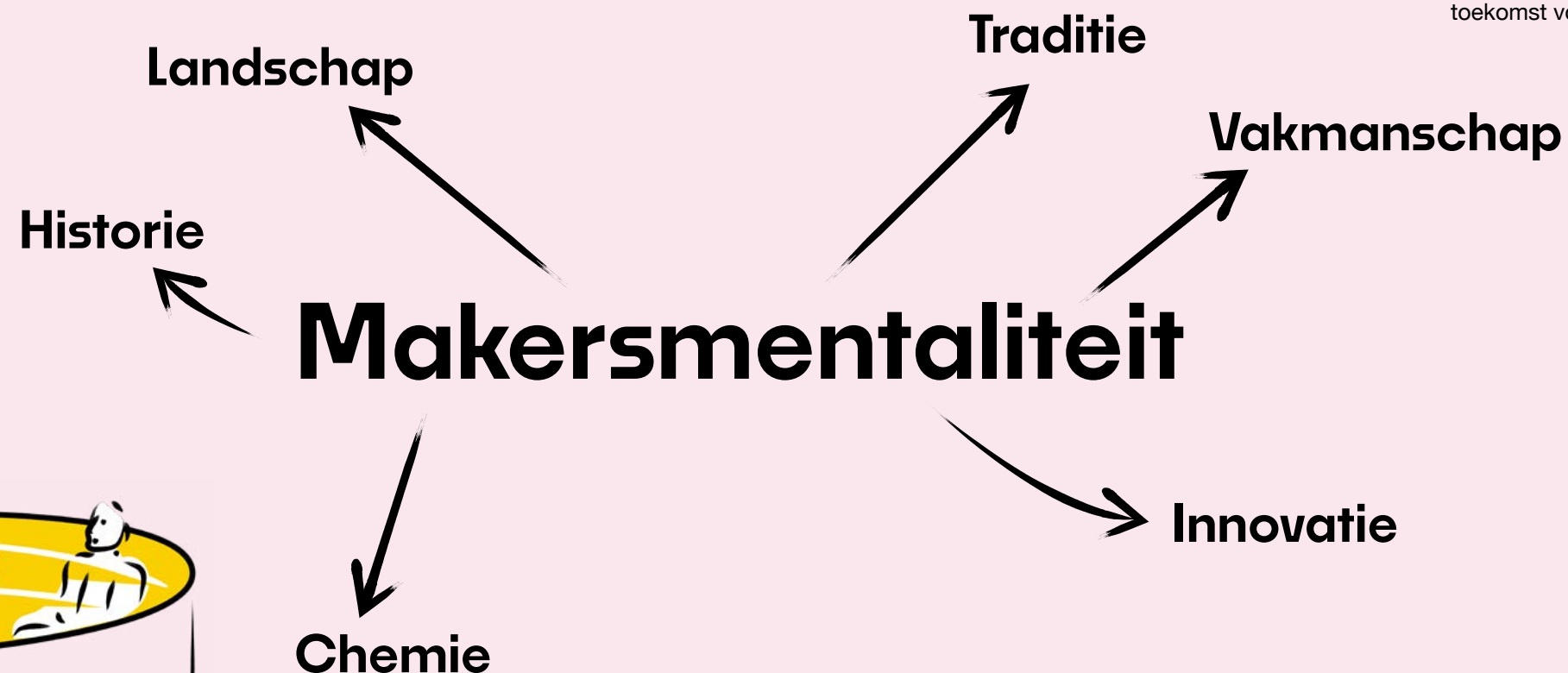
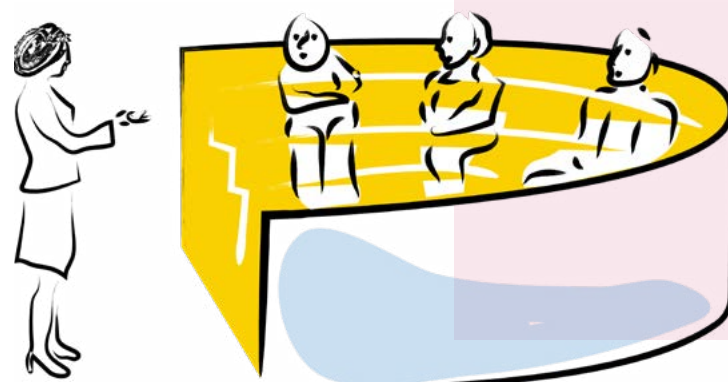
Dit merkverhaal is geen willekeurig idee, maar het resultaat van een diepgaand proces met inwoners, raadsleden en stakeholders. We hebben geluisterd, bevestigd en geanalyseerd. Wat maakt Sittard-Geleen uniek? Waar zijn we trots op? En welke kernkwaliteiten vormen de basis voor onze toekomst?

Uit deze gesprekken kwam een duidelijke behoefte naar voren: een sterke identiteit die niet alleen economisch en innovatief is, maar ook past bij de trots en het karakter van de stad. De woordenwolk in dit hoofdstuk weerspiegelt deze inzichten en het gedeelde gevoel.

Met dit merkverhaal geven we richting. We bouwen aan een Sittard-Geleen dat herkenbaar is voor bewoners en aantrekkelijk voor talenten en ondernemers. Door onze kernwaarden scherp te stellen, leggen we het fundament voor een gemeente die met overtuiging haar plek inneemt en haar toekomst vormgeeft.

"Samen met partners, groot en klein, dit opzetten en in de markt zetten is cruciaal."

– Leon, Stadslab Sittard-Geleen



5. De stadsmarketing-organisatie



"Een samenwerkende stad die het verleden eert en dat heeft omgezet naar een hoopvol toekomst-verhaal. Niet te groot, niet te bescheiden, maar precies goed."

– Tom, ZOwonen



Het beeld van Sittard-Geleen als aantrekkelijke gemeente staat of valt met hoe we ons positioneren, welke keuzes we durven maken en hoe effectief we partijen verbinden. Daarom is stadsmarketing meer dan communicatie alleen: het is richting geven, kansen benutten en mensen samenbrengen.

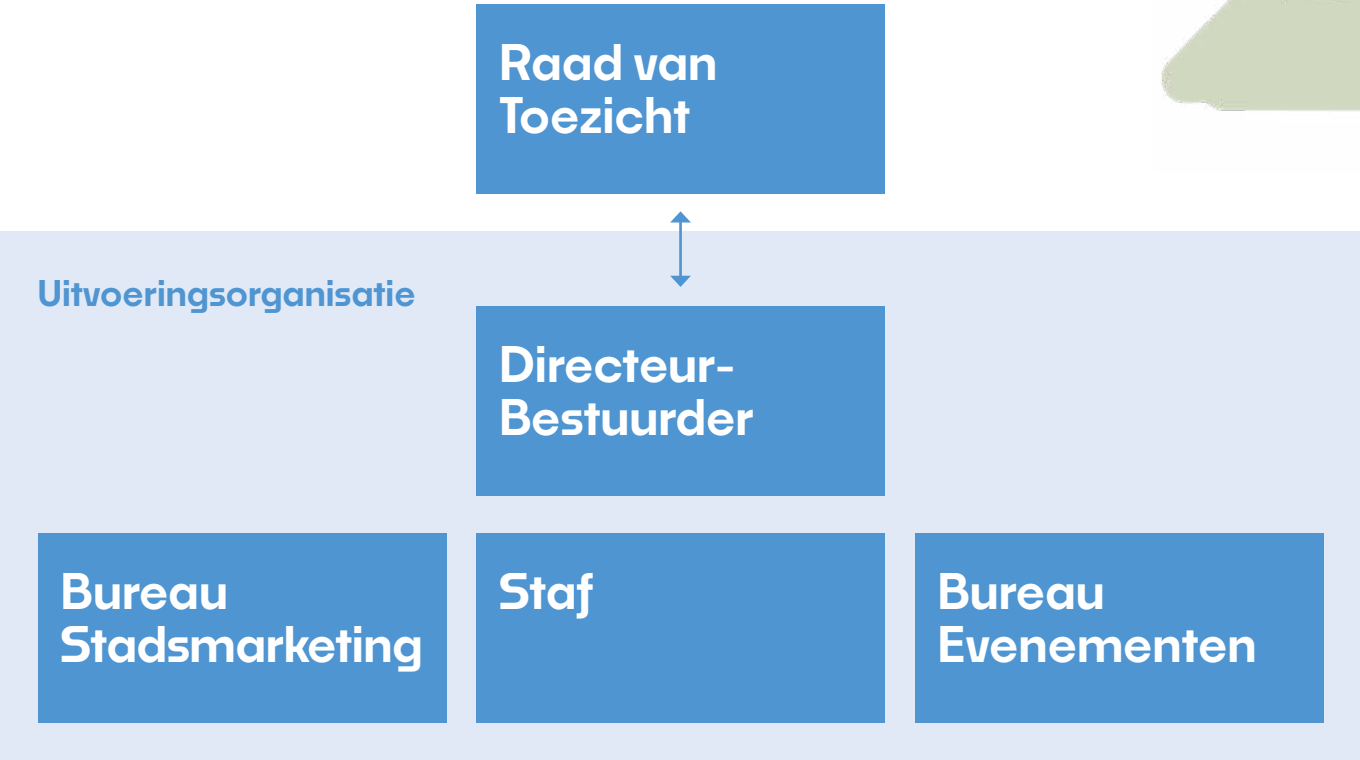
Een toegewijde stadsmarketingorganisatie is hierin onmisbaar. Zij staat midden in de stad, voelt de dynamiek en verbindt ondernemers, culturele instellingen en onderwijs. Dit is de plek waar strategie en praktijk samenkomen. Waar 'wie we willen zijn' wordt omgezet in concrete campagnes, evenementen en samenwerkingen.

Stadsmarketing vertelt niet alleen verhalen, maar bewaakt ook de koers. Deze organisatie inspireert en helpt anderen om keuzes te maken en zich aan te sluiten bij de toekomstvisie van Sittard-Geleen.



Organogram Stichting Sittard-Geleen Marketing (SSGM)

SSGM vormt een onafhankelijke stichting waarmee de gemeente een meerjarige overeenkomst sluit. In de overeenkomst zijn op hoofdlijnen de gewenste taken op het gebied van stadsmarketing en evenementen en de financiële meerjarige afspraken opgenomen.



Bureau Stadsmarketing

Kerntaken

- Merkbeheer en ontwikkeling
- Inspireren en regisseren in eenduidige beeldtaal en verhaal-lijnen
- Inspireren en regisseren van derde organisaties en partners
- Ontwikkeling en beheer van marketingkanalen
- Ondersteuning evenementen-bureau met marketingexpertise

Bureau Evenementen

Kerntaken

- Sturing op evenementenstrategie
- Loketfunctie evenementen
- Advies en support initiatieven gemeente breed
- Projectmanagement
- Marketingsupport



Taken uitvoerings-organisatie SSGM

Kerntaken Bureau Stadsmarketing

Het bureau richt zich op merkontwikkeling en marketing, vertaalt het Strategisch merkverhaal van Sittard-Geleen naar concrete projecten en bundelt de inspanningen van partners. De stichting neemt de regierol op zich naar deze partners, met focus op samenhang en impact.

Kerntaken evenementenbureau

Het evenementenbureau vervult een regie- en uitvoerende rol binnen de stadsmarketing-strategie van Sittard-Geleen. Het zorgt ervoor dat evenementen bijdragen aan de positionering van de gemeente en fungeert als aanspreekpunt en ondersteuner voor organisatoren. De stichting neemt de operationele taken over van de gemeente, terwijl de gemeente verantwoordelijk blijft voor vergunningen en subsidies. De focus ligt op professionalisering, stimulering van de evenementenagenda en het versterken van samenwerkingen met zowel lokale als regionale partners.

Samen maken we het waar

Sittard-Geleen beweegt vooruit door doeners en vernieuwers, mensen die bouwen, sleutelen, uitvinden, creëren en produceren. Maar een merkverhaal is pas krachtig als het niet alleen verteld, maar ook geleefd wordt.

Dit is geen verhaal op papier. Dit is een oproep tot actie. Iedereen die zich verbonden voelt met Sittard-Geleen kan bijdragen. Ondernemers, studenten, vakmensen, buurtgenoten, de toekomst van onze stad ligt in onze handen.

Laten we samen bouwen. Laten we het waarmaken!

