



VERGADERING GEMEENTERAAD 2016

VOORSTEL

Registratienummer: 1274529
Bijlage(n) 1
Onderwerp Financiële bijdrage voor De Nieuwe Organisatie

Middenbeemster, 19 april 2016

Aan de raad

Inleiding en probleemstelling

Op 15 februari 2016 heeft de gemeente het financiële verzoek van de DNO (De Nieuwe Organisatie; werknaam) voor de uitwerking van een communicatieplan, een uitvoeringsprogramma en het verder ontwikkelen van het Beemster merk ontvangen. De DNO is voortgekomen uit de Stichting Beemster Werelderfgoed en kent de betrokkenheid van de acht partijen die in februari 2015 de intentieverklaring over de gezamenlijke promotie van De Beemster op het gebied van werelderfgoed en toerisme hebben getekend. De acht partijen zijn: gemeente Beemster, Stichting Beemster Werelderfgoed, Vereniging Historisch Genootschap Beemster, Stichting Beemster Keyser, Stichting Plattelandsvernieuwing, Vereniging Beemster Ondernemers, Stichting Onder de Linden en Vereniging Beemsters Welvaart. Deze laatste partij heeft onlangs in de ledenvergadering besloten de vereniging op te heffen en verder te gaan als stichting die zich met name bezighoudt met de organisatie van wandeltochten.

Sinds de ondertekening van de intentieverklaring is er veel gebeurd. Door de DNO is er een visie en een missie opgesteld op het gebied van werelderfgoed en toerisme. Hierop volgens is het DNA van De Beemster nader uitgewerkt. Er is een voorlopige structuur van de nieuwe organisatie opgesteld, waarin sprake is van een stuurgroep (met een vertegenwoordiging van elke partij), een interim bestuur (voorzitter, secretaris en penningmeesters), een dagelijks bestuur (interim bestuur en voorzitters werkgroepen), werkgroepen (communicatie, arrangementen en evenementen, beheer huidig bezoekerscentrum) en een projectgroep vernieuwing bezoekerscentrum. Uw raad is hierover op 16 maart 2016 door het interim-bestuur van de DNO geïnformeerd.

Door deze werkgroepen zijn al diverse doelen behaald. Hierbij is te denken aan een samenwerking met Binnendijks voor reguliere publicatie van een (culturele) Beemster activiteitenagenda, de vernieuwde website van Bezoekerscentrum Beemster (www.bezoekerscentrumbeemster.nl), een gezamenlijk vastgestelde identiteit (het Beemster DNA) met daarbij behorende doelgroepen, een communicatieplan, en een nauwere samenwerking met Bureau Toerisme Laag Holland (BTLH).

De volgende fase bestaat onder meer uit het uitwerken van het Beemster DNA in een uitvoeringsprogramma. Hierbij is het tevens van belang dat het Beemster merk verder wordt ontwikkeld en in de markt wordt gezet. In de DNO zijn met name vrijwilligers actief. Voor het schrijven en uitwerken van bovengenoemde plannen is expertise noodzakelijk. En om het lokale traject en het op de kaart zetten van De Beemster te doen slagen, is inzet van professionals nodig.

De DNO heeft deze expertise gevonden in een samenwerking tussen BTLH en Buro Zorro. Zij hebben in november 2015 een succesvolle avond met Beemster stakeholders georganiseerd om gezamenlijk te komen tot het Beemster DNA (zie verder bij 'oplossingsrichting'). De intentiepartners hebben vertrouwen in deze twee partijen en de gemeente heeft al een samenwerking met BTLH voor wat betreft de promotie van Beemster, waardoor de bureaus bekend zijn met het gebied en Beemster gebruik kan maken van de beschikbare communicatiekanalen en het netwerk van BTLH. Beide bureaus hebben het schrijven en begeleiden van het uitvoeringsprogramma en het ontwikkelen van het Beemster merk geoffreerd voor een bedrag ter hoogte van € 56.545,- (excl. btw).

De DNO is momenteel niet voldoende draagkrachtig om de opdracht voor het opstellen en uitvoeren van bovengenoemde plannen te kunnen verlenen.

Oplossingsrichting

Missie en visie op het gebied van werelderfgoed en toerisme

Sinds de ondertekening van de intentieverklaring is er veel gebeurd. Door de DNO is er een visie en een missie opgesteld op het gebied van werelderfgoed en toerisme. Dit sluit naadloos aan bij de gemeentelijke doelstelling die in het collegeprogramma 'Met hoofd en hart voor Beemster' staat opgenomen, te weten: Een visie op werelderfgoed en toerisme, recreatie en economie opstellen en met de samenwerkende organisatie en ondernemers concretiseren.

Deze doelstelling sluit aan bij de in het collegeprogramma uitgesproken ambitie om de status die De Beemster heeft als werelderfgoed bij alle inspanningen op het gebied van toerisme in te zetten. De visie moet tot doel hebben om De Beemster beter op de kaart te krijgen en meer toeristen, recreanten en bezoekers te trekken. Het is daarbij van belang dat gemeente samen met partijen optrekt om het toerisme en daarmee ook de werkgelegenheid in de toeristische sector een impuls te geven.

De acht intentiepartners zijn gekomen tot onderstaande visie:

We staan voor kwaliteitstoerisme, passend bij de kleinschaligheid van De Beemster, met respect voor de mens en het milieu. We staan voor een passende verbinding tussen cultuur, erfgoed en economie. De status van werelderfgoed en het economisch belang ervan houden elkaar in evenwicht: zonder erfgoed geen economie, zonder economie geen erfgoed.

Hieraan is de volgende missie gekoppeld:

We willen het erfgoed op de kaart zetten en aan iedereen laten zien. De Beemster is een aantrekkelijk gebied, maar dit is nog te weinig zichtbaar en voelbaar. Evenementen en activiteiten zijn nodig om de bezoekers de polder en het erfgoed te laten beleven.

Uw raad wordt voorgesteld in te stemmen met bovengenoemde visie en missie op het gebied van werelderfgoed en toerisme.

Beemster DNA en doelgroepen

De visie en de missie hebben geleid tot het verder uitwerken van het DNA van De Beemster (de Beemster identiteit) en bijbehorende toeristische doelgroepen. Deze sessie heeft eind 2015 plaatsgevonden onder begeleiding van BTLH en Buro Zorro.

Het Beemster DNA vormt de basis voor de verdere aanpak op het gebied van werelderfgoed en toerisme, merkpositionering en maakt Beemster uniek en interessant voor potentiële bezoekers (hoe wil De Beemster zich presenteren?). Het gekozen DNA van De Beemster bestaat onder meer uit de volgende aspecten:

1. Werelderfgoed binnen een werelderfgoed, Unesco: de visuele geografische groene rasters, architectonisch patroon en de Stelling van Amsterdam.
2. Historisch en modern: hoogwaardige polder met een historisch verhaal: 400 jaar oud. Gevecht tegen het water. Tegelijkertijd: nieuw land. Modern gebruik van de polder, het moderne agrarische leven nu. Onder de zeespiegel, -4 NAP-leven: waanzin.
3. Gezond, open, puur leven, schone lucht, gezond voedsel, ruimte, wellness, hoogwaardige kwaliteit, microkosmos.

Het DNA vormt onder meer de basis voor de communicatieaanpak (hoe wil Beemster zich presenteren?) en de vernieuwing van het bezoekerscentrum Beemster (wat wil Beemster vertellen en bezoekers laten beleven?). Bij het DNA zijn ook doelgroepen geselecteerd, te weten:

1. Rustig groen. Bezoekers kiezen voor zekerheid, willen het gebied zien. Dit is de voornaamste doelgroep: behouden en uitbouwen.
2. Blauw/aqua. Bezoekers zijn kwaliteitsgasten. Zoeken luxe, kwaliteit.
3. Lime groen. Gezelschap, genieten, activiteiten bezoeken die passen bij het gebied.

Hierbij wordt tevens ingestoken op de regio Zaanstreek-Waterland (veel kansen), de Nederlandse markt en toeristen uit Amsterdam.

Communicatieplan

Zoals bovenstaand aangegeven, is het Beemster DNA en zijn de doelgroepen gekozen. De volgende stap was het opstellen van een communicatieplan om het DNA verder uit te werken en in te zetten op het bereik van de doelgroepen. Het communicatieplan gaat in op zaken als het merk Beemster en de identiteit van Beemster. Hierbij wordt nadrukkelijk gekeken naar De Beemster in samenhang met de regio. Waar liggen kansen? Ook worden communicatiekanalen opgezet om De Beemster te promoten en zal BTLH dit tot en met september 2016 aanjagen namens de DNO. De kennis over de aanpak wordt aan de DNO overgedragen, waardoor de communicatieaanpak toekomstbestendig is.

Concreet is bij activiteiten behorende bij het communicatieplan te denken aan het vergroten van de vindbaarheid van websites over De Beemster, het leggen van contact met touroperators, persreizen, nieuwsbrieven en een social media aanpak. Ook wordt gewerkt aan het uitdragen van één verhaal over De Beemster (herkenbaarheid door het uitdragen van dezelfde boodschap). De communicatieaanpak wordt nauw afgestemd met de projectgroep vernieuwing bezoekerscentrum.

De uitwerking van het communicatieplan is voor het lokale traject cruciaal, aangezien meer bekendheid zal leiden tot meer samenwerking met andere partijen en de bekendheid ook leidt tot meer bezoekers (en dus meer inkomsten uit toerisme). Dit kan ook nieuwe ondernemers overhalen in Beemster te investeren en zich bij de lokale samenwerking aan te sluiten, waardoor de samenwerking op de langere termijn ook financieel draagkrachtiger wordt. Dit vormt onder meer onderdeel van het uitvoeringsprogramma en de verdere ontwikkeling en positionering van het Beemster merk.

Uitvoeringsprogramma en positionering Beemster merk

Het uitvoeringsprogramma gaat in op de bestaande activiteiten in Beemster, maar kijkt met name ook naar nieuwe activiteiten die een vraag in de markt (van bezoekers) oplossen.

Door de samenwerking van BTLH en Buro Zorro is direct sprake van regionale ontsluiting van de activiteiten, aangezien Beemster is aangesloten bij de structuur van BTLH. Beide bureaus hebben een gezamenlijke coördinatiefunctie om de structuur van de DNO een impuls te geven en de samenwerking te professionaliseren. De samenwerking en de organisatie van de activiteiten wordt nu met name door vrijwilligers opgepakt. De vrijwilligers, hoewel erg enthousiast en actief, zijn beperkt qua inzet en kennis om de samenwerking en daarmee De Beemster goed op de kaart te zetten.

Concreet gaan BTLH en Buro Zorro arrangementen aanjagen, bijeenkomsten organiseren, streven naar kwaliteitsverbetering (van toeristische locaties) en gaan ze gesprekken aan met ondernemers om te komen tot meer aanbod (bijvoorbeeld fietsverhuur). Voor wat betreft de inzet van BTLH is dit een andere inzet dan wij structureel afnemen bij BTLH; het betreft extra inzet naast het bestaande contract en gaat meer in op de inhoud (ontwikkelen aanbod) en De Beemster.

Hierbij is het van belang dat gelijktijdig de verdere ontwikkeling van het Beemster merk wordt opgepakt. Er is een gezamenlijke identiteit nodig, waardoor met name ondernemers en toeristische aanbieders geïnteresseerd raken om in Beemster te investeren. Hierbij is onder meer te denken aan het realiseren van bijvoorbeeld BeemSTER locaties (toeristisch interessante locaties in Beemster van een dusdanige kwaliteit; ondernemers betalen hiervoor een bijdrage en zij krijgen daarvoor een 'keurmerk' terug). Deze opzet sluit aan op de aanpak die bij de vernieuwing van het bezoekerscentrum is gekozen, namelijk om te werken met één hoofdlocatie (bezoekerscentrum) en diverse satellieten (de sterlocaties). Door de bijdrage die van onder meer de locaties wordt gevraagd, is tevens sprake van een eerste terugverdieneffect (zie verder bij 'financiële consequenties').

Het ontbreekt de intentiepartners aan tijd en expertise om dit actief op te pakken. Aangezien dit traject voortvloeit uit het Beemster DNA en het communicatieplan, wordt voorgesteld BTLH en Buro Zorro hiervoor opdracht te verlenen. Het is een investering in de (financiële) toekomstbestendigheid van het lokale traject.

Uw raad wordt voorgesteld uit de Bestemmingsreserve Collegeprogramma een bedrag van € 56.545,- (excl. btw) beschikbaar te stellen voor de uitwerking van het uitvoeringsprogramma en de verdere ontplooiing van het Beemster merk (inclusief bijbehorende professionele ondersteuning en aansturing van de partijen).

Meetbare doelstelling

Er ligt een vastgestelde visie en missie op het gebied van werelderfgoed en toerisme. Hiermee is de ambitie zoals deze staat opgenomen in het collegeprogramma 'Met hoofd en hart voor Beemster' opgepakt.

Het lokale traject behoudt de voortgang. Op basis van het communicatieplan, het uitvoeringsprogramma en de verdere ontplooiing van het Beemster merk kunnen de intentiepartners de promotie van De Beemster verder oppakken, en de samenwerking en het op de kaart zetten van De Beemster worden verder geprofessionaliseerd. De doelen die met het uitvoeringsprogramma en de ontplooiing van het Beemster merk worden bereikt, sluiten aan bij de ambities genoemd in het collegeprogramma.

Financiële consequenties

De DNO vraagt een bedrag van € 56.545,- (excl. btw) voor de realisatie van het uitvoeringsprogramma en de verdere ontplooiing van het Beemster merk. Dekking hiervoor kan worden gevonden in de bestemmingsreserve collegeprogramma.

Terugverdienmodel

Het is niet vanzelfsprekend dat de gemeente alleen financieel verantwoordelijk is voor de voortgang van het lokale traject. Echter, op dit moment beschikt de DNO nog niet over voldoende middelen om de voortgang in het proces te houden, vandaar dat een beroep op de gemeente wordt gedaan. Tijdens de vergadering van de stuurgroep d.d. 5 april 2016 hebben alle intentiepartners zich gecommitteerd aan een inspanningsverplichting ook (financieel) bij te dragen aan de lokale samenwerking. Hierbij geldt dat gezamenlijk is afgesproken dat iedere partij bijdraagt naar vermogen. Dit betekent dat de bijdrage ook kan bestaan uit materiaal (bijvoorbeeld de gebouwen op complex Westerhem) of vrijwillige inzet (zoals Stichting Beemster Werelderfgoed).

In de uitwerking van het uitvoeringsprogramma en de verdere ontwikkeling van het Beemster merk wordt het terugverdienmodel opgenomen. Door onder meer de ontwikkeling van BeemSTER locaties kan geld worden gegenereerd dat weer in het traject kan worden geïnvesteerd. Ook draagt het ontwikkelen en versterken van het Beemster merk bij aan de kansen om externe financieringsbronnen aan te boren. Een sterk merk vergroot sponsoringskansen.

Daarnaast wordt ook nu al gebruik gemaakt van enkele andere financieringsbronnen. Stichting Beemster Werelderfgoed heeft de afgelopen jaren een kleine reserve opgebouwd om te kunnen investeren in de vernieuwing van het bezoekerscentrum en houdt momenteel het huidige bezoekerscentrum (de VVV) open. Ook is er door de gemeente een samenwerking met de Rijksdienst voor het Cultureel Erfgoed (RCE) gestart binnen de Visie Erfgoed en Ruimte. In dit kader heeft de RCE financiën beschikbaar gesteld om het werelderfgoed meer op de kaart te zetten (gemeente is hiervoor eindverantwoordelijk richting het Rijk).

Overige consequenties

De DNO (statutair: Stichting Beemster Werelderfgoed) verstrekt de opdracht aan BTLH en Buro Zorro.

Monitoring evaluatie

Met BTLH en Buro Zorro worden heldere afspraken gemaakt over de inzet, verwachte resultaten en productoplevering. Deze afspraken en de voortgang van het communicatieplan, het uitvoeringsprogramma en de verdere ontplooiing van het Beemster merk worden gemonitord via de bijeenkomsten van het DB en de stuurgroep van de DNO.

Voorgesteld besluit

1. In te stemmen met de visie en missie van de DNO op het gebied van werelderfgoed en toerisme.
2. Uit de Bestemmingsreserve Collegeprogramma een financiële bijdrage ter hoogte van €56.545,- (excl. btw) beschikbaar te stellen voor de uitwerking van een uitvoeringsprogramma op het gebied van werelderfgoed en toerisme, en de verdere uitwerking van het Beemster merk.

Communicatie/Participatie

De DNO wordt op de hoogte gesteld van het genomen besluit.