



zaaknummer: 465081 (en 463241 subsidieaanvraag)  
afdelingsnaam: BenO-Leef- & Vestigingsklimaat  
steller: Astrid Van Mierlo  
onderwerp: Subsidieaanvraag SHM

## Voorstel

1. In te stemmen met het verlenen van een subsidie van € 881.250 aan Stichting Hilversum Marketing voor het jaar 2018, conform de beschikking in de bijlage.
2. Ten aanzien van de indieningsdatum van de subsidieaanvraag door Stichting Hilversum Marketing, de hardheidsclausule toe te passen conform artikel 4, lid 2 van de Subsidieregeling Gemeente Hilversum 2017 en akkoord te gaan met de indieningsdatum.

## Samenvatting

Volgend op het Raadsbesluit van 6 december 2017 is Stichting Hilversum Marketing (hierna SHM) op 19 december opgericht. SHM voert in 2018 het Jaarplan 2018 uit. De stichting neemt daarbij ook lopende taken van de gemeente over. Onder andere het managen en bekend maken van het stadsmerk Live Hilversum, het realiseren van de MediaMile en de stadsredactie, alsmede de ondersteuning van evenementen die relevant zijn voor de Hilversumse media en economie. Hiertoe heeft SHM op 29 mei 2018 een subsidieaanvraag ingediend. De subsidieaanvraag van € 881.250 wordt nu aan het college voorgelegd.

## Inleiding

In de Mediavisie 2016-2019 en het bijbehorende werkprogramma, is de oprichting van een citymarketing organisatie opgenomen. De marketingorganisatie is één van de elementen die bijdraagt aan het steviger positioneren van Hilversum als Mediastad (de Verhalenfabriek van Nederland) en het versterken van de lokale (creatieve) economie.

Op 31 oktober 2017 heeft het college besloten voornemens te zijn om SHM op te richten en de raad voor te stellen haar wensen en bedelingen kenbaar te maken. Tevens was het college voornemens om een subsidiebedrag beschikbaar te stellen voor het opstarten van de organisatie en uitvoering van de activiteiten van SHM. Op 6 december 2017 heeft de raad het voorstel aangenomen en haar wensen en bedelingen kenbaar gemaakt. Op 19 december 2017 is SHM opgericht bij de notaris. Op 27 februari 2018 is een aanvullend besluit genomen waardoor met terugwerkende kracht de start van SHM per 1 januari is gerealiseerd.

## 1 Doel Marketingorganisatie

SHM is gericht op het versterken van economische dynamiek in de stad. De organisatie is naar buiten gericht en een actieve partner in de stad voor bedrijven, maatschappelijke en culturele organisaties. SHM wil (in afstemming met de gemeente) het aanspreekpunt in de stad zijn, en de centrale regie en coördinatie voeren op activiteiten zoals beschreven in het jaarplan 2018. Bestaande en nieuwe activiteiten

krijgen meer impact door de bundeling van middelen en inspanningen, er ontstaat synergie en het (maatschappelijk) rendement van de individuele organisaties, programma's en activiteiten wordt versterkt. SHM is naar verwachting beter dan de gemeente in staat met partners het stadsmerk Live Hilversum 'in de markt te zetten' en zichtbaar te maken.

De activiteiten van SHM dragen bij aan het realiseren van de volgende beleidsdoelen van de gemeente:

- Het versterken van een zichtbare en beleefbare Mediastad (Mediavisie 2016-2019)
- Het versterken van de (creatieve) economie (Mediavisie 2016-2019)
- Het versterken van het vestigingsklimaat van Hilversum (programma economie)
- Stimuleren van een levendig centrum, winkelgebieden en bedrijventerreinen (Centrumvisie)
- Realiseren van een levendig cultureel klimaat (Cultuurbeleid 2015-2020)
- Evenementen als economische motor, het versterken van de profilering van Hilversum (Evenementenkader)

Er worden voor de marketingorganisatie 8 kerntaken benoemd:

1. Netwerk
2. Branding
3. Gastheerschap
4. (Fysiek) beleving en gebiedsmarketing
5. Stadsprogrammering
6. Onderzoek
7. Acquisitie en verbinding bedrijven
8. Evenementen

## 2 Realisatie Marketingorganisatie

Het realiseren van de marketingorganisatie is gepland in twee fases.

Fase 1 vindt plaats in 2018 en richt zich op het oprichten van de marketingorganisatie an sich en het opstarten van citymarketing op basis van de eerste zes kerntaken, zoals geformuleerd in het startdocument van SHM.

Fase 2 vindt plaats in 2019 en richt zich op het voortzetten van de zes kerntaken en de uitbreiding daarvan tot 8 kerntaken.

### *Fase 1: opstartfase periode 1 januari 2018-31 maart 2018*

De eerste drie maanden van de opstartfase vielen nog geheel onder de verantwoordelijkheid van de gemeente. Deze periode eindigde op het moment dat de voorzitter van de Raad van Toezicht (hierna RvT) van SHM door het college werd benoemd. De stichting was in de eerste drie maanden weliswaar formeel opgericht, er vonden echter nog geen activiteiten plaats vanuit de stichting.

De voormalige programmamanager Media was in die periode de kwartier makend directeur bestuurder van de stichting. Zij stuurde de inhoudelijke activiteiten aan die vanuit de gemeente reeds eerder waren opgestart. Zoals bijvoorbeeld de Media Mile. Zij stuurde ook de voorbereidende activiteiten aan die ervoor moesten zorgen dat SHM voldoende was ingericht. Voorbeelden hiervan zijn: de opening van de huisvesting op het Stationsplein, van waaruit SHM de komende drie jaar zal gaan werken, de samenstelling van een Raad van Toezicht, het opstellen van reglementen, het inrichten van de backoffice en bedrijfsvoering processen, de samenwerking met de VVV, etc. Dit alles om de eerste zes kerntaken te kunnen uitvoeren vanaf 1 april 2018.

De kosten van de opstartfase zijn betaald door de gemeente en vielen daarmee ook onder de controle regels van de gemeente. Deze kosten worden doorberekend aan SHM na de toekenning van de subsidie 2018.

### *Fase 1: opstartfase periode 1 april-31 december 2018*

Vanaf 1 april 2018 vallen de werkzaamheden onder de verantwoordelijkheid van SHM. De gemeente heeft hiertoe de betreffende ambtenaar (de voormalige programmamanager Media) formeel gedetacheerd als kwartiermaker-directeur bestuurder, voor de periode van 1 april tot en met 31 december 2018. Daarmee is een formele scheiding aangebracht tussen de gemeente en de stichting. Op 10 april is de voorzitter van de RvT door het college benoemd.

Vanaf dat moment kon er door SHM een subsidie worden aangevraagd voor de werkzaamheden in 2018. Als extra aanvulling op de autonoom functionerende stichting wordt namelijk in de statuten van de SHM

opgenomen dat de RvT een (van substantiële omvang) subsidieaanvraag dient goed te keuren. De subsidieaanvraag ligt nu voor ter besluitvorming.

#### *Fase 2: 2019*

Vanaf 2019 wordt op basis van de initiële zes taken de organisatie verder doorontwikkeld. Tevens wordt overwogen of de taken worden uitgebreid tot 8 taken. De detachering van de ambtenaar als kwartiermaker-directeur bestuurder eindigt eind dit jaar. In het najaar van 2018 zal een werving worden opgestart voor een definitieve directeur bestuurder.

### 3 Subsidieaanvraag SHM 2018

Pas na het benoemen van de voorzitter van de RvT was het voor de stichting mogelijk om een subsidieaanvraag in te dienen. Deze is op 29 mei jl. bij de gemeente ontvangen. De subsidieaanvraag ligt nu voor ter besluitvorming.

De aanvraag bestaat uit:

1. Subsidieaanvraag SHM 2018
2. Begeleidende brief van SHM d.d. 29 mei 2018
3. Startdocument 2018
4. Jaarplan 2018 inclusief begroting

Het startdocument en het jaarplan 2018 hebben beide als onderlegger gediend bij de besluitvorming van de raad op 6 december 2017. Op basis van deze documenten heeft de raad besloten een aanvullend bedrag van €333.250,- beschikbaar te stellen voor de citymarketing, naast de €548.000,- die in de gemeentelijke begroting beschikbaar was voor reeds bestaande activiteiten en de organisatie daarvan. De documenten geven inzicht in de doelen en kerntaken van de marketingorganisatie alsmede de realisatie daartoe.

Van de genoemde 8 kerntaken worden er (conform planning) 6 in 2018 gerealiseerd:

1. Netwerk
2. Branding
3. Gastheerschap
4. (Fysiek) beleving en gebiedsmarketing
5. Stadsprogrammering
6. Onderzoek

De aanvraag is later ingediend dan de standaardprocedure voorschrijft, (zie Artikel 3, lid 1 van de Subsidieregeling Gemeente Hilversum 2017), wordt het college gevraagd om de hardheidsclausule toe te passen conform artikel 4, lid 2 van diezelfde subsidieregeling, omdat de subsidieaanvraag pas kon worden ingediend vanaf het moment dat de voorzitter was benoemd (d.d. 10 april) en gelet de opstartfase is de te late indiening verschoonbaar. Een en ander is bovendien goed met de gemeente gecommuniceerd en de aanvraag z.s.m. na de benoeming ingediend.

#### 3.1 Indicatoren en monitoring

In het startdocument worden de processtappen t.a.v. de kerntaken benoemd. In het jaarplan 2018 worden de bijbehorende activiteiten aangegeven. Beide zijn het uitgangspunt voor het meten van de resultaten in 2018.

Opgemerkt wordt dat, passend bij een startende organisatie, de indicatoren nog wel concreet benoemd moeten worden. Bijvoorbeeld een indicator die aantoonst dat SHM rendement bereikt door de bundeling van middelen en inspanningen van individuele organisaties.

Daarnaast geldt dat voor de volgende indicatoren eerst een nulmeting moet worden verricht om resultaten te kunnen meten:

1. *Groei van het aantal regionale en nationale bezoekers en de bestedingen van deze bezoekers*
  2. *Een toename van de positieve waardering van inwoners en gevestigde bedrijven*
  3. *Groei van de vestiging van bedrijven en in het bijzonder bedrijven in de digitale creatieve industrie*
- SHM moet in 2018 deze nulmetingen verrichten.

Van een aantal activiteiten kan concreet de realisatie direct gemeten worden:

- De media-events die met bijbehorend budget zijn overgedragen aan SHM en nog niet waren opgenomen in het jaarplan. (Media Mile game toepassing, Top 2000, Lijstenfestival, diverse awards)
- De te ontwikkelen product-marktcombinaties per doelgroep. SHM richt zich op inwoners, bedrijven en bezoekers. De bestaande “gebruikers” van Hilversum zijn belangrijk, maar nieuwe moeten worden toegevoegd. Dit moet resulteren in economische groei. Per doelgroep worden door SHM in 2018 product-marktcombinaties ontwikkeld, die passen bij de behoefte van de doelgroepen. Hiertoe moet de stichting een gesegmenteerde doelgroep-afbakening opleveren en een aantal product-marktcombinaties per doelgroep.
- Het binden van partners aan SHM. Bedrijven, organisaties en instellingen die de citymarketingvisie ondersteunen worden actief betrokken bij SHM. Via een partnermodel wordt het bedrijfsleven de mogelijkheid geboden om partner te worden van SHM. In fase 1 wordt verwacht dat de stichting minimaal 50 partners actief aan de organisatie verbindt. Een partnerplan wordt in 2018 verder uitgewerkt.
- Een punt van aandacht ten aanzien van de governance is de nog openstaande werving van de overige leden van de Raad van Advies. Na de benoeming van de voorzitter van de Rvt, en op korte termijn ook de overige leden (kandidaten zijn bekend), is het van belang dat ook de functies van de Raad van Advies worden vervuld, zodat de stichting in zijn geheel ook over voldoende bestuurlijke en inhoudelijke draagkracht beschikt.

In de beschikking zullen de bovenstaande prestaties specifiek worden benoemd.

In de beschikking wordt ook aangegeven op welke wijze het relatiebeheer met de gemeente wordt ingericht en hoe de verantwoording van de subsidie moet worden weergegeven.

Gedurende 2018 (fase 1, opstartfase) zal met SHM (minimaal) twee maandelijks een bestuurlijk overleg plaatsvinden op basis van een kwartaalrapportage. Daarnaast zal frequent ambtelijke afstemming plaatsvinden over de voortgang van de te realiseren resultaten door SHM.

De toepassing van de algemene subsidieregels vraagt een ‘wederkerigheid’ van de stichting. Voorgesteld wordt om een inspanningsverplichting in de beschikking op te nemen voor het realiseren van stageplekken.

#### 4 Argumenten

- De marketingorganisatie is gericht op het versterken van economische dynamiek in de stad. De organisatie is naar buiten gericht en een actieve partner in de stad voor bedrijven, maatschappelijke en culturele organisaties.
- De marketingorganisatie wil (in afstemming met de gemeente) het aanspreekpunt in de stad zijn en de centrale regie en coördinatie voeren op activiteiten zoals beschreven in het jaarplan 2018. Activiteiten krijgen meer impact door de bundeling van middelen en inspanningen.
- De marketingorganisatie is naar verwachting beter dan de gemeente in staat met partners het stadsmerk Live Hilversum ‘in de markt te zetten’ en zichtbaar te maken; lokaal, regionaal en nationaal, fysiek en online. Hiervoor is sturing op de organisatie van evenementen en activiteiten in de stad een voorwaarde. Daarnaast kan de marketingorganisatie een ondersteunende en uitvoerende rol vervullen bij de organisatie van evenementen in opdracht van derden (w.o. de gemeente)
- De impact van alle individuele inspanningen gericht op versterking van de economische dynamiek in de stad door diverse betrokken partijen kan beter renderen, als deze gebundeld worden. Veel hiertoe opgezette organisaties en structuren hebben directe (betaalde) uitvoeringscapaciteit (denk aan de stadsfondsmanager, de centrummanager, de straatmanager Gijsbrecht, etc.). Die kunnen in de marketingorganisatie worden gebundeld.
- De marketingorganisatie kan als zelfstandige rechtspersoon aanvullende geldstromen aanboren door fondsaanvragen, bijdragen van ondernemers etc. Ook kan ze zelf commerciële producten en diensten ontwikkelen en in de markt zetten.
- De marketingorganisatie kan gericht onderzoek doen naar bijvoorbeeld bezoekersstromen en uitgaven in de stad op meerdere schaalniveaus (stad, winkelgebied, straat). Deze informatie is zowel relevant voor de gemeente als voor ondernemers en organisaties in de stad. Op basis van

goed ontsloten informatie kan beleid worden aangescherpt, de marketing gericht worden ingezet en worden ondernemers ondersteund bij het aantrekken van nieuw publiek.

## 5 Kanttekeningen

- Aanbestede dienst: Als gekeken wordt naar de voorgenomen activiteiten van de organisatie op korte termijn en de verhouding subsidie versus eigen inkomsten, kwalificeert de organisatie zich als aanbestedende dienst. In de loop van het jaar wordt beoordeeld aan de hand van de praktijk of SHM nog steeds kwalificeert als aanbestedende dienst, of dat zij meer als onafhankelijk, commercieel en risicodragend ondernemer opereert. Dit hangt onder andere samen met het al dan niet uitvoeren van de exploitatie van bijvoorbeeld buitenreclame. Na de zomer 2018 zal het mogelijk overhevelen van taken van de gemeente aan SHM verder in kaart worden gebracht. De afweging zal opnieuw worden gemaakt en aan de raad worden voorgelegd. In het geval van het overdragen van gemeentelijke activiteiten dient SHM de gemeentelijke aanbestedingsregels in acht te nemen.
- BTW: Mogelijk loopt SHM na oprichting een fiscaal risico, in verband met de mogelijkheid om BTW te verrekenen. In 2018 wordt gewerkt met subsidieverlening door de gemeente. Afhankelijk van de ontwikkeling van de organisatie kan de fiscale positie en het financieringsmodel worden aangepast. In de begroting van SHM is voor 2018 gedeeltelijk inclusief BTW begroot waardoor het risico wordt geminimaliseerd, mocht BTW niet kunnen worden verrekend.
- Staatsteun: Ten aanzien van de subsidierelatie moet rekening worden gehouden met het volgende:
  - o De organisatie (rechtsvorm SHM) ontvangt een subsidie waarmee het grootste deel van de activiteiten wordt uitgevoerd. Dit geldt in ieder geval voor het opstartjaar. Dit past bij het maatschappelijke karakter, maar op transparante wijze dient vastgesteld te worden hoe de subsidie in lijn met de staatssteun wet- en regelgeving kan worden verleend. Hiertoe heeft de raad op 7 maart jl. besloten tot de aanwijzing van activiteiten van SHM als een Dienst van Algemeen Economisch Belang. Een Dienst van Algemeen Economisch Belang is een economische activiteit die het algemeen belang dient en die de markt, zonder overheidsoptreden, niet, of niet onder dezelfde voorwaarden, zou verrichten. Ten aanzien van de periode van de subsidierelatie, voordat de stichtingsactiviteiten zijn aangewezen als een Diensten van Algemeen Economisch Belang (dus voor het DAEB-besluit), is bepaald dat eventuele financiële stromen (subsidies) naar de stichting, tot aan de DAEB aanwijzing mogen overschrijden. Naar aanleiding hiervan is een beheersmaatregel getroffen: In deze situatie mag de gemeente geen financiële middelen aan de SHM verstrekken hoger dan € 200.000,-. Op 7 maart jl. heeft de gemeente het DAEB-besluit genomen. Daarmee is deze situatie per die datum is geëindigd.
  - o Ook ten aanzien van de wet Markt en Overheid moet bij de subsidieverlening rekening worden gehouden. Uitgangspunt is dat de gemeente geen beleidsbepalende invloed over SHM krijgt in de zin van de Wet Markt & Overheid, waardoor SHM niet kwalificeert als overheidsbedrijf. SHM zal in ieder geval de geldende regels hanteren zodat wordt gegarandeerd dat - ongeacht de organisatiewijze - conform deze wet wordt gehandeld. De toe te passen beheersmaatregelen worden opgenomen in de subsidiebeschikking.
- Samenwerking en taakverdeling gemeente –SHM: De ontwikkelketen van veel activiteiten in de stad heeft een ‘voorkant’ (initiatieven en ontwikkeling) en een ‘achterkant’ (toetsen en controleren). Om ervoor te zorgen dat deze keten goed functioneert is het van belang dat er een heldere taakverdeling wordt afgesproken tussen SHM en de gemeente. Met name ten aanzien van de “voorkant” is een nauwe afstemming en samenwerking op het terrein van acquisitie en relatiebeheer voor bedrijven van belang omdat zowel gemeente als SHM op dit vlak acteren. Gedurende 2018 zal de samenwerking met de stichting verder worden ingericht en een gespreksonderwerp zijn in het reguliere ambtelijk overleg. Ook bij de ambtelijke voorbereiding van Fase 2 (najaar 2018), is dit een punt van aandacht.

## 6 Financiën, middelen & capaciteit

De subsidie van € 881.250 is gedekt binnen de programma's Wonen en Leven, Werken en Bestuur.

Dekking binnen de begroting 2018

Programma Wonen en Leven	448.000
Programma Werken	363.250

Programma Bestuur	70.000
<b>Totaal</b>	<b>881.250</b>

De kosten die voortvloeien uit de voorbereidende activiteiten worden tot aan het moment van toekenning en uitbetaling van de subsidie 2018 aan de stichting, betaald door de gemeente. Deze kosten worden doorberekend aan SHM direct na de toekenning van de subsidie 2018. Daarmee vallen deze kosten ook binnen de toe te kennen subsidie 2018. Op peildatum 1 juni 2018 zien we dat de kosten die zijn gemaakt iets lager zijn dan de raming binnen de begroting van SHM en naar rato passen binnen het subsidiebudget.

## 7 Uitvoering

Bij een positief besluit wordt SHM schriftelijk over de toekenning geïnformeerd, en worden de gemaakte kosten ten behoeve van de opstartfase doorberekend aan de stichting.

Burgemeester en wethouders van Hilversum,  
de gemeentesecretaris,                      de burgemeester,

D. Emmer

P.I. Broertjes

## Bijlage(n)

1. Subsidieaanvraag Hilversum Marketing 2018 d.d. 29 mei 2018
2. Begeleidende brief van SHM d.d. 29 mei 2018
3. Startdocument 2018
4. Jaarplan 2018
5. Concept beschikking subsidieverlening 2018