MOERDIJK

Technische vragen

CDA
De heer A.J.M. Haverkamp

Kenmerk	01165 TV
Vergadering	Commissievergadering van 3 oktober 2024
Datum	8 oktober 2024
Onderwerp	8.2 Toeristische initiatieven, marketing en samenwerking

Geachte heer Haverkamp,

Het college van burgemeester en wethouders van de gemeente Moerdijk biedt u hierbij de beantwoording van de volgende technische vragen aan.

In 2023 stelde de gemeente een marketingstrategie op. In het voorliggende raadsvoorstel wordt aangegeven dat de gemeente de huidige werkwijze na een succesvolle proefperiode van twee jaar wil voortzetten.

1. De fractie van het CDA zou willen weten waaruit dit succes blijkt en wat deze proefperiode daadwerkelijk aan resultaten heeft opgeleverd.

   De werkwijze die succesvol is gebleken bestaat uit twee onderdelen. De opgestelde marketingstrategie waarmee we in 2024 gestart zijn en de samenwerking met ondernemers.

   Marketingstrategie
   Sinds we gestart zijn met adverteren zien we positieve cijfers op het gebied van websitebezoekers.

   - Ruim 1.800 bezoekers via de advertenties.
   - Bijna 12.000 organische bezoekers, een stijging van ruim 10%.
   - 1.757 bezoekers die via social media op de website terecht zijn gekomen (een stijging van 850%).
   - Een stijging van bijna 9% in het aantal bezoekers dat direct op onze website terecht komt door het intypen van visitmoerdijk.nl. De naamsbekendheid groeit.
   - Meer dan 2700 websitebezoekers die via andere kanalen op onze website terecht komen (een stijging van 235%).

   Daarnaast zetten we met de marketingstrategie ook in op advertenties via facebook en instagram. Hiermee hebben we vanaf juni ruim 250.000 mensen bereikt, een stijging van 87%. Ook het aantal kliks vanuit de advertenties is flink gestegen. Er is ruim 25.000 keer doorgeklikt naar de Visit Moerdijk pagina op facebook of instagram via die advertenties.

   Samenwerking ondernemers
   De samenwerking met de ondernemers en de initiatieven die hier uit voortkomen is succesvol te noemen omdat we merken dat het aantal geïnteresseerde en aangehaakte ondernemers met elke bijeenkomst stijgt.

Daarnaast groeit ook het aantal initiatieven dat ingediend wordt en waarmee het toeristisch product Moerdijk uiteindelijk versterkt wordt. Kwalitatief gezien worden de aanwezige ondernemers bij elke bijeenkomst gevraagd naar hun mening over de bijeenkomst. De reviewkaarten zijn terug in te vinden in bijlage 3 van het raadsvoorstel, maar het komt er in het kort op neer dat de reacties overwegend positief zijn. Ook een concreet succesvol resultaat.
We verwachten met de voortzetting van de huidige werkwijze in samenwerking met de ondernemers en door het inzetten van de marketingstrategie ook in de toekomst mooie resultaten te kunnen behalen.

2. Daarnaast zou onze fractie ook graag willen vernemen hoe het gebruik van de kanalen gestimuleerd gaat worden. Het valt op dat juist de ondernemers in de gemeente Moerdijk van de beschikbare kanalen weinig gebruik maken.

   Er van uitgaande dat hiermee de marketingkanalen worden bedoeld, is het de bedoeling dat de ondernemers input geven om die marketingactiviteiten te voeden. Met die kanalen is het niet de intentie om de ondernemers te bereiken, maar juist de inwoners en bezoekers die op de kanalen van Visit Moerdijk te vinden zijn om inspiratie voor activiteiten op te doen.
   De ondernemers stimuleren we met de jaarlijkse voor- en najaar bijeenkomsten. En natuurlijk door de ondersteuning die we bieden bij het realiseren van initiatieven.

3. Niet geheel los hiervan stellen wij vast dat het aantal gebruikers van de genoemde kanalen ten opzichte van het aantal inwoners beperkt is.
   Dat klopt. In februari van dit jaar is er een 0-meting uitgevoerd. Hierbij hebben we vastgelegd wat het gebruik op dat moment was van de kanalen die door Visit Moerdijk worden gebruikt. Dat was inderdaad een beperkt aantal gebruikers. Maar de marketingcampagnes zijn daarna pas gestart. En deze lopen nog steeds. Zoals hierboven al aangegeven is de impact van deze campagnes al groot te noemen. De verwachting is ook dat hoe beter de campagnes ontvangen worden, hoe meer mensen uiteindelijk onze kanalen ook actief gaan volgen. We monitoren dit jaarlijks. We zullen de raad meenemen in de resultaten van de campagnes met een raadsinformatiebrief in het eerste kwartaal van 2025.

4. Tot slot zouden wij ook graag willen vernemen hoe het thans gevraagde budget ad € 70.000 verdeeld gaat worden.

   Het bestaande budget wordt voor €30.000 gebruikt voor de marketingstrategie en campagnes en voor €20.000 voor ondernemers initiatieven. We merken vooral dat er bij de initiatieven behoefte is aan verhoging van dit budget. Deels omdat er steeds meer initiatieven komen, maar deels ook omdat de kosten om initiatieven te kunnen realiseren in de laatste acht jaar flink gestegen zijn. Verwachting is dan ook dat we (een deel van) het budget hiervoor inzetten. Maar uiteindelijk beslissen we samen met de ondernemers waar het beschikbare budget voor ingezet wordt.

Met vriendelijke groet,
de gemeentesecretaris,

drs. M.E. de Groot