



Motie Ontwikkeling van een marketingcommunicatiebeleid

De Raad van Heerlen, in vergadering bijeen op 6 en 7 november 2019,

overwegende:

- dat Heerlen goed op weg is middels ingezet beleid de vruchten daarvan te plukken door allerlei successen ten faveure van de stad en haar burgers. Zoals het niet meer vertoeven in de top-10 van armste gemeentenen, de ontwikkeling van het aantal daklozen en bijstandsgerechtigden. Daarnaast natuurlijk het gereed komen van het Maankwartier, de heropening van de Royal en herstart van filmhuis De Spiegel en nieuwe projecten, zoals de Nieuwe Nor, een tweetal kindcentra in Passart en Bekkerveld, Wintertijd etc etc;
- dat wij er aan twijfelen of dit ook wel allemaal bekend is bij en ervaren wordt door de burgers en bedrijven;
- dat wij bijvoorbeeld denken dat met het wegbezuinigen van de Stadskrant enkele jaren geleden het bekende kind met het badwater weggegooid is, omdat wij denken immers dat lang niet alle Heerlense burgers digitale media raadplegen;
- dat als wij kiezen voor louter PR via de media, middels persberichten, wij afhankelijk zijn van de journalisten wat betreft de teksten en foto's, daar waar wij in de Stadskrant bijvoorbeeld zelf de inhoud en toon bepaalden,

is van mening dat:

deze externe communicatie beter kan en moet

en roept het College van B&W op:

zo spoedig mogelijk met een uitgewerkt marketingcommunicatieplan t.b.v. stadspromotie te komen, waarin zowel nieuwe digitale media als de meer traditionele opgenomen zijn en waarin ook een eigen medium, zoals de voormalige Stadskrant, een plek krijgt. Dit alles op basis van een grondige analyse en onderzoek,

en gaat over tot de orde van de dag.