Beantwoording technische vragen Marketing van Hoorn in 2024

Vragen door: Diana Dekker (CDA Hoorn)
Datum: 06-02-2024

Vragen
In de presentatie informatieve sessie wordt gesproken over een promotieplan toerisme West-Friesland. De zeven Westfriese gemeenten besteden 27.000 euro totaal aan dit promotieplan.

1. *Wat is de bijdrage van Hoorn aan de (totale) 27.000 euro?*

Antwoord
Het totale budget voor toeristische marketing West-Friesland dat beschikbaar is vanuit de Regionaal Economische Agenda (REA) bestaat uit € 27.500,-.

Het REA-budget wordt bijeengebracht door de 7 Westfriese gemeenten, waarbij elke gemeente een bijdrage doet per inwoner. In 2023 was de bijdrage van gemeente Hoorn een bijdrage van ca. € 0,86 per inwoner. Gemeente Hoorn leverde in totaal een bijdrage aan de Regionaal Economische Agenda van € 64.564,90 in 2023, op een totaalbudget van € 187.424,98. Van deze gelden worden verschillende regionale economische activiteiten uitgevoerd.

2. *Waar kunnen we de uitgaven aan het toeristische magazine Beleef West-Friesland! terugvinden in het financiële overzicht op pagina 5 van het raadsvoorstel?*

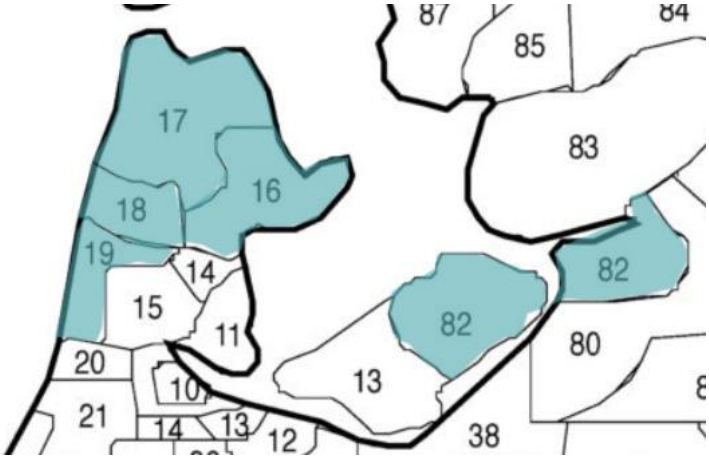
Antwoord
Er is geen sprake van een financiële bijdrage van gemeente Hoorn aan het toeristisch magazine ‘Beleef Westfriesland!’ uit de budgetten die beschikbaar zijn voor de lokale marketing. Daarom worden deze kosten niet meegenomen in de begroting van de gelden voor de marketing van Hoorn.

Er is een separaat budget van € 27.500,- voor toeristische marketing Westfriesland beschikbaar. Dit geld komt dus uit het REA-budget.

3. *Waar, door wie en hoe wordt het toeristisch magazine Beleef West-Friesland! verspreid in Noord-Holland en Flevoland?*

Antwoord
Het magazine wordt in ieder geval verspreid door de volgende regio’s:

- Westfriesland (16)
- Kop van Noord-Holland (17)
- Kustregio Alkmaar (19)
- Kustregio Schoorl (18)
- Deel Flevoland en Overijssel (82)



Zie ter verduidelijking en illustratie de afbeelding rechts, waarbij de nummers corresponderen met het verspreidingsgebied.

Afhankelijk van de opbrengsten van advertenties door externe partijen, wordt een keuze gemaakt voor eventuele verdere verspreiding van het magazine.

Het magazine wordt verspreid in Westfriesland door vrijwilligers, terwijl Hub Media de verspreiding door de overige regio’s voor haar rekening neemt. Het magazine is daarmee zichtbaar en mee te nemen bij verschillende locaties in de genoemde regio’s, waaronder bij verblijfsaccommodaties, zoals hotels of

bungalowparken, maar ook bij toeristische informatiepunten of VVV's en op andere toeristisch/recreatieve locaties.

4. *Welke online campagne wordt, aansluitend op het toeristisch magazine, gevoerd en wie is daarvoor verantwoordelijk?*

Antwoord
Het voeren van een online campagne en de wijze waarop deze eruit ziet, is afhankelijk van het exacte budget dat over blijft na het ontwikkelen van het magazine. Gezien het beschikbare budget is dit zeer twijfelachtig.

Wanneer financiële middelen 'overblijven' na de ontwikkeling van het magazine, wordt ingezet op het behoud van een website waar toeristische informatie gevonden kan worden over de regio. Door het stopzetten van HollandbovenAmsterdam per 1 januari 2024 zal hiervoor een nieuwe oplossing moet worden ontwikkeld.
Wanneer daarna nog gelden beschikbaar zijn, worden deze gebruikt voor organische sociale media-uitingen. Pas daarna kunnen gelden eventueel worden aangewend voor het voeren van een (online) campagne.

5. *Met welke (gezamenlijke) middelen wordt deze online campagne West-Friesland online gepromoot?*

Antwoord
Zoals bij vraag 4 aangegeven, het is zeer twijfelachtig of er middelen beschikbaar zullen zijn om daadwerkelijk een online campagne voor West-Friesland te kunnen draaien.

Wel zullen de verschillende marketingorganisaties in de regio (zoals stichting Marketing Enkhuizen, Medemblik, Opmeer) en de gemeenten vanuit hun betrokkenheid en rol binnen de marketing van het gebied via de eigen kanalen en, indien mogelijk via het gezamenlijke Westfriese kanaal, regelmatig organische uitingen delen over Westfriesland en de toeristische aantrekkelijkheid van de regio.