



Memo

AAN : Gemeenteraad

VAN : wethouder A. Goudswaard

DATUM : 8 november 2024

BETREFT : Toelichting begroting branding en positionering 2025-2026

Voor de jaren 2025 en 2026 is respectievelijk € 500.000 en € 625.000 voor branding en positionering opgenomen in de begrotingsaanvraag. In de kadernota 'Branding & Positionering', die in september door de raad is vastgesteld, is het belang van deze investeringen benadrukt. Naar aanleiding hiervan stuur ik u hierbij de voornoemde contouren, vergezeld van een nadere invulling van het voorgestelde budget. Deze budgetten zijn bedoeld om de merkpositie van Westland te versterken en vormen de basis voor de verdere ontwikkeling van strategieën en activiteiten op het gebied van branding en positionering.

De activiteiten die we voor deze budgetten in gedachten hebben, zijn in lijn met de zeven doelen uit de kadernota. Hierin is er een duidelijke samenhang met de werkzaamheden voor onze opgaven op het gebied van Economie, Communicatie, Flora Campus Westland en andere beleidsdomeinen. Tegelijkertijd zijn branding en positionering voornamelijk gericht op ondersteunende activiteiten die andere beleidsopgaven bevorderen. Wanneer er echter een nieuwe strategische actie voor branding en positionering ontstaat die nog niet is vastgelegd in een bestaand jaarplan of product, zal deze aan een lopende opgave moeten worden gekoppeld.

A. Organisatie en Inrichting

- **Organisatie:** € 180.000 in 2025 en € 250.000 in 2026

Dit bedrag omvat onder andere ondersteuning en personele inzet voor de opbouw en ontwikkeling van branding en positionering. Verdere verfijning van deze kosten is afhankelijk van hoe de uiteindelijke organisatie-inrichting eruit zal zien.

Het ontwikkelen en uitvoeren van beleid rondom branding en positionering heeft als doel het imago van Westland te versterken. Dit omvat onder andere het aangaan van strategische partnerships, het coördineren van campagnes, het afstemmen van communicatie-initiatieven en het bewaken van de consistentie in merkuitingen, zodat deze bijdragen aan de gewenste profilering voor verschillende doelgroepen. Daarnaast houden we rekening met kosten voor het monitoren van indicatoren en het uitvoeren van onderzoek om de voortgang en impact van onze positioneringsinspanningen inzichtelijk te maken.

B. Implementatie Merkconcept en Uitvoeringsagenda

- **Uitwerking van het merkconcept:** € 150.000 in 2025 en € 180.000 in 2026

Het budget is bedoeld voor de verdere uitwerking en implementatie van het merkconcept, inclusief strategische activiteiten zoals mediacampagnes, publiciteit, public affairs en de ontwikkeling van een communicatietoolkit om de merkidentiteit te versterken. De concrete invulling zal afhankelijk zijn van de voortgang van de uitvoeringsagenda. Met dit budget streven we ernaar om (beleids)projecten te realiseren die het merk, de reputatie en het imago versterken.





Memo

Het merkconcept bevindt zich momenteel in de ontwikkelingsfase, waarbij de focus ligt op glastuinbouw en vrije tijd (leisure) als kernonderdelen. Verwachte kosten omvatten onder meer huisstijl- en websiteontwikkeling, communicatiemiddelen, PR, exposities, promotionele evenementen, sociale media-activiteiten en het ontwikkelen van communicatiemateriaal voor openbare ruimtes.

- **Strategische partnerships en samenwerkingsverbanden:** € 50.000 per jaar
Hierbij gaat het om samenwerking met externe partners, zowel lokaal, regionaal als nationaal, om de branding- en positioneringsdoelstellingen te versterken en te profiteren van gedeelde economische kansen. Dat kan op termijn een activiteit zijn als het wereldnetwerk tuinbouwgemeenten, maar ook een verband tussen de verschillende mainports van Nederland of op het vlak van recreatie een samenwerking die Westland in de regio beter op de kaart zet .
 - **Internationale positionering:** € 30.000 per jaar
Dit budget stelt ons in staat om de internationale naamsbekendheid te vergroten en in te spelen op kansen voor internationale samenwerking en economische promotie. Denk hierbij aan internationale media, bijdragen op congressen of juist het bieden van podia aan internationale PR in Westland.
- C. Flexibele uitvoering en ondersteuning van activiteiten
- **Ondersteuning van activiteiten en evenementen die aansluiten bij de merkstrategie:** € 70.000 in 2025 en € 90.000 in 2026
Dit budget biedt ruimte voor de ondersteuning en cofinanciering van evenementen en activiteiten die bijdragen aan de positionering van de gemeente.
- D. Onvoorzien
- **Ad-hoc kosten en flexibele middelen:** € 20.000 per jaar
Voor onvoorziene uitgaven en eventuele aanpassingen naar aanleiding van verfijningen in het merkconcept, de organisatie-inrichting of de uitvoeringsagenda.

Totale kosten:

- **2025:** € 500.000
- **2026:** € 625.000

Dit memo biedt inzicht in de begroting met ruimte voor verfijning naarmate het merkconcept, de organisatie-inrichting en de uitvoeringsagenda verder vorm krijgen. Aanpassingen en aanvullingen in de begroting zullen worden doorgevoerd in overeenstemming met deze ontwikkelingen.