

## Actualisering citymarketingstrategie, gemeente Zoetermeer

De raad van de gemeente Zoetermeer;

Gelezen het voorstel van burgemeester en wethouders van 12 december 2017;

### besluit

1. Op grond van het rapport 'Versterking van de positionering en profilering' van Bureau Boisen de citymarketingstrategie als volgt te actualiseren:
  - a. Aanscherping van het huidige thema 'leisure' naar (buiten) sport en een actieve levensstijl. Dit thema (buiten) sport en actieve levensstijl zichtbaar en beleefbaar te maken in alle delen van de (binnen)stad;
  - b. Gemeentelijk beleid voortaan te toetsen met behulp van de speciaal voor Zoetermeer ontwikkelde brand filter methodiek. Hiermee kan door het gebruik van de scoringsthema's, maakbaar, actief en speels worden bepaald in hoeverre nieuw beleid on-brand is of niet;
  - c. Het thema 'toegepaste innovatie' voortaan in te zetten in regionaal verband. Niet om Zoetermeer te onderscheiden in de regio, maar in plaats daarvan Zoetermeer te positioneren als onderdeel van een regio die uitblinkt in 'innovatie';
  - d. Na vaststelling van het citymarketingadvies door de raad, het college de opdracht geven om een uitgebreid actieplan voor 4 jaar te ontwikkelen op basis van het eerdergenoemde vastgestelde citymarketing advies, met bijbehorende financiële lasten. In dit actieplan zullen ook de gewenste activiteiten en ontwikkeling van Floravontuur worden opgenomen.
  
2. De toezegging 615: Communicatie en Citymarketing. als afgedaan te beschouwen.

Dit besluit treedt in werking twee weken na de bekendmaking daarvan. Tenzij over dit besluit een inleidend verzoek tot het houden van een referendum wordt gedaan.

Aldus vastgesteld in de openbare vergadering van de raad op 5 maart 2018

de griffier, de voorzitter,

drs. R. Blokland MCM Ch.B. Aptroot