



Sector	: Ruimte	Openbaar: <input checked="" type="checkbox"/>
Afdeling	: Sector Ruimte	Niet openbaar: <input type="checkbox"/>
Zaaknummer(s) Ingekomen stuk(ken)	:	Kabinet: <input type="checkbox"/>
Behandelend medewerk(st)er	: Huub Keijzers Tel.: (0495) 57 53 09	
Portefeuillehouder(s)	: primair: H.A. Litjens : en: A.A.M.M. Heijmans	Nummer B&W-advies: BW-007093

ONDERWERP

Branding Midden Limburg als groene regio.

ADVIES

1. Definitief besluiten om deel te nemen aan de competitie Community 's in Bloom 2014.
2. Akkoord gaan met de ambitie om Midden Limburg als groene regio uit te dragen.
3. Akkoord gaan met de samenwerking met Connect Limburg en de provincie Limburg en deze bevestigen.
4. De gemeentelijke kosten ad. € 15.000,= ten laste brengen van de post Economische Structuurversterking en Promotie (ESP).

TOELICHTING

Relatie met vorig voorstel:

Zie collegebesluit BW-006680.

In vervolg op het collegebesluit BW-006680 van 3 december 2013 is eind februari 2014 bestuurlijk overleg gevoerd met gedeputeerde Patrick van der Broeck van de provincie Limburg. Door de gedeputeerde is provinciale ondersteuning in het vooruitzicht gesteld om de behaalde Europese titel "Groenste stad van Europa" inhoud te geven. De aard van deze ondersteuning is in dit voorstel opgenomen.

Daarnaast heeft ambtelijk overleg plaatsgevonden met de organisatie Connect Limburg. Deze organisatie heeft als taakstelling de "branding" van Limburg vorm en inhoud te geven. Ook Connect Limburg heeft inzet van menskracht en middelen toegezegd om samen met de gemeente Weert de regio Midden Limburg te profileren als aantrekkelijke groene regio.

Algemeen.

Weert, 12 maart 2014	De directeur,	S		B	W	W	W	W
			akkoord					
			bespreken					
		Behandeling uiterlijk in college van 18 maart 2014						

In te vullen door het B&W secretariaat:

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Akkoord | <input type="checkbox"/> Niet akkoord |
| <input checked="" type="checkbox"/> Akkoord met tekstuele aanpassing door portefeuillehouder | <input checked="" type="checkbox"/> Gewijzigde versie |
| <input type="checkbox"/> Anders, nl.: | |

Beslissing d.d.: 10203-14

Nummer: 13


De secretaris,

Weert heeft in de achterliggende jaren diverse waarderingen ontvangen zoals Beste woonstad van Limburg, Nominatie Beste binnenstad, Beste bedrijventerrein van Limburg (in 2009 en 2010) Groenste stad van Nederland en Sportgemeente van het jaar (in 2012) Groenste stad van Europa en de ERN certificering European Rewilding Network van het Grenspark Kempen~Broek (in 2013). Waarderingen die de kwaliteiten van Weert bevestigen en ook hebben bijgedragen aan de eigen trots van inwoners.

Ondanks deze mooie resultaten is de constatering gerechtvaardigd dat de kwaliteiten van Weert e.o. nog niet algemeen bekend zijn bij een breed publiek in een ruime regio. Om de bekendheid wel tot stand te brengen is samenwerken in branding en het zoeken van partnerschappen een logische stap om hierin wel succesvol te worden.

Limburg branding.

Om Limburg te promoten als sterk merk heeft het provinciebestuur gekozen om structureel te investeren in Limburg branding. Daartoe is de organisatie Connect Limburg opgericht. Het belang van internationale Limburg branding blijkt uit onderzoek op allerlei domeinen. Steden, regio's en landen met een sterke reputatie zijn in staat om makkelijker te exporteren; om toeristen, investeringen en een hoog opgeleide beroepsbevolking aan te trekken en vast te houden; om internationale invloed uit te oefenen op beleid en om haar cultureel erfgoed uit te dragen.

Connect Limburg heeft voor de branding van Limburg de "Competitive Identity" strategie ontworpen. In essentie richt de 'Competitive Identity' strategie van Limburg zich op:

1. Het tegelijkertijd herwinnen en benutten van de relevantie, reputatie en fierheid van Limburg als grensregio;
2. Om opnieuw een broeinest van 'Europeanness' in Nederland te worden; en,
3. Een betekenisvolle rol te spelen als een historisch prototype regio binnen een grenzeloos Europa (en een grenzeloze wereld) waarbij lokale identiteit niet wordt verloochend.

De strategie is samen te vatten in het leidmotief: *"We zien geen grenzen, maar verbindingen"*.



Afbeelding 1.

De "nation brand hexagon" geeft aan dat steden, provincies, landen (plekken) interageren met de rest van de wereld via export, bestuurlijk beleid, toerisme, cultuur en erfgoed, investeringen en migratie.

Deze strategie biedt uitstekende aanknopingspunten met de potenties van Weert en ook de potenties van Midden Limburg. Enkele aanknopingspunten zijn:

- het grenzeloze van de samenwerking in het grenspark Kempen~Broek;

- de betekenis van sterke, onderscheidende lange termijn visie in combinatie met aanwezige samenwerkingsverbanden en uitgevoerde projecten. Deze visie richt zich op zowel natuurontwikkeling maar ook het verbinden van mens en natuur over de grenzen heen;
- de benutting van kansen en uitdagingen die de grensligging van Weert met zich meebrengt;
- de unieke positie om zich te onderscheiden als een Europese grensregio;
- de ambitie voor een UNESCO status waar Regionaal Landschap Kempen en Maasland met grenspark Kempen~Broek nu op inzetten en draagvlak voor zoeken bij alle partners;
- het uitvoeringsgerichte projectinitiatief Weert – Cranendonck samen met de Dienst Landelijk Gebied (DLG) en de betekenis van dit initiatief voor het benutten van Nationale en Europese fondsen.

Om als Weert, Midden Limburg en provincie Limburg succes te boeken in het verkrijgen van een sterke reputatie, het vergroten van de bekendheid is het zoeken van samenwerking nodig. Een samenwerking die gericht is om toeristen, investeringen en een hoog opgeleide beroepsbevolking aan te trekken en vast te houden; om internationale invloed uit te oefenen op beleid en om haar cultureel erfgoed uit te dragen. Alle redenen voor de gemeente Weert om een coalitie aan te gaan met de provincie Limburg en de uitvoeringsorganisatie Connect Limburg.

Connect Limburg en de provincie Limburg zijn gemotiveerd om deze branding samen inhoud en vorm te geven en daar ook in bij te dragen. Zo neemt Connect Limburg als partner in deze gezamenlijke benadering de verantwoordelijkheid voor alle branding gerelateerde activiteiten en is de provincie Limburg bereid te investeren in projectleiding en project coördinatie.

Het profiel van (Midden) Limburg als "Grenzeloos groen".

Met de nationale parken De Meinweg, Groote Peel, De Maasduinen en de grensparken Maas Swalm Nette en Kempen~Broek heeft Limburg alle kansen om zich als "Grenzeloos groen" te manifesteren in haar internationale omgeving en daarmee een inwonerspotentieel te bereiken van miljoenen Europeanen. Dit in combinatie met haar Bourgondische profiel en de gastvrijheid van haar eigen bevolking. De waarderingen voor Venlo in 2001 en 2002 en Weert in 2012 en 2013 als Groenste stad van Nederland en van Europa bevestigen die groene kwaliteiten over een langere tijd.

Competitie Communities in Bloom.

Branding is gebaat bij een "vehicle" om de aandacht te vestigen op de regio. De deelname van Weert aan de mondiale competitie "Communities in Bloom" in 2014 is het logische startpunt voor de gezamenlijke aanpak van branding.

In de mondiale competitie staan de prestaties van de gehele gemeenschap (burgers, gemeente, zakelijke dienstverleners, institutionele sectoren en vrijwillige organisaties) centraal en wordt de gemeente beoordeeld op 8 criteria: schoon, milieu, monumentenzorg, stedelijk groen, aangelegde gebieden, toegepaste beplanting, bloemrijkdom en maatschappelijke betrokkenheid. De beoordeling vindt plaats in de maanden juli – augustus 2014. De prijsuitreiking volgt in september 2014.

Unesco status Kempen~Broek.

Op de regionale schaal van Weert kent het grenspark Kempen~Broek een eigen ambitie om zich te willen onderscheiden en een bijzondere statuur te geven. Een statuur die het grenspark een extra aantrekkingskracht geeft richting bezoekers en verblijfstoeristen en ook extra kansen biedt van fondsen, promotie en aantrekkingskracht. Vanuit de bestaande projectstructuur voor het grenspark Kempen~Broek wordt ingezet op internationale opschaling van het gebied. Daarbij wordt gestreefd naar behalen van de **UNESCO** status in 2016. Een status die wederom een vehicle biedt voor branding en onderscheidend vermogen.

Samenvattend voorstel.

De overkoepelende ambitie in deze branding is de bekendheid van stad en regio te vergroten; toeristen, investeringen en een hoog opgeleide beroepsbevolking aan te

trekken en vast te houden; om internationale invloed uit te oefenen op beleid en om cultureel erfgoed uit te dragen.

Om deze ambitie inhoud te geven wordt voorgesteld:

1. In samenwerking met Connect Limburg en provincie Limburg de grenzeloos groene kwaliteiten van (Midden) Limburg en Weert in een internationale straal van 300 km voor het voetlicht brengen (branding).
2. De competitie Communities in Bloom 2014 benutten als "vehicle" voor branding en te besluiten om hier aan deel te nemen.
3. In kader van de competitie burgerbetrokkenheid en burger trots verder te versterken (maatschappelijk fundament onder het groene imago van Limburg).
4. Gezamenlijk in te zetten om een UNESCO status te bereiken voor het Grenspark Kempen~Broek (ambitie 2016).

Provinciale ondersteuning.

Om de vier genoemde doelen te kunnen bereiken heeft de gemeente Weert personele ondersteuning van de provincie Limburg gevraagd in de omvang van 1.500 uur over de periode april 2014 tot december 2016. De inhoud van branding, het betrekken van maatschappelijke organisaties, het samenwerken met andere partners komt namelijk alleen maar tot stand door een stevige personele inzet over een langere tijd op het terrein van coördinatie, communicatie en de relevante vakgebieden.

De provincie Limburg heeft voor de eerste doelstelling en voor de periode maart 2014 t/m september 2014 een personele inzet toegezegd ter waarde van € 50.000,=. In september 2014 zal de provincie Limburg, mede op basis van de bereikte resultaten, besluiten over vervolgondersteuning.

De provincie vraagt Weert om in SML verband de gezamenlijke aanpak van branding Midden Limburg als groene regio te agenderen en te bevorderen.

Voor de doelstellingen twee tot en met vier wordt door de provincie Limburg personele ondersteuning geleverd op grond van de omvang van de opgave. De omvang hiervan wordt bepaald op basis van een nog op te stellen projectplan. Op 25 maart 2014 wordt door Connect Limburg, de gemeente Weert en Grenspark Kempen~Broek, samen met de beoogde provinciale ondersteuners van de vier doelen het projectplan vorm gegeven.

Kanttelingen:

Om bovengenoemde ambitie te kunnen waarmaken is personele capaciteit noodzakelijk. De noodzakelijke ondersteuning wordt door de provincie Limburg en Connect Limburg geleverd.

JURIDISCHE GEVOLGEN (o.a. FATALE TERMIJNEN/HANDHAVING)

De inschrijving voor deelname aan de competitie Community 's in Bloom sluit in het 1^e kwartaal 2014.

FINANCIËLE EN PERSONELE GEVOLGEN

De externe kosten welke zijn verbonden aan de branding van Weert en Limburg komen voor rekening van Connect Limburg.

De gewenste personele inzet voor het bereiken van de 4 doelstellingen is geraamd op ca. 1.500 uur. De provincie Limburg stelt deze capaciteit ter beschikking (formele besluitvorming 17 maart 2014).

De geraamde externe kosten van deelname aan de competitie Community's in Bloom bedragen voor de gemeente Weert ca. € 15.000,= en zijn voor rekening van de gemeente Weert.

Communities in Bloom

Entree fee deelname		€	1.000
Jurering in Weert	Transfer jury van vliegveld Dusseldorf / Amsterdam naar Weert v.v.	€	200
	Verblijf juryleden in Weert incl. maaltijden.	€	800
	Programma jurydagen Weert	€	1.500
	Organisatiekosten jurydagen Weert	€	3.500
Prijsuitreiking Charlottetown	Transfer Weert - Dusseldorf Charlottetown v.v.	€	4.250
	Verblijf in Charlottetown, 2 nachten incl. maaltijden en verplaatsing	€	2.250
Onvoorzien		€	1.500
Totale kosten		€	15.000

Tabel 1: Raming externe koste Communities in Bloom.

De genoemde externe kosten ad. € 15.000,= exclusief BTW kunnen ten laste worden gebracht van de post Economische Structuurversterking en Promotie (ESP). Separaat zal aan de raad een voorstel worden voorgelegd over het programma en de besteding ad € 200.000,= van de jaarschijf 2014 ten aanzien van Economische Structuurversterking en Promotie.

Begrotingspost:

Economische Structuurversterking en Promotie.

Beschikbaar bedrag:

€ 200.000,=

COMMUNICATIE/PARTICIPATIE

De competitie Communities in Bloom Internationaal kende in 2013 totaal 8 deelnemers:

- Ierland Abbeyshrule
- USA Lakeside Chautauqua
- Italië Citta di Savigliano
- Zuid-Korea Seongbuk-gu
- United Kingdom Sidmouth Town, Stanghow, Tenby
- Engeland Northampton

In 2012 heeft de gemeente Nieuwpoort (België) deelgenomen aan de competitie. Met uitzondering van Northampton (195.000 inwoners) zijn het kleinere gemeenten die aan deze internationale competitie 2013 hebben deelgenomen.

Voor wie is dit advies van belang?:

- ❖ Raadsleden
 - ❖ Overigen (bijv. afzender/aanvrager)
- Nadere specificatie: TILS lijst (raadsleden)
 Brief (Connect Limburg)
 Brief (Community 's in Bloom)
 Brief (Provincie)

Geadviseerd wordt de volgende communicatie-instrumenten te gebruiken:

- ❖ TILS-lijst
- ❖ Brief

Geadviseerd wordt de volgende participatie-instrumenten te gebruiken:

- ❖ Werkgroep

OVERLEG GEVOERD MET

Intern:

L. Spreuwenberg, L. Koopmans, W. Mentens, M. Meertens, M. Knaapen, L. Koppen, R. Bladder.

Extern:

Provincie Limburg, Connect Limburg, Entente Florale Nederland en Europa, Community 's in Bloom

BIJLAGEN

Openbaar:

Collegebesluit d.d. 3 december 2013 (BW-006680).

Niet-openbaar:

Niet van toepassing.