

Stichting Merk Meppel
Eikenhorst 17
7944 ZZ Meppel

Aan: Gemeente Meppel
T.a.v. dhr. R. Korteland
Grote Oever 26
7941 BJ Meppel

Betreft: concretisering subsidieverlening Merk Meppel
Meppel, 22 december 2022



Geachte heer Korteland,

Meppel is de gelukkigste en meest gastvrije gemeente van Nederland! Dat is waar we samen met de gemeentelijke organisatie en alle andere sectoren in Meppel voor staan en waar eenieder zich voor inzet. Maximaal gebruik maken van de kwaliteiten van Meppel en haar inwoners. De kwaliteitseisen zijn ondernemend, eigenzinnig, sociaal en energiek.

Volgens afspraak sturen we u de concretisering van de subsidieaanvraag gericht op de doelstellingen van 2023 en 2024. Doelstellingen die samen met de gemeente en alle sectoren zijn bepaald en waar Stichting Merk Meppel de aanjagende, coördinerende en faciliterende rol op zich neemt. In de bijlage nemen we u graag mee in het DNA van de gemeente Meppel en het werkplan 2023-2024, met hierin de doelstellingen, kaders en ingrediënten. Om het werkplan 2023-2024 te realiseren is er een totaalbedrag van €214.500 incl. btw nodig. De werkzaamheden staan gespecificeerd in de bijlage.

Merk Meppel is citymarketing met de inwoners en sectoren

Waarom doen we in Meppel aan citymarketing? In Meppel is het leven goed en we delen graag dat wij daar trots op zijn. Dit is wat de sectoren met elkaar hebben bepaald. Het is niet citymarketing dat, zoals in veel andere steden, wordt opgelegd of uitgevoerd door de gemeente of één instantie. In Meppel doen we het anders. Alle sectoren delen samen het geluk met inwoners, ondernemers en toeristen. Dit wordt aangejaagd door de Stichting Merk Meppel.

Stichting Merk Meppel is opgebouwd vanuit alle sectoren binnen de gemeente. Dat betekent dat iedere sector vertegenwoordigd is en binnen de eigen sector uitvoering geeft aan de doelstellingen. Door de samenwerking worden cross-overs gemaakt tussen meerdere sectoren. Deze manier van uitvoering past uitstekend in de plannen van het coalitieakkoord, waar ingezet wordt op wonen, stad van mensen, kansen voor werk en economie, zorg voor elkaar en leven. Nog essentiëler; waarin samenhang en het samenbrengen van opgaven door de gemeente met inwoners, organisaties en partners in Meppel en de regio. Dat is precies wat Stichting Merk Meppel doet, waarbij we ons richten op zowel het vergroten van het bewustzijn en betrokkenheid van de Meppeler inwoners als de externe positionering naar de regio. In de afgelopen jaren hebben we sectoren bij elkaar gebracht, die nog nooit samengewerkt hebben.

Verbinding en maatschappelijke coherentie aangejaagd door de zes waarden

Meppel wordt gekenmerkt door zes waarden, namelijk geluk, gastvrij, ondernemend, knooppunt, groen, karakteristiek. Deze waarden van Meppel zijn niet verzonnen door een willekeurig reclamebureau. De waarden van Meppel zijn bepaald door betrokken bewoners en ondernemers – uw en onze kiezers – die met elkaar hebben vastgesteld wat Meppel Meppel maakt. Iedere doelgroep, sector of belang sluit zonder uitzondering aan bij één of meerdere waarden in de DNA-keten van Meppel. Het gaat immers over Meppel. Het gaat over hen.

Meppel positioneren vanuit de zes waarden geeft verbinding en maatschappelijke coherentie. Het gaat over elkaar vinden, samenwerken en verbinden op de thema's die maken dat wij gelukkig zijn in deze gemeente. Het neveneffect is dat we als gemeenschap zo bouwen aan maatschappelijke coherentie en dat we dit samen uitstralen. Een heel krachtig middel in het positioneren van onze gemeente! Door het aanjagen van samenwerking met en binnen sectoren worden bewoners, bedrijven en bezoekers bereikt. Dit is de manier van positionering van de gemeente Meppel zowel naar binnen als naar buiten. Naast campagnes, die nodig zijn voor externe positionering blijft het (intern) aanjagen ook van belang. Hier wordt veel tijd, en dus ook geld, geïnvesteerd.

Enkele concrete voorbeelden waar intussen maatschappelijke coherentie is bereikt:

- Ontdekmeppel.nl is nu een ontmoetingsplaats voor alle sectoren
Op ontdekmeppel.nl wordt getoond wat diep geluk inhoudt. Het is tegelijkertijd een plek om met elkaar in gesprek te komen en elkaar te vinden. Waarbij het niet meer gaat om de positionering van een individuele partij, maar waar een complete sector en zelfs de gehele gemeente zich presenteert. Een duidelijk zichtbaar voorbeeld van de maatschappelijke coherentie, waarbij we allemaal bouwen aan leefbaarheid en geluk binnen onze gemeente.
- Festival van geluk
Verbinden door het delen van geluk dat we in de gemeente Meppel ervaren. Dit wordt tijdens het Festival van geluk bereikt.

Hierbij zijn in 2019 een week en in 2022 een maand door alle sectoren in één stijl en positionering heel veel geluk en onze waarden gedeeld, waarbij veel sectoren samen kwamen en ook zichtbaar werden in de gemeente Meppel en daarbuiten. Bovendien zijn tijdens beide edities veel activiteiten (in eendrachtige samenwerking tussen diverse sectoren) georganiseerd, die voor elke doelgroep wat hebben geboden en op die manier ook hebben bijgedragen aan maatschappelijke coherentie.

- Collectieve positionering op basis van ons DNA

Gemeente Meppel heeft zes waarden. Zoals eerder gezegd sluit iedere doelgroep, sector of belang zonder uitzondering aan bij één of meerdere waarden in de DNA-keten van Meppel. Meerdere sectoren zijn niet georganiseerd of hebben hulp nodig hoe de sector beter kan worden gepositioneerd naar bewoners, bedrijven en bezoeker. Stichting Merk Meppel heeft hierin onderstaande al bereikt:

- Het bedrijfsleven weten te verenigen (<https://ontdekmeppel.nl/ondernemen/ondernemers-meppel/>)
- Het onderwijs verenigd met de positionering 'gelukkig leer jij in Meppel' (<https://ontdekmeppel.nl/leven/onderwijs/>)
- De cultuursector begeleid bij een prachtige onderlinge samenwerking, uitmondend in een landelijke campagne 'De toren danst, 600 jaar verbeeldend geluk'.
- De binnenstad gestimuleerd tot samenwerking en zich te presenteren m.b.v. de positionering 'In het hart van Meppel'
- Een bijeenkomst begeleid waarin de sector sport heeft nagedacht over hoe ze als collectief samen kunnen optrekken onder 'het vitale hart'.
- Elke 6 weken overleg met de recreatie en toerisme sector, waarin de sector wordt aangejaagd tot ontmoeting. Tevens is er in juni 2022 een sessie geweest waarin verbonden is op 'Meppel, een springplank van Geluk'.

Daarnaast nog een aantal concrete voorbeelden van wat Merk Meppel ook heeft bereikt de afgelopen jaren:

- Op corporate niveau hebben we de gemeente beter willen positioneren door o.a. alle content op www.ontdekmeppel.nl te herschrijven en de site toegankelijk te maken voor alle sectoren.
- We hebben drie keer per jaar een stakeholdersbijeenkomst waar alle sectoren vertegenwoordigd zijn. Daar worden de initiatieven van elke sector met elkaar gedeeld en worden cross-overs gemaakt. De uitkomsten hiervan jagen we na, of we bereiden de bijeenkomst zo voor dat de sectoren in beweging komen.
- In de covid periode hebben we de route van geluk gemaakt. Deze staat op: <https://ontdekmeppel.nl/ontdek/routes/route-van-geluk/>. Ook hebben we de plekken van geluk in kaart gebracht op: <https://ontdekmeppel.nl/meppel-diep-geluk/plekken-van-geluk/>. Hiermee kunnen we nu veel beter onze mooie gemeente naar buiten toe presenteren.
- De waarden van gemeente Meppel zijn geïntegreerd in de samenleving onder andere bij het 'sportgala' en 'ondernemersgala'
- We hebben marktonderzoek laten doen door studenten van Regiocampus, voor de sector cultuur en recreatie & toerisme.
- Wij communiceren met een hoge frequentie en actualiteit op social media over Meppel en haar waarden, hetgeen ertoe leidt dat het aantal volgers blijft groeien. Volg hiervoor bijvoorbeeld [meppel.diepgeluk](https://www.instagram.com/meppel.diepgeluk) op Instagram.

Nu de stap van lokaal naar interregionaal

We willen onze externe positionering versterken om meer inwoners, toeristen en ondernemers naar onze mooie gemeente te trekken. Dat betekent dat we andere kanalen moeten inzetten en een hoofdboodschap per sector naar buiten gaan brengen. Dit aanjagen naar alle sectoren met ieders eigen identiteiten is onze taak en daar zit ook onze kracht. Daarvoor is extra geld nodig voor o.a.; het begeleiden van bijeenkomsten met de sectoren, het bedenken van campagnes, het produceren van films, het uitzetten/ afkopen van landelijke advertenties of zendtijd etc. etc. Het zijn personele uren van professionals die ingehuurd moeten worden, maar met name ook productie van films, inhuur of koop van zendtijd wat deze stap met zich meebrengt.

Waarom nu investeren van lokale naar regionale en interregionale marketing

Gemeente Meppel heeft een groeiambitie. Om onze gemeente leefbaar te houden, voorzieningen in stand te houden en de lokale economie verder te stimuleren, is het van groot belang om nog meer bezoekers, bewoners en bedrijven naar Meppel te trekken. Hierbij speelt citymarketing een grote rol. Meppel zal zich aan een breder publiek moeten presenteren om deze groei mede mogelijk te maken. Van lokale marketing naar regionale en zelfs interregionale marketing vergt een grotere inspanning, andere vormen en kanalen van communicatie en dus meer geld. Kortom: investeren in onze toekomst.

Sinds 2018 heeft gemeente Meppel bepaald om citymarketing extern te laten uitvoeren en is de citymarketing met name gericht geweest op de lokale positionering. Samen met de gemeente en andere sectoren hebben we de doelstelling geformuleerd om naast interne naar externe positionering te gaan. Voor 2023-2024 is de doelstelling om onze mooie gemeente ook interregionaal te gaan positioneren als gelukkigste en meest gastvrije gemeente van Nederland. Hier is echter meer budget voor nodig. Graag ontvangen we van de raad een goedkeuring voor de subsidieaanvraag van €214.500 zodat Merk Meppel de komende jaren samen met alle sectoren verder kan bouwen aan de interne en externe positionering van gemeente Meppel.

Met gelukkige groet,
Bestuur Stichting Merk Meppel



Ambitie | Merk Meppel | Meppel diep geluk

1. Ambitie | Meppel is de gelukkigste en meest gastvrije gemeente van Nederland
2. Why? | In Meppel is het leven goed. Daar zijn we trots op en dat willen we met zoveel mogelijk mensen delen. Door het verhaal van Meppel te vertellen en ze uit te nodigen om zelf te ervaren wat Meppel te bieden heeft, dragen we bij aan het vergroten van de vrijheid, leefbaarheid en vitaliteit van de gemeente.
3. How? | Door de kracht van het samen. Samen met vertegenwoordigers van alle sectoren vormen we een netwerkorganisatie die initieert, faciliteert en stimuleert dat de ambitie en het verhaal van Meppel met één mond wordt uitgedragen. We delen onze geluksmomenten en roepen anderen op die ook te delen.
4. What? | Stichting Merk Meppel is het bindmiddel dat alle sectoren verbindt en oproept om het verhaal van Meppel te delen. Doel: Met de samenleving de positionering van Meppel te versterken als gelukkigste en meest gastvrije gemeente.
5. Positioneringsstatement "Meppel diep geluk" | Meppel is de gelukkigste en meest gastvrije gemeente van Nederland. Meppel is de combinatie van rust, groen, water, stedelijke voorzieningen van hoog niveau, centrale ligging en de historische compacte en hoogwaardige binnenstad. Meppel is aantrekkelijk voor bewoners, bezoekers en bedrijven uit de regio die op zoek zijn naar hoge kwaliteit van leven. Hoge kwaliteit van leven is verwoord in 'diep geluk'; gastvrijheid, leefbaarheid en vitaliteit is onze focus naar de toekomst toe.
6. Identiteit | De Identiteit van Meppel is verwoord in een aantal waarden en sub waarden. Ze geven richting aan hoe de gemeente de dingen doet. Onze waarden zijn: GELUK: vrijheid/ leefbaarheid/ vitaliteit; GASTVRIJ: handelsgeest/ thuis voelen/ welkom voelen; ONDERNEMEND: durf/ doen / samen; KNOOPPUNT: water /spoor /weg; GROEN: bomen / parken; KARAKTERISTIEK : binnenstad / pleinen / grafische industrie
7. Meppel diep geluk | is de afzender van de identiteit van gemeente Meppel. De identiteit is verwoord in bovengenoemde waarden en is een knipoog naar het Meppelerdiep.

Doelstellingen 2023-2024

De doelstellingen voor 2023-2024 zijn;

1. Bewustzijn en betrokkenheid Meppeler inwoners verder vergroten (interne stakeholders: inwoners, ondernemers). Met andere woorden: de basis onderhouden en verder verstevigen om van daaruit gefundeerd te kunnen uitbouwen.
2. Versterken "externe" positionering van Meppel, dus buiten de gemeentegrenzen (bezoekers en externe bedrijven regionaal en interregionaal. Bij voldoende middelen op termijn wellicht nationaal).

Kaders om doelstellingen te realiseren

1- Bewustzijn en betrokkenheid Meppeler inwoners verder vergroten

- a) Onderhouden van contacten met de sectoren/ stakeholders.
- b) Ophalen behoeftes sectoren d.m.v. een 'Inspiratiesessie' met stakeholders; met als eindresultaat een duidelijk beeld hoe iedere sector collectief Meppel wil uitdragen.
- c) Organiseren van een volgend Festival van Geluk, met meer cross-overs tussen de diverse sectoren.

2- Versterken "externe" positionering van Meppel

Op basis van het beschikbare budget is het niet mogelijk een landelijke campagne te voeren. Focus ligt op ons lokale netwerk met stakeholders en sectoren dit is het vliegwiel naar de regio. En vanuit deze achterban, gaan en blijven we naar buiten treden.

- a) Jaarlijks een situatieanalyse maken voor twee nader te bepalen sectoren; met als doel het identificeren van kansen en bedreigingen voor de positionering van de sector onder Meppel diep geluk t.o.v. andere gemeenten in de regio op basis van 3 doelgroepen: inwoners/ bezoekers/ ondernemers. Kennisuitwisseling met Marketing Drenthe/ Marketing Oost;
- b) Op basis van de situatieanalyse met de stakeholders om de tafel en deze vervolgens de vraag stellen; Waar liggen kansen? Welke uitdagingen moeten aangegaan worden om vanuit de huidige positionering naar gewenste positionering te komen? Per sector wordt zo gezamenlijk in kaart gebracht hoe en of zij willen groeien, welke doel/effect moet dit bereiken en daar zetten we de (regionale) campagne voor op i.s.m. de sector;
- c) Op basis van de situatieanalyse kan Merk Meppel de kansen bepalen voor de Meppel brede activiteiten/ acties. Elke sector werkt zijn eigen analyse en bijbehorende kansen uit, Merk Meppel zal naar behoefte kijken wat Meppel breed ingezet kan worden. Tactiek om de markt te bewerken wordt uitgezet op middellange termijn 2 tot 5 jaar (op basis van beschikbare budget).

Van doelstelling naar realisatie

Om de doelstellingen voor 2023-2024 te kunnen realiseren is het van belang dat binnen de gestelde kaders gewerkt kan worden en onderstaande ingrediënten worden uitgewerkt. Hiervoor is een minimaal budget noodzakelijk van **€ 214.500** (incl. BTW). Dit geraamde bedrag is ontleend aan opgevraagde offertes en indicaties van gespecialiseerde partijen. Binnen dit budget kunnen we uitvoeren:

Doelstellingen	Uitvoering
01 Aanjagen	Uitvoering, zoals de afgelopen jaren aanjagen van iedere sector. – Aanjagen van sectoren als collectief – Delen en promoten op de sociale media van Meppel ontdekmeppel.nl – Route van Geluk, promotie lokaal – Festival van Geluk, organisatie & promotie lokaal – Organisatie stakeholderbijeenkomsten – Geluksmomenten ophalen en delen – Projectorganisatie; jaaroverzicht/ werkplan/ subsidies/ verantwoording <i>N.B. bedenk hierbij dat alleen al door inflatie er meer geld nodig zal zijn dan de nu beschikbare €48.000 om dezelfde resultaten te bereiken. Daarnaast gaat zo'n 20% van de beschikbare subsidie onvermijdelijk op aan BTW die de Stichting niet kan verrekenen. Zij kan dus de factor maar over ongeveer 80% van het beschikbare huidige subsidiebedrag beschikken.</i>
Doel en effect:	Doel: partijen bij elkaar brengen, crossovers realiseren tussen de sectoren, geluk delen naar inwoners, ondernemers en toeristen Effect: Sociale cohesie versterken, maatschappelijke coherentie
02 Samenwerking met Marketing Oost, Marketing Drenthe en Marketing Zuidwest Drenthe en buurgemeenten. Aansluiten op elkaars activiteiten en initiatieven.	Intensivering van samenwerking door vanuit overleg te komen tot gerichte gezamenlijk acties ten behoeve van de interregionale positionering van Meppel.
Doel en effect:	Doel: Meer aansluiten bij de bestaande campagnes in omliggende regio's zodat gemeente Meppel meegenomen wordt in de profilering binnen de regio Effect; samen met gemeente en alle sectoren streven we naar meer inwoners/ondernemers/bezoekers die komen naar onze faciliteiten binnen de gemeente (binnenstad, zwembad, musea, schouwburg, beeldenpark Havixhorst, Nijeveense plas, Engelgaarde)
03 Inspelen op actualiteiten	Pro- actieve manier van inspelen op actualiteiten door de sectoren. Door extra aandacht te geven aan en te vestigen op nieuwswaardige en bijzondere gebeurtenissen in de gemeente die bijdragen aan een positieve positionering van Meppel. Als voorbeeld de 'Zandtovenaar' en 'De Toren danst' die beide landelijke promotie hebben opgeleverd.
Doel en effect:	Doel: ondersteunen om de waarden op een consistente manier naar buiten uit te dragen Effect: consistent positioneren van gemeente Meppel <i>Ontdekmeppel.nl heeft normaal tussen de 1.050/ 1.200 bezoekers per week. Met de campagne "De toren danst, 600 jaar verbeeldend geluk" zaten we rond de 4.000 bezoekers per week</i>
04 Next step van lokaal naar regionaal en interregionale positionering	Van lokaal naar interregionale positionering te gaan door middel van kleine regionale campagnes. – Regionaal campagne ontwikkelen vanuit diverse sectoren (uitgaande van twee campagnes op jaarbasis) – Het optimaal professionaliseren van het Festival van Geluk onder andere ook door deze meer regionaal te promoten – De Route van Geluk campagnematig regionaal onder de aandacht brengen Campagnemiddelen: bijvoorbeeld content creatie (tekst / beeld), productie van film/ brochures/ flyers/ abri campagne/ social media campagne/ social media paid advertising / storytelling.
Doel en effect:	Doel: Van lokaal naar interregionale positionering te gaan door middel van kleine regionale campagnes. Effect: Onze sectoren zijn het vliegwiel naar de regio, vanuit deze sectoren treden we regionaal naar buiten.
Landelijk positioneren	Niet mogelijk binnen budget

