

Nota van B&W

Portefeuille mr. B. B. Schneiders
Auteur Dhr. M.V. van Baarsen
Telefoon 5113556
E-mail: m.baarsen@haarlem.nl
SO/BD Reg.nr. 2007/112576
bijlagen kopiëren A, B, C
B & W-vergadering van 12 juni 2007

Onderwerp

City Marketing Haarlem (fusie VVV en Hapro)

Bestuurlijke context

In het coalitie-akkoord is afgesproken dat het college van B&W zorg draagt voor een fusie van de VVV Zuid-Kennemerland (VVVZK) en de stichting Haarlem Promotie (Hapro). Daarnaast is afgesproken dat het college onderzoekt op welke wijze de samenwerking met Amsterdam, in het bijzonder met het Amsterdam Toerisme en Congres Bureau (ATCB), kan worden versterkt. Deze uitgangspunten zijn nog eens bevestigd in de Economische Agenda (vastgesteld door de Raad in april jongstleden) en het Plan van Aanpak Toerisme en Promotie, dat het college in september 2006 heeft vastgesteld. Over de uitwerking van de bovengenoemde afspraken is in de afgelopen periode zowel ambtelijk als bestuurlijk uitvoerig gesproken met de direct betrokken partijen (VVVZK en Hapro), alsmede met de regionale partners in de VVVZK (in het bijzonder met de gemeente Zandvoort) en met andere partijen als ATCB, de centrum manager en Ondernemend Werven.

Het college van B&W heeft geconstateerd dat de werkzaamheden van VVVZK en Hapro overlappen en dat bundeling van de krachten van VVVZK en Hapro derhalve leidt tot een effectievere aanpak en efficiëntere inzet van (financiële) middelen. Het college van B&W constateert voorts dat Haarlem onvoldoende profiteert van de naamsbekendheid van Amsterdam en dat bundeling van (financiële) middelen met Amsterdam en andere regiogemeenten ten behoeve van internationale promotiecampagnes derhalve kansen biedt. Oprichting van een nieuwe organisatie City Marketing Haarlem (CMH) die de internationale marketing en promotie van Haarlem inkoop bij derde partijen (o.a. ATCB en/of NBTC) is derhalve noodzakelijk.

Het college van B&W concludeert derhalve dat het noodzakelijk is te komen tot een gedeeltelijke fusie van VVVZK en Hapro door middel van:

- Omvorming van de stichting Hapro tot een nieuwe organisatie City Marketing Haarlem (CMH);
- Overheveling van subsidie van VVVZK naar Hapro, i.c. CMH - waarbij VVVZK zich beperkt tot de informatieve en receptieve functies in een aan of nabij de Markt te vestigen informatiepunt.

Commissieparagraaf:

Het college van B&W stelt middels dit besluit de commissie Ontwikkeling op de hoogte van de voortgang van de uitvoering van de Economische Agenda

B&W-besluit:

1. Het college van B&W besluit de subsidie aan VVVZK te verlagen en hiertoe na de zomer aan de Raad een voorstel te doen waarin hoogte vermindering subsidie en overgangstermijn is vastgelegd;
2. Het college van B&W besluit de stichting Hapro om te vormen tot een nieuwe organisatie City Marketing Haarlem en hiertoe na de zomer aan de Raad een voorstel te doen;
3. Het college van B&W besluit de vrijgekomen subsidiegelden i.v.m. de verlaging van de subsidie aan VVVZK per datum van vrijval over te hevelen aan Hapro, i.c. de nieuwe organisatie CMH;
4. Het college van B&W stelt Euro 50.000,- ter beschikking ten behoeve van proceskosten gemoeid met het wijzigen van de subsidierelatie met de VVVZK, alsmede met het omvormen van Hapro in CMH, ten laste van OPH-2, prestatie 49;
5. Het college van B&W besluit dat een kwartiermaker wordt aangesteld voor het trekken van het hele proces, voor het opstellen van een plan van aanpak over o.a. personeel en huisvesting en over de positie van het gemeentelijk personeel dat thans is gedetacheerd bij HAPRO;
6. De betrokkenen (VVVZK en deelnemende regiogemeenten) ontvangen daags na besluitvorming schriftelijk informatie over dit besluit;
7. De commissie Ontwikkeling ontvangt het besluit van het college ter informatie.

Beleid

Retouradres Postbus 741, 2003 RS Haarlem

Raad van Toezicht VVV Zuid-Kennemerland
t.a.v. van de heer U.J. Buys
Verspronckweg 13
2023 BA Haarlem

Datum 23 maart 2007
Ons kenmerk SO/BD/2007/171
Contactpersoon M.V. van Baarsen
Doorkiesnummer 023-5113556
E-mail m.baarsen@haarlem.nl

Geachte leden van de Raad van Toezicht van de VVV Zuid-Kennemerland,

In het coalitie-akkoord 'sociaal en solide' van de gemeente Haarlem is afgesproken dat het college van B&W zorg draagt voor een fusie van de VVV Zuid-Kennemerland (VVVZK) en de stichting Haarlem Promotie (Hapro). Daarnaast is afgesproken dat het college onderzoekt op welke wijze de samenwerking met Amsterdam, in het bijzonder met het Amsterdam Toerisme en Congres Bureau (ATCB), kan worden versterkt. Deze uitgangspunten zijn nog eens bevestigd in het Plan van Aanpak Toerisme en Promotie, dat het college in september jongstleden heeft vastgesteld. Als portefeuillehouder Economische Zaken ben ik verantwoordelijk voor uitvoering van de opdracht uit het coalitieakkoord.

In de afgelopen tijd heb ik deze opdracht uitgebreid verkend. Ik heb gesproken met alle direct en indirect betrokkenen om mij een goed oordeel te kunnen vormen. Daarbij heb ik ook diverse malen gesproken met uw directeur/bestuurder en met de voorzitter, vice-voorzitter en een van de andere leden van uw Raad van Toezicht. Op basis van mijn verkenningen heb ik inmiddels een helder beeld van de te kiezen richting. Graag leg ik mijn conclusies aan u voor. Ik wil u verzoeken spoedig op mijn bevindingen te reageren, doch gaarne uiterlijk binnen vier weken na dagtekening van dit schrijven.

Alvorens te schetsen op welke wijze ik vorm wens te geven aan de in het coalitieakkoord voorgenomen fusie van VVVZK en Hapro, wil ik eerst ingaan op de overwegingen die de coalitiepartners en het college ertoe hebben bewogen te kiezen voor een fusie van VVVZK en Hapro alsmede voor een onderzoek naar betere benutting van de mogelijkheden van samenwerking met Amsterdam.

Overwegingen

VVVZK heeft primair een receptieve en informatieve functie voor bezoekers van Haarlem. Dit kunnen zowel bezoekers uit Haarlem zelf zijn als uit de regio, Nederland en/of het buitenland. Daarnaast houdt VVVZK zich bezig met productontwikkeling, marketing, promotie en acquisitie van (inter)nationale

toeristen, bezoekers uit de regio en zakelijke bezoekers. Deze laatste werkzaamheden overlappen in grote mate met de werkzaamheden van Hapro. Ook Hapro maakt promotie- en informatiemateriaal, onderhoudt een website en werft sponsorbijdragen bij het (toeristisch) bedrijfsleven om er voor te zorgen dat er meer toeristen naar Haarlem komen. Beide stichtingen ontvangen hiervoor gemeentelijke subsidie

Het leidt geen twijfel dat zowel VVVZK al Hapro met de beste intenties hun activiteiten verrichten en hierin succesvol zijn. Feit is echter dat de huidige situatie ertoe leidt dat er dubbels ontstaan in de Haarlemse marketing, promotie en acquisitie activiteiten en dat er lacunes optreden.

Bundeling van de krachten van VVVZK en Hapro kan leiden tot een effectievere aanpak en een efficiëntere inzet van (financiële) middelen. Daarmee nemen de kansen toe op het binnenhalen van sponsorbijdragen van het (toeristisch) bedrijfsleven, kan de samenwerking tussen en met bijvoorbeeld hoteliers, cultuurpodia, horeca en evenementenorganisatoren beter worden gefaciliteerd en kan Haarlem beter eenduidig, herkenbaar en wervend in de markt worden gepositioneerd.

Een tweede conclusie in het coalitieakkoord is dat Haarlem nog onvoldoende gebruik maakt van de mogelijkheden tot samenwerking met Amsterdam ter bevordering van het internationale toerisme naar Haarlem. In het bijzonder wordt daarbij gewezen op een mogelijke rol voor ATCB. Klaarblijkelijk is het beeld ontstaan dat Haarlem nog teveel probeert de stad zelf in het buitenland te 'vermarkten', daar waar profiteren van de naamsbekendheid van Amsterdam en bundeling van (financiële) middelen met Amsterdam en andere regiogemeenten ten behoeve van dure promotiecampagnes voor de hand lijkt te liggen.

Citymarketing, receptieve en informatieve functies en internationale marketing en promotie en acquisitie

Om de boven geconstateerde tekortkomingen op een goede wijze aan te kunnen pakken, is het allereerst noodzakelijk dat de huidige dubbelingen in de activiteiten van VVVZK en Hapro worden voorkomen. Mijns inziens is het onontkoombaar dat hiertoe de werkzaamheden van VVVZK en Hapro anders worden geordend. In concreto betekent dit dat de huidige activiteiten van VVVZK op het gebied van productontwikkeling, marketing, acquisitie en promotie met bijbehorende budgetten worden overgeheveld naar Hapro, waarbij Hapro wordt omgevormd tot een professionele organisatie CityMarketing Haarlem (CMH). In feite zouden we hiermee kunnen spreken van een gedeeltelijke fusie van VVVZK en Hapro.

CMH wordt geacht als kleine, maar slagvaardige en creatieve netwerkorganisatie te fungeren, die partijen en instellingen in de stad aan haar doelstellingen bindt en deze partijen verleidt tot een eenduidige inzet. CMH richt zich op de lokale, regionale en nationale marketing & promotie van Haarlem en op acquisitie. Daarbij is het overigens mijn inzet dat CMH zich bij haar citymarketing activiteiten niet alleen richt op de doelgroep toeristen, maar ook op bedrijven. Vooralsnog wordt daarbij tevens gedacht aan het fysiek onderbrengen van de centrummanager bij

CMH t.b.v. afstemming van zijn werkzaamheden met CMH - zonder dat daarbij de thans afgesproken taken en contract hoeven te wijzigen.

Voor VVVZK zie ik een rol weggelegd in de uitvoering van de informatieve en receptieve taken voor bezoekers van Haarlem. Marketing, promotie, acquisitie en productontwikkeling horen hier nadrukkelijk niet bij. Uitgangspunt hierbij is dat alleen de informatieve en receptieve taken voor toeristen in het informatiepunt plaatsvinden. Bedrijven kunnen voor hun informatie immers terecht bij het gemeentelijk bedrijvenloket en bij de Kamer van Koophandel.

In mijn overwegingen zie ik voor het vervullen van de informatieve en receptieve taken vooralsnog geen rol weggelegd voor ATCB. Dit heeft met name te maken met mijn inschatting dat VVZK als regionale organisatie uitstekend in staat zal zijn om op een goede en kosteneffectieve wijze deze taken voor Haarlem te vervullen. Ook ben ik – mede gezien de geluiden die ik hoor van wethouders in de regio – nog niet voldoende overtuigd van de kwaliteiten van ATCB op dit vlak. Ik zal over dit onderwerp binnenkort ook spreken met de wethouder Economische Zaken van Zandvoort.

Voor wat betreft de organisatie van de internationale marketing, promotie en acquisitie, vind ik het wenselijk dat Haarlem deze inkoop bij een daartoe geëquipeerde organisatie. Hiervoor zijn diverse aanbieders beschikbaar. Van groot belang daarbij vind ik dat Haarlem vanwege de beperkte (financiële) slagkracht van Haarlem haar internationale marketing, promotie en acquisitie voor zowel toeristen als bedrijven bij voorkeur verricht in samenwerking met andere gemeenten en instellingen en tevens voor de internationale markt zoveel mogelijk gebruik maakt van de naamsbekendheid van Amsterdam. Mogelijk richten wij ons hiertoe tot het NBTC (Nationaal Bureau voor Toeristen en Congressen) of ATCB. Ook tijdelijke samenwerkingsverbanden als Amsterdam Plus kunnen voor Haarlem interessant zijn.

Ten behoeve van onder andere de internationale acquisitie van bedrijven neemt Haarlem deel aan Amsterdam Partners. Op de laatste Noordvleugelconferentie heeft Amsterdam aangekondigd het voortouw te nemen t.b.v. de internationale acquisitie van bedrijven in Noordvleugelverband. Gezien de kosten verbonden aan internationale bedrijfsacquisitie lijkt het mij raadzaam dit initiatief af te wachten.

Consequenties

Ik ben mij terdege bewust van het feit dat de boven geschetste nieuwe inrichting van de organisatie van de marketing, promotie en acquisitie van toeristen en bedrijven voor Haarlem, alsmede van de nieuwe inrichting van de informatieve en receptieve functies en van de activiteiten gericht op de internationale markt, een koerswijziging betekenen ten opzichte van de huidige situatie. Uiteraard besef ik dat deze koerswijziging consequenties heeft voor uw organisatie.

Het terugbrengen van de activiteiten van VVZK naar de informatieve en receptieve functies betekent dat uw organisaties zal moeten afslanken. De gemeente zal immers minder subsidie beschikbaar stellen. De organisatie kan met de invulling

van de functies zoals die mij momenteel voor ogen staan met minder medewerkers toe en zal ook met minder overhead (stafffuncties) kunnen functioneren.

Ik wil deze consequenties echter niet uit de weg gaan. Ik zou dan ook willen streven naar een geleidelijke afslanking waarbij ik hoop dat gedwongen ontslagen niet nodig zullen zijn.

Vervolgstappen

Zoals ik in de inleiding van deze brief reeds heb vermeld, zou ik graag binnen vier weken na dagtekening van deze brief een schriftelijke reactie van u ontvangen. Ik zal uw reactie – met die van andere betrokken partijen – betrekken in de besluitvorming van het college van B&W en de gemeenteraad.

Ik wil nogmaals benadrukken dat ik begrijp dat mijn voornemens voor uw organisatie ingrijpend zijn. Ik hoop dat ik desondanks een beroep op u kan blijven doen om de constructieve samenwerking die ik tot op heden heb ervaren voort te kunnen zetten.

In afwachting van uw reactie en met vriendelijke groet,

Bernt Schneiders

Burgemeester Haarlem

Gemeente Haarlem
De heer B. B. Schneiders,
Postbus 511
2003 PB HAARLEM

UB/LJ 7041S

Haarlem, 17 april 2007

Geachte heer Schneiders,

Met genoegen delen wij u mede dat uw brief SO/BD/2007/171 dd. 23 maart 2007 inmiddels uitvoerig besproken is tijdens een extra vergadering van de Raad van Toezicht van de Regionale VVV Zuid-Kennemerland.

Wij zijn met u van mening, dat een intensievere samenwerking tussen Haarlem Promotie en de Regionale VVV Zuid-Kennemerland dublures in werkzaamheden en activiteiten zal voorkomen en dat vergroting van efficiency en effectiviteit het resultaat daarvan kan zijn. Ook omarmen wij het idee dat deze samenwerking zijn beslag kan krijgen in een organisatie City Marketing Haarlem, waarin alle disciplines, die zich bezighouden met het lokaal tot en met internationaal vermarkten van de aantrekkelijkheid en bedrijvigheid van Haarlem, vertegenwoordigd zullen zijn.

In de verschillende gesprekken die wij met u voerden over dit onderwerp kwam duidelijk naar voren, dat het uitoefenen van de uiteenlopende disciplines - zoals centrummanagement, bedrijvenacquisitie en bevordering van (inter)nationaal dag- en verblijfstoerisme - verschillende en specifieke soorten van expertise vereist. Wij zijn ervan overtuigd dat de benodigde toeristische expertise, zowel op informatief / receptief gebied als op het gebied van marketing en promotie, geboden kan worden door de RVVZK en dat die expertise op een succesvolle en nader overeen te komen wijze in CMH kan worden ingebracht. Ook de door uw college beoogde intensievere samenwerking met ATCB kan met deze expertise worden gerealiseerd.

Naast de grote wederzijdse betrokkenheid van de Gemeente Haarlem en de RVVZK kunnen wij er niet omheen om in onze overwegingen ook de regionale verantwoordelijkheid van onze organisatie te betrekken. De RVVZK levert producten en diensten aan gemeenten in de regio, die moeilijk in een city marketing organisatie als CMHaarlem kunnen worden geïntegreerd. Bovendien wordt in samenspraak met de partnergemeenten al een - in uw brief genoemde - bundeling van middelen gerealiseerd in de vorm van productontwikkeling en marketing- en promotie-tools als drukwerk, website en online reserveringssysteem. Juist in dit mogelijkerwijs nog te versterken regioverband bestaan nog kansen voor schaalvergroting en bundeling van financiële middelen, ook in de richting van Amsterdam, zoals nadrukkelijk in uw brief wordt gesteld.

Bovenstaande overwegingen brengen ons tot de conclusie:

1. Dat wij uw initiatief en inspanningen om te komen tot een eenduidige aanpak van Haarlem-marketing in de breedste zin van het woord toejuichen.
2. Dat wij constructief zullen meewerken aan de totstandkoming van City Marketing Haarlem.
3. Dat wij graag verder van gedachten wisselen over de manier waarop - en de vorm waarin - de toeristische expertise van de RVVZK kan worden aangewend om toerisme binnen de nieuwe organisatie CMH de plaats te geven die het verdient.

Wij zien uw reactie met belangstelling tegemoet.

Met vriendelijke groet,

REGIONALE VVV ZUID-KENNEMERLAND

U.J. Buys
Voorzitter Raad van Toezicht