

Aan de leden en burgerleden
van de gemeenteraad
van Bergen op Zoom



Uw kenmerk
Uw brief
Onderwerp: Beleidsplan Citymarketing

Ons kenmerk U19-010729
Beh. door J.M. Dees
Afdeling Concernstaf,

Datum 04 JULI 2019
Doorkiesnr. 0164 - 277103
Bijlage(n)

Beste leden en burgerleden,

Aanleiding

Aangenaam Bergen op Zoom NV voert al geruime tijd de citymarketingopdracht van de gemeente Bergen op Zoom uit. Citymarketing wordt hierbij als middel ingezet ten behoeve van de economische uitdagingen waar de gemeente voor staat. Doordat citymarketing zich begeeft op de domeinen Bezoekers, Bewoners en Bedrijven heeft het veel raakvlakken met andere beleidsvelden binnen de gemeente en met een grote diversiteit aan externe stakeholders. Om het huidige citymarketingbeleid verder uit te werken en daardoor het effect verder te vergroten, dienen de kaders, dus het beleidsplan, door uw Raad vastgesteld te worden.

Inleiding

Het beleid zal voortborduren op dezelfde opdracht waarvoor in 2015 door het College de wensdoelgroep ('Roos&Thomas') is vastgesteld en het in 2012 vastgestelde DNA, verwoord in de 'vijf regels'. Het vast te stellen beleid wordt al enige jaren door Citymarketing gehanteerd en geoptimaliseerd. Door zowel de gekozen strategie als door de consequente uitvoering hiervan, heeft team Citymarketing hiervoor in 2019 de Nationale Citymarketing Trofee gewonnen.

Motivering vakjury voor de toekenning van de Nationale Citymarketing Trofee aan Bergen op Zoom:

Over de winnaar in de categorie tot 100.000 inwoners: gemeente Bergen op Zoom

De jury heeft gekozen voor de stad die een forse stap heeft gezet in haar citymarketingstrategie én aanpak. De winnaar van de Nationale Citymarketing Trofee is er in geslaagd om de citymarketing dienstbaar te maken aan de uitdagingen van de stad. Er is op overtuigende wijze gekozen voor een doelgroep en marketingbenadering die de stad echt verder kan helpen.

Beleidsplan op hoofdlijnen

Vanuit een missie en een visie, die op advies van de Raad van Commissarissen van Aangenaam NV is opgesteld, wordt op basis van de vier pijlers (de merkwetten: focus, onderscheidend, consistent en relevant) het beleid verder uitgewerkt. De afgelopen periode heeft team Citymarketing met diverse voorlopers van de drie domeinen binnen en buiten de gemeente en specialisten op het vakgebied gesproken en informatie opgehaald. Op basis daarvan is het beleidsplan op hoofdlijnen ontstaan en de komende weken worden dit nader uitgewerkt.

Proces

Alvorens overgegaan kan worden tot besluitvorming in uw raad medio november, halen wij graag uw input op, op de bovengenoemde vier pijlers. In overleg met de griffie wordt u uitgenodigd voor een beeldvormende sessie om uw input te

geven.

U hoort van ons.....

Op het moment dat de datum voor de inputsessie (beeldvormend) bekend is, nodigen wij u graag uit om aan de sessies deel te nemen. Wij kijken er naar uit!

Met vriendelijke groet,

het college van burgemeester en wethouders van Bergen op Zoom,
namens het college,

Dhr. E.M.L. Weys

A handwritten signature in blue ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke extending to the right.