

Raadsinformatiememo

Datum dinsdag 15 december 2015
Ons kenmerk 15.032353
Aan De Gemeenteraad en de Commissie Bestuur
Kopie aan
Van College van burgemeester en wethouders
Onderwerp Oprichting Destinatiemarketingorganisatie Holland boven Amsterdam

Geachte dames en heren,

Al jaren wordt in de regio Noord-Holland Noord gesproken over het professionaliseren van de toeristische marketing van het gebied. Toerisme is een vechtmarkt, er gaan grote economische belangen in om. Steden, regio's, landen zetten elders in op groei in toerisme door fors te investeren in het toeristisch product en in de toeristische marketing.

Het aantal bezoekers aan de regio Noord-Holland Noord groeit onvoldoende, de toeristische bestedingen die worden uitgegeven zijn onder de maat. Het toeristische aanbod van de regio wordt niet integraal gepresenteerd en er vindt geen inhoudelijke afstemming van toeristische activiteiten plaats. Publieke en private middelen worden versnipperd ingezet en gemeentegrenzen bepalen de boodschap. Middelen worden voornamelijk ingezet om toeristen die al in het gebied zijn van informatie te voorzien en niet om nieuwe toeristen te werven. Vanuit de toeristische branche is de uitdrukkelijke wens geformuleerd om per 2016 te komen tot een eenduidige professionele destinatiemarketingstrategie voor Noord-Holland Noord. De regio Noord-Holland-Noord wordt vermarkt onder de naam Holland boven Amsterdam (HbA). De gast moet centraal komen te staan, kennis moet worden gebundeld en op een eigentijdse wijze moet al het toeristische aanbod worden ontsloten. Zodanig dat de bestedingen en het aantal bezoeken in de regio Noord-Holland Noord gaan toenemen. Meer werkgelegenheid, betere voorzieningen, een dynamische woonomgeving en trotse bewoners zijn de opbrengsten van de groei in de vrijetijdseconomie. Deze wens wordt van harte ondersteund door de provincie en de 17 gemeenten in Noord-Holland Noord.

In opdracht van de provincie en met ondersteuning door de 17 gemeenten is in maart 2015 een kwartiermaker aangesteld die dit proces moet vormgeven. De opdracht voor de kwartiermaker ontstond in overleg met het toeristische bedrijfsleven, de VVV's, het Ontwikkelingsbedrijf Noord-Holland Noord, de gemeenten in Noord-Holland Noord en de provincie Noord-Holland.

Ruim een half jaar na het ingaan van de opdracht om te komen tot een slagvaardige uitvoering van destinatiemarketingactiviteiten, ligt er een advies om dit via één destinatiemarketingorganisatie vorm te geven, te weten DMO Holland boven Amsterdam. Kwartiermaker Marianne Klein heeft het advies voor de nieuwe toeristische aanpak voor de regio Noord-Holland Noord op 26 oktober 2015 gepresenteerd aan de DMO-stuurgroep. In de stuurgroep hebben zitting: drie regiowethouders (Ben Tap voor West-Friesland, Odile Rasch namens de regio Alkmaar, Jelle Beemsterboer (vanaf november jl. vervanger van André Groot) namens de Kopgemeenten), Stichting Vrijetijds Industrie (Willemieke de Waal), Koninklijke Horeca Nederland (Michel Becker) en de provincie Noord-Holland (gedeputeerde Jaap Bond, voorzitter). RVVV Hart van Noord-Holland, RVVV Top van Holland, VVV Enkhuizen, Cultuurcompagnie, Stichting Westfriese Omringdijk, Stichting Vrijetijdsindustrie (bestaande uit ondernemers uit NHN) en Ontwikkelingsbedrijf NHN zijn nauw bij het proces om te komen tot het advies betrokken.

De kwartiermaker adviseert haar opdrachtgevers om per 2016 één sterke bestemmingsorganisatie te laten starten met het vermarkten van het toeristische aanbod van de regio Noord-Holland Noord, onder de naam Holland boven Amsterdam.

De organisatie krijgt de vorm van een stichting zonder winstoogmerk. Financiën, marketingkennis, promotieactiviteiten en organisatiekracht worden gebundeld via één bestemmingsmarketingorganisatie (DMO).

Met de DMO Holland boven Amsterdam wordt invulling gegeven aan de doelstellingen die in de bestemmingsmarketing strategie Noord-Holland Noord staan. Deze strategie is opgesteld in opdracht van de Stichting Vrijetijdsindustrie, waarin een aantal grote toeristische ondernemers uit NHN zich verenigd heeft. De doelstelling is om met Holland boven Amsterdam over een periode van 10 jaar (2014 – 2024) een gemiddelde groei van het aantal verblijfstoeristen te realiseren van 2,5% per jaar (40.000 personen) en de bestedingen van gasten te verhogen van €17,- naar €34,-.

Dit heeft zowel directe als indirecte gevolgen voor de economie in Noord-Holland Noord. Iedere € 85.000,- (gemiddeld) extra omzet in de toeristische sector levert 1 fte directe en 0,3 fte indirecte werkgelegenheid op.

De DMO maakt gebruik van de VVV formule, maar gaat samen met ondernemers op een andere wijze invulling geven aan het lokaal gastheerschap. De VVV-kantoren "oude stijl" verdwijnen en hiervoor in de plaats komen informatiepunten bij (toeristische) ondernemers. Daar waar grote aantallen bezoekers komen kunnen gemeente en bedrijfsleven zelf besluiten een VVV-winkel in stand te houden. Dit valt buiten het werkpakket en budget van de DMO. De DMO Holland boven Amsterdam komt er als organisatie niet bij, maar is er in plaats van de huidige regio VVV's. Zij maakt zich sterk om op eigentijdse wijze de vrijetijdseconomie van Noord-Holland Noord te laten groeien, zet de vrijetijdsgenieter centraal en werkt hiervoor nauw samen met het lokale bedrijfsleven, gemeenten, provincie en toeristische promotiepartners.

Een van de allerbelangrijkste randvoorwaarden is dat gemeenten en ondernemers bereid moeten zijn en blijven om te investeren in het gezamenlijke succes. Marketingcommunicatie is kostbaar. Maar levert bij de juiste inzet veel en veel meer op. Gemeenten zijn voor 2016 gevraagd het huidige promotie budget voor toerisme te bundelen en in te zetten voor de nieuwe gezamenlijke toeristische aanpak. Het gaat om bestaande middelen, niet om 'nieuw' geld. Ondernemers kunnen eenvoudig als partner van Holland boven Amsterdam instappen in de vorm van partnerpakketten. Als partner kunnen bedrijven zowel online als offline hun aanbod optimaal presenteren aan hun doelgroep als onderdeel van de promotie van de regio. Op deze wijze financieren ondernemers mee aan de regionale promotie en marketing.

De nieuwe organisatie brengt de huidige promotie-organisaties in Noord-Holland Noord samen. De Kop van Noord-Holland, Westfriesland en de regio Alkmaar zijn de primaire subregio's die invulling gaan geven aan de gebundelde marketing- en promotie-inspanningen. Inhoudelijk worden de subregio's Waterland, Noord Kennemerland en Texel betrokken bij de invulling en uitvoering van aanstaande activiteiten in 2016.

Het initiatief om te komen tot een krachtige bestemmingsmarketingstrategie is afkomstig van de Stichting Vrije Tijdsindustrie. Een stichting die de belangen behartigt van de ondernemers in de Leisure sector. Ook de RECRON en het Economisch Forum Noord-Holland Noord hebben per brief aangegeven deze ontwikkeling toe te juichen. In de gemeente Schagen heeft de OFS, sector Recreatie aangegeven deze ontwikkeling te steunen, maar hierbij wel aandacht gevraagd voor de lokale informatievoorziening aan de bezoekers. Tevens is aandacht gevraagd voor de belangen van de kleine ondernemers. Afsproken is om in 2016 samen met de DMO en de gemeente te onderzoeken op welke wijze hier invulling aan kan worden gegeven. De directeur van RVVV Top van Holland is bij het gehele proces inhoudelijk betrokken geweest en heeft hierover herhaaldelijk zowel ambtelijk als bestuurlijk overleg met de Kopgemeenten gehad.

De colleges van de gemeenten Hollands Kroon, Den Helder en Schagen hebben aangegeven de bestaande middelen, die nu al in de begrotingen staan voor promotie en informatievoorziening voor 2016 in te zetten voor de DMO. Voor de gemeente Schagen gaat het hierbij om de huidige bijdrage aan de VVV ad € 128.335,- en de bijdrage West Friese Omringdijk ad € 11.530,-.

De Kop-gemeenten zijn in 2016 de belangrijkste financierder van de DMO. Dit betekent dat wij meer activiteiten kunnen afnemen bij de DMO o.a. voorjaarscampagne Hollandse kust/strand en najaarscampagne historische steden en daarmee in 2016 extra zichtbaarheid. De Westfriese Omringdijk is een belangrijke toeristisch icoon voor de gemeente Schagen die vermarkt moet blijven worden. De gelden hiervoor zijn in de begroting 2016 opgenomen en kunnen zonder problemen worden overgeheveld naar de DMO. De betrokken partijen zijn bij dit proces aangehaakt.

Voor 2016 zit een deel van de NHN-gemeenten nog vast aan de gemaakte afspraken met RVVV Hart van Holland en kan dus niet haar huidige promotie budget direct inzetten voor de DMO. Dat betekent dat de DMO in 2016 van start gaat, maar voor dat overgangsjaar nog in een lichte versie, waarbij de RVVV Hart van NH partner is in uitvoeringsactiviteiten. Voor 2017 gaan ook die gemeenten en RVVV Hart van Holland aansluiten bij de DMO Holland boven Amsterdam. De Provincie Noord-Holland gaat via specifieke uitvoeringsprojecten deelnemen.

Ondernemers en gemeenten moeten ook bereid zijn en blijven om de groei van de vrijetijdseconomie in de Holland boven Amsterdam regio blijvend (meerjarig) te ondersteunen. Zeker is dat de opgetelde huidige gemeentelijke bijdragen (exclusief specifieke opdrachten) nodig blijft voor de toekomstige promotie activiteiten, maar dat het relatieve aandeel van de gemeenten zal gaan dalen, omdat verwacht wordt dat de gezamenlijke bijdrage van de ondernemers de komende jaren zal groeien. Voor de verdeling tussen de gemeenten zijn er verschillende rekenmethoden in te zetten. Een voorstel voor de gemeentelijke bijdragen vanaf 2017 zal begin 2016 aan de gemeenten voorgelegd worden.

De huidige samenwerkingsovereenkomst voor promotie en informatievoorziening met de RVVV Top van Holland loopt per 31 december 2015 af. In de samenwerkingsovereenkomst was al een bepaling opgenomen dat de gemeenten voor de toekomst streven naar een grotere regionale samenwerking. Met DMO Holland boven Amsterdam wordt daar nu invulling aangegeven. De RVVV is via de directeur bij het gehele proces om te komen tot de DMO Holland boven Amsterdam betrokken. RVVV Top van Holland heeft besloten om op te gaan in de DMO en de eigen VVV-activiteiten te beëindigen. De Raad van Toezicht heeft de gemeenten gevraagd bij te dragen in de financiële afwikkeling hiervan. In de stuurgroep RVVV, waarin de portefeuillehouders EZ van de gemeenten Den Helder, Hollands Kroon en Schagen zitten, zijn hierover afspraken gemaakt. De gemeenten en de provincie zullen deze kosten op zich nemen. Daarnaast zijn afspraken gemaakt dat de gemeenten samen met de DMO gaan zorgen voor een vloeiende overgang van de huidige VVV dienstverlening naar de DMO organisatie in de opstart periode januari-maart. Dekking voor deze kosten zal gebeuren door een deel van het DMO budget hiervoor te reserveren.

Namens het college van B&W,
De heer J.C.J Beemsterboer

Bijlage(n):
Samenvatting DMO advies Boscher en Klein