Raadsvoorstel

Zaaknummer: 2133691
Steller: J.H. van Putten
Datum commissie: 23-05-2024
Datum raadsvergadering:11-06-2024

Team: ROWE
Teammanager: T. Plat
Portefeuillehouder: A. Helling
E-mail: j.van.putten@hoorn.nl

Onderwerp
Inzet (destinatie)marketing gemeente Hoorn

Agendering
Ter besluitvorming

Bijlagen

1	
2	
3	
4	
5	

De raad besluit
1. Destinatiemarketing geen vervolg te geven op Noord-Holland Noord niveau.
2. De focus van de marketinginspanningen van de gemeente Hoorn te verschuiven naar citymarketing Hoorn en promotie op Westfries niveau.
3. Het huidige budget voor destinatiemarketing Holland boven Amsterdam als volgt te herbestemmen:
   a) € 25.000,- voor de uitvoering van het promotieplan Westfriesland, mits de andere regiogemeenten ook een vergelijkbare financiële bijdrage leveren;
   b) € 50.000,- toe te voegen aan het budget voor de citymarketing Hoorn;
   c) € 21.977,- in te brengen als bijdrage aan de bezuinigingstaakstelling.
4. Het onder punt 3 genoemde besluit in de begroting te verwerken.

Samenvatting
De uitvoering van de destinatiemarketing Holland boven Amsterdam (dmo HbA) door het Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord (ONHN) is per 1 januari 2024 gestopt. De uitvoering van de destinatiemarketing is een taak die niet langer bij het bedrijf paste. Hierover is de raad eerder geïnformeerd. Er is momenteel geen andere partij die deze taak op een passende wijze kan uitvoeren. Het voorstel is om dit budget te gebruiken voor toeristische-, promotionele- of marketingdoelen, waarbij de focus ligt op Hoorn en Westfriesland.

Voorgesteld wordt om het budget op drie manieren in te zetten. Een deel wordt gebruikt voor de promotie van Westfriesland. Een voorwaarde is wel dat de andere zes Westfriese gemeenten ook meer budget hiervoor inzetten. Een deel wordt gebruikt ter versterking van de marketing van Hoorn. En een deel van het geld wordt ingebracht als onderdeel als bezuiniging, vanwege de onzekere financiële toekomst voor de gemeente Hoorn vanaf 2026. Dit voorstel heeft een positief effect op het begrotingsresultaat.

1. Inleiding: reden van het voorstel

Aanleiding
Op 1 januari 2024 is de plusopdracht voor de dmo HbA gestopt. Het hierdoor vrijgevallen budget kan worden gebruikt ter versteviging van de ambities van Hoorn op marketinggebied. Ook biedt het kansen om de ambities van de Westfriese toeristische promotie te versterken.

Belang
Het uitdragen van de ambities van Hoorn helpt Hoorn op de kaart te zetten als aantrekkelijke stad om te wonen, werken en te verblijven. Het vraagt om een continue en stevige inzet voor de marketing van onze stad en regio. Structurele extra middelen voor lokale en regionale marketing of promotie maken het mogelijk om grotere impact te maken vanuit citymarketing en Westfriese marketing.

Centrale vraag
Op welke manier wil de gemeenteraad het budget voor de destinatiemarketing van Holland boven Amsterdam vanaf 2024 inzetten?

2. Beoogd maatschappelijk resultaat
Hoorn op de kaart zetten als aantrekkelijke stad om te wonen, werken en te verblijven en Westfriesland op de kaart te zetten als aantrekkelijke regio voor toeristisch bezoek. Inwoners, bezoekers, ondernemers en culturele partijen uit Hoorn en de regio kunnen hiervan profiteren.

3. Bijdrage aan de duurzaamheidsambitie
Met het budget wordt gewerkt om van Hoorn een aantrekkelijke bestemming voor bezoekers te maken die past bij de positionering van Hoorn. Groei in toerisme en recreatie moet daarbij in balans blijven met de leefbaarheid van de stad.

4. Kaders
Overeenkomst Plusopdracht Holland boven Amsterdam 2017-2021.
De overeenkomst is gesloten om Noord-Holland Noord als destinatie beter en vooral gezamenlijk (regionaal) op de kaart te zetten en om versnippering van budgetten te voorkomen.

Raadsbesluit 'Meer stad worden' (6 juni 2019)
Om een leefbare en vitale stad te blijven moet Hoorn 'meer stad worden'. Deze ambitiesprong wordt proactief uitgedragen, en Hoorn wordt op de kaart gezet als aantrekkelijke stad om te wonen, werken en te verblijven.

Pact van Westfriesland: Pact 7.1 Westfriesland (februari 2020)
De ambitie van de 7 Westfriese gemeenten is om tot de top 10 van de meest aantrekkelijke regio's te behoren, waarbij o.a. welvaart, welzijn en een florerende duurzame economie belangrijkste prioriteiten zijn. Binnen het pact werkt de regio aan regio-marketing. Het promotieplan Toerisme Westfriesland geeft daar invulling aan.

Aanvulling op de Plusopdracht 2022-2023
De aanvulling op de eerste Plusopdracht is tot stand gekomen omdat als gevolg van het uitbreken van corona een pas op de plaats gemaakt moest worden. Doorontwikkeling werd op dat moment niet kansrijk bevonden. Hierbij behoorde ook de opdracht te onderzoeken hoe de dmo HbA zich na deze twee jaar verder zou kunnen ontwikkelen.

De positionering van Hoorn – collegebesluit 24 januari 2023
Verrassend compleet en soms compleet verrassend' wordt door het college vastgesteld als de nieuwe positionering van Hoorn. In lijn met de ambitie om Meer stad te worden, wordt ingezet op een brede positionering die past voor wonen, werken en verblijven. Zo versterken de verschillende vormen van communicatie elkaar in het neerzetten van een eenduidig beeld van Hoorn. De raad is in dit traject in diverse sessies meegenomen.

Promotieplan Toerisme Westfriesland, VVRE (6 april 2023)
In dit document worden ambitie, doelen en doelgroepen benoemd voor de toeristisch promotionele samenwerking in Westfriesland. Ook worden de kernkwaliteiten en kernwaarden benoemd. Dit document dient als kader van waaruit toekomstige ontwikkeling plaatsvindt.

Raadsbrief toekomst destinatiemarketing Holland boven Amsterdam (22 mei 2023)
In deze brief is gemeld dat ONHN zich niet meer geschikt achtte om de Plusopdracht voor de destinatiemarketing na 1 januari 2024 voor te zetten. Aan de raad is toegezegd dat hierover een voorstel zou komen over wat dit zou betekenen voor Hoorn.

Toezegging 1136: Afbouw Holland boven Amsterdam (31 oktober 2023)
Tijdens de behandeling van de programmabegroting 2024 zegt de wethouder toe aan de gemeenteraad dat in de loop van 2024 een voorstel wordt gemaakt voor de herverdeling van het budget voor Holland boven Amsterdam.

Raadsbrief stoppen destinatiemarketing Noord-Holland Noord (15 januari 2024)
In deze brief is gedeeld dat er binnen de drie regio's onvoldoende draagvlak is om gezamenlijk de destinatiemarketing uit te voeren en dat zij afzonderlijk aan de gaan slag met het organiseren van de toeristische marketing. De optie om samen te werken, bijvoorbeeld op projectbasis, wordt open gehouden.

Raadsbesluit de marketing van Hoorn in 2024 (12 maart 2024)
De gemeenteraad stemt in met het voorstel om in 2024 de 'basis op orde' voor de marketing van Hoorn af te ronden. Na dit jaar staat het fundament, van hieruit kunnen vervolgstappen worden gezet. In 2025 volgt een meerjarenplan dat wordt voorgelegd aan de gemeenteraad. Dit raadsbesluit volgt op, en is in lijn met eerdere raadsbesluiten uit 2022 en 2023.

5. Argumenten

Destinatiemarketing geen vervolg te geven op Noord Holland Noord niveau
In 2017 is een overeenkomst gesloten met Ontwikkelingsbedrijf Noord Holland Noord (ONHN) over het uitvoeren van de Plusopdracht Holland boven Amsterdam. De verantwoordelijk voor de uitvoering van de destinatiemarketing lag daarmee bij deze partij.

De afgelopen jaren bleek regelmatig dat uitvoering geven aan destinatiemarketing op Noord Holland Noord niveau niet eenvoudig was. Er waren verschillende wensen, verwachtingen en belangen die bij de diverse gemeenten over destinatiemarketing speelden. Alle gemeenten stonden achter destinatiemarketing op zichzelf en het doel om bezoekers van buiten de regio naar de regio te trekken. Maar over de exacte uitvoering verschilden de meningen regelmatig. Daarbij kwam onder andere terug; Krijgt mijn gemeente of stad binnen destinatiemarketing wel de aandacht die het verdient? Een tussenevaluatie van Holland boven Amsterdam gaf aan dat de eerste jaren een stevig fundament gelegd was voor succesvolle destinatiemarketing. Om dit door te ontwikkelen, werden diverse adviezen gegeven die zich concentreerden zich op afgebakende taken voor de dmo HbA, de werkcultuur, de benodigde uitgebreide formatie en noodzakelijke begroting incl. een financieringsmodel.

Het doorvoeren van deze aanbevelingen is de afgelopen jaren niet haalbaar gebleken. In 2023 heeft ONHN laten weten een eventuele vervolgopdracht niet meer te aanvaarden. Dit terwijl in 2017 bewust de keuze gemaakt is deze opdracht bij ONHN neer te leggen. Aanleiding hiervoor was onder meer dat het opzetten van een destinatiemarketingorganisatie aan veel voorwaarden moet voldoen, onder andere op het gebied van governance, aanbestedingsbeleid, participatie met externe partijen en het opzetten van een solide organisatie zelf, dat veel tijd en aandacht vergt.

Daarnaast is er geen andere geschikte partij bekend met een passende bovenregionale vertegenwoordiging voor de voormalig deelnemende gemeenten. Diverse andere gemeenten hebben ondertussen aangegeven op marketinggebied hun eigen plan te zullen trekken, al dan niet in regionaal verband (bijvoorbeeld in de kop van Noord Holland).

Gelet op de financiële situatie van de verschillende gemeenten in Noord Holland Noord, de verschillende gedachten over de uitvoering bij verschillende gemeenten en de terugtrekkende beweging van ONHN, kan de komende periode niet voldaan worden aan enkele belangrijke voorwaarden voor succesvolle

destinatiemarketing op Noord-Holland Noord niveau. Gemeente Hoorn kiest daarom hier de komende periode geen vervolg meer aan te geven op dit niveau. Dat neemt niet weg dat samenwerking op projectniveau wel mogelijk blijft, wanneer voor verschillende partijen toegevoegde waarde blijkt.

De focus van de marketinginspanningen van de gemeente Hoorn te verschuiven naar citymarketing Hoorn en marketing op Westfries niveau
In 2022 heeft de gemeente Hoorn de regie op de marketing van Hoorn teruggenomen. Om uitvoering te kunnen geven aan de ambitie om Hoorn op de kaart te zetten als aantrekkelijke stad voor verblijven, wonen en werken, is o.a. een brede een positionering en een marketingconcept ontwikkeld. Binnen dit concept wordt komende zomer een eerste campagne uitgerold en volgt in 2025 een meerjarenplan. In 2023 is het promotieplan Westfriesland vastgesteld. In 2024 is als eerste middel, het magazine Beleef Westfriesland ontwikkeld. Het beschikbare budget op Westfries niveau bemoeilijkt echter een verdere uitvoering van de ontwikkelde plannen fors.

Zowel de stappen op lokaal niveau (marketing van Hoorn) en op Westfries niveau bieden kansen om Hoorn en de regio Westfriesland op de kaart te zetten. Door inzet en focus (deels) te verschuiven, van bovenregionaal naar lokaal tot regionaal, kan invulling worden blijven gegeven aan de ambitie om Hoorn op een aantrekkelijke manier in de markt te zetten.

Destinatiemarketing in de vorm van een dmo HbA is dus niet houdbaar gebleken. De huidige lokale en Westfriese ontwikkeling betekent niet direct dat alle werkzaamheden, campagnes en taken die werden uitgevoerd door de dmo HbA in de toekomst kunnen worden uitgevoerd door de gemeentelijke of Westfriese (gezamenlijke) inspanning. Daarvoor ontbreken de middelen en capaciteit, wanneer bijdragen vanuit de overige gemeenten buiten Westfriesland wegvallen. Concreet betekent dit dat er bijvoorbeeld geen marketingcampagnes of inspanningen gedaan kunnen worden gericht op de Duitse of Vlaamse toeristische markt.

Bij een verlegde focus op lokaal tot Westfries worden bestaande inspanningen versterkt en zijn voordelen op het gebied van (ambtelijke) capaciteit en efficiëntie winsten te behalen. Steviger samenwerking op Westfries niveau kent daarnaast verdere voordelen; Door gedeelde culturele identiteit en geschiedenis past de regio goed bij elkaar. De kwaliteiten van de verschillende gemeenten in het gebied vullen elkaar aan en versterken elkaar. Praktisch voordeel is daarnaast dat veelvuldige samenwerking op talrijke onderwerpen ook deze samenwerking gemakkelijk(er) uitvoerbaar maakt.

Toekomstige inzet bestaande budget Plusopdracht dmo HbA
De deelnemende gemeenten aan HbA hebben aangegeven niet meer een gezamenlijke destinatiemarketing op NHN-niveau uit te willen voeren na het stoppen van de Plusopdracht voor de dmo HbA. Hierover is de raad eerder geïnformeerd. Het budget van € 96.977,- voor de uitvoering van de Plusopdracht HbA staat structureel in de meerjarenbegroting en is dus per 1 januari 2024 vrijgevallen. Het alloceren van dit budget voor de marketing van Hoorn en de Westfriese toeristische promotionele samenwerking past binnen de doelen en ambitie van de gemeente Hoorn.

Voorstel herverdeling budget
Voorgesteld wordt het budget in 3 verschillende delen op te knippen:

A. *€ 25.000,- voor de uitvoering van het promotieplan Westfriesland, op voorwaarde dat de andere Westfriese regiogemeenten ook een evenredige financiële bijdrage leveren*

In de onder het kopje 'kaders' genoemde raadsbrieven is aangeven om vanuit het Pact van Westfriesland meer in te zetten op de toeristische samenwerking binnen Westfriesland en op de initiatieven die in dit verband worden ontwikkeld. Ook de portefeuillehouders Toerisme in Westfriesland hebben in 2023 aangegeven meer te willen inzetten op de Westfriese toeristische samenwerking na het stoppen van de dmo HbA.

Het budget voor de toeristische ontwikkeling van Westfriesland is bescheiden. Concreet betekent dit, dat slechts één of enkele acties/activiteiten per jaar haalbaar zijn. Door een deel van het budget van de dmo HbA te bestemmen voor de toeristische promotie van Westfriesland, kan meer voor Westfriesland worden gedaan. **Voorwaarde** is dan wel dat alle gemeenten een vergelijkbaar substantieel deel gaan bijdragen. Een bijdrage van ca. € 0.33 per inwoner wordt voorgesteld. Hierover is ambtelijk afgestemd.

Voor Hoorn zou dat een bijdrage van bijna € 25.000,- betekenen. In onderstaande tabel staan de bijdragen per gemeente gebaseerd op de inwoneraantallen per 1 januari 2024.

Wanneer alle Westfriese gemeenten hiermee akkoord zijn en ook daadwerkelijk zullen bijdragen, kan de regio beschikken over een budget van bijna € 100.000,-, inclusief de bestaande REA-gelden van € 27.500. Mochten niet alle gemeenten hiermee instemmen, dan ontvangt de raad een nieuw voorstel.

Gemeente	Voorgestelde bijdrage
Hoorn	€ 24.954,93
Medemblik	€ 15.181,65
Enkhuizen	€ 6.237,33
Drechterland	€ 6.764,34
Stede Broec	€ 7.331,28
Koggenland	€ 7.781,40
Opmeer	€ 4.033,26
Totale extra bijdrage gemeenten	**€ 72.284,19**

B. € 50.000,- toe te voegen aan het budget voor de marketing van Hoorn

Het budget voor de marketing van Hoorn is € 200.000,-. De raad heeft tijdens diverse eerdere besprekingen door laten schemeren dat het bestaande budget niet hoog is en dat het noodzakelijk is het budget op te hogen om marketinginspanningen meer slagkracht te laten krijgen.

Gelet op de vele initiatieven die er op dit moment worden ontwikkeld, is het van grote meerwaarde een deel van het budget van de dmo HbA toe te voegen aan het structurele budget voor de marketing van Hoorn. Met het eerder aangenomen raadsvoorstel voor de marketing van Hoorn in 2024 is bepaald hoe het budget dit jaar wordt ingezet. Een deel ervan wordt gebruikt voor de dekking van personele lasten en de ontwikkeling van een nieuwe website inclusief een evenementenkalender, nieuw beeldmateriaal en content. De komende jaren nemen de kosten voor bijv. de ontwikkeling van de website af, waardoor de ruimte voor de uitvoering van een of meerdere campagnes binnen het budget zal groeien.

Toevoegen van financiële middelen aan het budget voor de marketing van Hoorn, biedt forse kansen. Zo kan dit worden ingezet voor het creëren van aanbod, dat aansluit op de positionering van Hoorn en past bij de marketingdoelgroep (jonge gezinnen). Een andere keuze kan zijn om meer budget te besteden aan het uitvoeren van marketingcampagne(s), meer campagnes te draaien, het uitzetten van campagnes in een breder (focus)gebied etc.

C. € 21.977,- in te brengen als bijdrage aan de bezuinigingstaakstelling.

Het totale structurele budget in de meerjarenbegroting voor Holland boven Amsterdam is € 96.977,-. Hiervan wordt dus voorgesteld € 75.000,- te benutten voor de promotie van Westfriesland (€ 25.000,-) en voor de marketing van Hoorn (€ 50.000,-) Indien de raad hiermee akkoord gaat, resteert een budget van € 21.977,-. Voorgesteld wordt om dit bedrag in te brengen als onderdeel van de bezuinigingstaakstelling.

6. Maatschappelijk draagvlak en participatie

Dit is in dit verband niet onderzocht, maar er heeft zowel ambtelijke als bestuurlijke afstemming plaatsgevonden in de regio voor wat betreft de promotie van Westfriesland.

7. Financiële gevolgen

Dit voorstel heeft een positief effect van € 21.977,- op het begrotingsresultaat van 2024 en latere jaren.

8. Communicatie

Communicatie vindt op de gebruikelijke wijze plaats.

GEMEENTE HOORN

9. Realisatie

Als de raad instemt met dit voorstel ontvangt hij bericht over de wijze waarop dit budget wordt ingezet voor de uitvoering van de citymarketing van Hoorn in 2024. Een voorstel voor exacte inzet in 2025 en verder wordt meegenomen in het meerjarenplan voor de marketing van Hoorn. Over de manier waarop dit budget regionaal wordt ingezet wordt afgestemd met de portefeuillehouders Toerisme van Westfriesland en ontvangt de VVRE hierover een voorstel c.q. wordt zij op een andere manier geïnformeerd.

Als de raad niet met dit voorstel instemt blijft het huidige budget voor de citymarketing van Hoorn op het zelfde niveau en wordt geen extra impuls gegeven aan de marketinginspanningen op lokaal niveau. Dat geldt ook voor de uitvoering van het promotieplan Westfriesland. Het huidige budget van € 27.500,-, afkomstig uit de REA-gelden, is dan te beperkt om de promotie van Westfriesland echt uit te kunnen voeren. Het blijft dan beperkt tot een enkele jaarlijkse actie.

Hoorn, 24 APR. 2024

het college van burgemeester en wethouders van Hoorn,

de secretaris, de burgemeester,