Advies algemene raadscommissie d.d. 12 oktober 2021

Onderwerp: toekomst citymarketing Hoorn
Zaaknr.: 1811186

De commissie adviseert verdeeld.
Alle fracties vinden de citymarketing zoals beschreven in het document te weinig concreet. Bij ruime meerderheid wordt het document over de toekomst nog niet rijp gevonden voor besluitvorming in de raad. De commissie staat niet per definitie afwijzend tegenover een nieuwe start van de citymarketing, na in het verleden gemaakte fouten. Maar over de timing van de herstart, de financiële kaders, en de betrokkenheid van externe partijen, is verdeeldheid. Men is het wel eens over het terughalen van de regie naar de gemeente zelf.
Wethouder Arthur Helling stelt vast, dat de verschillen in de commissie nog zo groot zijn, dat hij een extra moment voorstelt om partijen de ruimte te geven om meer ideeën en wensen onderling af te stemmen. Hij geeft partijen wel mee dat citymarketing en de regionale marketing in de destinatiemarketing van Holland boven Amsterdam noodzakelijk zijn voor een stad met toeristische ambities zoals Hoorn. Hij adviseert om die reden een herstart te blijven nastreven en stappen vooruit te blijven zetten.
De voorzitter concludeert dat het onderwerp in deze vorm nog niet rijp is voor de raadsbehandeling en dat er na overleg in de agendacommissie een BOT-sessie zou kunnen worden ingepland om meer duidelijkheid te krijgen.

Debat commissie & fractiestandpunten
Er lijken zich globaal drie richtingen af te tekenen: partijen die vinden dat de geschiedenis van het dossier nog te zwaar weegt op huidige en toekomstige keuzes. Deze partijen zijn voorstander van doorschuiven van de beslissing over het vervolg van de citymarketing tot na de gemeenteraadsverkiezingen 2022. Dit zijn Fractie Tonnaer, DRP, Eénhoorn.

Andere partijen (PvdA, CDA, Hoorn Lokaal) zien het budget van 200.000 als te hoog en zien het plan in sommige aspecten -mede vanwege het verleden- als onvoldragen. Men zou graag zien dat de helft van het budget naar het Westfries Museum gaat. Dit zal bij de begroting als amendement worden ingediend. De rest van het bedrag kan aan lokale evenementen en met samenwerking, of op initiatief van, lokale clubs en stichtingen gericht worden uitgegeven. Maar dan wel na het wijzigen en concreter maken van dit document.

Overige partijen (VVD, D66, GroenLinks, Sociaal Hoorn, ChristenUnie, Fr. Verdonk) zien de noodzaak van citymarketing op zich in. Sommigen wijzen op het juist (te) lage budget. Zij hebben wel elk een andere voorkeur voor wat de gemeente wel en wat niet op zou moeten pakken. Ook willen zij toezeggingen van de wethouder over concretere uitvoeringsplannen, kwartaalrapportages, (resultaat)metingen, en een goede onderliggende begroting. Verder ziet men de meerwaarde van betrekken van regionale partners zoals de regionale bedrijvengroep (RGB). D66 wijst er nog op dat marketing een vak apart is, en dat de raad zich hierin terughoudend zou moeten opstellen en dit eerder door professionals moeten laten uitwerken en uitvoeren. Deze specialistische expertise, concluderen diverse partijen, heeft de gemeente zelf niet in huis. Men wijst op het ontbreken van een gerichte, langetermijnstrategie.

Toezegging De wethouder stuur de conceptbegroting van citymarketing tijdig voor de programmabegroting behandeling naar de raad. Deze onderbouwing van het budget is wel nog afhankelijk van keuzes in de latere invulling. Hij zal dit ook meenemen in de te organiseren extra sessie.

Niek Heijne (D66), voorzitter

Jan Hoek, loco-griffier/raadsadviseur