

Gemeenteraad van Nijkerk
Postbus 1000
3860 BA NIJKERK

Uw brief van		Ons kenmerk	1386456
Uw e-mailadres		Bijlage	1
Datum	18 december 2023	Behandeld door	M. klein
Onderwerp	Raadsinformatiebrief Marketing en promotie Nijkerk	Team	Vakspecialisten

Geachte heer, mevrouw,

De gemeente Nijkerk is prachtig om in te wonen en te bezoeken. Tal van organisaties die allerlei activiteiten organiseren dragen hier aan bij. Het levendige winkelaanbod, de evenementen, ons cultuur(historische) aanbod, de wandel- en fietsroutes, overnachtingsmogelijkheden en de ruime keuze om uit te gaan eten; dit en meer zijn allemaal ingrediënten om te genieten in de gemeente Nijkerk. Dit aanbod willen we nog beter verbinden en zichtbaar maken aan bewoners en bezoekers op de best denkbare wijze: samen met de ondernemers en evenementenorganisatoren uit alle kernen van de gemeente. De ambitie om de marketing goed in te bedden is verwoord in de visie op de vrijetijdseconomie 'Bestemming Nijkerk 2030'. We willen daarom de Stichting Nijkerk Partners opdracht geven om de collectieve marketing en promotie van de vrijetijdseconomie op te pakken, in de vorm van inhouse-aanbesteding. Hierdoor plaatsen we de citymarketing op afstand van de gemeente en brengen het onder bij specialisten die hier veel meer kennis van hebben, maar blijven toch actief betrokken bij de verschillende activiteiten en raken het zicht hierop niet kwijt. De Stichting Nijkerk Partners is de voortzetting van de Stichting Nijkerk Citymarketing. De Bedrijvenkring Hoevelaken Nijkerk (BHN), de Nijkerkse Ondernemers Vereniging (NOV) en Hartje Hoevelaken zijn uitgenodigd om, naast één of meerdere andere vrijetijdsspecialisten, zitting te nemen in het bestuur van Stichting Nijkerk Partners. Zo wordt geborgd dat het bedrijfsleven uit de gemeente goed is aangesloten

Benoeming bestuursleden Stichting Nijkerk Partners

Bij quasi-inhouse aanbesteding hoort dat het college van B&W een meerderheid van de bestuursleden van de organisatie benoemt.

Het zal in het geval van Stichting Nijkerk Partners gaan om drie bestuursleden, te benoemen voor (in principe) de duur van 4 jaar. De overige leden (niet meer dan twee vanwege het meerderheidsprincipe) hoeven niet benoemd te worden.

Welke functie wie in het bestuur heeft is voor de benoeming niet relevant. Door deze constructie zet de gemeente de uitvoering van de citymarketing op afstand, maar blijft zelf inhoudelijk betrokken via onder meer de participatie in de Raad van Advies.

Per 2024 worden door het college als bestuurslid van Stichting Nijkerk benoemd: de heer I. van 't Hek (directeur Hart van Holland), mevrouw S. Krebber (ervaren ondernemer, kwartiermaker, bestuurder en betrokken bij de Bedrijvenkring Hoevelaken Nijkerk), en de heer D. van de Castel (bestuurder diverse Nijkerkse organisaties). De heer F. Poorter (zelfstandig ondernemer, bestuurder en lid van de Nijkerkse Ondernemersvereniging) hoeft niet benoemd te worden.

Bij toekomstig aftreden van bestuursleden wordt de Raad van Advies van Stichting Nijkerk Partners gevraagd om in samenspraak met de zittende bestuursleden het college te adviseren over nieuwe bestuursleden.

Naast het bestuur is ook de Raad van Advies van groot belang voor de stichting. Aan de Raad van Advies nemen de gemeente, ondernemers en organisatoren deel die ieder vanuit hun eigen expertise mee kunnen denken over de citymarketing van de gemeente Nijkerk.

De onderwerpen die hier aan de orde komen zijn divers; van evenementenkalenders tot branding en positionering, van de beste marketingtechnieken tot samen campagnes starten om het zakelijk toerisme te versterken. Niet alleen vrijetijdspartners maar ook bijvoorbeeld bedrijven uit de foodindustrie kunnen deel uitmaken van de Raad van Advies. We merken dat het aantrekken van jong talent direct kan samenhangen met de uitstraling van een levendige gemeente, waardoor ook de bijdrage van deze sector van betekenis kan zijn.

Beoogd effect

Het op constructieve wijze bijdragen aan het prettig verblijven in Nijkerk heeft een positief effect voor bewoners en bezoekers, de groei van de vrijetijdseconomie, uitstraling van de gemeente en haar kernen en optimale informatieverbreiding aan bewoners en bezoekers. Via de Stichting Nijkerk Partners wordt ingezet op het:

- Verbinden van ondernemers, organisatoren, vrijetijdsgenieters door op actuele en eigentijdse wijze te vertellen over het mooie vrijetijdsaanbod dat te genieten valt in de hele gemeente Nijkerk.
- Stimuleren van samenwerking tussen organisatoren, recreatie- en cultuurmakers, bedrijven in de vrijetijdssector en daarbuiten waardoor de vrijetijdseconomie groeit.
- Bijdragen aan de gewenste uitstraling van de gemeente Nijkerk, waarbij de buurtschappen, de kernen Nijkerkerveen, Hoevelaken, Nijkerk en het buitengebied ieder hun eigen identiteit meebrengen.

De marketing en promotie van de gemeente hebben niet alleen een economisch doel, zoals het laten groeien van de lokale bestedingen (ruim €6 miljoen toeristische bestedingen in 2018, nieuwe koopstroomcijfers verwachten we in 2024), een stijging van het toeristische overnachtingen (ruim 200.000 in 2022) en het bijdragen aan de werkgelegenheid (in 2022 bedroeg de werkgelegenheid in de vrijetijdssector 4,7% van de totale Nijkerkse werkgelegenheid). De toeristen- en forensenbelasting dragen bij aan de algemene middelen.

De activiteiten dragen ook bij aan het beleven van plezier en ontspanning van onze bewoners, de leefbaarheid van onze kernen, aan het in stand houden van onze voorzieningen en aan een gezond ondernemersklimaat voor bedrijven om zich te vestigen en het gewenste personeel aan te trekken.

De werkwijze

De jaarplannen van de Stichting Nijkerk Partners zijn de basis voor de inzet van het bestaande budget voor de marketing en promotie van de vrijetijdseconomie.

We willen ons (bestaande) budget voor de marketing en promotie van de vrijetijdseconomie inzetten voor de activiteiten die worden voorgesteld door de Stichting Nijkerk Partners en houden hierbij rekening met de komende gesprekken over de ombuigingen. Een meerjarenafspraak is daarom niet mogelijk met deze gesprekken voor de boeg. We verwachten dat het bedrijfsleven, cultuurorganisaties, evenementenorganisatoren en anderen met cofinanciering van tijd, geld en/of middelen aanhaken op de activiteiten uit het werkplan. Bij de gemeente past de rol om aan te jagen, te verbinden en collectieve inzet te faciliteren. Hier horen bijvoorbeeld (kennis)bijeenkomsten voor de vrijetijdssector bij, het beschikbaar stellen van een goede onlineomgeving (die vervolgens ingevuld wordt door de bedrijven), en het faciliteren van middelen die niet direct verbonden kunnen worden aan ondernemers maar wel een effect hebben voor de uitstraling van de gemeente (zoals vlaggen/banieren voor evenementenorganisatoren, de algemene vrijetijdsinformatie in het Nijkerkgidsje, de fietsroutekaarten, etc). Naast tijd en inzet rekenen we op financiële bijdragen van het bedrijfsleven voor de activiteiten waar zij zichzelf zichtbaar in kunnen maken. Sommige middelen (zoals de presentatie in de Nijkerkgids, advertenties in kranten en consumentennieuwsbrieven) lenen zich hier goed voor en hierbij is het bedrijfsleven aan zet. Voor de meer collectieve inzet zal dit anders zijn.

Planning

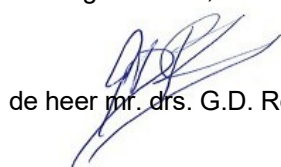
De citymarketingactiviteiten die de Stichting Nijkerk Partners zal gaan uitvoeren zullen worden beschreven in het werkplan. Wij verwachten elk jaar, zoals vastgelegd in de overeenkomst, een concreet jaarplan, een begroting en een terugkijk op het gerealiseerde jaar (incl budgetverantwoording) van de stichting te ontvangen. De gemeenteraad zal geïnformeerd worden over de jaarplannen en de bereikte jaarresultaten, via raadsinformatiebrieven en als gewenst met bijeenkomsten.

Hoogachtend,

Burgemeester en wethouders van Nijkerk,
de secretaris,


de heer drs. J.G. de Jager

de burgemeester,


de heer mr. drs. G.D. Renkema