

Informatienota raad

Zaaknummer: Z-17-011312
Nummer: DOC-20-237362
Datum: 24-3-2020
Steller: College
Onderwerp: Tussentijdse evaluatie Destinatiemarketing Holland boven Amsterdam

Ter informatie

Kennis nemen van:

De tussentijdse evaluatie Destinatiemarketing Holland boven Amsterdam.

Aanleiding

Op 28 november 2017 informeerden wij u over het onderbrengen van Destinatiemarketingorganisatie Holland boven Amsterdam bij het Ontwikkelingsbedrijf Noord Holland Noord (ONHN) (DOC-17-036111). In december 2017 gaven zeventien gemeenten in de regio Noord-Holland Noord (NHN) opdracht aan ONHN om voor de periode 2018-2021 destinatiemarketing voor Holland boven Amsterdam uit te voeren. ONHN voert in deze opdracht het vastgestelde Meerjarenplan Holland boven Amsterdam 2018-2021 uit. Het belangrijkste doel van deze marketingopdracht is dat er meer bezoekers naar de regio komen en dat deze geprikkeld worden om er langer te verblijven en meer te besteden.

De zeventien gemeenten hebben voor deze opdracht een overeenkomst van opdracht afgesloten met ONHN. Onderdeel van deze overeenkomst is dat er voor 1 januari 2020 tussentijdse evaluatie plaatsvindt. Het doel van deze evaluatie is om te bepalen of er een noodzaak was om de overeenkomst tussentijds aan te passen. Ook geven de uitkomsten van deze evaluatie informatie vooruitlopend op de besluitvorming over verlenging van de samenwerking na 2021.

Kernboodschap

De tussentijdse evaluatie van de opdracht destinatiemarketing Holland boven Amsterdam is eind 2019 afgerond. De onderzoekers concluderen dat de betrokkenen tevreden zijn over de uitvoering van de opdracht en de behaalde effecten. Samenvattend concluderen de onderzoekers dat ONHN een stevige en steeds meer herkenbare basis voor de destinatiemarketing hebben gelegd. Enkele resultaten zijn dat:

- In 2018 het aantal overnachtingen in Noord-Holland Noord met 5,7% groeide. Daarmee ligt de ontwikkeling van het aantal overnachtingen ten opzichte van 2015 op schema.
- De digitale omgeving om bezoekers aan te trekken exponentieel groeide.
- Destinatiemarketing Holland boven Amsterdam steeds meer gewaardeerd wordt.
- Het aantal inkomende persreizen fors groeide vanaf 2018, omdat er één aanspreekpunt is.
- De totale regio profiteert van de extra opdracht van De Kop Werkt!.

De onderzoekers constateerden ook dat de financiële bijdragen van het bedrijfsleven in 2018 en 2019 aanzienlijk achterbleven bij de oorspronkelijk begroting van het Meerjarenplan Holland boven Amsterdam 2018-2021. De belangrijkste oorzaken hiervoor zijn:

- In 2018 was de acquisitie-capaciteit voor destinatiemarketing nog niet op volledige sterkte;

- ONHN moest het vertrouwen van de ondernemers nog winnen;
- In de praktijk konden de toeristische ondernemers een beperkter budget inzetten voor marketing dan vooraf verwacht.

ONHN onderzoekt momenteel hoe de financiële betrokkenheid van het regionale bedrijfsleven vergroot kan worden.

De onderzoekers adviseren de huidige werkwijze voort te zetten tot het einde van de overeenkomst. Met de stevige basis voor destinationmarketing die de afgelopen twee jaar is gelegd en met de leerpunten uit deze evaluatie, richt ONHN de komende periode haar blik naar voren. De onderzoekers voorzien dat met gerichte stappen de impact van destinationmarketing Holland boven Amsterdam de komende jaren nog verder zal groeien. Voor ondernemers en lokale toeristische marketingorganisaties leidt het werken met ONHN aan destinationmarketing tot minder versnippering in promotiegelden. Door een deel van de gelden gebundeld in te zetten kan een groter deel van de doelgroep beter bereikt worden.

Consequenties

We gaan door met de uitvoering van de huidige opdracht. We gaan verder met wat nu al goed gaat. We gaan aan de slag met de leerpunten uit deze evaluatie. Hierbij hebben wij speciale aandacht voor het achterblijven van de financiering vanuit het bedrijfsleven. Zoals eerder genoemd onderzoekt ONHN momenteel hoe de financiële betrokkenheid van het regionale bedrijfsleven vergroot kan worden.

Communicatie

De tussentijdse evaluatie plaatsen we als openbaar stuk bij de raadinformatienota op de website van de gemeente Medemblik.

Vervolg

In de overeenkomst van opdracht staat dat de zeventien gemeenten de algehele dienstverlening uiterlijk op 20 juni 2021 hebben geëvalueerd. Op basis van deze eindevaluatie nemen deze gemeenten een besluit over een eventuele verlenging van de opdracht. De resultaten van de eindevaluatie leggen we voor aan het Bestuurlijk Afstemmingsoverleg Noord-Holland Noord (BAO). Het BAO geeft de zeventien gemeenten een advies over het al dan niet verlengen van de opdracht.

De jaarlijkse verantwoording over de destinationmarketing Holland boven Amsterdam vindt plaats via de jaarcyclus van het ONHN. Hierover informeren we u (minimaal) 1 keer per jaar.

Als gevolg van het Coronavirus past ONHN de marketingcampagne aan op basis van de richtlijnen van het RIVM en de maatregelen van het kabinet.

Bijlagen

- 201092997: Tussentijdse evaluatie Destinationmarketing Holland boven Amsterdam (DOC-20-238219)