



Vervolgbijeenkomst maatschappelijke partners SAMEN DUURZAAM

Onderwerp: verdiepen van prioriteit 'identiteit en imago'

Datum: 13 maart 2019

Tijdstip: 17.00 – 20.00

Locatie: Watersley Sports & Talentpark

Deelnemers

1	Tom de Rooij	De Domijnen
2	Bouchaib Saadane	Platform Minderheden
3	George Salden	LLTB
4	Anya Niewierra	VVV Zuid-Limburg
5	Joop Petit	MKB
6	Koen van Beek	
7	Jolanda Hamelers	
8	Jos Stevens	
9	Joost de Wit	Start-up ondernemer uit Dordrecht
10	Leon Klinkers	Brightlands Innovation Factory
11	Leon Geilen	wethouder Sittard-Geleen
12	Jos Bessems	wethouder Sittard-Geleen
13	Cas Denissen	ambtelijke ondersteuning
14	Bert Paffen	
15	Denis Cromptvoets	

Algemeen beeld

De prioriteit 'identiteit en imago' is volgens de groep belangrijk om ondernemende mensen (jong van geest) te behouden en aan te trekken. Er zijn veel ingrediënten voor handen in Sittard-Geleen, die - zichtbaar gemaakt, met elkaar verbonden en verder ontwikkeld – een geweldige propositie kunnen vormen voor deze ondernemende mensen. Alle inwoners en bezoekers hebben profijt van deze propositie, waarin innovatieve bedrijven, het omliggende landschap, de 'Sjef Diederren-cultuur' en de historische binnenstad de belangrijkste componenten zijn.

De groep geeft aan dat deze mooie propositie voor het grijpen ligt én onbereikbaar is. Er lijkt een glazen barrière te staan tussen waar de groep staat en waar de propositie ligt.

Inzicht en acceptatie zijn volgens de groep noodzakelijk om de barrière te doorbreken. Inzicht dat als de kwaliteit van een deel van de gemeente stijgt, de kwaliteit van de hele gemeente stijgt. Acceptatie dat gelijkwaardigheid ruimte laat voor diversiteit en dat de ontwikkelpotentie van gebieden/onderdelen binnen de gemeente verschillen. Acceptatie dat gelijkwaardigheid niet het zelfde is als gelijkheid.

De groep geeft aan dat het urgent is deze barrière doorbroken wordt. De Sittard-Geleense samenleving moet ruimte bieden aan particuliere initiatieven, zonder deze te leggen op de weegschaal van de verdelende rechtvaardigheid. Als dit niet gebeurt vertrekken initiatiefnemers weg uit Sittard-Geleen. De tijd van praten is op. De tijd van doen is allang aangebroken.



De discussie

De verdieping van de discussie vindt plaats in blokken van elk 20 minuten. Bij de start van elk discussieblok schrijven de deelnemers op een post-it blaadje hun antwoord op de vraag.

1. Wat is het punt op de horizon (2030) m.b.t. Identiteit en Imago? Wat is uw (onze) droom hierover?

In de droom van een van de deelnemers is Sittard-Geleen een stad met één gezicht, die kansen ziet én kansen pakt.

Anderen vullen aan door Sittard-Geleen in 2030 te zien als het educatieve en innovatieve middelpunt van Limburg met een bruisend, toeristisch, historisch centrum.

Als deze droom uitkomt is Sittard-Geleen een gemeente:

- die 'the place to be' is om te leven en te bezoeken;
- de trots van elke inwoner;
- die open staat voor anderen;
- ruimte biedt voor de pluriformiteit van personen en gemeenschappen in dorpen en wijken;
- een kleurrijk landschap en een kleurrijk bebouwd gebied, die goed in balans zijn met elkaar.

Tijdens de discussie komt ook het volgende naar voren:

- eenheid is niet hetzelfde als één gezicht/imago; Sittard-Geleen heeft veel meer de kenmerken van een regio met meerdere deelgebieden, dan de kenmerken van een stad;
- waardeer de deelgebieden en laat ruimte om de regio een gezicht te geven; Parkstad wordt als voorbeeld genoemd;
- accepteer ieders functie het totaal van de 'regio' die Sittard-Geleen is; naar binnen toe zijn alle onderdelen zijn gelijkwaardig en belangrijk; van buiten af is het gezicht van Sittard-Geleen het belangrijkste;
- het duidelijke verhaal van Sittard-Geleen moet van het gezicht komen; alle verhalen over de verschillende onderdelen leiden tot een vaag verhaal;
- de naam Sittard-Geleen is eerder polariserend dan verbindend; Westelijke Mijnstreek is ook geen aansprekende naam;
- mensen van buiten roemen de historische binnenstad, de innovatie op Chemelot en het omliggende landschap; gebruik dat en ontwikkel dat bijvoorbeeld door Chemelot meer toegankelijk te maken;
- een gemeente als Arnhem heeft veel moeite om het centrum draaiende te houden; Sittard-Geleen probeert twee centra draaiende te houden; maak keuzes;
- elke gemeente probeert ondernemende mensen te binden; de propositie van Sittard-Geleen aan deze groep moet derhalve zeer concurrerend zijn; dat vraagt om het maken van scherpe keuzes.



2. Voor welke groep mensen wilt u (willen wij) deze droom realiseren?

De natuurlijke houding is dat onze inspanningen gericht moeten zijn op voordelen voor de hele gemeenschap, ongeacht leeftijd, geslacht, afkomst enz. Iedereen moet zich thuis voelen in Sittard-Geleen.

Tijdens de discussie onderkent de groep dit én benoemt de urgentie om ondernemende mensen (jong van geest) te binden aan Sittard-Geleen. De droom waarin Sittard-Geleen één gezicht heeft betekent als deze ondernemende mensen de beslissing nemen om te blijven/gaan in Sittard-Geleen of om te komen naar Sittard-Geleen.

3. Wat is het concrete 'product' (waarde-propositie) die de maatschappelijke partners (inclusief gemeente) willen realiseren voor deze groep mensen

De groep wisselt van gedachten over de waarde-propositie waarmee Sittard-Geleen ondernemende mensen kan binden en waardevol zijn voor de bestaande inwoners;

- Meer groen, verbindingen met landschap
- Helderheid (Meer keuzes maken)
- Onderscheidend vermogen bekender maken
- Gratis voorzieningen
- Breder educatief aanbod, kansen om te gaan werken als student, cultuur, prettig wonen >> voor de jeugd.
- Aan snelweg innovatieve industrie laten zien.
- Led in plaats van TL-verlichting op chemelot; rondleidingen op chemelot
- 'Je zal er maar wonen' was een uitstekende campagne
- Maak de stad meer stads en maak het landschap meer landschappelijk; geef daardoor meer kleur aan de stad.
- Beter (duurzaam) vervoer
- Kijk naar de historie van transitie, positioneer dit als DNA van de regio.
- Gezelligheid (Sjef Diederik sfeer)
- Accepteren en versterken van sterke kanten
- Randvoorwaarden creëren om je hier vestigen.

Alle ideeën zijn van waarde in de zoektocht naar waarde-proposities. In het proces van idee naar product moet voldoende expertise aan tafel zitten om te valideren: worden aannames gestaafd door data, analyses en onderzoeken? zit de 'klant' wel te wachten op het product dat aan deze wordt aangeboden?



4 Welke problemen / bedreigingen ziet u bij deze droom c.q. 'product'? Welke kansen? Wat speelt er?

Dit kwam al uitgebreid aan de orde bij vraag 1. Zie ook 'algemeen beeld'.

5 Welke andere maatschappelijke partners hebben een rol bij het realiseren van de waarde-propositie? Wie moet er zeker ook aan tafel zitten vanuit de Samen Duurzaam filosofie?

De groep benadrukt dat in het vervolgproces de groep een brede samenstelling moet hebben. Genoemd worden:

- Jeugd
- Studenten en docenten
- Sporters
- Bezoekers en organisatoren uit de wereld de popmuziek
- expats

Om 'de blik van buiten' te benutten is het cruciaal dat voldoende mensen van buiten de regio mee moeten praten.

Coaching

Toelichting door Leon Klinkers van de Brightlands Innovation Factory (BIF) aan de hand van een aantal sheets. De belangrijkste sheets zijn als bijlage toegevoegd.

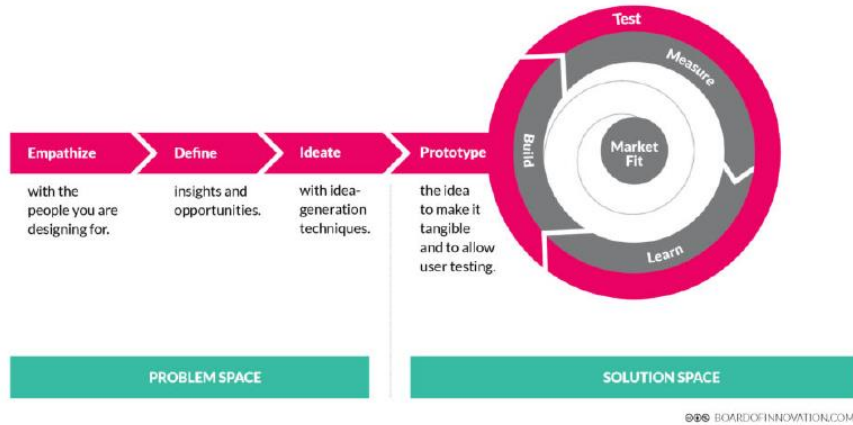
Het vervolg

Alle deelnemers in de groep gaan investeren in het vervolgproces. Concreet betekent dat de deelname aan de tweedaagse bijeenkomst in april/mei.

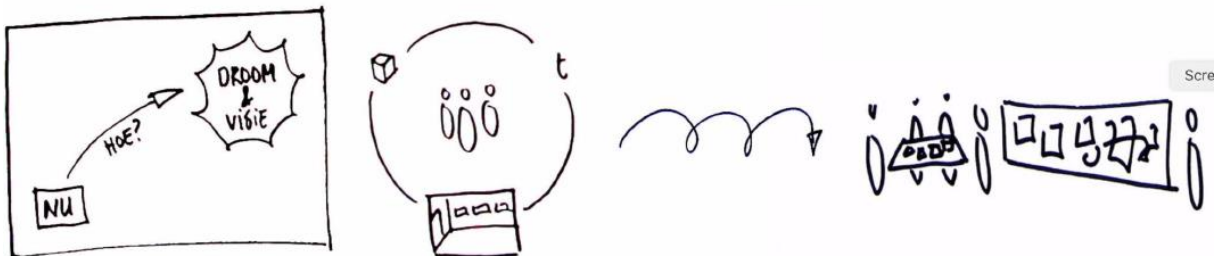
De groep heeft het geloof dat de aanpak van de Brightlands Innovation Factory ons verder brengt dan 'de zoveelste gespreksronde'. Creatieve oplossingen concreet maken en doen(!) is het perspectief.



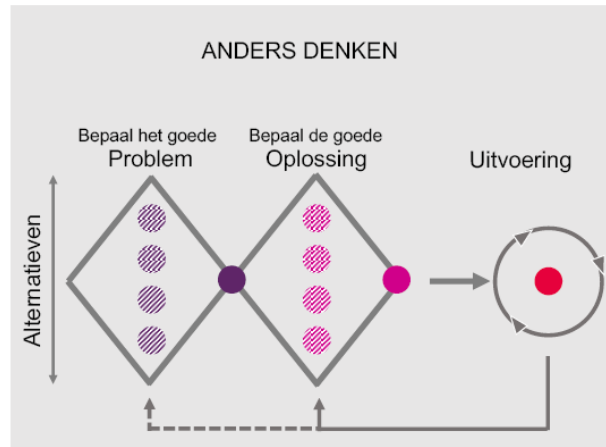
DE KLANT/GEBRUIKER CENTRAAL



AMBITIEUS MKB



- Eind doel is belangrijk – verandering
- Gebruikers/klanten staan centraal
- Iteratief process
- Mensen worden actief betrokken
- Visualiseren en uitproberen
- Divergeren en convergeren



Brightlands
Innovation Factory

DE VOLGENDE STAPPEN



Samen Duurzaam clusters

1. Wonen/leven & Identiteit/imago
2. Jeugd & Gezondheid
3. Energietransitie / Innovatie
4. Arbeidsmarkt

4 sessies met de oorspronkelijke stakeholders

Resultaten

- Stip op de horizon
- Probleem/behoefte
- Actuele 'placemat' per thema
- Nieuwe stakeholders

- 4 workshops van 2 aaneengesloten dagen
- Zes beleidsthema's
- 12-15 deelnemers per beleidsthema
- Zoveel mogelijk stakeholders per workshop

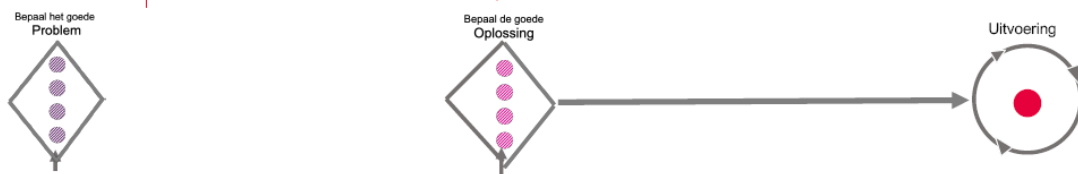
Resultaten

- Per beleidsthema 10 – 12 concrete ideeën
- Beleidsthema projectoutline
- Nieuwe stakeholders

- Actieve burgerparticipatie rondom beleidsthema
- Townhall sessies of straatinterviews

Resultaten

- Burgerinbreng op beleidsthema's
- Beleidsthema projectoutline



Brightlands
Innovation Factory