

Beeldvorming gemeenteraad positionering gemeente Bergen op Zoom

Programma

1. Positionering vanuit een nulpunt

Terugblik door Erik Boselie | 21:00 – 21:15

2. Van inzicht naar impact Spiegelen vanuit uitkomsten

Creatieve oefening door Brand Matters | 21:15 – 21:55

3. Hoe gaan we verder?

Afsluiting door Eric Boselie | 21:55 – 22:00



1. Positionering vanuit een nulpunt

Het nut van positionering

- Benader de stad vanuit een merkidentiteit
- Creëer een eenduidig beeld over de stad voor beoogde doelgroepen
- Bouw consequent en consistent aan de uitstraling en uitingen over de stad: merkidentiteit, beeldtaal en tone of voice
- Focus en helderheid over de strategische richting en agenda
- Gericht op de focus doelgroepen met de juiste mix in beeld en verhaal

Het nulpunt (1)

- **Een heldere positionering voor onze regionale samenwerkingen**
We hebben goede stappen gezet in onze positie in de regionale samenwerkingen vanuit een 360-graden benadering (West-Brabant, Vlaanderen, Zeeland en Randstad). Wat is ons verhaal en hoe claimen we een plek in de mindset van decisionmakers, met name richting Den Bosch, Den Haag en Europa.
- **Impuls in nieuwe duurzame samenwerking met partners in de stad**
Veel betrokken en actieve partners in de stad, maar er ontbeert regie voor een gezamenlijke overlegtafel en gezamenlijke agenda.

Het nulpunt (2)

- **Een inspirerend narratief**
Helder leidend narratief in verbinding van de diverse verhaallijnen over Bergen op Zoom vanuit historisch monumentaal, de ligging in unieke diverse natuur, haar woonkwaliteit in relatie tot de economische/maatschappelijke ontwikkelingen
- **Duurzame opzet van een publiek/private samenwerkingsvorm**
Creëer een schets van een gewenste organisatie vanuit een invulling van publiek / private samenwerking op gebied van positionering en de afgestemde uitwerking daarvan (zorg, aandacht en eigenaarschap) in afstemming met de hospitality-taak bij de VVV.

Wat is er gedaan

- Oriëntatie op de opdracht: deskresearch, oriënterende gesprekken door projectleider met stakeholders.
- We geven uitvoering aan de geformuleerde opdracht (doelenboom) in de begroting.
- Zowel ambtelijke als bestuurlijke afstemming leidend tot een plan van aanpak
- Besluitvorming in college november 2024, het betreft een bestuurlijke coproductie van de burgemeester en wethouder Hopmans
- Stap 1: opbouw en samenstelling startdocument waarin de kern van de pijlervisies zijn geïntegreerd
- Stap 2: interactieve stakeholdersessies met een heterogene groep inwoners en partners vanuit alle geledingen van de samenleving.

Stakeholdersessies

- Vanuit project is de ervaren partner Brand Matters gevestigd in Bergen op Zoom ingehuurd voor het faciliteren van de stakeholdersessies
- Op zoek naar de beelden en meningen van inwoners en partners over de kaders voor de positionering
- Actieve zoektocht en benadering van betrokkenen
- 4 sessies in thematische groepen
Sessie ambtelijke betrokkenen (interne stakeholders)
Sessie Wonen / Sessie Werken / Sessie Vrije tijd
(Aanvullende sessie inwoners niet-westerse migratieachtergrond noodzakelijk)
- Input van college en de gemeenteraad op 22 mei 2025





2. Van inzicht naar impact

Spiegelen vanuit uitkomsten

- ▶ Spiegelen & korte discussie
6 stellingen uit stakeholdersbijeenkomsten

Stelling 1

“Bergen op Zoom is de stad waar
‘als een mozaïek’ culturen en tradities
verbroederend samenkomen,
mits de gemeente dit aanwakkert
en coördineert”



Stelling 2

“Bergen op Zoom heeft potentie als circulair en plant-based centrum, echter vraagt dit focus, samenwerking, lef en leiderschap”



Stelling 3

“De historie van Bergen op Zoom mag voortleven als decor van de stad. Verder is er behoefte aan een sterkere, modernere en vrije visie voor de toekomst.”



Stelling 4

“Het loslaten van belemmerende woonregels is nodig om Bergen op Zoom een woonstad te laten worden voor iedere beurs”



Stelling 5

“Het is waardevol om onder de samenleving uit te zoeken of de evenementenkalender meer diversiteit kan krijgen in invulling (cultuur, sport en spel) én publiek (multicultureel).”



Stelling 6

“Ondernemersvrijheid en een bloeiende economie ontstaan als de gemeente Bergen op Zoom lef en regie toont voor nieuwe (creatieve) initiatieven – minder regels, meer kansen”



Bonusstelling 1

“In Bergen op Zoom is voor iedereen iets te vinden. Het is de bestemming voor ontspanning, avontuur en beleving. Wat iedere doelgroep aantrekt mag duidelijk worden omschreven”



Bonusstelling 2

“Een stad met een dorps gevoel.
In Bergen op Zoom ben je thuis. Dit
gevoel zit in de stad en in de wijken.”



Bonusstelling 3

“Bergen op Zoom heeft een goede bereikbaarheid, zowel binnen de stad als regionaal. Dit is voor nieuwe bewoners of bedrijven te onbekend”



Quotes en inzichten

Quote 1

**“Wanneer spreken we weer af
om hier mee verder te gaan?
Wat gaat er nu gebeuren?”**

Vele deelnemers van de bijeenkomsten

Quote 2

“Als ik weet dat we bijvoorbeeld de stad van de muziek worden, kan ik me daar op richten en lekker doorpakken.”

Manager Vrijetijdseconomie

Quote 5

**“Ik wil iemand zijn die bruggen
bouwt, empowert en zich inzet voor
de positie in de regio.**

**De gehele positionering zoals
we die nu aanpakken, samen met
de samenleving, geeft inhoud aan
mijn doelen.”**

Margo Mulder, burgemeester gemeente Bergen op Zoom

Quote 3

**“Wat fijn dat we worden
betrokken bij dit proces. Wij worden
altijd vergeten bij dit soort dingen.”**

Vrouw van niet-westerse migratieachtergrond aan de telefoon

Quotes en inzichten

Quote 4

**“We kunnen door met
80 enthousiaste en betrokken
ambassadeurs, mits we hier actief
op blijven acteren.”**

Yvonne Mourits, Brand Matters Creatives

Welkom

SAMEN BOUWEN WE BERGEN OP ZOOM

UPDATE

NR 1

BRIND
MATTERS
CREATIVES



RESULTATEN

Gezamenlijke focus voor concrete en zichtbare positionering

De inzet van alle betrokkenen bij dit project is 1000%. Zowel de gemeente als de betrokken partijen staan te popelen om van start te gaan en hebben zin om de resultaten daadwerkelijk zichtbaar te maken.

Doel: Kaders bepalen voor de positioneringsvisie, die we hebben toetsen tijdens de stakeholdersessies

Items die aan bod kwamen: Hoe zie jij onze stad in de toekomst? Waar staat onze stad nu? Wie zijn onze bewoners en bedrijven van nu? Wie willen we aantrekken? Wat maakt ons weer trots op de stad? Vanuit de resultaten die hieruit zijn gekomen hebben we stellingen ontwikkeld die we hebben getoetst bij de drie vervolgsessies, wonen / werken en vrije tijd.



100+ ambassadeurs

We zijn wat overdonderd geraakt door het enthousiasme wat we hebben ontvangen van de deelnemers uit de sessies. De noodzaak en enthousiasme om tijd te geven aan de sessies, maar ook het enthousiasme om betrokken te blijven is enorm. Vragen die we kregen waren: En nu? Wanneer horen we weer wat? Kunnen jullie mijn hulp nog gebruiken. 'Ik ken nog mensen die hier ook betrokken willen zijn'. Kunnen we op de hoogte gehouden worden'. Middels deze eerste update willen we graag de connectie houden met alle waardevolle connecties die we met de sessies hebben opgebouwd en samengebracht.

Connecties voor het organiseren van extra sessie

Door de Ramadan en andere omstandigheden hebben we de niet-westerse bewoners en ondernemers in Bergen op Zoom helaas nog niet kunnen betrekken. Daarom plannen we binnenkort een extra sessie om deze groep alsnog te uitnodigen en hun input te verzamelen. Op deze manier zorgen we ervoor dat hun perspectieven goed aansluiten bij het bredere beeld van de stad.

BRIND
MATTERS
CREATIVES

BRIND
MATTERS
CREATIVES



3. Afsluiting: Hoe gaan we verder?

Doorontwikkeling

Mei

- Beeldvorming Gemeenteraad op 22 mei
- Afronding fase 2: externe stakeholder oriëntatie
- Opbouw en toetsen van concept positionering

Juni / Juli

Rapport vanuit projectleider met daarin:

- Doorgelopen proces;
- De positionering;

- Een stappenplan voor de doorontwikkeling van de positionering naar merkidentiteit (beeld, tone of voice), doelgroepen en middelen;
- Schets van de beoogde organisatie, taken en rollen;
- Inzicht in de benodigde financiële middelen;

November 2025

- Vaststelling en besluitvorming positionering