

GEMEENTE HILVERSUM
POSTBUS 9900
1201 GM HILVERSUM

BEZOEKADRES:
RAADHUIS
DUDOKPARK 1
TELEFOONNUMMER: 14 035
WWW.HILVERSUM.NL

Aan leden van de gemeenteraad
cc. college van B&W
cc. pers

DATUM 21 januari 2020
ZAAKNUMMER 602917
BEHANDELD DOOR A. van Mierlo
TELEFOON (035) 629 2826
UW KENMERK
BIJLAGEN 1
BETREFT Beantwoording artikel 41 vragen PvdA inzake de evaluatie
MediaMile d.d. 20 december 2019

Geachte dames en heren,

Op 20 december 2019 heeft de fractie van PvdA artikel 41 vragen gesteld aan het college inzake de evaluatie van de MediaMile.

Beantwoording

Vraag 1: Cijfers zijn nog steeds vaag en bieden weinig concreet inzicht

De evaluatie vinden wij nog bepaald schaars als het gaat om betekenisvolle informatie over het gebruik van de MediaMile app en het bezoek langs de zuilen. Kunt u voor ons bij de Stichting Citymarketing de volgende informatie opvragen:

- a. Graag willen wij niet alleen een gemiddelde, maar per maand vanaf augustus 2018 tot nu de gebruikerscijfers zien. Dan kunnen wij namelijk beoordelen of er ook sprake is van enige trendontwikkeling van het gebruik en zo ja, of deze op- of aflopend is of pieken vertoont rondom events zoals bijvoorbeeld de Dutch Media Week.
- b. In de evaluatie wordt gesproken van het aantal 'gestarte conversaties' in de webapplicatie. Is er ook een meetpunt voor het aantal voltooide MediaMile wandelingen?
- c. Zo ja, hoeveel % van de gestarte conversaties wordt ook voltooid? Een gemiddelde over het totaal voldoet in dit geval. (toelichting: gemiddeld ligt dit soort percentages voor websites en apps onder de 20% - de mogelijkheid is dus reëel dat het aantal mensen dat de MediaMile écht heeft gewandeld zelfs onder de 300 ligt voor de afgelopen 2 jaar)

Antwoord:

In de bijlage vindt u de gebruikerscijfers op het meest gedetailleerde niveau dat bekend is. Deze cijfers vertegenwoordigen het aantal malen dat via de MediaMile app op de route is ingelogd. De cijfers zijn exclusief de papieren exemplaren (beschikbaar vanaf oktober 2019) die met regelmaat door Hilversum Marketing, maar ook vanuit andere locaties als Beeld&Geluid, worden afgegeven. De papieren versie betreft een uitgebreide beschrijving van de route met alle vragen, en niet de promotiefolder. Er is geen meetpunt voor het aantal voltooide MediaMile wandelingen.

Vraag 2. Resultaten vallen bar tegen ten opzichte van belofte en investering

Stichting Citymarketing heeft in hun meerjarenplan 2019-2020 van oktober 2018 een verwachting opgegeven van 10.000 bezoekers in 2019 en 20.000 in 2020. Met een gemiddelde van 80 per maand en 200 per maand vanaf oktober 2019 zal het totaal aantal ‘gestarte conversaties’ in 2019 rond de 1400 liggen. Dat is nog geen 15% van de verwachting van Hilversum citymarketing.

- a. Wat is de mening van het college met betrekking tot deze schokkend slechte cijfers ten opzichte van de hoge verwachtingen?
- b. Wat is het oordeel van het college over een investering van een kwart miljoen euro voor nog geen 2000 gebruikers in de eerste twee jaar? Is dit een verantwoorde uitgave van gemeenschapsgeld geweest?

Antwoord:

Zoals als eerder bij monde van de portefeuillehouder aangegeven is het college van mening dat de resultaten van de MediaMile tot nu toe flink tegenvallen en zeer teleurstellend zijn. Het project is in 2017 gestart (onder gemeentelijke regie) en na overdracht aan Hilversum Marketing weliswaar aangepast maar nog steeds geen succes. Het gebruik is veel minder dan bij aanvang verwacht en is ook nu nog niet optimaal. In de afgelopen tijd is hierover veelvuldig met Hilversum Marketing en ook in de commissie, gesproken. Een aantal raadsleden heeft ook zelf met de directeur van de stichting gesproken, onder meer over dit thema (waaronder de vraagsteller). Dat de cijfers tegenvallen is voor het college echter vooralsnog geen aanleiding om Hilversum Marketing, tegen hun eigen lijn in, nu te adviseren het project te stoppen. De infrastructuur en huidige content van de MediaMile (waarin de grootste kosten zitten) is gerealiseerd, en medio 2018 is het systeem en medio 2019 de content vernieuwd en aangepast. De investering die is gedaan functioneert technisch naar behoren, het doel (de verbinding tussen Media Park en centrum versterken) is nog steeds zeer relevant. Stichting Hilversum Marketing geeft aan het gebruik van de MediaMile te willen voortzetten, zonder verdere grote investeringen en de MediaMile via de eigen communicatiekanalen te promoten. Het college kan deze gedachte van Hilversum Marketing volgen en is het daarmee eens. De investering zou pas echt weggegooid geld zijn als nu op het moment dat de infrastructuur op orde is de MediaMile wordt gestopt.

Vraag 3. Actieve informatievoorziening van wethouder naar de raad

Het college was op de hoogte van het feit dat meerdere raadsfracties kritisch waren ten opzichte van de MediaMile. In 2018 waren schriftelijke vragen gesteld over de gebruikscijfers door de ChristenUnie. In december was de MediaMile onderdeel van het programma ‘kanniewaarzijn’. In januari stelde onze fractie vragen. We weten nu dat citymarketing toegang had tot de gebruikscijfers vanaf augustus 2018. In augustus spraken wij opnieuw over de MediaMile en gaf de wethouder aan dat hij elke twee maanden overleg had met citymarketing over de cijfers en prestaties van de stichting en onder andere ook de MediaMile.

- a. Zijn de gebruikscijfers van de MediaMile ooit besproken tijdens het overleg tussen de wethouder en de stichting?
- b. Zo nee, waarom heeft de wethouder het nagelaten om het gebruik in de gaten te houden?
- c. Zo ja, was de wethouder op de hoogte van deze schokkend slechte cijfers ten tijde van de commissie Economie en Bestuur in augustus 2019? Waarom heeft de wethouder deze cijfers niet eerder aan de raad overlegd, op zijn minst een indruk gegeven van de slechte prestaties van de MediaMile?

Antwoord:

Op 20 mei 2019 is in een bestuurlijk overleg gesproken over de toekomst van de MediaMile. Hoewel het voor de stichting en het college op dat moment duidelijk was dat het gebruik niet aan de verwachtingen voldeed, waren de precieze cijfers op dat moment nog niet in beeld gebracht.

Vraag 4. Toonzetting stichting citymarketing en de toekomst van de MediaMile

Ondanks de nog steeds uitermate slechte cijfers denkt stichting citymarketing dat de in oktober nieuwe MediaMile ‘een succes’ genoemd kan worden en wil zelfs een nieuwe campagne starten in de lente.

- a. Is het college het met ons eens dat de optimistische boodschap van de stichting op zijn zachtst gezegd misleidend genoemd kan worden, gezien de grof tegenvallende resultaten vergeleken met de enorme investeringen en hoge beloftes die eerder zijn gedaan?

- b. Wat vindt het college van de toonzetting van deze teleurstellende evaluatie?
- c. In oktober meldde de directeur van citymarketing in de Gooi en Eemlander dat het tijd werd voor een 'realistisch verhaal'. Op welke manier is het college van plan de stichting aan te spreken over het beeld dat zij schetst ten opzichte van de werkelijkheid? Wat zegt deze manier van communiceren over de betrouwbaarheid van de overige activiteiten die de stichting onderneemt?
- d. In de subsidieaanvraag van de stichting voor 2020 is, in tegenstelling tot eerdere jaren, geen aparte kostenpost meer genoemd voor de MediaMile. Desalniettemin kan verwacht worden dat het onderhoud van de zuilen en de webapplicatie, alsmede de communicatie en het mogelijk ontwikkelen van nieuwe content geld zal kosten. Kan het college bij de Stichting citymarketing navragen hoeveel geld er specifiek voor de MediaMile is begroot in 2020, alle activiteiten in aanmerking nemend?
- e. De PvdA verzoekt het college om het jaarverslag en de jaarrekening 2019 van stichting Hilversum citymarketing naar de raad te doen toekomen.

Antwoord:

De stichting geeft in de evaluatie van de MediaMile een feitelijke uiteenzetting. Daarbij zijn resultaten benoemd en is aangegeven hoe de stichting de MediaMile voortzet. Voor de MediaMile zijn geen abonnement-, beheer- en/of onderhoudskosten van toepassing, tenzij er weer vandalisme zou plaatsvinden. Voor de kleinschalige campagne om het gebruik van de MediaMile te promoten zal gebruik worden gemaakt van de bestaande communicatiekanalen, zoals website, social media, A0 borden, schermen, etc. De jaarstukken 2019 moeten voor 1 april 2020 bij de gemeente worden ingediend. Na vaststelling van de subsidie 2019 zullen deze ter kennisgeving worden verstuurd aan de raad.

Wij gaan er vanuit middels deze collegebrief de gestelde vragen voldoende te hebben beantwoord.

Hoogachtend,

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

D. Emmer

P.I. Broertjes

Bijlage: Overzicht gebruik MediaMile 2018-2019