Gemeente Midden-Delfland
Anna van Raesfeltstraat 37, Postbus 1, 2636 ZG Schipluiden
T (015) 380 41 11, F (015) 380 99 92
E gemeente@middendelfland.nl, I www.middendelfland.nl
cittaslow

Prestatieafspraken

behorend bij subsidiebeschikking stichting PUUUR Midden-Delfland 2026-2030

De gemeente Midden-Delfland (de gemeente) en de stichting PUUUR Midden-Delfland (PUUUR) hebben afspraken en wederzijdse prestatieverwachtingen vastgelegd. Deze afspraken gelden voor de periode van 1 januari 2026 tot en met 31 december 2030.

1. Gebiedsmarketing Midden-Delfland

Maak een sterk merk van Midden-Delfland, als groenblauwe oase met natuur, landbouw en recreatie en geef aan hoe door een bundeling van deze doelen de naamsbekendheid in de regio en bij inwoners verbetert.

- Doe dit door actief informatie te delen en daarmee bekendheid te genereren.
- Zoek verbinding en samenwerking met stakeholders en versterk daarmee de boodschap.
- Onderzoek of de endorsement strategie, waarbij de MD fungeert als een verbindend merk, nog wel de juiste is?

Het invulling geven aan deze kerntaken draagt bij aan het versterken van het bestaansrecht van Midden-Delfland.

2. Bekendheid Midden-Delfland

PUUUR voert gebiedsmarketing uit en zorgt daarbij voor een continue ontwikkeling en uitrol van het (gebieds-)merk Midden-Delfland. De organisatie legt daarbij het accent op twee ambities. Deze ambities wil het bestuur realiseren door nadrukkelijk het accent te leggen op samenwerking en draagvlak. Alleen daardoor ontstaat slagkracht bij de uitvoering. De ambities zijn de volgende;

a. Duurzaam en beleefbaar landschap

Midden-Delfland positioneren als een groenblauwe oase dat wordt gewaardeerd om zijn unieke natuur, agrarisch erfgoed, rust en gastvrijheid. De verhalen van het landschap worden zichtbaar en beleefbaar. Drie hoofddoelstellingen zijn daarbij de leidraad:

1. Versterking van landschapsbeleving en versterking van de waardering.
2. Bevordering van participatie en samenwerking.
3. Profilering van Midden-Delfland.

b. Feed the city

Midden-Delfland wordt een voorbeeldregio voor gezonde, duurzame en lokaal geproduceerde voeding. Door voeding te verbinden met beweging, ontspanning, natuur en gemeenschap, verbetert de fysieke en mentale vitaliteit van inwoners en bezoekers. Samen met partners draagt PUUUR bij aan een veerkrachtige en toekomstbestendige voedselketen, waarin kringloop en circulariteit centraal staan.

3. Resultaten meetbaar maken met prestatie-indicatoren

De kracht en maatschappelijke relevantie van gebiedsmarketing worden bepaald door het bereik binnen de regio. Het bepalen van de waardering kan gefundeerd vastgesteld op basis van geoperationaliseerde succescriteria. PUUUR verbindt zich meetbare prestaties te leveren op de volgende onderwerpen:

a. *Duurzaam en beleefbaar landschap*

1. **Merkherkenning:** toename van regiobewoners, die Midden-Delfland associëren met natuur, landbouw en recreatie. Meetinstrumenten om de verbetering daarvan te meten zijn:
    - Een regelmatige enquête in buurgemeenten ("kent u Midden-Delfland?" "zo ja, wat is Midden-Delfland voor u?").
    - Meetgegevens van de MRDH (fietstellinten).
    - Input via data van de PUUUR-partners, zoals bijvoorbeeld het aantal afrekeningen in horecazaken en het aantal overnachtingen bij accommodatie verstrekkers.
    - Het aantal partners van PUUUR.
2. **Actieve Betrokkenheid**: Inwoners, bezoekers, partners Cittaslow en ondernemers dragen zichtbaar bij aan het behoud en de ontwikkeling van het landschap. Om dit meetbaar te maken levert PUUUR één project op in de periode van het meerjarenprogramma (tot en met 2030). Dit project kan bestaan uit:
    - het verbeteren van het netwerk rond supporters van Cittaslow.
    - het verbeteren van landschapsbeheer door samenwerking tussen agrariërs, inwoners en ondernemers.
3. **Betrokkenheid bij brainstormsessies**: Er is een toenemende actieve deelname van diverse belanghebbenden (inwoners, ondernemers, beleidsmakers). Doel is concrete projecten, samenwerkingen of beleidsaanpassingen die bijdragen aan een duurzaam beleefbaar landschap. PUUUR meet de toenemende actieve deelname door een jaarlijkse rapportage .

b. Feed the city

1. Meten van de toename van de **associatie tussen MD** en natuur, landbouw en recreatie door het afnemen van enquêtes of campagnesuccessen. Meetinstrumenten om de verbetering daarvan te meten zijn:
    - Een regelmatige enquête in buurgemeenten ("kent u de producten uit Midden-Delfland?" "zo ja, waar koopt u de producten uit Midden-Delfland?").
    - Input via data van de PUUUR-partners, zoals bijvoorbeeld de verkoop van het aantal samenwerkings-initiatieven – Binnen de periode van het meerjarenprogramma rapporteert PUUUR minimaal 3 nieuwe samenwerkingsverbanden tussen boeren, andere ondernemers en stedelijke partijen.
    - Het aantal partners van PUUUR.
2. **Deelname aan evenementen** – Door de inzet van gebiedsmarketing is er jaarlijks sprake van een stijgende deelname aan evenementen van partners zoals streekmarkten, storytelling-festivals, belevings- en voedselroutes. Deze stijging is minimaal 10% per jaar.
3. **PUUUR als initiator**: herkenning van PUUUR als belangrijke aanjager van samenwerkingen en marketing rond lokaal voedsel, gebaseerd op feedback van partners en stakeholders. PUUUR neemt hierover interviews af.
4. Bewustwording en betrokkenheid vergroten door jaarlijks minstens 10 **inspirerende verhalen** via digitale en fysieke kanalen te delen. Aan de hand van online data rapporteert PUUUR wat het effect is van dit instrument.

c. Website en social mediagebruik

1. **Zichtbare Verhalen***:* Online en offline zijn jaarlijks vijf verhalen over het landschap als, instrument om de herkenbaarheid en zichtbaarheid te vergroten. Aan de hand van online data rapporteert PUUUR wat het effect is van dit instrument.
2. **Online interacties:** 10% stijging in online interacties (volgers, shares, views) rondom storytelling en promotie van lokale producten.

Bij deze beide onderwerpen rapporteert PUUUR daarom jaarlijks over de toename van digitale betrokkenheid via:

- Het aantal bezoekers op de website
- Het aantal bezochte website pagina's
- Het aantal volgers van social mediakanalen
- Het aantal mensen bereikt via campagnes
- De kosten per klik.

d. Verder onderzoek

PUUUR onderzoekt samen met de gemeente en partners naar de best inzetbare meetinstrumenten. Op deze manier kunnen de marketing kpi's vastgesteld worden in de voorwaarden, die aan de subsidieverstrekking zijn verbonden. De kosten voor onderzoek en rapportage zijn opgenomen in de begroting. Zo worden de effecten van marketing zichtbaar voor gemeenten en partners.

4. Ontwikkeling organisatie PUUUR

Vanaf januari 2026 heeft PUUUR een bestuur, een uitvoeringsorganisatie, ambassadeurs en een adviesraad.

- Het bestuur zorgt daarbij voor een goede afspiegeling van de sectoren, agrarisch, horeca, verblijf, recreatie, voedselproducenten en gebiedsorganisaties. De mogelijkheden in de statuten zet PUUUR in bij het bereiken van ambities en doelen. De leden van het bestuur genieten geen betaling voor de inzet conform de Statuten voor de oprichting van de stichting van 17 oktober 2019.
- Om voldoende slagkracht te ervaren op het gebied van samenwerking heeft PUUUR een professionele uitvoeringsorganisatie. Deze uitvoeringsorganisatie stelt de jaarplannen op en zorgt ervoor dat de belangen en wensen van de achterban tot z'n recht komen. In de loop van de tijd ontwikkelt de samenstelling van de uitvoeringsorganisatie zich, om af te stemmen op nieuwe vraagstukken en ontwikkelingen. Bij de aanvang bestaat de uitvoeringsorganisatie uit de volgende functies:
  - Verbinder functie, 6 uur per week.
  - Content marketing-coördinator, 10 uur per week.
  - Online marketeer, 10 uur per week.
  - Een projectcoördinator, separaat te financieren uit de projectbegrotingen
  - Een fondsenwerver, die betaald wordt uit een percentage van de te werven bedragen.
- Partners vormen de achterban van PUUUR. Dit zijn voedselproducenten, agrarische- en recreatieondernemers, gebiedsorganisaties, overheden, instellingen en bedrijven die mede een rol vervullen bij het verbeteren van de naamsbekendheid. Deze partners betalen jaarlijks een partnerbijdrage. Jaarlijks organiseert PUUUR draagvlakbijeenkomsten voor partners. Hier wordt gewerkt aan productontwikkeling en nieuwe samenwerkingen.
- PUUUR maakt gebruik van de diensten van ambassadeurs die zich inzetten bij de het verbeteren van de naamsbekendheid. PUUUR wil daarmee een olievlekwerking realiseren en meer slagkracht krijgen. Ambassadeurs kunnen ook ingezet worden bij het genereren van extra financiële middelen.
- Partijen die niet vertegenwoordigd zijn in het bestuur, maken onderdeel uit van de adviesraad.
  - De gemeente kan overwegen een vertegenwoordiger af te vaardigen. Deze voordracht door de gemeente is niet bindend. De gemeente is niet betrokken bij besluitvorming vanwege de separate besluitvormende rol bij de subsidieverlening.
  - PUUUR probeert vertegenwoordiger uit Midden-Delfland te betrekken.

5. Samenwerking Regiogemeenten

Samenwerking met de regiogemeenten en marketingorganisaties is belangrijk bij het verbeteren van de naamsbekendheid. PUUUR wil onderzoeken welke rol ze kunnen vervullen bij het verhogen van de bekendheid en de zichtbaarheid in het BPL.

- PUUUR agendeert de contacten met de regiogemeenten die deelnemer zijn van de Landschapstafel, via de gemeente.
- Samenwerking met marketingorganisaties (bijvoorbeeld bij het ontwikkelen van gezamenlijke arrangementen) in de omgeving neemt PUUUR zelf ter hand.

6. Financiën

De gemeente draagt € 100.000 (zonder indexatie) bij voor de uitvoering van gebiedsmarketing en daarmee het verbeteren van de naamsbekendheid in de regio. PUUUR ambieert de activiteiten voor de beleidsperiode 2026-2030 te financieren met andere bronnen. PUUUR oriënteert zich daarnaast op de mogelijkheden van subsidieverstrekkers voor projecten. Waar mogelijk vervult de gemeente een faciliterende rol.

- Daarnaast onderzoekt PUUUR welke fondsen en andere subsidiepostjes beschikbaar zijn, met het doel projecten mogelijk te maken. Voor de periode 2026-2030 maakt PUUUR een lijst van mogelijke projecten en fondsen.
- Partnerbijdragen zijn gesteld op € 224 in 2026 (excl. btw). De jaarlijkse indexatie is 3% tot een bedrag van maximaal € 254 in 2030 (excl. Btw). Voor stichtingen, verenigingen en kleine partners blijft de mogelijkheid bestaan om gebruik te maken van een korting op de partnerbijdrage.
- Campagnes zijn extra's waar ofwel partners specifieke bijdragen voor betalen óf waarvoor sponsorbijdragen worden gegenereerd. Deze bijdragen zijn extra inkomsten voor gebiedsmarketing.
- De stichting PUUUR onderzoekt op welke wijze crowdfunding en extra budgetten gegenereerd kunnen worden via fondsen.
- Ambassadeurs kunnen sponsorbijdragen doen.

7. Rapportage en beoordeling gerealiseerde prestaties

a. Ontwikkelperspectief

Het Ontwikkelperspectief 2030 is de basis voor de afspraken tussen PUUUR MD en de gemeente MD. Voor de periode 2026-2030 is dit document de Meerjaren-ambitie en strategie voor de stichting PUUUR MD. Dit document is eigendom van de stichting. Het college van b&w heeft kennis genomen van dit document.

b. Jaarplannen en afspraken

Aan het verstrekken van de subsidie zijn de volgende verplichtingen verbonden:

A. PUUUR MD informeert de gemeente in haar jaarlijkse (financiële) rapportage over de activiteiten die zijn ontplooit op basis van de resultaten van deze prestatieafspraken. Zie voor detaillering van deze afspraken hierna. PUUUR MD zorgt voor een zorgvuldige boekhouding van de inkomsten en uitgaven uit commerciële en niet commerciële activiteiten.

B. Uiterlijk 1 november dient PUUUR MD de volgende stukken in:
- een activiteitenplan voor het komende subsidiejaar; in dit activiteitenplan neemt PUUUR de te bereiken prestaties op;
- een begroting inclusief dekkingsplan voor het komende jaar; uitgangspunt voor dekking vanuit de gemeente is het subsidieplafond van € 100.000

C. Ieder kalenderjaar dient PUUUR de verantwoording over het voorgaande jaar in bij de gemeente. Conform artikel 14 van de ASV doet PUUUR MD dit uiterlijk 30 juni. Dit betekent dat PUUUR een aanvraag tot vaststelling over de voorgaande periode indient, inclusief de controleverklaring van de accountant. Wij controleren of de activiteiten daadwerkelijk zijn uitgevoerd zoals beschreven in de aanvraag beschreven. De gemeente stuurt een vaststellingbesluit. Jaarlijks voert de gemeente een steekproef uit. Hiermee vindt jaarlijks een

controle op de besteding van de subsidies plaats. Afwijking van het gestelde beschikking heeft mogelijke gevolgen voor de subsidiebijdrage. De gemeente vordert bijvoorbeeld (een deel van) de subsidie terug als:
- PUUUR MD de activiteiten tussentijds beëindigt;
- De subsidie niet is besteed zoals bij de aanvraag is aangegeven;
- PUUUR MD zich niet heeft gehouden aan de verplichtingen die aan deze subsidie zijn verbonden.

D. Minimaal twee keer per jaar voeren de gemeente MD en (een delegatie van) het bestuur van de stichting PUUUR MD een bestuurlijk overleg over de prestatieafspraken. De afspraken vinden plaats voorafgaand aan de indiening van het jaarplan en de jaarverantwoording. De agenda wordt in onderling overleg bepaald.

E. Ten aanzien van de financiële en inhoudelijke rapportage, evenals de organisatie en de financiën verwezen naar de volgende artikelen in de 'Algemene subsidieverordening Midden-Delfland 2016' en de Algemene Wet Bestuursrecht die een algemeen verbindend voorschrift is voor alle burgers en daarmee de grondslag voor het verlenen van subsidie.
- Algemene subsidieverordening Midden-Delfland 2016, artikel 7: Beslistermijn;
- Algemene subsidieverordening Midden-Delfland 2016, artikel 14 en 15: Eindverantwoording en subsidievaststelling
- Algemene wet bestuursrecht (Awb), artikel 6:4: Recht op bezwaar.

F. Het specifieke beleidskader Gebiedsmarketing Midden-Delfland 2026-2030 dient als maatwerk. Dit Beleidskader Gebiedsmarketing 2026-2030 geeft voor de beleidsperiode 2026-2030 de beleidsdoelstellingen, richtlijnen voor de uitvoering en het financieel kader voor de Midden-Delflandse gebiedsmarketing weer. Daarbij geldt dit beleidskader als nadere subsidieregeling, zoals bedoeld in de Algemene subsidieverordening Midden-Delfland 2016.

G. Mochten zich op enig moment onvoorziene en/of niet verwijtbare afwijkingen van het budget voordoen die directe gevolgen heeft voor de subsidieverlener, licht de PUUUR de gemeente direct in.

H. Een eventueel batig saldo kan na schriftelijke toestemming van het college eventueel een andere bestemming krijgen. Als de subsidie voor een lager bedrag wordt vastgesteld dan het bedrag van de verlening kan de gemeente het verschuldigde bedrag terug vorderen (artikel 4:57, eerste lid van de Awb en artikel 16, eerste lid van de ASV).