

AAN DE RAAD

Punt:

Agenda: 6-3-2014

Franeker, 5 februari 2014

Onderwerp:

Nieuwe brede regiomarketingorganisatie

Voorstel

- | |
|--|
| 1. In te stemmen met deelname aan de nieuwe brede regiomarketingorganisatie voor Friesland en hiervoor € 3.493 beschikbaar te stellen vanuit structureel onvoorzien. |
|--|

1. Inleiding

In 2011 heeft onze gemeente besloten af te zien van deelname aan de nieuwe provinciale VVV-structuur. Het belang van samenwerking op het gebied van Recreatie & Toerisme werd wel gezien, het schortte echter nog aan teveel zaken. Ook bij de opvolger van VVV, Toerist Info Fryslân (TIF) gingen er veel dingen mis. Op verzoek van de deelnemende gemeenten is TIF eind 2012 geëvalueerd. Hoofdconclusies waren dat er concreet te weinig werd gerealiseerd en de samenwerking met de lokale ondernemers slecht verliep. Reden voor Franekeradeel om nog steeds af te zien van deelname en reden voor de provincie om het initiatief te nemen tot een nieuwe, brede regio marketingorganisatie

Nieuwe brede regiomarketing organisatie

De nieuwe brede regiomarketingorganisatie moet per 1 januari 2014 operationeel zijn en de plaats innemen van de huidige organisaties Beleef Friesland (voorheen Fryslân Marketing) en Tourist Info Fryslân (voorheen VVV Fryslân) en het project Fan Fryslân (ondergebracht bij Beleef Friesland). De nieuwe marketingorganisatie richt zich op versterking van het merk Fryslan, profiel en aanbod van Fryslân en marketing gericht op vier thema's: Wadden, Elfsteden, Friese Wouden en Varen) en doelgroepen binnen (bedrijven, bewoners, studenten) en buiten Fryslân (toeristen). Provincie, gemeente en ondernemers gaan een overeenkomst op bestuurlijk en maatschappelijk niveau aan voor de langere termijn.

De nieuwe marketingorganisatie wordt voornamelijk gefinancierd door de Provincie. In de begroting van Provinciale Staten staat voor de komende vier jaar een bedrag van ca 1,2 miljoen opgenomen voor de nieuwe regiomarketingorganisatie. De provincie vraagt vanaf 2014 een jaarlijkse bijdrage van ca 10% van alle Friese gemeenten. Vanaf 2016 wordt een structurele bijdrage gevraagd van ondernemers (in 2014 en 2015 is de voorbereiding).

2. Meetbaar effect

Provincie Fryslân wordt als zijn geheel vermarkt.

3. Argumenten

Dit voorstel is gebaseerd op de volgende argumenten:

1.1 Provincie Fryslân wordt als zijn geheel vermarkt

De nieuwe marketingorganisatie richt zich op versterking van het merk Fryslan als geheel, profiel en aanbod van Fryslân en marketing gericht op vier thema's: Wadden, Elfsteden,

Friese Wouden en Varen) en doelgroepen binnen (bedrijven, bewoners, studenten) en buiten Fryslân (toeristen). Voorheen was de marketing gericht op de verschillende regio's in Friesland.

1.2 Samenwerking noodzakelijk voor promotie Friesland

De nieuwe brede regiomarketingorganisatie neemt de plaats in van de huidige organisaties Beleef Friesland (voorheen Fryslân Marketing) en Tourist Info Fryslân (voorheen VVV Fryslân) en het project Fan Fryslân (ondergebracht bij Beleef Friesland). Alle gemeenten hebben tijdens de VFG- bijeenkomst van 31 oktober jl. aangegeven positief te zijn over deelname aan de nieuwe brede regiomarketingorganisatie.

1.3 Het huidige toeristische aanbod wordt versterkt

De nieuwe organisatie zet in op een betere aansluiting tussen de vraag van de toeristische doelgroepen en het toeristisch aanbod van de ondernemers. Dat is in lijn met het "Werkdocument Noordwest-Fryslân in transitie" (bouwstenen ten behoeve van de streekagenda). De nieuwe organisatie kan via verspreiding van kennis en kunde bevorderen dat ondernemers hun aanbod blijven vernieuwen en blijven inspelen op hedendaagse wensen en behoeften.

1.4 Integrale aanpak

De nieuwe brede regiomarketingorganisatie stimuleert zowel intern als extern een integrale aanpak. Bij de provincie en bij de gemeenten zijn promotie en marketing veelal verdeeld over meerdere disciplines. Een integrale aanpak zou een versterking betekenen van bestaande losse campagnes, effectiever en goedkoper. Dit begint met uitwisseling van informatie. In de regio Noordwest is daartoe een eerste stap gezet door het in kaart brengen van R&T-projecten in deze regio.

1.5 Er is geen structureel budget beschikbaar.

4. Kanttekening

1.1 Structuur platforms

In het voorstel van de provincie voor de nieuwe regiomarketingorganisatie wordt Fryslân opgedeeld in zes regio's. Er komt 1 provinciale regiomarketingorganisatie en binnen elke regio een regiomarktplatform, waarin ondernemers, gemeenten, bewoners, bedrijven actief hun krachten bundelen. De vraag is of deze structuur wel de beste is. De voorkeur gaat uit naar een structuur met platforms op basis van thema's in plaats van regio's, zoals Platform Wadden, 11 steden, Evenementen, Watersport, WWS, zakelijk en overig.

1.2 Haalbaarheid financiering ondernemers

Gemeente Franekeradeel ziet het voorgestelde financieringsmodel voor een structurele bijdrage van ondernemers lastig van de grond komen. Zo is er de "freeriders problematiek" en is het de vraag of niet-toeristische ondernemers wel mee willen betalen aan de nieuwe organisatie. Tevens hebben we in Franekeradeel Stichting Ster van de Elfsteden, die door gemeente en door reclamebelasting van ondernemers wordt gefinancierd.

1.3 Het budget voor 2014 is reeds eenmalig beschikbaar gesteld.

De raad heeft in de raadsvergadering van 23 januari 2014 het budget voor 2014 toegekend vanuit onvoorzien éénmalig. De raad heeft in dezelfde vergadering aangegeven het onderwerp eerst inhoudelijk te willen bespreken alvorens men besluit over een structurele bijdrage.

5. Aanpak/organisatie

De provincie wordt schriftelijk op de hoogte gesteld van het besluit van de raad.

6. Evaluatie/controle door beslisser

N.v.t.

7. a: Burgerparticipatie

Wanneer de nieuwe organisatie daadwerkelijk van de grond komt is er zeker sprake van burgerparticipatie. Er zijn dan platforms (al dan niet gebaseerd op regio of thema's), waarin ondernemers plaatsnemen.

b: Communicatie

De provincie wordt schriftelijk op de hoogte gesteld van het besluit van de raad.

8. Financiën

De totale jaarlijkse kosten bedragen € 3.493. Dit is opgebouwd uit een basisbedrag van € 2.500 plus een bedrag van € 993 gebaseerd op het aantal toeristische overnachtingen en het aantal inwoners. Het betreft een structurele bijdrage. Hiervoor is geen budget. Dekking ten laste van onvoorzien structureel is daarom nodig. Hiervoor moet in februari 2014 een begrotingswijziging worden voorgelegd aan de raad.

Bedoeling is dat de gemeentelijke bijdrage geldt voor de komende vier jaar (2014 t/m 2017). In de eerste fase 2014-2015 financieren gemeenten 10% van het Provinciale budget. Vanaf 2016 is het de bedoeling dat een nieuw financieringsmodel wordt ingevoerd om ondernemers mee te laten betalen.

9. Juridische grondslag

Awb

10. Bijlagen

- Bijlage 1: Brief provincie (nr 13.113648)
- Bijlage 2: Rapport "Samen op weg naar een brede regiomarketingorganisatie voor Fryslân" (nr 13.115140)

Burgemeester en wethouders van Franekeradeel,

, burgemeester

,secretaris

Nr. 13.202916

De raad van de gemeente Franekeradeel;

Gezien het voorstel van het college van burgemeester en wethouders van Franekeradeel van 24 december 2013;

B E S L U I T:

1. In te stemmen met deelname aan de nieuwe brede regiomarketingorganisatie voor Friesland en hiervoor € 3.493 beschikbaar te stellen vanuit structureel onvoorzien.

Aldus vastgesteld in de openbare raadsvergadering van 6-3-2014,

, voorzitter

, griffier