

Raadsvraag (art. 37)	Gesteld door: VLP Roosendaal
Datum	24 april 2023
Onderwerp	VVV Wouw en Citymarketing
Portefeuillehouder	College B&W

De fractie heeft de volgende vragen:

Geachte voorzitter,

In 2010 kreeg het VVV-agentschap in Wouw een doorstart en werd tijdelijk ondergebracht bij een bestaand winkelpand (Primera) in Wouw. In 2013 verhuisde het agentschap naar de Bergsestraat 1, het pand waar de VVV momenteel nog steeds gehuisvest is. Een prima locatie in het centrum van Wouw en helemaal ingericht voor de VVV en Wouw-promotie functie. Een post die met vele vrijwilligers in stand en draaiende wordt gehouden.

In de gemeentelijke begroting werd destijds een bedrag van structureel € 5.000,- opgenomen om het VVV-agentschap in Wouw te bekostigen. De eigenaar van het pand ontvangt een bedrag van € 100,- per maand voor huisvestingskosten. Deze vergoeding is ter dekking van huur, energie, water, schoonmaak, verzekeringen en belastingen. Bovendien is er een vergoeding van € 50,- per maand voor gebruik van o.a. telefoon, internet, gebruik pinapparaat etc. De vergoeding van in totaal € 150,- per maand is echter nooit geïndexeerd en allang niet meer kostendekkend, zeker alleen al vanwege de sterk gestegen energiekosten.

De eigenaar van het pand heeft de nodige kosten voor eigen rekening moeten nemen, en dan hebben we het niet eens over alle uren (en vooral veel liefde) die erin gestoken zijn door heel veel vrijwilligers. Het Roosendaalse kantoor wordt louter met betaalde krachten gedraaid.

Van het begrotingsbedrag van € 5.000,- per jaar voor specifiek het agentschap is dus concreet € 1.800,- per jaar uitgeven (12 maanden x € 150,-). Wat er jaarlijks met de resterende € 3.200,- is gebeurd is ons onbekend. Hier is vanuit het agentschap meermaals naar gevraagd, maar nooit een concreet antwoord op gekomen. De totale begroting voor citymarketing, zoals opgenomen in de gemeentelijke begroting 2023, bedraagt € 721.591,-.

Per 1-1-2023 is de overkoepelende VVV Roosendaal opgegaan in Citymarketing Roosendaal.

Via diverse uitingen gaf VVV-Roosendaal, en geeft het huidige Citymarketing, aan dat de dorpen erg belangrijk zijn qua promotie en dus ook voor het positief en ambitieus uitdragen van onze gemeente. Onze vijf dorpen zijn immers belangrijke publiekstrekkingen qua toerisme en recreatie en zo benoemt u ze ook.

VLP Roosendaal heeft dan ook enige vragen over dit onderwerp:

1. Deelt u onze mening dat een vergoeding van € 150,- per maand voor alle genoemde zaken niet meer van deze tijd is en na 10 jaar aan een realistische bijstelling toe is? Zo ja, gaat u dit bedrag bijstellen, met hoeveel en per wanneer? Zo nee, waarom niet?
2. Kunt u aangeven wat er jaarlijks met het bedrag van € 3.200,- is gebeurd, specifiek ten behoeve van het Wouwse VVV-agentschap?

3. Wat zijn de gevolgen van deze "fusie" voor het agentschap in Wouw (en de overige dorpen met een folderpost) in financiële zin en op overige gebieden?
4. Hoeveel procent van het totale budget Citymarketing (€ 721.591,-) besteedt u aan onze dorpen? Graag een onderbouwing met een specificatie en onderverdeling.
5. Vindt u de bedragen die u betaalt aan het Wouwse VVV-agentschap en de folderposten in de overige dorpen in de juiste verhouding staan tot uw ambitieuze doelstellingen en het totale budget Citymarketing? Graag een toelichting.
6. Wat kunnen we in de toekomst (op korte en langere termijn) verwachten qua beleid en concrete acties vanuit Citymarketing voor de stad en onze vijf dorpen en is hierbij het huidige budget toereikend? Graag een toelichting.

Namens de fractie van VLP Roosendaal,

Eric de Regt en Toon Jochems

Wij beantwoorden de vraag als volgt:

In algemene zin wijzen wij er op dat het hier een aangelegenheid betreft die primair onder de bevoegdheid valt van RCM (Roosendaal CityMarketing). De Stichting VVV-Wouw heeft in 2016 een overeenkomst gesloten met de eigenaar van het pad Bergsestraat 1 in Wouw over de huisvesting van het VVV-agentschap aldaar. Per 1 januari zijn de activiteiten en verplichtingen van de VVV 1 op 1 overgenomen door RCM. Om deze reden is RCM betrokken bij de beantwoording van deze vragen.

- 1. Deelt u onze mening dat een vergoeding van € 150,- per maand voor alle genoemde zaken niet meer van deze tijd is en na 10 jaar aan een realistische bijstelling toe is? Zo ja, gaat u dit bedrag bijstellen, met hoeveel en per wanneer? Zo nee, waarom niet?**

Roosendaal CityMarketing heeft aangegeven deze vergoeding en een eventuele indexering te bezien. Een en ander moet uiteraard in relatie staan tot de activiteiten die worden verricht. Het VVV-agentschap wordt gerund door vrijwilligers die de bezoekers in de winkel van informatie voorzien. Daarnaast worden cadeaukaarten verkocht. De overige activiteiten worden vanuit RCM gecoördineerd (zie verder vraag 4).

- 2. Kunt u aangeven wat er jaarlijks met het bedrag van € 3.200,- is gebeurd, specifiek ten behoeve van het Wouwse VVV-agentschap?**

De bijdrage is inmiddels onderdeel van de subsidie aan RCM. Veel meer dan het genoemde bedrag is echter nodig voor:

- contributiekosten voor deelname aan VVV Nederland en verkoop VVV Cadeaukaarten,
- ontwikkelen en leveren van drukwerken om bezoekers aan Wouw van informatie te voorzien,
- distributie van info naar gastheren/ accommodaties in Wouw en het buitengebied,
- participatie van Wouw op de bezoekerswebsite (www.bezoek-roosendaal.nl) en online omgeving,
- inzet vanuit VVV/ RCM voor de verdere toeristisch-recreatieve ontwikkeling van Wouw.

- 3. Wat zijn de gevolgen van deze "fusie" voor het agentschap in Wouw (en de overige dorpen met een folderpost) in financiële zin en op overige gebieden?**

De "fusie" heeft in principe geen gevolgen omdat zoals reeds opgemerkt alle activiteiten en verplichtingen van de VVV-Roosendaal zijn overgenomen door RCM.

- 4. Hoeveel procent van het totale budget Citymarketing (€ 721.591,-) besteedt u aan onze dorpen? Graag een onderbouwing met een specificatie en onderverdeling.**

In de begroting van RCM is geen sprake van een speciale budgetverdeling tussen de stad en de dorpen. RCM streeft naar een bundeling van de krachten en probeert door een integrale marketing (de stad en de dorpen) versnippering te voorkomen. Afhankelijk van het product staan de dorpen soms minder soms meer in de aandacht.

Omdat sprake is van een integrale marketing is het lastig om de kosten naar gebied te onderscheiden. Het agentschap in Wouw doet zelf niet aan marketing dat doet RCM. RCM schat een dergelijke doorberekening van de marketing voorzichtig in op 10a 15% van het totale budget. Het betreft o.a. een eigen Wouw-pagina op de bezoekerswebsite, aandacht via de social media kanalen, fotografie en video, fiets- en wandelroutes, (ontwikkelen van) drukwerken en de distributie ervan, evenementenpromotie, participatie in campagnes en het agentschap.

In deze wordt samengewerkt met de Werkgroep Toerisme van de Dorpsraad Wouw. Recentelijk heeft dat bijvoorbeeld geleid tot de plaatsing van nieuwe (route)informatiepanelen bij de iconen in Wouw (de kerk, de molen en het kasteel).

- 5. Vindt u de bedragen die u betaalt aan het Wouwse VVV-agentschap en de folderposten in de overige dorpen in de juiste verhouding staan tot uw ambitieuze doelstellingen en het totale budget Citymarketing? Graag een toelichting.**

Gelet op bovenstaande gaat het na doorberekening om een bedrag van ca. € 75.000,- voor de marketing van de dorpen. Uiteindelijk gaat het om het promotionele bereik (het rendement) van deze marketing. Ter illustratie wie "Wouw" intoetst op google komt snel op de eigen "Wouw"-pagina van de professionele bezoekerswebsite van RCM terecht. Zonder integrale aanpak zou dit financieel onhaalbaar zijn.

- 6. Wat kunnen we in de toekomst (op korte en langere termijn) verwachten qua beleid en concrete acties vanuit Citymarketing voor de stad en onze vijf dorpen en is hierbij het huidige budget toereikend? Graag een toelichting.**

Zoals toegezegd op de informatieavond over citymarketing op 10 mei jl. zal het gesprek hierover na de zomervakantie worden voortgezet. Daarbij zal het o.a. gaan over de huidige taken en werkzaamheden en de gewenste governance; ook de aanpak van de marketing van de stad en de dorpen zal worden meegenomen.

In algemene zin willen we nog opmerken dat altijd sprake zal zijn van steeds wisselende en nieuwe marketingbehoeften en een marketingplan dat daar flexibel op in moeten kunnen spelen.

Wij vertrouwen erop U hiermede voldoende te hebben geïnformeerd.

Hoogachtend,

Burgemeester en wethouders van Roosendaal,

De secretaris,

De burgemeester,

b.z.


