

Gemeenteraad Krimpenerwaard
T.a.v. Griffie
Postbus 51
2820 AB Stolwijk

Betreft: financiële situatie Zilvermuseum

Geachte leden van de Raad,

Onlangs is de Stichting Krimpenerwaard Marketing&Promotie opgericht. Binnen deze stichting worden de activiteiten van Stichting Promotie Krimpenerwaard, Vlist Onderneemt en Stichting Schoonhoven Zilverstad gebundeld met als doel bij te dragen aan het versterken en behouden van de leefbaarheid van de Krimpenerwaard als gebied om te wonen, te werken, te winkelen, te leren en te recreëren. Het beleid van de stichting en de uitvoering van het doel dient om de sociaal-economische vitaliteit van de Krimpenerwaard te versterken door relevante doelgroepen vast te houden en aan te trekken. De stichting is gericht op samenwerking tussen alle betrokken partijen om de unieke en onderscheidende eigenschappen zo te positioneren dat deze doelgroepen een aantrekkelijke basis hebben om te kiezen voor Krimpenerwaard. De Stichting wordt daarbij ruim ondersteund door verschillende partners, waaronder de Gemeente Krimpenerwaard.

Het stichtingsbestuur vernam via de media dat de financiële situatie rondom het Zilvermuseum kritiek is. Hoewel de stichting Krimpenerwaard Marketing&Promotie geen partij is in de financiering en uitbating van het museum, heeft de exploitatie wel invloed op de activiteiten van de Stichting.

Binnen de eerder genoemde doelstelling speelt Schoonhoven als Zilverstad een belangrijke toeristische rol. Het imago van Schoonhoven trekt jaarlijks duizenden toeristen naar de Krimpenerwaard en neemt daarom een belangrijke plaats in binnen de promotiestrategie en –operatie op basis waarvan de stichting haar activiteiten inricht. Het bestuur van de stichting acht het imago van de Zilverstad één van de peilers op basis waarvan doelstellingen zijn geformuleerd en kunnen worden gerealiseerd.

Het Zilvermuseum is voor Schoonhoven onmisbaar als het gaat om het hoog houden van het imago van Zilverstad. Het eventueel verdwijnen ervan zal onmiskenbaar een negatieve invloed hebben op het aantal toeristische bewegingen binnen Krimpenerwaard in zijn geheel. Voor de Stichting Krimpenerwaard Marketing&Promotie heeft het tevens een impact op de opgave die zij, na een moeizame periode van het bij elkaar brengen van de stakeholders binnen het gebied, voor zichzelf en in samenwerking met de gemeente Krimpenerwaard heeft geformuleerd. De uiteindelijke pijn zal daarbij met name gevoeld worden door de ondernemers die zich verbonden voelen met onze Stichting en negatieve invloed hebben op hun bedrijfsvoering.

We willen u verzoeken de bovenstaande motivering mee te nemen in uw besluitvorming.

Met vriendelijke groet,

Hans de Wit
Voorzitter Stichting Krimpenerwaard Marketing&Promotie

