

Agendapunt : 14.  
Voorstelnummer : 09-075  
Raadsvergadering : 26 september 2013  
Naam opsteller : B. Detmar en L. (de) Groot  
Informatie op te vragen bij : B. Detmar (378) en L. (de) Groot (396)  
Portefeuillehouders : Dhr. C. Roem  
Registratienummer : RAAD130099  
Zaaknummer

Onderwerp: Toekomst toeristische informatievoorziening en promotie Gemeente Bergen-NH

### Aan de raad,

<b>Beslispunt:</b>	1.	dat de gemeente zich vanaf heden richt op digitalisering van de toeristische informatievoorziening
	1.a	in dit kader de mogelijkheden te onderzoeken van allround internetbereikbaarheid in de gemeente
	1.b	de gemeentelijke website als portal te laten fungeren als ontsluiting naar informatieve sites van derden
	1.c	de ontwikkelingen van dergelijke sites en apps te stimuleren en/of in te kopen
	1.d	komende drie jaar tijdens de overgang naar volledige digitalisering drie VVV agentschappen in de kernen te continueren (Schoorl) danwel te initiëren (Bergen en Egmond)
	1.e	gezien punt 1.d geen VVV-vestigingen meer in Bergen en Egmond aan Zee te subsidiëren
	1.f	gezien punt 1.d de VVV een agentschap in Bergen te helpen realiseren en het agentschap per jaar te financieren
	1.g	gezien punt 1.d de VVV een agentschap in Egmond aan Zee te helpen realiseren en het agentschap per jaar te financieren
	2.	de marketing en promotie van de gemeente grotendeels over te laten aan de markt
	3	de ingezette koers jaarlijks te evalueren
	4	bijgevoegde begrotingswijziging vast te stellen

### 1. **Waar gaat dit voorstel over?**

Dit voorstel gaat over de toeristische informatievoorziening in de gemeente en de marketing van het toeristisch product van de gemeente, vanaf 2014.

Tot op heden is de 'leverancier van deze diensten' voor de gemeente met name de VVV. U heeft ons college in februari 2013 verzocht te onderzoeken of er naast de VVV andere mogelijkheden zijn om de genoemde twee zaken vorm te geven.

Het voorstel is om in te zetten op digitalisering, marktwerking en de flexibiliteit in te bouwen om dit door meerdere partijen te laten realiseren.

In dit voorstel wordt kort de achtergrond uiteengezet van de beslispunten die op basis van het uitgebreider onderzoek (bijlage 1) worden geadviseerd.

## **2. Wat besluit de raad/wat krijgt de raad als hij "ja" zegt?**

- informatievoorziening

### *Digitalisering*

Uit onderzoek komt nadrukkelijk naar voren dat de inzet zich op digitale online informatievoorziening moet gaan richten. Toeristen maken hier al veelvuldig gebruik van en zullen dat ook steeds meer gaan doen. Wanneer het college besluit hier op in te zetten, is het advies

-om te onderzoeken hoe zo efficiënt mogelijk de toegankelijkheid tot internet in de gehele gemeente- of in elk geval in de kernen met de hoogste aantallen toeristische bezoekers, – te ontsluiten, mbv bijvoorbeeld WIFI. Een goede toegankelijkheid tot het internet, op welke wijze dan ook, is essentieel om in de toekomst de dienstverlening op dit punt hoog te houden.

- om de gemeentelijke website als portal te laten dienen voor een bundeling van de door de markt aangedragen informatie. Dit ziet er als volgt uit: wanneer men met de zoekterm Bergen op de site van de gemeente komt, is daar een 'knop' voor degene die als toerist de gemeente wil bezoeken. Deze geeft toegang tot een overzicht van allerhande relevante websites, zie het volgende punt. De meeste mensen zoeken voorafgaand aan hun bezoek al digitaal informatie. Deze is dan ruim voorhanden.

### *Aanbieders informatie*

Wat betreft het aanbod van digitale informatievoorziening is het voorstel aan te haken bij initiatieven vanuit de ondernemers/ kernen en reeds bestaande grote partijen.

In elke kern zijn de ondernemers bezig -of al gereed- met de opzet van een gemeenschappelijke site met alle relevante informatie voor toeristen: wat is waar te bezoeken/ verkrijgbaar/ eten/ etc. Voorbeelden van dergelijke sites worden genoemd in het onderzoek. Ook de sites van de VVV per kern horen hierbij.

Organisatoren van incidentele of terugkerende evenementen kunnen hierbij ook hun informatie aanleveren. Tenslotte de informatie van partijen als PWN, Staatsbosbeheer en de provincie. De gemeente kan haar reeds bestaande gemeentebrede evenementen-kalender hierbij plaatsen. Uiteraard zijn al deze aanbieders ook los van het portal te vinden en te bereiken.

Daarnaast stimuleert de gemeente de ontwikkeling van apps, inherent aan de websites, door partijen die hierin gespecialiseerd of geïnteresseerd zijn.

### *Fysieke informatiepunten*

Hoewel het in de toekomst wel de verwachting is, zijn nog niet alle bezoekers digitaal georiënteerd en in bezit van een smartphone. Voor deze groep is het advies de komende drie jaar agentschappen in de drie kernen te continueren danwel te initiëren. Dit betekent in de drie kernen een bij een ondernemer ondergebrachte display met allerlei actuele papieren informatie en een touchscreen met gegevens van faciliteiten nabij. Iemand van het bedrijf waar de display is ondergebracht kan eventuele vragen beantwoorden. Advies is deze per jaar te financieren, te evalueren en in eerste instantie een insteek/verwachting van drie jaren te hanteren.

Agentschappen zijn nadrukkelijk een tussenvorm op weg naar gehele digitalisering.

De agentschappen komen in de kernen waar reeds de vestigingen zijn, in samenspraak met VVV en ondernemers.

Het bekende merk VVV wordt hiermee ook gecontinueerd.

Dit betekent sluiting van de VVV vestigingen (winkels met een VVV medewerker) in Egmond aan Zee en Bergen Centrum.

De VVV kan zich hier in vinden. Het is voor de VVV financieel lastig de vestigingen rendabel en open te houden, ook mét subsidie van de gemeente. Zonder dit besluit zal de VVV de vestigingen ook niet kunnen continueren.

De VVV heeft aangegeven wel in te kunnen staan voor realisatie van agentschappen en het aanbod van algemene producten en promotionele activiteiten (zoals bijvoorbeeld hun (regiobrede) websites en magazines)

De koers van de VVV is ook in toenemende mate gericht op digitalisering.

Wat betreft de situatie qua huisvesting:

-Het pand aan de Voorstraat in Egmond aan Zee: uw raad heeft in februari dit jaar besloten tot beëindiging van deze VVV-vestiging per oktober 2013. In het raadsvoorstel van februari wordt aangegeven dat dit pand na oktober 2013 beschikbaar komt en dat team Vastgoed dit pand in de markt zet. Vooral nog onderneemt team Vastgoed hierop geen actie in verband met mogelijke verplaatsing van de supermarkt op die locatie, zoals opgenomen in de detailhandelsstructuurvisie.  
-Het pand in Bergen (Plein) is eigendom van de VVV. De VVV wil dit verhuren (danwel op termijn verkopen). Een VVV-agentschap wordt ondergebracht bij de toekomstige huurder van dit pand.

NB Het Bergense pand valt onder Wet Voorkeursrecht Gemeenten vanwege plannen "Mooi Bergen". In toekomstige ontwikkelingen voor Mooi Bergen was de VVV ook als potentiële partner met een vestiging op de harmonielocatie gepland. Dit kan geen doorgang vinden.

- Marketing en promotie

#### *Aanhaken bij de markt*

De gemeente vertrouwt op marketing van evenementen die al georganiseerd worden en waarbij organisatoren zeer goed in staat zijn dit te promoten.

Initiatieven worden aan de markt gelaten. De gemeente kan faciliteren en vanuit het budget recreatie en toerisme of het Toerismefonds eventueel een bijdrage aan een passend evenement geven. De gemeente vraagt in 'ruil' daarvoor gebruik van het gemeente logo in de marketing van het evenement.

Wanneer er een bijdrage van de gemeente wordt gevraagd moet het aansluiten bij de kaders die zullen worden gesteld in de regionale visie Toerisme die in 2013 wordt ontwikkeld.

#### *Algemene promotie vanuit gemeente*

Tot dusver is het actieplan van de VVV- met jaarlijks een aantal af te nemen acties- de inzet van de gemeente wat betreft marketing en promotie.

Er zijn naast de VVV echter vele (lokale) PR/ Marketing bureaus die hier een goede rol in kunnen spelen. Het idee is om algemene citymarketing diensten in te kopen op basis van offertes. Voorbeelden zijn zichtbaarheid op sites en in campagnes (Bijv. 'Lekker weg in eigen land'), in tijdschriften, kranten en tv-programma's.

De promotie wordt ondersteund door een beeldbank van Bergen (voor meer uitleg over de beeldbank, zie paragraaf 6.3 'Mogelijkheden promotie' in de bijlage).

De gemeente stelt een deel van het budget van het recreatie en toerisme beschikbaar voor los in te kopen diensten op dit gebied.

### **3. *Waarom wordt dit onderwerp nu aan de raad voorgelegd?***

- collegebevoegdheid:
- raadsbevoegdheid:
- opiniërend:
- kaderstellend:
- maatschappelijk urgent:
- budgetrecht:
- anders, nl.: toezegging om in derde kwartaal 2013 met een voorstel voor de toekomst voor de toeristische promotie van de gemeente te komen

### **Regionale samenwerking**

- vindt plaats met gemeenten/via gemeenschappelijke regeling:
- is onderwerp van onderzoek met gemeenten:

- wordt nog niet onderzocht, biedt wel mogelijkheden omdat:
- komt hier niet voor in aanmerking omdat:

**Burgerparticipatie:** nvt

**Externe communicatie :** Ondernemers en VVV, persbericht over agentschappen

**Extern overleg gevoerd met :** Ondernemers en VVV

**4. Waaruit bestaan de andere mogelijkheden om het doel te bereiken?**

Inzetten op digitalisering is onvermijdelijk wanneer men de bezoekers nu en in de toekomst van dienst wil zijn. De gemeente blijft hiermee aantrekkelijk voor de steeds meer digitaal georiënteerde bezoeker en kan de concurrentie aan met andere (kust) gemeenten.

Eventueel kan de slag nog sneller worden gemaakt: geen agentschappen en meteen volledig inzetten op digitale infovoorziening. Een overgangperiode wordt echter aangeraden, zie het punt 'digitale informatievoorziening'.

**5. Wanneer wordt de beslissing van de raad uitgevoerd, gerealiseerd en wanneer wordt de raad daarover gerapporteerd?**

Dit advies wordt in het derde kwartaal aan u voorgelegd. Indien u instemt met het advies, wordt in december een voorstel met concrete acties en promotiemogelijkheden voor 2014 aan ons college dan wel aan u voorgelegd (afhankelijk van het benodigde budget).

Daarnaast wordt het realiseren van agentschappen in gang gezet, op basis van oriënterend onderzoek wat reeds heeft plaatsgevonden. Jaarlijks vindt evaluatie en indien nodig herijking plaats.

**6. Welke middelen zijn met dit voorstel gemoeid?**

Totaal benodigd bedrag voor 2014: € 88.505. Dit bedrag is als volgt samengesteld:

agentschappen	€ 41.005
digitalisering	€ 27.500
informatievoorziening	
marketing en promotie	€ 20.000

Vanuit het regulier budget Recreatie en Toerisme is € 78.747 beschikbaar.

Vanuit het Toerismefonds is dan € 9.758 benodigd om dit scenario in te vullen.

De betaling aan de VVV geschiedt vanaf begin 2014 niet meer in de vorm van subsidie, maar wordt een bijdrage voor afgenomen diensten.

In 2015 en 2016 is het benodigd bedrag € 83.505 per jaar, waarbij een uitname van € 4.758 per jaar uit het Toerismefonds wordt gedaan. Dit bedrag is als volgt samengesteld:

agentschappen	€ 41.005
digitalisering	€ 27.500
informatievoorziening	
marketing en promotie	€ 15.000

*Zie de paragraaf 'Financiën' in de bijlage voor toelichting op de bedragen.*

Door de omzetting van een vestiging naar een agentschap in Egmond ontvangt de gemeente geen huurinkomsten meer van de VVV op de locatie aan de Voorstraat. Gezien de huidige vastgoedmarkt is het onvoorspelbaar wanneer het pand wordt verkocht. De gederfde

huurinkomsten ad. € 20.000 worden structureel afgeraamd ten laste van het begrotingsaldo (fcl 63100200 ecl 32100). De gebruikelijke onderhoudskosten ad. € 4.500, die voorheen voor rekening van de VVV kwamen, komen nu voor rekening van de gemeente, ten laste van fcl 68300100 (ecl nummers 34100, 31000) en fcl 79806603 (ecl 34330).

Door het vrijvallen van het deelbudget € 41.005 (fcl 65602100, ecl 34396) in het jaar 2017, ontstaat, na aftrek van de reguliere onderhoud en huurderivingkosten, een voordelig saldo van € 11.747.

Dit bedrag valt vrij ten gunste van het begrotingsaldo.

#### **Risico's**

- open-einde regelingen:
- garantieverplichtingen:
- risico's gemeentelijke eigendommen:
- overige:
  - De VVV is een regionale organisatie die financieel in zwaar weer heeft verkeerd en een groot aantal medewerkers heeft moeten ontslaan in 2013. De VVV heeft aangegeven met deze koers verder te kunnen en gevraagde te kunnen realiseren. Het risico moet echter worden meegenomen dat de VVV 'het niet redt'. In dat geval kan de koers doorgang vinden op de agentschappen na, voor welke op dat moment eventueel een oplossing zal moeten worden gezocht. In dat geval wordt de raad daar op dat moment over geïnformeerd.
  - Wanneer de gemeentewebsite als portal dient voor andere websites moet de informatie die daardoor beschikbaar komt, goed worden gemonitord.
  - Leegstand pand aan de Voorstraat in Egmond aan Zee. Het pand is beveiligd door middel van een alarm, indien dit in de toekomst nodig mocht blijken, kan er een oppasdienst worden ingeschakeld.

#### **7. *Waarom moet de raad dit besluit met deze mogelijke oplossing nemen?***

Inzetten op digitalisering is onvermijdelijk wanneer men de bezoekers nu en in de toekomst van dienst wil zijn. De gemeente blijft hiermee aantrekkelijk voor de steeds meer digitaal georiënteerde bezoeker en kan de concurrentie aan met andere (kust) gemeenten.

Relatie met de VVV wordt afgebouwd - van vestigingen naar agentschappen- in een periode van de totstandkoming van verdere digitalisering.

Daarnaast wordt flexibiliteit in de toekomst gegarandeerd, om in een tijd met vele en snelle ontwikkelingen de beste aanbieder op dat moment te kunnen selecteren.

**Bijlagen:** Onderzoek toekomst toeristische informatievoorziening en promotie

Bergen, 20 augustus 2013

College van Bergen

drs. W.J.M. Bierman,  
secretaris

drs. H. Hafkamp,  
burgemeester