



Retouradres Postbus 511, 2003PB Haarlem

Aan de raadscommissie Ontwikkeling

Mw. D.M.J. Hetem
Cie Ontwikkeling

Datum 13 oktober 2008
Ons kenmerk SZ/EC/2008/173180
Contactpersoon E.P.A. Evertse
Doorkiesnummer 023-5113469
E-mail e.evertse@haarlem.nl
Onderwerp Concept prestatieovereenkomst City Marketing Haarlem

Geachte leden van de commissie Ontwikkeling,

Vorige week mocht ik u informeren over de voortgang van City Marketing Haarlem (CMH). Tijdens onze prettige bijeenkomst heb ik u onder meer bericht over de prestatieovereenkomst die de gemeente wil afsluiten met CMH.

Ik wil u zo veel mogelijk bij de verdere ontwikkeling van CMH betrekken en zend u hierbij het concept van de prestatieovereenkomst toe.

Dit is een voorlopig concept. Na bespreking met Martin de Vries zal het prestatieplan aangeleverd worden voor college en raad.

Ik hoop u hiermee voldoende te hebben geïnformeerd en verneem graag uw eventuele opmerkingen.

Met vriendelijke groet,

Bernt Schneiders

b.a.

CONCEPT

PRESTATIEOVEREENKOMST TUSSEN DE GEMEENTE HAARLEM EN DE STICHTING CITY MARKETING HAARLEM 2009

PRESTATIEOVEREENKOMST EX ART. 4.36 ALGEMENE WET BESTUURSRECHT (AWB) TER UITVOERING VAN DE SUBSIDIEVERSTREKKING AAN CITY MARKETING HAARLEM

De gemeente Haarlem, krachtens volmacht van de burgemeester (ex art. 171 van de Gemeentewet) vertegenwoordigd door de portefeuillehouder van onder meer Economische Zaken, Promotie en Toerisme, burgemeester mr. B.B. Schneiders, handelende ter uitvoering van het besluit van het College van Burgemeester en Wethouders om deze overeenkomst aan te gaan ter uitvoering van de subsidiebeschikking d.d. 2008; hierna te noemen: het College

en

de Stichting City Marketing Haarlem, hierna te noemen CMH, krachtens haar statuten rechtsgeldig vertegenwoordigd door de voorzitter van de Raad van Toezicht, de heer mr. B.B. Schneiders

overwegende dat:

- Haarlem een aantrekkelijke stad is met een groot en divers aanbod aan cultuur, monumenten, evenementen, winkels en horeca;
- CMH een nieuwe ideële stichting is, zonder winstoogmerk, ontstaan uit een fusie van Haarlem Promotie en de Regionale VVV Zuid-Kennemerland;
- CMH lid is van VVV Nederland en in die zin de erkenningseisen, regelingen en reglementen van VVV Nederland volgt;
- Het College in het Coalitieakkoord "Sociaal en Solide" aangeeft dat toerisme belangrijk is voor de Haarlemse economie;
- Haarlem een aantrekkelijke stad is om te wonen, te werken en te bezoeken;
- Haarlem jaarlijks vele dag- en verblijfsbezoekers ontvangt uit binnen- en buitenland;
- Citymarketing een langetermijnproces en/of een beleidsinstrument is bestaande uit verschillende, met elkaar samenhangende activiteiten gericht op het aantrekken en behouden van specifieke doelgroepen en bestedingen/investeringen;
- Citymarketing het beïnvloeden betreft van het handelen van (potentiële) gebruikers zodat deze kiezen voor Haarlem en de lokale producten en diensten;
- Het voor de langere termijn behouden en vergroten van het aantal bezoekers, inwoners en bedrijven belangrijk is voor de lokale economische- en culturele voorzieningen en werkgelegenheid;
- CMH zoveel mogelijk in samenwerking met alle betrokken groepen en organisaties van bewoners, ondernemers en (culturele) instellingen, de naamsbekendheid van Haarlem positief zal uitdragen op het gebied van wonen, kunst, cultuur, economie, sport, toerisme en recreatie;
- Het College in de komende periode wil onderzoeken hoe Haarlem beter kan profiteren van de toeristenstroom naar Amsterdam in nauwere samenwerking met het ATCB;
- Het Ontwikkelingsprogramma Haarlem (2005-2009), de Economische Agenda (besluit 09/09/2006), het Plan van Aanpak Toerisme en Promotie 2006-2010 (besluit 19/09/2006), Evenementenbeleid en de Cultuurnota 2009-2012 leidraad zijn voor samenwerking tussen de gemeente Haarlem en CMH;
- Haarlem in het Ontwikkelings Programma Haarlem (OPH) als doelstelling heeft opgenomen het vergroten van de toeristische- en culturele wervingskracht van de stad;

- Het College aan CMH een jaarlijkse subsidie verstrekt op basis van het genomen Uitwerkingsbesluit CMH (d.d. september);
- Het College met CMH een prestatiecontract ter uitvoering van de subsidiebeschikking wil afsluiten;
- Het College en CMH de prestaties, die het College van CMH verlangt op grond van de jaarlijkse subsidiebeschikking, willen vastleggen in een overeenkomst.

verklaren te zijn overeengekomen als volgt:

Artikel 1 Duur van de uitvoeringsovereenkomst (nog afstemmen met Subsidiebureau)

Het College en CMH gaan ter uitvoering van de verstrekking van een subsidie overeenkomstig artikel 4.36 Awb, een prestatieovereenkomst aan voor 1 jaar.

Deze overeenkomst treedt na ondertekening door beide partijen in werking op 1 januari 2009. De prestaties die CMH volgens deze overeenkomst moet leveren worden in het vierde kwartaal van 2009 geëvalueerd en ter kennis gebracht aan het College.

Artikel 2 Hoogte financiële bijdrage en verlenen subsidie ex art. 4.29 e.v. Awb

De gemeenteraad van Haarlem stelt jaarlijks bij de begrotingsbehandeling de hoogte vast van een aan CMH te verstrekken subsidie in het daarop volgende jaar. CMH ontvangt van het College op basis van de Algemene Subsidieverordening een subsidiebeschikking voor het jaar waarvoor de subsidie wordt verleend. De subsidie voor 2009 wordt verleend onder de ontbindende voorwaarde dat CMH meewerkt aan het sluiten van de prestatieovereenkomst ter uitvoering van de subsidiebeschikking.

Doelsubsidie

Naast de reguliere subsidie stelt de gemeente een structurele doelsubsidie van € 250.000,- beschikbaar voor de promotie en marketing van Haarlem, en in het bijzonder van de themajaren en de evenementen in de stad.

Voor deze doelsubsidie geldt de volgende voorwaarde: CMH dient jaarlijks een plan in op welke wijze deze € 250.000,- wordt besteed. De gemeente zal hier jaarlijks enkele randvoorwaarden voor meegeven. Dit plan dient te worden opgesteld met de betrokken organisaties die een bijdrage leveren aan de thema-jaren en evenementen. Na indiening van dit plan door CMH zal de gemeente binnen 4 weken laten weten of dit plan is goedgekeurd. Bij goedkeuring wordt het bedrag aan CMH overgemaakt.

Artikel 3 Vaststelling subsidie ex art 4.42 e.v. Awb

De subsidie voor 2009 wordt op basis van het Uitwerkingsbesluit CMH vastgesteld. Afhankelijk van de in 2009 geleverde prestaties kan het College de subsidie lager vaststellen dan het eerder verleende bedrag en een bedrag terugvorderen.

Artikel 4 Detachering voormalig personeel Haarlem Promotie

Van de 1,75 fte van Haarlem Promotie wordt 0,89 fte gedetacheerd bij CMH en komt 0,89 fte in dienst van CMH.

Artikel 5 Marketingplan

CMH stelt een meerjarig promotie- en marketingplan op dat uiterlijk 1 maart 2009 gereed is. Het marketingplan van CMH richt zich op de lokale, regionale en nationale marketing en promotie van Haarlem, op acquisitie en op regionale samenwerking met Amsterdam en regiogemeenten. CMH tracht partijen en instellingen in de stad aan haar doelstellingen te binden en deze partijen te verleiden tot een eenduidige inzet. Doel daarbij is behouden en aantrekken van bewoners, bezoekers en bedrijven. Voor nationale- en internationale werving sluit CMH waar mogelijk aan bij

samenwerkingsprojecten /promotiecampagnes van NBTC, ATCB, Provincie Noord-Holland, Amsterdam Partners, Noord-Hollandse Compagnie en mogelijke andere organisaties. Het marketingplan wordt zonedig tussentijds bijgesteld. CMH sluit voor internationale toeristische werving aan bij de marketing en promotiestrategie van de Metropoolregio Amsterdam: met één boodschap internationaal naar buitentreden.

Artikel 6 Begroting en activiteitenplan

CMH dient een begroting en activiteitenplan in voor 2009. De begroting dient reëel sluitend te zijn. Hieruit moet blijken dat de besteding van de door het College verstrekte subsidie gebeurt volgens de bepalingen van de prestatieovereenkomst.

Artikel 7 Bevoorschotting bijdrage

Namens het College wordt gezorgd voor bevoorschotting van de subsidie door vooruitbetaling in halfjaarlijkse termijnen op 1 januari en 1 juli.

Artikel 8 Doelstellingen en prestaties

CMH werkt aan de realisering van de doelstellingen van het College zoals deze zijn verwoord in het OPH, namelijk: het vergroten van de toeristische- en culturele wervingskracht van Haarlem. Uitgaande van een 0-meting in 2009 streeft CMH naar de realisatie van de volgende prestaties.

- toename van het aantal zakelijke bezoekers van de stad;
- bevorderen van het verblijfstoerisme c.q. verhoging van het aantal overnachtingen met 2 %;
- 2 % toename van de bijdrage uit het bedrijfsleven voor toeristische promotie;
- 2% toename van het aantal toeristische dagbezoeken;
- 2 % toename museumbezoek;
- 2 % toename van het aantal bezoekers aan evenementen;
- 4 % toename van het aantal bezoekers van de website.

Artikel 9 Basisactiviteiten en inspanningen

CMH rapporteert aan het College of- en in hoeverre de in het activiteitenplan voor 2009, genoemd in artikel 5, aangegeven activiteiten zijn uitgevoerd. In deze rapportage zal CMH zo mogelijk gekwantificeerd aangeven in hoeverre zij een bijdrage hebben geleverd aan de in artikel 7 genoemde doelstellingen en prestaties.

In het activiteitenplan neemt CMH de hier volgende activiteiten op:

Basisactiviteiten

- informatieve en receptieve taken (baliefunctie);
- uitbrengen en verspreiden van folders/brochures;
- ontwikkelen en verkopen van arrangementen;
- actualiseren van een aantrekkelijke website;
- promotie nationaal en internationaal;
- sponsor- en participantenwerving;
- ticketservice en hotelboeking.

Inspanningen

Om de basisactiviteiten te realiseren worden de volgende inspanningen verwacht:

- personele inzet voor de CMH-balie in een goed toegankelijke en representatieve ruimte in het centrum van Haarlem;

- helder aangegeven openingstijden die zijn aangepast aan de verwachte informatiebehoefte van de seizoenen en tijdens bijzondere feest- of evenementendagen, openstelling in het seizoen op weekenddagen;
- deelname aan bijeenkomsten met het Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen (NBTC) en de VVV Nederland b.v. en marketingcongressen in Nederland;
- actualiseren en verspreiding van een (meertalige) Haarlemse VVV-brochure. Verspreiding via VVV-balies, persmailings, nationale beurzen en meestal via vertegenwoordiging door het NBTC op buitenlandse beurzen;
- rondleidingen voor toeristen en pers en stad- en streekbewoners;
- ontwikkeling en verkoop van culinaire wandelingen, monumentenwandelingen, andere arrangementen, stadsplattegronden en souvenirs;
- ontwikkeling arrangementen/excursies in samenwerking met toeristische bedrijven en instellingen.
- sponsorwerving ten behoeve van CMH-activiteiten;
- hotelboekingen, verkoop van tickets voor evenementen (popconcerten, theatervoorstellingen, attractieparken etc.) en verkoop van cadeaubonnen (VVV-bon);
- dienstverlening en advisering aan overheid, instellingen en bedrijfsleven en andere partijen in de stad;
- samenwerking met Amsterdam (ATCB), Toerisme Noord-Holland, Noordhollandse Compagnie, NBTC, alsmede bilaterale partners in en buiten de provincie met name voor bewerking van de buitenlandse markt;
- overleg met de gemeente Haarlem, ondernemend werven, evenementenmanager en citymanager;
- inzet van de Haarlemse bloemenmeisjes bij 10 nader door de gemeente aangegeven evenementen;
- promotie en ondersteuning van speciale evenementen;
- samenwerking met regiogemeenten en attractieparken (de Keukenhof);
- bewerken van nieuwe markten: Spanje, Italië, China (samenwerking binnen Amsterdam Plus);
- stimuleren van combinatie- en herhaalbezoek.

Artikel 10 Specifieke inspanningen en promotiecampagnes

-Themajaren

CMH zet Haarlemse themajaren op de kaart. De gemeente zal CMH zo spoedig mogelijk op de hoogte brengen van de themajaren. 2009 wordt Monumentenjaar en 2013 zal in het teken van Frans Hals staan.

In 2009 zet CMH € 250.000,- (van de doelsubsidie themajaren) in voor promotie en marketing van het themajaar monumenten. CMH zal een aantal monumenten uitlichten, zoals:

- restauratie provinciehuis
- bloemenweekend (monumentale boeken)
- Frans Halsmuseum 400 jaar Oude mannenhuis
- Open Monumentendagen
- orgels, metbetrekking tot het evenement Haarlem Draait Door.

Zoals vermeld in Artikel 2, dient CMH hiervoor een voorstel bij de gemeente in.

- Promotiecampagne binnenstad "Haarlem smaakt naar meer"

CMH werkt samen, met onder meer de Centrum Management Groep, bij de promotie van de Haarlemse binnenstad. Met de promotiecampagne "Haarlem Smaakt naar meer" wordt een impuls gegeven aan het imago van "Haarlem beste Winkelstad" met daarbij een duidelijke link naar horeca en cultuur. Elk kwartaal wordt gekeken naar een nieuwe invalshoek of thema waarin cultuur en economie elkaar versterken.

De doelstelling is Haarlem in eigen stad, de regio en de rest van Nederland in samenwerking met betrokken organisaties promoten als winkel en cultuurstad.

CMH zorgt voor:

- Aan de hand van een bepaald thema winkel/cultuurarrangementen en winkel-horeca-cultuurwandelingen samenstellen;
- Geven van presentaties aan direct betrokkenen;
- Haarlem als winkelstad actief onder de aandacht brengen bij vooral de landelijke pers en lifestyle magazines (bv. door middel van het in de markt zetten van de vernieuwde kerstmarkt);
- Gerichte acties op internet ontwikkelen, bijhouden website www.haarlemsmaaktnaarmeer.nl
- Consumentenacties ontwikkelen en uitvoeren;
- 6 x per jaar digitale nieuwsbrief Krooniek, paar keer per jaar een activiteitenoverzicht

- Congreswerving

CMH maakt samen met de accommodatieverschaffers en andere betrokken organisaties bij zoveel mogelijk instanties bekend dat Haarlem een uitstekende stad is om een (middelgroot) congres te organiseren.

De doelstelling is Haarlem als congresstad bij congresbureaus en grote ondernemingen in Nederland onder de aandacht brengen.

CMH zorgt voor:

- Organisatie van een open dag voor grote congresorganisatoren
- Verspreiding van de wervingsbrochure i.s.m. congresaccommodaties
- Actief in de markt zetten van het Haarlem als congresstad d.m.v.
 - Presentatie op beurzen
 - Advertenties plaatsen

- Promotie van Haarlemse evenementen

De doelstelling is de naamsbekendheid van Haarlem, als stad met veel evenementen (muziek, sport etc.), te vergroten in eigen stad, de regio en de rest van Nederland.

CMH zorgt voor:

- Bijhouden van de website Haarlem smaakt naar meer/agenda
- Pers en publiciteit voor individuele evenementen

- Haarlem Cultureel

De doelstelling is het door middel van verregaande samenwerking komen tot verrassende activiteiten ter promotie van de culturele aspecten van Haarlem.

CMH zorgt voor:

- PR-cultuur overleggen organiseren;
- Ontwikkelen van promotiemateriaal van alle culturele instellingen t.b.v. een informatiemap voor nieuwe inwoners van Haarlem;
- Organisatie van en deelname aan diverse informatiemarkten waaronder de uitmarkt in Amsterdam
- Publicitaire ondersteuning van programma's van culturele instellingen;
- Organisatie van Open Monumentendagen;
- Inhaken op verrassende nieuwe initiatieven.

- Nieuw Haarlem / Bedrijfsleven

CMH zal bijdragen en ondersteuning bieden aan de campagne Nieuw Haarlem. Deze campagne richt zich op innovatieve en nieuwe bedrijven die in Haarlem gevestigd zijn, of willen vestigen.

- Literaire wandeling

CMH realiseert een literaire wandeling langs (voormalige)woonhuizen van Haarlemse schrijvers en zorgt voor de realisering van herinnerings/herkenningsbordjes op de gevels van deze schrijverspanden.

- Serviceverlening naar partijen in de stad, waaronder het bedrijfsleven

De doelstelling is zoveel mogelijk partijen in de stad ondersteunen bij hun promotionele activiteiten en deze partijen te betrekken bij de doelstellingen van CMH. CMH fungeert daarbij als vraagbaak en biedt een platform voor het uitwisselen van ideeën.

CMH zorgt voor:

- uitbrengen digitale nieuwsbrief;
- Organiseren van de jaarlijkse 'Haring party', een nieuwe netwerkbijeenkomst met een belangrijke rol voor het informele deel;
- Partner Meer Business Haarlem en Kennemer Business;
- Deelname aan BV Haarlem, talkshow samen met o.a. MKB;
- Mede uitgever van het blad Haarlemse Zaken;
- Sponsorwerving;
- Het geven van advies aan organisatoren van evenementen op gebied van vergunningaanvraag, publiciteit en mogelijke samenwerking met andere organisaties;
- Informatie aanleveren voor www.haarlem.nl;
- Digitaal fotoarchief, dat opvraagbaar is via de bovengenoemde website

Artikel 11 Effectmeting

Om het bereiken van de overeengekomen doelstellingen en prestaties te meten zullen een aantal indicatoren worden gebruikt. Bij rapportages en evaluaties zullen deze worden gehanteerd. Een aantal van deze indicatoren wordt waar mogelijk verzorgd (organisatie en meting) namens het College, CMH zorgt in principe voor een aantal andere indicatoren :

Indicatoren verzorgd namens het College:

- aantal dagbezoekers, bron: Continu Vakantie Onderzoek (CVO);
- aantal hotelovernachtingen, bron: de gemeentelijke registratie van toeristenbelasting;
- bezoekersaantallen evenementen, bron: cijfers van politie en evenementenorganisaties;
- bezoekersaantallen musea, bron: statistiek gemeente;
- doelgroepenonderzoek en bestedingspatronen;
- marktonderzoek (o.a. imago-meting) via o.a. het CVO.

Indicatoren verzorgd door CMH:

- openingstijden CMH
- aantal promotieprojecten;
- bijdrage Haarlemse bedrijfsleven aan de diverse acties (o.a. sponsoring);
- omvang publiciteit (free publicity);
- aantal acties in samenwerking met andere marktpartijen (arrangementen/evenementen);
- consumentendeelname/ -respons (bijvoorbeeld coupons) van promotionele acties (consumentgerichte activiteiten);
- gebruik website/ datasystemen (aantallen verstrekte informaties/bemiddelingen);
- verhouding eigen opbrengsten CMH in relatie tot overheidssubsidies
- interne registratiesystemen en tellingen (baliebezoek);

De indicatoren verzorgd namens het College worden beschikbaar gesteld zonder kosten aan CMH. Voor de 0-meting is het ijkjaar 2008.

Het College is gerechtigd een door haar nader aan te wijzen onderzoeksbureau in te schakelen, die op objectieve wijze zal beoordelen of CMH voldoet aan het bereiken van doelstellingen en prestaties uit deze overeenkomst. CMH zal haar volledige medewerking verlenen bij de uitvoering van dit onderzoek.

Artikel 12 Financieel jaarverslag CMH

Uiterlijk voor 1 mei 2010 brengt CMH een financieel jaarverslag uit.

Het verslag omvat een vastgestelde jaarrekening, vergezeld van een accountantsverklaring. Uit de financiële verantwoording moet in ieder geval blijken:

- de bijdrage van het bedrijfsleven, zowel aan donaties als aan specifieke activiteiten;
- specificatie van de inkomsten/uitgaven naar:
 - apparaatskosten
 - algemene promotie/voorlichting
 - marktwerking;
 - specifieke promotie;
 - initiëren van evenementen
 - nevenactiviteiten
 - eigen inkomsten

Artikel 13 Evaluatie

In het vierde kwartaal van 2009 geeft CMH aan welke prestaties conform het prestatieplan geleverd zijn. Het college beoordeelt de prestaties.

Artikel 14 Voortzetting, wijziging en beëindiging van de overeenkomst

De uitkomst van de prestatieverantwoording zoals genoemd in artikel 13 vormt de basis voor de vaststelling ex artikel 3 en voor de gemotiveerde beëindiging dan wel gewijzigde of ongewijzigde voortzetting van de overeenkomst.

Artikel 15 Geschillenbeslechting

Alle geschillen die naar aanleiding van deze overeenkomst tussen partijen ontstaan, worden ter beslissing onderworpen aan drie scheidslieden die door partijen in onderling overleg worden benoemd. Zo nodig worden de scheidslieden door de voorzitter van de Kamer van Koophandel benoemd. De partijen houden zich het recht voor zich te wenden tot de president van de rechtbank bij spoedeisende aangelegenheden. De in het ongelijk gestelde partij zal worden veroordeeld in de kosten der arbitrage.

Aldus overeengekomen, in tweevoud opgesteld en ondertekend te Haarlem op d.d. 2008.

Het College van Burgemeester en
Wethouders van de gemeente Haarlem

Namens deze
Dhr. mr. B.B. Schneiders
(Burgemeester)

City Marketing Haarlem

Namens deze
Dhr. Mr. B.B. Schneiders
(voorzitter van de Raad van
Toezicht van City Marketing Haarlem)