



# Heerhugowaard Stad van kansen

Raadsvergadering	24 APR 2012
Besluit:	CF
Voorstelnummer:	RB2012038

Agendanr.: 12  
Voorstelnr.: RB2012038  
Onderwerp: VVV dienstverlening in Heerhugowaard

Aan de Raad,

Heerhugowaard, 21 februari 2012

## Beknopt voorstel

In het verleden was in de centrale hal van het gemeentehuis een zogenaamde folderpost van de VVV ondergebracht. Na een periode van heroriëntering binnen de gelederen van de V W heeft de gemeente een offerte ontvangen. De gemeente Heerhugowaard heeft na jaren van ontwikkeling woningbouwplannen, recreatiegebieden, bedrijventerreinen en Stadshart behoefte aan samenwerking met een instelling als de VVV om de aandacht van bewoners, bezoekers en bedrijven meer te richten op de voorzieningen in onze gemeente.

We stellen de Raad voor om te besluiten:

1. De oorspronkelijke overeenkomst met de VVV/folderpost op 'korte termijn' om te zetten naar een overeenkomst VVV Informatiepunt in de centrale hal (gemeente/bibliotheek).
2. De jaarlijkse kosten ad. € 8.975,00 in 2013, € 7.975,00 in 2014 en € 6.975,00 vanaf 2015 te dekken uit de reserve Beheer en Sociale Structuur, de post 'Exploitatie sport en (openlucht) recreatie'.
3. In een werkgroep 'Stadshart', die bestaat uit in- en extern betrokkenen, de VVV-relatie vorm- en inhoud te geven en te onderzoeken 'waar' in het Stadshart de 'zuil' of wandmodel kan worden geplaatst en/of een Agentschap tot de mogelijkheden behoort. Deze werkgroep zal onderdeel uitmaken van het overleg met externe partijen in het kader van onze Citymarketing / Evenementen nieuwe stijl.

## Toelichting

### Inleiding.

Sinds jaar en dag is in de hal van het gemeentehuis een VVV folderpost, geïntegreerd in het Informatiecentrum. Een folderpost is een VVV informatiepunt met een zeer beperkt assortiment aan verkoopproducten (brochures en VVCadeaubon). Bij de folderposten is geen bemensing van de VVV aanwezig, maar wordt informatie vertrekt door de medewerkers van het Informatiecentrum en de Openbare Bibliotheek. De medewerkers van het Informatiecentrum / Openbare Bibliotheek hebben ook geen interne training gekregen bij VVV. Vóór 2008 was er sprake van een structureel contact/contract met de VVV. Door ontwikkelingen binnen de landelijke/regionale VVV organisatie is de folderpost geen erkende VVV formule meer. De doelstelling is om de VVV dienstverlening te continueren.

### Dienstverlening.

Het behoud van een vorm van VVV dienstverlening voor Heerhugowaard als Stad van Kansen ligt voor de hand. Niet alleen kan dit een bijdrage leveren aan onze Citymarketing, het is ook een goed (aanvullend) middel om mogelijkheden op het gebied van recreatie, toerisme en vrijetijdsbesteding onder de aandacht te brengen. Primaire doelgroep is in eerste instantie onze eigen inwoners. Het is van groot belang om het nieuwe Stadshart te promoten, met het Centrum voor Kunst en Cultuur Cool, de Openbare Bibliotheek, de Artotheek, de JT bioscoop, het overdekt winkelcentrum Middenwaard, het Coolplein, het Stadsterras. Maar ook het Park van Luna, het Fiets Knooppunten Netwerk, het Heerhugopad, de Monumentenroute, aanlegplaatsen

in het Kanaal Omval Kolhorn, de haven voor de pleziervaart in Broekhorn, hotels, restaurants, galeries, de monumenten, sportvoorzieningen en verschillende evenementen.

#### Kader gemeenteraad 2007-076 Citymarketing

- a. Versterking ambassadeursfunctie van onze inwoners, bedrijven en raadsleden
- b. Aantakken aan particuliere initiatieven.

#### Kader Strategische Werkagenda Regio Alkmaar 2012-2014

Er is gekozen voor de volgende focuspunten:

- Kennisregio
- Toerisme
- Duurzaamheid

#### Kader Nota "Naar buiten" (zie ook bijlage 4)

De doelstelling van het beleid is Recreatie dichtbij huis. Naast het al ontwikkelde aanbod van intensieve recreatie heeft Heerhugowaard onvoldoende extensieve recreatie mogelijkheden. Het project Naar Buiten! wil daarin voorzien. Het project kent zes speerpuntprojecten:

- Smuigepolder
- Veenhuizerpolder
- Waarderhout
- Poldermuseum
- Netwerk recreëren
- Promotie en marketing.

#### **VVV-informatiemanagement en formules**

De VVV heeft onlinekanalen zoals website, social media, en offline kanalen zoals drukwerk en een aantal formules VVV winkels, VVV Agentschappen en VVV Informatiepunten. In de winkelformules is minimaal één werknemer met opleidingsniveau VVV-allround werkzaam. Het VVV agentschap bestaat uit de VVV informatiezuil, aangevuld met de verkoop van een 'verplicht formule assortiment'. Deze formules zijn voor Heerhugowaard op dit moment minder geschikt. Aanvankelijk zou een agentschap een logisch vervolg zijn op de 'folderpost', maar een agentschap betekent een voorziening (balie) in de centrale hal van het gemeentehuis met een herkenbare 'VVV' huisstijl. Dit past niet in de inrichting/huisstijl van de Centrale hal. In de brief dd 4 november 2011 (zie bijlage 2), legt Regio VVV Hart van Noord-Holland uit welke formule zij zien voor de gemeente Heerhugowaard. Om die reden wordt de eenvoudigste formule een VVV Informatiepunt op dit moment gezien als de meest geschikte formule op de korte termijn voor onze gemeente.

#### **Uitwerking**

##### *Korte termijn.*

Omdat de folderpost geen erkende VVV formule meer is zal op korte termijn de huidige overeenkomst met de VVV aangepast moeten worden. De geautomatiseerde informatieverstrekking van het VVV Informatiepunt kan met een herkenbare 'VVV PC' ingevuld worden. In de centrale hal een Informatiepunt, bestaande uit een binnenzuil stand model of een wandmodel binnen (stand alone) in te richten mét en nabij een voorziening waar fysiek promotie/producten materiaal wordt aangeboden. Deze voorziening in te richten in samenwerking met de medewerkers Informatiecentrum, facilitaire zaken, gebouwbeheer en de bibliotheek. (zie bijlage 3)

##### *Langere termijn.*

Voor een betere herkenbaarheid van de VVV voorziening in Heerhugowaard en verruiming van de openingstijden zou opwaardering naar een VVV Informatiepunt in het Stadshart voor de hand liggen. Met een VVV informatiezuil in het Stadshart kan de dienstverlening nog verbeterd worden. In een werkgroepje "Stadshart" (in- en extern betrokkenen) zou naar een geschikte locatie gezocht kunnen worden op het Stadsplein, het Coolplein of het Stadsterras.

Het VVV Informatiepunt kan een vrijstaande (buiten)zuil zijn of in een (buiten)gevel worden geïntegreerd. Als het gewenst is dat er in het winkelcentrum óók fysiek toeristisch materiaal en gadgets aangeboden worden zou een Agentschap een optie kunnen zijn. Een voorwaarde die aan het realiseren van een eventueel VVV Agentschap in het Stadshart gesteld wordt, is huisvesting en (financiële) participatie van lokale ondernemers. Een aandachtspunt hierbij is dat wij lokale ondernemers wijzen op de mogelijkheden die de VVV organisatie te bieden heeft. Het ontwikkelen van specifiek Heerhugowaardse arrangementen heeft naar onze mening ontwikkelingspotentie. (Bijlage 3 : informatiezuilen/wandmodellen+kosten)

### **Content**

Informatiemanagement begint bij het verzamelen van relevante gegevens. Het gaat de consument zowel om kwantiteit als om actualiteit, betrouwbaarheid en compleetheid van de gegevens. Aanbieders (ondernemers, gemeenten en derden) moeten bereid zijn bij te dragen aan de informatietaak. De (medewerkers van de) vestigingen hebben een spilfunctie in binnen het (toeristisch) gemeentelijke of regionale netwerk en zitten het dichtst bij de gegevens. Het verzamelen en beheren van data is geen doel maar een middel om zo goed en efficiënt mogelijk aan de vraag van de toeristisch consument te voldoen. Met andere woorden, het gaat om de distributie van de informatie. Dit is het resultaat dat wij ontvangen voor het aansluiten als gemeente bij de VVV. Voor Heerhugowaard zal het steeds belangrijker worden de VVV site te vullen met relevante gegevens van de stad.

### **Relatie Openbare Bibliotheek:**

De Openbare Bibliotheek (Alkmaar/centrale bib + vestiging HHW) heeft geen contract met de VVV, overeenkomstig de diverse gestructureerde opties zoals in de brief van de VVV verwoord. In principe is de relatie met de VVV dezelfde als die de gemeente heeft, namelijk dat beide instanties slechts de VVV Cadeaubon verkopen. Aan de bibliotheek is gevraagd om één van de pc's van het internetcafé beschikbaar te stellen.

### **Europese project (INTERREG)**

Samenwerking met VVV zorgt voor het toevoegen van Heerhugowaardse informatie aan de provinciale recreatief toeristische database die via de VVV website ontsloten wordt. Deze wordt gelinkt aan onze website.

Separaat ontvangt u binnenkort een voorstel over een Europees Interreg subsidieproject voor het Stationsgebied met Shared Space als onderzoeksobject. In dit voorstel is ook het onderzoeken van een 'virtuele verbinding' tussen Stationsgebied / haven Broekhorn en Stadshart als onderdeel opgenomen. Dit betreft toepassingen van mobiel internet, augmented reality' en Apps. Hiermee kan beschikbare informatie gefilterd worden op basis van een persoonlijk profiel en specifieke tijd en locatie gebonden behoeften. Dat onderzoek bouwt voort dus op de ontsluiting van recreatief toeristische informatie die beschikbaar komt door aansluiting met de VVV.

### **Financiën** (geschiedenis zie bijlage 1)

#### **Kosten**

De structurele kosten voor de VVV-voorziening zijn: € 9.975,00 op jaarbasis. De door de VVV geschatte inkomsten zijn € 3.000,00 op jaarbasis. (zie bijlage 1). De verkoop van VVV drukwerk via het VVV informatiepunt is gebaseerd op vergelijkbare wederverkopers. Het lijkt raadzaam om, zeker voor de aanloopperiode, uit te gaan van een lagere opbrengst. Voorgesteld wordt om voor de begroting uit te gaan van de volgende jaaropbrengsten: het eerste jaar (2013) € 1.000,-; het tweede jaar (2014) € 2.000,- en vanaf 2015 uit te gaan van de door de VVV geraamde opbrengst van € 3.000,-.

#### **Dekking**

In de 'Voortgangsrapportage Naar Buiten!, voorjaar 2011' die bij het raadsbesluit van 24 mei 2011 is gevoegd wordt 'Promotie en marketing van lokale recreatiemogelijkheden' als speerpunt benoemd. Het continueren van de VVV dienstverlening is een belangrijk middel om aan dit speerpunt invulling te geven. Voor de hand ligt om de daarmee gemoede lasten te dekken uit de voor de uitvoering van de Naar Buiten! gereserveerde middelen. In de NBK2 is voor de uitvoering

van Naar Buiten! een budget ingerekend voor incidentele uitgaven (de reserve NBK2). De (eventuele) bijbehorende jaarlijkse beheerslasten worden gedekt door een onttrekking aan de reserve Beheer en Sociale Structuur. In de reserve Beheer en Sociale Structuur is een post 'Exploitatie sport en (openlucht) recreatie' opgenomen voor beheerslasten zonder investeringen. Vanwege deze reden wordt daarom voorgesteld om de jaarlijkse bijdrage aan de VVV vanuit de reserve Beheer en Sociale Structuur te dekken.

In tweede instantie in de werkgroep "Stadshart" de kosten/baten aspecten te inventariseren en de mogelijkheid te onderzoeken in hoeverre de 'markt' kan bijdragen aan de inrichting en onderhoud van de VVV relatie.

**Advies.**

- I. De oorspronkelijke overeenkomst met de VVV/folderpost op 'korte termijn' om te zetten naar een overeenkomst VVV Informatiepunt in de centrale hal (gemeente/bibliotheek).
- II. De jaarlijkse kosten ad. € 8.975,00 in 2013, € 7.975,00 in 2014 en € 6.975,00 vanaf 2015 te dekken uit de reserve Beheer en Sociale Structuur, de post 'Exploitatie sport en (openlucht) recreatie'
- III. In een werkgroep "Stadshart", die bestaat uit in- en extern betrokkenen, de VVV-relatie vorm- en inhoud te geven en te onderzoeken 'waar' in het Stadshart de 'zuil' of wandmodel kan worden geplaatst en/of een Agentschap tot de mogelijkheden behoort. Deze werkgroep zal onderdeel uitmaken van het overleg met externe partijen in het kader van onze Citymarketing / Evenementen nieuwe stijl.

Burgemeester en wethouders van Heerhugowaard,

de secretaris,

de burgemeester,

Advies commissie Maatschappelijke Ontwikkeling d.d. 4 april 2012

Akkoordstuk



# Heerhugowaard Stad van kansen

Nr.: RB2012038

de Raad van de gemeente Heerhugowaard;

gelezen het voorstel van burgemeester en wethouders d.d. 21 februari 2012

## b e s l u i t

1. De oorspronkelijke overeenkomst met de VVV/folderpost op 'korte termijn' om te zetten naar een overeenkomst VVV Informatiepunt in de centrale hal (gemeente/bibliotheek).
2. De jaarlijkse kosten ad. € 8.975,00 in 2013, € 7.975,00 in 2014 en € 6.975,00 vanaf 2015 te dekken uit de reserve Beheer en Sociale Structuur, de post 'Exploitatie sport en (openlucht) recreatie'.
3. In een werkgroep "Stadshart", die bestaat uit in- en extern betrokkenen, de VVV-relatie vorm en inhoud te geven en te onderzoeken 'waar' in het Stadshart de 'zuil' of wandmodel kan worden geplaatst en/of een Agentschap tot de mogelijkheden behoort. Deze werkgroep zal onderdeel uitmaken van het overleg met externe partijen in het kader van onze Citymarketing / Evenementen nieuwe stijl.

Heerhugowaard, 24 april 2012

De Raad voornoemd,

de wnd. griffier,

de voorzitter,

## BIJLAGEN

### Bijlage 1

In het verleden financierden gemeenten in het verzorgingsgebied van de VVV met een structurele bijdrage gebaseerd op het inwoneraantal voor de instandhouding van de VVV. Deze bijdrage wordt niet meer verstrekt. Ten behoeve van geleverde diensten ontving de gemeente een factuur, "overeenkomst servicepunt", waarvan kosten voor het leveren van brochures, VVVcadeaubon, e.d. werden gedekt. Dit betrof in 2008 nog € 1250,-. Deze kosten werden ten laste gebracht van het "Overige goederen en diensten" / afdeling Publiekszaken. Ná 2008 werden door de VVV geen facturen meer gestuurd ivm heroriëntering / structurering / prioritering regionale VVV('s). De afdeling Advies heeft eveneens geen structureel budget om de praktische relatie van het Informatiecentrum met de VVV te onderhouden. In verband met de 'bezuinigingen' is het budget ad € 50.000,- Citymarketing geschrapt.

### Bijlage 2

#### Offerte / brief VVV dd 4 november 2011

Beste Gerlof en Reint,

4 november 2011

Naar aanleiding van ons gesprek d.d. 24 oktober jl. stuur ik jullie hierbij zoals afgesproken ons definitieve voorstel, gebaseerd op jullie wensen en op de mogelijkheden van VVV Nederland, jullie huisstijl te integreren in hun huisstijl voor een VVV Agentschap.

Tevens maken we een inschatting van de te verwachten inkomsten en een overzicht van de kosten per jaar. Het basisstuk blijft gelijk voor het collegeadvies:

#### Strategisch plan 2011-2015

De VVV heeft voor komende 5 jaar gekozen voor een differentiatiestrategie: wij willen excelleren in 4 speerpunten te weten nieuwe media, flexibel inzetbare distributiekkanalen, relatiemanagement en operaties.

Tevens zetten wij in op marktontwikkeling om te groeien door het benaderen van nieuwe markten voor wat betreft de drie doelgroepen consument, bedrijfsleven en overheid.

#### Gemeente Heerhugowaard is een groeimarkt voor wat betreft de doelgroep overheid

Met u hadden wij in tegenstelling tot de grote gemeenten met VVV vestiging geen structureel prestatiecontract vanaf 2008 en geen regulier overleg en daardoor onvoldoende inzicht in uw wensen.

Daar hebben wij in 2011 verandering in gebracht: gemeenten zonder VVV vestiging behoren dan ook tot onze primaire doelgroep.

Op deze wijze kunnen wij een regionale aanpak bewerkstelligen die ten tijden van bezuinigingen schaalvoordelen met zich meebrengt, met name voor een gemeente als Heerhugowaard. De VVV wil de komende jaren dan ook een proactieve rol spelen in de promotie en het vermarkten van Heerhugowaard.

#### Informatiemanagement

Het verzamelen, invoeren in de database en verspreiden van up-to-date en relevante informatie behoort tot onze kerntaken. Dit doen wij via on- en offlinekanalen zoals onze website, social media, VVV winkels, VVV Agentschappen en VVV Informatiepunten. Onze database is landelijk gekoppeld

aan de marktleider en genereert jaarlijks rond de 55 miljoen bezoekers waarvan 2,2 miljoen via onze eigen on- en offlinekanalen.

Daarvoor is een uniforme basissubsidie onontbeerlijk. Deze is gebaseerd op onze informatietaak; op basis van onze inschattingen komt dit neer op (90 uur à € 27,50) **€ 2475,00 per jaar exclusief BTW.**

### **Promotie en productontwikkeling, nieuwe media en distributie à € 7500,00**

**1. VVV Informatiepunt** bestaande uit een digitale informatiezuil met logo VVV (via RVVV) en aanvulling met uw eigen wandmeubel in de eigen huisstijl van Heerhugowaard (via gemeente).

Uit gesprekken met VVV Nederland is deze week naar voren gekomen dat het VVV Agentschap geen optie is omdat deze wel in de huisstijl van VVV NL moet worden gekozen. Ik raad dit derhalve voor Heerhugowaard af: dit wordt niet mooi vergeleken met de prachtige huisstijl die HHW hanteert.

De kosten voor een digitale informatiezuil en gebruik VVV-I punt met VVV logo bedragen:  
VVV i-punt:

Jaarlijks kosten VVV I punt € 1000 en € 200 per zuil = **€ 1200,00**

Eenmalige kosten aanschaf digitale informatiezuil of 2990,00 of 3750,00 (wandmeubel of staand zie bijlage voorbeeld 1 en 4) aangevuld met installatiekosten 185,00

**Totaal: € 3175,00 of € 3935,00.**

**2. participatie project nieuwe media:** is een belangrijk medium voor verstrekking van toeristisch-recreatieve informatie is het internet. In 2010 bezochten ruim 1,3 miljoen bezoekers onze sites. De VVV site ([vvvwijb.nl](http://vvvwijb.nl), [www.vvvhartvannoordholland.nl](http://www.vvvhartvannoordholland.nl)) biedt uitgebreide informatie over een breed scala aan diensten en activiteiten in drie talen. Onze database is gekoppeld aan de 6-talige toeristische site [www.noord-holland.com](http://www.noord-holland.com). Sinds 2006 bieden wij specifieke informatie over 'uit eten' en 'winkelen' via respectievelijk [www.eteninnoordholland.nl](http://www.eteninnoordholland.nl) en [www.shoppeninnoordholland.nl](http://www.shoppeninnoordholland.nl). Ook de VVV partners uit uw gemeente zijn op relevante websites opgenomen. Medio 2007 hebben wij de sites uitgebreid met [www.boerzoektgast.nl](http://www.boerzoektgast.nl) voor agrotourisme terwijl wij in 2011 gestart zijn met Twitter, Hyves en facebook.

In 2011 zijn wij gestart met het speerpunt nieuwe media dat in 2012 moet resulteren in een compleet **nieuwe website en mobiele applicaties:** de RVVV investeert de komende 5 jaar € 100.000 in een nieuwe site en nieuwe mobiele mogelijkheden en biedt gemeenten de mogelijkheid via een eenmalige bijdrage hieraan deel te nemen. Doelstelling een groei van 33% in het aantal bezoekers naar 1,7 miljoen in 2015.

**Kosten Nieuwe Media Heerhugowaard** Eenmalig € 5.000,00 excl. BTW ( over 2 jaar **€ 2.500 per jaar**)

### **3. Productontwikkeling en promotie (restant bedrag)**

Verder wijzen wij u op de mogelijkheden die wij kunnen bieden op projectbasis. Vooral de ontwikkeling van fysieke producten, zoals fysieke en digitale routes, is een activiteit die wij voor diverse andere gemeenten in de regio uitvoeren. Het fiets- en wandelknooppuntensysteem is wellicht een goede aanleiding. Maar ook productontwikkeling zoals plattegronden en routes onder VVV label (bv. vaar-, fiets, wandel-), promotieactiviteiten om meer economische spin off naar uw gemeente te generen en inzet van GPS routes.

In de bijlagen de actieplannen van Bergen en Alkmaar.

<b>Samenvattende kosten:</b>
------------------------------

	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Onderdeel</b>					
Informatie	2475	2475*1	2475*1	2475*1	2475*1
Nieuwe media	2500	2500	0	0	0
VVV-Zuil aanschaf wandmeubel *2	3175				
Fee VVV-merk en onderhoud zuil	1200	1200	1200	1200	1200
Promotie/ producten	625	3800	6300	6300	6300
<b>Totaal</b>	9975,00	9975,00	9975,00	9975,00	9975,00
Inkomsten uit wederverkoop *3	3000,00	3000,00	3000,00	3000,00	3000,00
<b>Kosten per jaar gemeente</b>	6975,00	6975,00	6975,00	6975,00	6975,00

\*1 onder voorbehoud in verband met indexering uurtarief.

\*2 Losstaand model is 3935.

\*3 Verkoop VVV drukwerk via het VVV informatiepunt met wederverkoopkorting en gebaseerd op vergelijkbare wederverkopers. Hieraan kunnen geen conclusies worden verbonden: het is indicatief.

Let wel prijzen VVV zuil zijn indicatief en moeten definitief worden berekend bij opdracht (en excl. kilometers). Bovendien heeft u zelf de regie in handen bij het invullen van het jaarlijkse actieplan.

Graag vernemen wij van u hoe u tegen deze opzet aankijkt.

Wij denken met deze opzet een mooi uitgangspunt te hebben gecreëerd die rekening houdt met de ambities van de gemeente Heerhugowaard. Het spreekt voor zich dat wij het bedrijfsleven Middenwaard en ander bedrijfsleven benaderen voor mogelijke samenwerkingen. Het zou fantastisch zijn als de gemeente dan ook participeert middels bovengenoemde voorstel.

Wij willen 1 keer per jaar met de beleidsambtenaren om te tafel om de plannen voor het daaropvolgend jaar af te stemmen en meer regionale slagkracht te maken.

Mocht u naar aanleiding van deze aanvraag nog vragen of opmerkingen hebben dan zijn wij vanzelfsprekend bereid u verdere toelichting te geven.

Met vriendelijke groet,  
Regio VVV Hart van Noord-Holland

Marcel Serlier  
Directeur



