

H E E R L E N M I J N S T A D



Voorlopig businessplan  
2015 - 2017

THE  
MUSEUM  
OF  
ARTS  
AND  
SCIENCE

H E E R L E N   M I J N   S T A D



Voorlopig businessplan  
2015 - 2017

H E E R L E N M I J N S T A D



## Inhoud

1.	Inleiding	7
2.	Missie en visie	9
3.	Heerlen: het merk	10
4.	Ambitie en doelstellingen	12
5.	Inrichting van de organisatie	14
6.	Programma van activiteiten en evenementen	20
7.	Korte termijn en lange termijn aanpak	23
8.	Begroting	24

H E E R L E N M I J N S T A D



## 1. Inleiding

Het Businessplan HeerlenMijnStad 2015-2017 voor het centrum van Heerlen is het resultaat van een krachtenbundeling door de drie belangrijkste organisaties die in het centrum van Heerlen actief zijn. Die organisaties zijn Centrum Management Heerlen (CM), Promotie Evenementen Centrum Heerlen (PEC) en het CityTeam HeerlenMijnStad. Deze drie organisaties zijn op 1 januari 2015 opgegaan in de Stichting HeerlenMijnStad. Deze heeft als hoofddoel de aantrekkelijkheid van de binnenstad van Heerlen in al haar aspecten te bevorderen. Zij probeert dit te bereiken door het economisch, maatschappelijk en cultureel functioneren van de (binnen)stad te verbeteren en te stimuleren. Het vergroten van de sfeer en de beleving van het centrum van Heerlen zijn daarin belangrijke uitgangspunten.

Het is de ambitie van de Stichting HeerlenMijnStad om een bijdrage te leveren aan Heerlen als een stad met een centrum dat een eigen karakter heeft. Het is de 'buitenshuiskamer' voor iedereen die er op bezoek komt en er woont, winkelt en werkt. In Heerlen kun je jezelf zijn in een van de vele straten en pleinen met specifieke invullingen en functies (canvassen).

Daarnaast wil de stichting Heerlen positioneren als een sterk, modern en innovatief stadsmerk dat, trots als het is op haar mijnerleden, de kansen wil grijpen die de digitalisering van onze maatschappij biedt. Heerlen dus als stad waar technologie mensen helpt elkaar te inspireren, zich te uiten en met elkaar te verbinden. De cultuur- en evenementenstad die Heerlen óók is, in combinatie met technische innovaties biedt de stad volop kansen en mogelijkheden voor het ontwikkelen van een geheel eigen nieuwe signatuur. HeerlenMijnStad streeft hiermee een toppositie na in de Euregio.

Het centrum van Heerlen positioneren en profileren als aantrekkelijk, sfeervol, sociaal, urban en innovatief is naast een inhoudelijke opgave vooral ook een marketingopgave. Dit businessplan biedt hiervoor een kader. Met dit plan presenteert de Stichting HeerlenMijnStad op hoofdlijnen haar visie, ambities en doelstellingen en laat ze zien hoe ze is georganiseerd. Ook presenteert ze een overzicht van activiteiten, evenementen en projecten die van 2015 tot en met 2017 zullen plaatsvinden en de begroting die hieraan is gekoppeld.

Om haar doelstellingen en ambities te realiseren werkt de stichting samen met de gemeente, bewoners, bezoekers, het bedrijfsleven, de culturele en creatieve sector, het onderwijs, innovators (Heerlen Smart City) en maatschappelijke partners.

Dit businessplan heeft een voorlopig karakter en geldt als basis voor het definitieve businessplan dat de Stichting HeerlenMijnStad zo snel mogelijk na haar oprichting zal vaststellen en delen met zoveel mogelijk stakeholders, inclusief de gemeente Heerlen.

H E E R L E N M I J N S T A D



## 2. Missie en visie

### Missie

Stichting HeerlenMijnStad faciliteert en verbindt de bestaande en innovatieve (creatieve) krachten die werken en bouwen aan een gemeenschappelijke visie om de stad en het centrum te versterken en krachtig te profileren en positioneren. Vanuit deze missie worden initiatieven, projecten, activiteiten en evenementen ontwikkeld die van de binnenstad een gastvrije, groene en 'smart & connected' verblijfsplek met beleving maken voor bewoners, bezoekers en ondernemers uit stad en regio. Het verbinden van wonen, werken en winkelen met horeca, cultuur, onderwijs, zorg en dienstverlening is hierbij een belangrijk uitgangspunt.

### Visie

HeerlenMijnStad gelooft in de verbindende kracht van Heerlen, haar bewoners, bezoekers, ondernemers en partners. HeerlenMijnStad haalt deze kracht uit de verbinding van verleden, heden en toekomst. Maar ook uit samenwerken, luisteren, delen, enthousiasmeren, grenzen doorbreken en oud transformeren in nieuw. Een belangrijke rol is daarbij weggelegd voor de bewoners, jongeren en studenten, creatieve en innovatieve ondernemers, organisaties met aansprekende evenementen, bouwers en ontwikkelaars met waarde-creatie als doel en een overheid die er daadwerkelijk voor de burger is. Innovatie en technologie fungeren in deze verbindende rol als dynamische motoren voor een nieuwe toekomst.

Het centrum van Heerlen is de 'buitenshuiskamer' van Parkstad waar mensen uit en toch thuis zijn en waar ze zich vrij en veilig voelen. Bewoners, bezoekers, ondernemers en ieder die de stad een warm hart toedraagt, komen in karakteristieke delen van het centrum (cavassen) samen om elkaar te ontmoeten en met elkaar te verblijven. Het centrum is bij uitstek de fysieke plek waar zij de ruimte krijgen om creatieve ideeën rond kleinschalige projecten te uiten en vorm te geven. Deze creatieve projecten geven karakter en kleur aan de stad. Zij komen bij elkaar in een online platform waar verbinden, enthousiasmeren, inspireren en participeren centraal staan. De bewoners van het centrum met studenten en jongeren, elk met hun eigen organisaties, zijn voor HeerlenMijnStad belangrijke partners.

Heerlen is tevens een stad die authentiek, kleinschalig, intiem en gastvrij is, met gemeenschapszin en waardering voor elkaar als belangrijke katraktereigenschappen. Je gaat graag naar Heerlen, omdat het er gezellig, verrassend en anders is, origineel en kleurrijk. In Heerlen ben je welkom, want er valt altijd iets te beleven.

### 3. Heerlen: het merk

#### Wij zijn Heerlen

Heerlen heeft sinds het begin van de vorige eeuw altijd een belangrijke positie ingenomen in de voormalige oostelijke mijnstreek en daarbuiten. Door het wegvallen van de mijnindustrie, de gevolgen van bevolkingskrimp, ontgroening en vergrijzing, de crisis die zich sinds 2008 in volle hevigheid openbaarde en de opkomst van internet en online winkelen heeft die historisch gegroeide sterke positie van Heerlen en het centrum aan kracht ingeboet.

Een van de positieve aspecten van deze ontwikkeling is, naast alle negatieve aandacht, dat er ruimte is ontstaan voor innovaties. Letterlijk zelfs. Dat valt af te zien aan de ontwikkeling van het Maankwartier en het NS-station, Schinkelkwadrant, Morenhoek, het pand Kneepkens of de oude Muziekschool. Maar ook aan de Woonboulevard, de ernaast gelegen Autoboulevard, de aan het centrum grenzende Onderwijsboulevard of de Zorgboulevard.

Nieuwste loot aan de stam is de campus Smart Services Hub, een samenwerkingsverband van 18 dienstverlenende bedrijven, kennisinstellingen en overheidsorganisaties met Heerlen/Parkstad als centrum. Verder heeft Heerlen een uitstekende naam opgebouwd als stad met een groot hart voor kunst en cultuur en belangrijke evenementen zoals Cultura Nova, Booch!, IBE, JazzOUT of ParkCity Live. Parkstad Limburg Theater Heerlen en cultureel centrum Schunck\* (Glaspaleis) zijn culturele broedplaatsen die nationaal en internationaal tot de verbeelding spreken.

In 2007 is de gemeente Heerlen gestart met de imagocampagne 'Wij zijn Heerlen ... en dát is ons hart'. Deze campagne positioneert Heerlen als warm, levendig, herkenbaar, bruisend en als aanjager voor een sterke economie. Met een compact en sfeervol stadshart waar bewoners en bezoekers uit Parkstad en de Euregio zich prettig en thuis voelen. Enkele jaren later is Heerlen Live gelanceerd, de overkoepelende naam voor initiatieven en activiteiten in het centrum op het gebied van nieuwe media. Heerlen Live biedt gratis een mobiel netwerk (wifi) en faciliteert hiermee evenementen en de ontwikkeling van digitale diensten.

#### De droom

In de komende jaren timmert Heerlen flink aan de weg als 'smart city' die vernieuwende initiatieven ontwikkelt op het gebied van digitale dienstverlening en big data. Technologie helpt om mensen te inspireren, zich te uiten en met elkaar te verbinden. Naast fysieke ontmoetingsplekken nemen tegenwoordig digitale ontmoetingsplekken immers een belangrijke plek in onze samenleving in.

Het combineren van de cultuur- en evenementenstad Heerlen met technische innovaties biedt bijzondere kansen voor de stad met de mogelijkheid door te groeien naar een geheel eigen nieuwe signatuur. Het centrum is in die visie een verblijfsplek met veel beleving waar samen evenementen worden georganiseerd, mensen elkaar ontmoeten en inspireren, kunst ontstaat en innovaties worden gerealiseerd. Denk bij dit laatste ook aan de kwaliteit van serviceverlening, innovaties op het gebied van duurzaamheid en milieu, verbeterde veiligheid, effectiever parkeren, minder verkeersdynamiek, slim onderhoud van de openbare ruimte of 'smart' openbaar vervoer.

### **Opdracht**

Heerlen staat voor de opdracht te transformeren naar een zelfbewuste, innovatieve en 'connected smart city'. Met een centrum waar het prettig wonen, leren, werken en winkelen is. Een centrum dat veilig en goed bereikbaar is en focust op eendracht bij overheid, bewoners, bezoekers en ondernemers. Met cultuur en creativiteit als bindmiddel en de creatieve en administratieve sector als dynamische innovatieve motoren. Een centrum waar gastvrije horeca de hoeder is van een levendige stad die zich positioneert als de huiskamer van Parkstad, waar altijd iets te beleven is en waar iedereen welkom is.

#### **4. Ambitie en doelstellingen**

##### **Ambities**

De Stichting HeerlenMijnStad wil een bijdrage leveren aan het versterken van Heerlen als het centrum van Parkstad Limburg en met uitstraling in de Euregio. Een progressieve op de toekomst gerichte stad met een levendig centrum dat karakteristieke straten en pleinen (canvassen) kent waar altijd iets te beleven valt. Iedereen die er op bezoek komt en/of er studeert, woont, winkelt en werkt is in Heerlen welkom.

Daarnaast wil de stichting Heerlen positioneren als een sterk, modern en innovatief stadsmerk dat, trots als het is op haar mijnverleden, de digitalisering van onze maatschappij niet uit de weg gaat maar die aangrijpt als hulpmiddel om te kunnen innoveren. HeerlenMijnStad wil een herkenbare bijdrage leveren aan de ontwikkeling naar een stad waar technologie mensen helpt elkaar te inspireren, zich te uiten en met elkaar te verbinden.

Verder is Heerlen bij uitstek een aantrekkelijke cultuur- en evenementenstad. In combinatie met technische innovaties schept dit belangrijke nieuwe kansen voor het ontwikkelen van een geheel eigen signatuur. HeerlenMijnStad zal zich hier voor inzetten en sterk maken. Het bestuur ziet er verder op toe, dat de kwaliteit van het evenementen- en activiteitenprogramma en van projecten wordt getoetst en bewaakt.

##### **Doelstellingen**

In de periode 2015 – 2017 neemt HeerlenMijnStad zich voor om:

- alle krachten te bundelen die nu vanuit hun eigen perspectief en belang werken aan de versterking van de binnenstad;
- op een geïntegreerde wijze invulling te geven aan de versterking van het economisch en culturele klimaat van de binnenstad;
- verbindingen te leggen en te onderhouden met organisaties en belangen in de stad die niet of te weinig gericht zijn op de versterking van het economisch en cultureel klimaat van de binnenstad;
- ondernemerszin, creativiteit en ideeënvorming die zich richten op de versterking van het centrum te bevorderen en te faciliteren;
- een platform te bieden aan creatieve en intelligente initiatieven die een versterking zijn voor de (binnen)stad;
- activiteiten en evenementen in de binnenstad met en op elkaar af te stemmen;

## H E E R L E N M I J N S T A D

- marketing- en promotieactiviteiten uit te voeren vanuit een gezamenlijk beleid en met behulp van een professioneel team;
- te bevorderen dat de 'hardware' van de binnenstad (vastgoed; inrichting publieke ruimte) voldoende uitnodigend is om bewoners en bezoekers gastvrij en op een kwalitatief goed niveau te huisvesten of te ontvangen;
- er voor te zorgen dat de onderscheiden sferen en belangen in de stad ( cultuur, kunst, horeca, wonen, werken, ondernemen, nieuwe technologie) met elkaar verbonden worden en te stimuleren dat vanuit die verbinding nieuwe initiatieven ontstaan die de kracht van de stad vergroten;
- te bevorderen dat Heerlen de stad wordt van iedereen in de regio; van jong (incl. studenten) en oud; van de Heerlenaar en van de Parkstedeling; van de bewoner (incl. die van het centrum) en van de bezoeker; van de grote ondernemer, maar ook van kleinere creatieve en innovatieve start ups;
- de verbinding te leggen met in 2015 op stapel staande grote projecten zoals Serious Request, Jaar van de Mijnen en 25 jaar Cultura Nova;
- de digitale toekomst van Heerlen mede vorm en inhoud te geven en deze verder uit te bouwen; Heerlen te positioneren als een innovatieve en connected smart city; daarbij de verbinding te leggen met de campus Smart Services Hub.

## 5. Inrichting van de organisatie

### Stichting en bestuur

HeerlenMijnStad wordt vorm gegeven door middel van de rechtsvorm stichting. De eindverantwoordelijkheid voor HeerlenMijnStad berust bij het bestuur van de Stichting HeerlenMijnStad.

### Algemeen bestuur

Het stichtingsbestuur bestaat uit minimaal 5 en maximaal 11 leden. Bij de oprichting van de stichting bestaat het bestuur uit 6 leden: namens elk van de 3 oprichtende rechtspersonen (Centrummanagement Heerlen, PEC en Cityteam HeerlenMijnStad) 2 leden.

In het eerste bestuur van HeerlenMijnStad hebben de volgende leden zitting:

- Inez Meertens (Centrummanagement Heerlen)
- Harry Rouschop (Centrummanagement Heerlen / PEC Heerlen)
- Marcel Hochstenbach (PEC Heerlen)
- Leo Jongen (Centrummanagement Heerlen / PEC Heerlen)
- Piroshka Voncken (Cityteam HeerlenMijnStad)
- Paul Leufkens (Cityteam HeerlenMijnStad)

Het bestuur stelt een Raad van Advies in die nadrukkelijk de verbinding zoekt met partners en stakeholders, waaronder de bewoners van het centrum, jongeren en studenten, bezoekers, ondernemers en maatschappelijke partners zoals:

- Gemeente Heerlen, Parkstad Limburg, provincie Limburg, Euregio
- MKB Limburg, Ondernemersplein, Kamer van Koophandel, LWV
- Stichting Bewonersraad, S.V. Volupia, De Nieuwe Nor, Stichting IBE, Booch! enz.
- VVV Zuid-Limburg
- Hogeschool Zuyd, Arcus College, OU (Onderwijsboulevard)
- Smart Services Hub (Heerlen Smart City)
- Veolia, NS, ProRail, Q-park
- Overige bijv. Rabobank Parkstad, Zorgboulevard, Wonen Weller, Woonboulevard, Autoboulevard, UWV, enz.

### **Dagelijks bestuur**

Het algemeen bestuur kiest uit zijn midden een dagelijks bestuur van 3 leden te weten, een voorzitter, een secretaris/vicevoorzitter en een penningmeester. Het bestuur van de stichting heeft als voornaamste taak om de strategie en het beleid van HeerlenMijnStad vast te stellen en te bewaken dat uitvoering wordt gegeven aan het beleid.

Voor de uitvoering van het beleid faciliteert het bestuur een compacte, flexibele en slagvaardige werkorganisatie die borg staat voor een adequate beleidsuitvoering. Benadrukt wordt dat HeerlenMijnStad stevig verankerd dient te worden in de stad en dat zoveel mogelijk stakeholders geëngageerd worden bij de stichting. Daartoe zal het bestuur begin 2015 een of meerdere bijeenkomsten met deze stakeholders organiseren om op inhoud en visie draagvlak en enthousiasme te verwerven.

De betrokkenheid en deelname van de gemeente Heerlen bij de stichting is gewaarborgd door gemeentelijke vertegenwoordigers af te vaardigen in de diverse werkgroepen en door twee vertegenwoordigers van het gemeentebestuur zitting te laten nemen in de Raad van Advies.

### **Verantwoording**

Van het bestuur van de Stichting HeerlenMijnStad mag worden verwacht dat zij verantwoording aflegt, niet alleen in financiële zin maar ook over de voortgang van de activiteiten en het realiseren van doelstellingen. Nauwkeurige verslaglegging, een juiste uitvoering van het businessplan, verantwoording van financiële middelen en de controle op al deze onderdelen door een professionele organisatie, dienen voldoende waarborg te bieden om op transparante wijze verantwoording af te leggen over het gevoerde beleid, de geleverde prestaties en de besteding van financiële middelen.

### **Werkorganisatie**

De werkorganisatie van de stichting bestaat uit werkgroepen rond vitale thema's en projecten en uit een compact en slagvaardig uitvoeringsteam van professionals dat het bestuur en de werkgroepen ondersteunt en faciliteert.

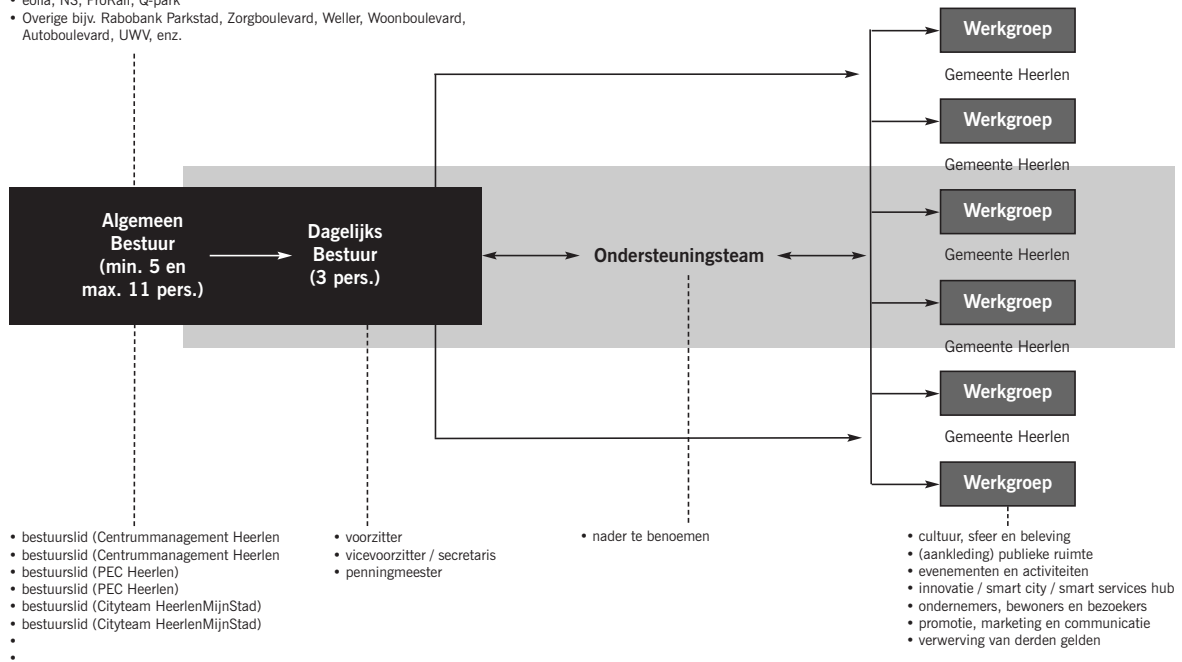
### **Werkgroepen**

De werkgroepen rond thema's en projecten worden ingesteld en gefaciliteerd door het bestuur. Zij werken met min of meer afgebakende taakopdrachten, zijn gemandateerd, hebben de beschikking over een budget

## Organisatieschema

### Raad van advies, bijvoorbeeld:

- Gemeente Heerlen, Parkstad Limburg, provincie Limburg, Euregio MKB Limburg, Ondernemersplein, Kamer van Koophandel, LWV
- VVV Zuid-Limburg
- Hogeschool Zuyd, Arcus College, OU (Onderwijsboulevard)
- Smart Services Hub (Heerlen Smart City)
- eolia, NS, ProRail, Q-park
- Overige bijv. Rabobank Parkstad, Zorgboulevard, Weller, Woonboulevard, Autoboulevard, UWV, enz.



en rapporteren periodiek aan het bestuur over de voortgang van hun werkzaamheden en de budgetrealisatie. Bij de start van HeerlenMijnStad worden bijvoorbeeld de volgende werkgroepen ingesteld:

- cultuur, sfeer en beleving
- (aankleding) publieke ruimte
- evenementen en activiteiten
- innovatie/smart city/smart services hub
- ondernemers, bewoners en bezoekers
- verwerving van derden gelden
- promotie, marketing en communicatie

Deze werkgroepen worden in een later stadium, na het vaststellen van het definitieve businessplan, gekoppeld aan het 'Programma van evenementen en activiteiten'. Het is het overwegen waard om dit programma te verbinden aan overkoepelende hoofdthema's zoals bijvoorbeeld Youth, Art, Smart of Shine.

### **Communicatie**

De werkgroepen leggen door middel van verslaglegging verantwoording af aan het bestuur over de bereikte resultaten en het budgetverloop. De voorzitters van de werkgroepen komen periodiek bij elkaar om informatie uit te wisselen en plannen onderling af te stemmen. Het dagelijks bestuur is bij dit overleg aanwezig om waar nodig bestuurlijk commitment uit te spreken, dan wel knelpunten te inventariseren die binnen het bestuur besproken dienen te worden.

De interne communicatie vindt plaats door middel van de inrichting van een eigen intranet (bijv. Share-Point) en een sociaal organisatienetwerk (bijv. Yammer) waar deelnemers informatie kunnen delen, samenwerken en toegang hebben tot alle voor hun relevante informatie en documentatie.

De externe communicatie is gericht op het positioneren van Heerlen als een merk en het bevorderen van de voorkeur voor het merk Heerlen bij relevante doelgroepen. Bij het uitdragen van de missie van Heerlen-MijnStad is het verkrijgen van draagvlak en de actieve medewerking van bewoners, bezoekers en ondernemers van groot belang.

Voorbeelden van middelen en kanalen die hierbij worden ingezet zijn:

- Eigen media en de media van derden
- Evenementen, activiteiten en projecten

H E E R L E N M I J N S T A D



- Internet (website, blogs, nieuwsbrieven, social media enz.)
- Audiovisuele media
- Printmedia 1 (folders, brochures, flyers, posters, abri's, busreclame e.d.)
- Printmedia 2 (kranten, weekbladen, magazines e.d.)
- Het inzetten van ambassadeurs
- Enz.

### **Ondersteuningsteam**

Om het bestuurlijk werk en het werk in de werkgroepen soepel en effectief te laten verlopen en de leden te faciliteren, wordt een compact, flexibel en slagvaardig ondersteuningsteam ingericht. Dit zorgt ervoor dat:

- verslaglegging plaatsvindt van de besluitvorming binnen het bestuur en de werkgroepen;
- de financiële administratie van de stichting wordt bijgehouden;
- er communicatie is tussen de werkgroepen onderling en tussen de werkgroepen en het bestuur;
- de overige werkzaamheden t.b.v. de stichting worden opgepakt;
- HeerlenMijnStad voor de buitenwereld zichtbaar en bereikbaar is o.a. door middel van promotiewerkzaamheden.

De stichting huurt voor deze ondersteunende werkzaamheden professionals in of belegt deze bij een externe organisatie. Om HeerlenMijnstad voor de buitenwereld een gezicht te geven wordt in het centrum een opvallende en voor iedereen duidelijk zichtbare (interactieve) fysieke locatie ingericht van waaruit het ondersteuningsteam opereert. Waar nodig laat het zich bijstaan door specialisten.

## 6. Programma van activiteiten en evenementen

Volgens de statuten van de stichting is haar hoofddoel de aantrekkelijkheid van de binnenstad van Heerlen in al haar aspecten te bevorderen. Een van de manieren om dit doel te bereiken is om in samenwerking met overige organisaties een programma van activiteiten en evenementen te realiseren voor diverse relevante doelgroepen. De stichting richt zich met dit programma voornamelijk op Heerlen en haar bewoners, bezoekers en ondernemers, op de regio Parkstad Limburg en de Euregio.

### Programma evenementen en activiteiten 2015

- **Fashion Event** weekend mei 2015
- **Dance Event** zomer 2015
- **Kidsweekend** weekend september 2015
- **25 Jaar Cultura Nova** augustus 2015
- **Intocht St. Nicolaas** november 2015
- **Stralend Heerlen** december 2015
- **Heerlen Smart & Connected City** 2015
- **Projecten voormalig CityTeam HMS** 2015
  - Evenementen Vijf Pleintjes
  - Kunst in openbare ruimte (o.a. murals)
  - Heerlens servies
  - Groenoplossingen openbare ruimte
  - Trots op je geschiedenis
  - Ontembare bos

- Fashion Class
- Project 045
- Heële stadsmarketing
- Mobiele groencontainer
- Podium Pancratiusplein

• **Jaar van de Mijnen** januari - december 2015

• **Serious Request** december 2015

• **Overige evenementen en initiatieven**

HeerlenMijnStad participeert, werkt samen en/of stelt tevens kennis, kunde, mensen en/of middelen ter beschikking aan organisaties die activiteiten organiseren in het centrum van Heerlen en/of bijzondere projecten voor ondernemers initiëren. Verder adviseert zij de gemeente in het bijzonder inzake bijzondere thema's als bijvoorbeeld koopzondagen.

Voorbeelden hiervan zijn bijvoorbeeld:

- |                                         |           |
|-----------------------------------------|-----------|
| - Oranjeviering                         | april     |
| - Heerlense Jaarmarkt                   | april     |
| - Telefleur                             | mei       |
| - Corio Tropical                        | juli      |
| - IBE/Booch!-festival                   | augustus  |
| - Parkstad Culinair                     | september |
| - Workshops en clinics voor ondernemers | 2015      |
| - Het monitoren van koopzondagen        | 2015      |

De in het overzicht opgenomen activiteiten en evenementen worden voor wat betreft concept, inhoud en uitvoering gekoppeld aan werkgroepen. Hoe deze koppeling met de verschillende activiteiten en evenementen er precies uit komt te zien, wordt vastgelegd in het definitieve businessplan dat in het begin van 2015 wordt vastgesteld nadat met stakeholders en belanghebbenden de geplande draagvlaksessies hebben plaatsgevonden.

H E E R L E N M I J N S T A D



## 7. Korte termijn en lange termijn aanpak

### Korte termijn

Door het Jaar van de Mijnen, het 25-jarig bestaan van Cultura Nova en de komst van Serious Request naar Heerlen krijgt het centrum in 2015 drie belangrijke evenementen in de schoot geworden die op veel (landelijke) publiciteit kunnen rekenen. Gevoegd bij het aanbod aan reeds bestaande evenementen en activiteiten die zich in de afgelopen jaren hebben bewezen en op stapel staande nieuwe initiatieven, stellen deze beide thema's de stad bij uitstek in staat zich eureginaal en zelfs landelijk te profileren en te positioneren.

HeerlenMijnStad heeft voor 2015 de volgende 'quick wins' als speerpunten:

- Een breed en divers samengesteld actueel programma-aanbod waarbij de bewoners van het centrum en jongeren/studenten niet worden vergeten;
- hoe aan te haken bij de thema's Jaar van de Mijnen / Serious Request / 25 jaar Cultura Nova;
- het verbeteren van kwaliteit (o.a. in de openbare ruimte) en service;
- het inrichten en functioneren van de eigen organisatie (incl. communicatieplatform);
- promotie d.m.v. doelgerichte PR, marketing en communicatie.

### Lange termijn

Naast het realiseren van quick wins schept HeerlenMijnStad in 2015 ruimte en tijd voor het vaststellen van een aanpak voor de jaren 2016 en 2017. Daarin zal de stichting haar in dit businessplan geformuleerde missie en visie toetsen, ambities en doelstellingen evalueren, de eigen organisatie onder de loep nemen en de resultaten meten van interne en externe communicatie.

Het 'Programma evenementen en activiteiten' zal in die aanpak bewezen en succesvolle onderdelen bevatten zoals de intocht van Sinterklaas, Fashion Weekend, Stralend Heerlen en de projecten van het voormalige CityTeam HMS. Daarnaast worden nieuwe en verrassende andere activiteiten in de programmering opgenomen. Voorbeelden hiervan zijn projecten in het kader van Smart Services Hub en/of Heerlen Smart & Connected City en projecten die zich richten op de doelgroepen studenten/jongeren en bewoners van het centrum.

Met dit twee sporenbeleid (korte en lange termijn) wil de stichting Heerlen en het centrum de komende jaren scherp en duidelijk profileren zoals in haar visie verwoord.

Dit Businessplan HeerlenMijnStad 2015-2017 vormt hiervoor basis, uitgangspunt en richtlijn.

## 8. Begroting

Stichting HeerlenMijnStad	2015	2016	2017
<b>• Uitgaven</b>			
<i>Evenementen &amp; activiteiten</i>			
- Fashion Event	25.000	25.000	25.000
- Dance Event	10.000	10.000	10.000
- Kids Event	15.000	15.000	15.000
- 25 Jaar Cultura Nova	2.500		
- Youth Event (doelgroep: jongeren/studenten)	5.000	15.000	15.000
- Living in the City (doelgroep: bewoners binnenstad)	5.000	15.000	15.000
- Sinterklaas	10.000	10.000	10.000
- Stralend Heerlen	174.000	120.000	120.000
- Jaar van de Mijnen	10.000		
- Serious Request	25.000		
- Heerlen Smart & Connected City	10.000	35.000	50.000
- Projecten nog te ontwikkelen			
<i>Projecten</i>			
- TeamCity HMS			
- Actie Kop en Schotel			
- Olifanten Gras, Ontembare Bos, Fashion Clash			
- Trots op je geschiedenis			
- Project 045			
- Zit- en spelelementen			
- Activiteiten Meeting Point en De Vijf Pleintjes			
- Murals en stadskarten			
Totaal	90.000	100.000	110.000
- Bijdragen aan overige evenementen	2.500	5.000	5.000
<b>Totaal evenementen &amp; activiteiten</b>	<b>384.000</b>	<b>350.000</b>	<b>375.000</b>

H E E R L E N M I J N S T A D

	2015	2016	2017
<i>Promotie</i>			
- Promotie, incl. website en social media	45.000	50.000	55.000
<b>Totaal promotie</b>	<b>45.000</b>	<b>50.000</b>	<b>55.000</b>
<i>Apparaatskosten</i>			
- Inrichten HMS-Intranet, incl. sociaal netwerk	5.000	1.000	500
- Huisvesting	5.000	5.500	6.000
- Kantoorkosten e.d.	2.500	2.500	3.000
- Begeleiding bestuur/werkgroepen	5.000	2.500	1.000
- Ondersteuningsteam, incl. bemensing	50.000	50.000	60.000
<b>Totaal apparaatskosten</b>	<b>67.500</b>	<b>61.500</b>	<b>70.500</b>
<i>Algemeen</i>			
- Reserveren	2.500	10.000	5.000
- Onvoorzien	2.500	2.500	3.000
<b>Totaal algemeen</b>	<b>5.000</b>	<b>12.500</b>	<b>8.000</b>
<b>Totaal uitgaven</b>	<b>501.500</b>	<b>479.000</b>	<b>508.500</b>
<b>• Inkomsten</b>			
- Subsidies gemeente Heerlen	340.000	400.000	400.000
- Bijdrage Corio Center	10.000	12.500	12.500
- Bijdrage 't Loon	10.000	12.500	12.500
- Bijdrage garages Q-park	6.500	7.500	7.500
- Woningstichting De Voorzorg	1.500	1.500	2.000
- Wonen Zuid	1.500	2.000	2.000
- Horeca Nederland, afd. Heerlen	1.500	1.000	1.000
- Eigen vermogen (oormerk: Kerst- en sfeerverlichting)	80.000		4.000
- Te verwerven overige gelden bij derden (o.a. sponsoring)	50.500	48.000	67.000
<b>Totaal</b>	<b>501.500</b>	<b>479.000</b>	<b>508.500</b>

# H E E R L E N M I J N S T A D

Heerlen, 22 december 2014

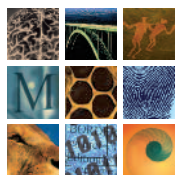
Mediaan Communicatie

Versie 1.0

Auteurs: Hub Bertrand, Hub Meijers, Ron Scholten

BRITISH  
LIBRARY

# MEDIAAN



Frankenlaan 5, 6419 BT Heerlen  
Postbus 8006, 6401 VA Heerlen

T +31(0)45 571 83 55  
F +31(0)45 574 04 77

[www.mediaan.com](http://www.mediaan.com)