

Bijlage bij begroting nieuwe toeristische organisatie Gemeente Het Hogeland

Toelichting op de begroting

Toerisme is een belangrijke economische factor voor de regio en draagt sterk bij aan het imago van Het Hogeland als woon- en werkgebied. Toerisme is van grote invloed op de leefbaarheid in onze regio. Het zorgt voor werkgelegenheid door investeringen en voor activiteiten en vertier in de regio. Ons doel is om meer toeristen naar gemeente Het Hogeland te trekken die langer blijven en meer besteden. Deze bestedingen zorgen er weer voor dat voorzieningen op peil blijven, de kwaliteit ervan omhoog gaat en nieuwe ontwikkelingen ruimte krijgen. Ook draagt het toerisme bij aan verbetering van het vestigingsklimaat van de gemeente Het Hogeland voor nieuwe bewoners en bedrijven. Wanneer er meer bezoekers naar het gebied komen zullen de inkomsten uit de toeristenbelasting stijgen. Het lijkt logisch deze inkomsten gedeeltelijk ten goede te laten komen aan de nieuwe toeristische promotieorganisatie.

Een goed voorbeeld is Winsum. Door de benoeming *allermooiste dorp van Nederland* is niet alleen de stroom toeristen toegenomen, ook de (toeristisch) ondernemers krijgen door een grotere toestroom van bezoekers de kans om nieuwe arrangementen te ontwikkelen, omzet te vergroten en vaker open te zijn. Ook de aantrekkingskracht van Winsum als woonkern is enorm toegenomen. Bewoners krijgen briefjes in de bus of ze hun huis willen verkopen en in facebook-groepen wordt regelmatig om nieuw woningaanbod gevraagd. Zelfs toeristisch ondernemers in naburige gemeenten gebruiken de afstand tot Winsum als USP.

Toelichting inkomsten

1 Subsidie Gemeente Het Hogeland

In de huidige situatie ontvangt Stichting Promotie Waddenland € 35000,- voor de regio De Marne en € 21000,- voor de regio Winsum. In (de oude gemeente) Winsum is dit bedrag lager dan het bedrag in (de oude gemeente) De Marne omdat de gemeente Winsum zelf ook taken in het kader van toerisme en recreatie uitvoerde en/of extra subsidie verleende aan Stichting Promotie Waddenland. Voor de regio Eemsmond is op dit moment € 39000,- beschikbaar en voor de regio Bedum € 5000,-.

In de regio Bedum is de laatste jaren nauwelijks ingezet op regiomarketing. De toeristische promotie richt zich tot nu toe vooral op het dorp Bedum. Om toeristisch interessante plekken als Zuidwolde en Onderdendam en ook in Bedum te ontsluiten zijn forse investeringen nodig. Een bedrag van € 5000,- is hier volstrekt ontoereikend. Een basisbijdrage van vier keer € 35000 is een reële vertaling van de bestaande naar de nieuwe situatie in 2021.

Voor de dekking van de extra kosten voor de opstart in 2021 is extra financiering nodig (zie uitgaven). De totale begrote bijdrage van Gemeente Het Hogeland in 2021 komt daarmee op

€ 190000,-. In 2022 staat de organisatie en zijn de basisvoorzieningen op orde. Nieuwe pijlers en projecten worden ontwikkeld (zie uitgaven). Deze worden deels bekostigd uit de bijdrage van de gemeente aangevuld met overige financiering (zie overige inkomsten/subsidies). De bijdrage van Gemeente Het Hogeland voor 2022 is begroot op € 160000,-

2 Subsidie gemeente het Hogeland HIP/WEC

Deze post is als PM opgenomen. Het Informatie Punt (HIP) in Lauwersoog zal naar verwachting niet meer actief zijn op de huidige locatie in 2021. De ontwikkelingen t.a.v. het Waddenzee Werelderfgoed Centrum (WEC), met name het tijdpad, zijn nog niet in te schatten. De rol die de toeristische organisatie als volwaardige partner in het nieuwe WEC heeft is om bezoekers te informeren over het Werelderfgoed en de hele regio. Beleven staat hierbij voorop. Zo stimuleren we bezoekers om langer te blijven of nog eens terug te komen naar het gebied. Om deze rol goed te kunnen vervullen zal er in het WEC voldoende kennis (mensen en materiaal) aanwezig moeten zijn om in deze taak te kunnen voorzien. Zodra de ontwikkelingen rond het WEC duidelijkheid geven over tijdpad en vorm kunnen we een inschatting maken van de investering die onze rol hier vraagt.

3 Deelnemersbijdragen

In 2020 heeft Stichting Promotie Waddenland een inkomstenpost van € 12000,- begroot. Deze inkomsten zijn gebaseerd op de jaarlijkse deelnemersbijdrage van € 120,- per ondernemer/per jaar door 100 deelnemers in de oude gemeenten Winsum en De Marne. Het aantal deelnemers in dit gebied groeit nog ieder jaar. De verwachting is dat ondernemers in de regio Eemsmond en Bedum zich aan zullen sluiten bij de nieuwe promotie organisatie. In 2021 rekenen we op een groei van 50 deelnemers uit Eemsmond en Bedum. Dit aantal zal in de loop van 2021 en 2022 aangevuld worden tot minimaal 165 deelnemers.

4 Overige subsidies

Om nieuwe pijlers en projecten te ontwikkelen en uit te voeren worden middelen aangevraagd bij de Provincie Groningen, het Nationaal Programma Groningen, het Waddenfonds en/of andere fondsen. Daarnaast zullen we waar mogelijk samenwerken met Marketing Groningen en Visit Wadden en de andere regiomarketing organisaties in Groningen en Noord-Oost Friesland om gebruik te maken van de mogelijkheden en middelen van samenwerking.

Toelichting uitgaven

1 Personeelskosten

Stichting Promotie Waddenland heeft op dit moment twee personeelsleden in dienst die samen verantwoordelijk zijn voor 24 uur per week. Dit aantal uren is voor het huidige gebied en de huidige taak al erg krap begroot. Binnen de huidige 24 uur worden de volgende taken uitgevoerd: beleid (samenwerking met Marketing Groningen, Visit Wadden en andere stakeholders) en bestuursondersteuning, Evenementen zoals Dag van het Wad, contacten met deelnemers en werven nieuwe deelnemers, invulling en organisatie TIP's, vrijwilligerscoördinatie, website, social media, organisatie van de jaarlijkse foldermarkt, de promotie en publiciteit: persberichten, blogs, radio, vanplan.nl, realisatie van het Waddenland

Magazine, de jaarlijkse open boerderij- en visserijdagen, organisatie en promotie van bestaande en nieuwe routes, realisatie van diverse folders en het scheurblok en de organisatie van de nieuwjaarsborrel.

De nieuwe toeristische promotieorganisatie heeft een aanzienlijk grotere taak en ambitie verwoord in haar plan dan Stichting Promotie Waddenland. Dit is de reden dat we nu twee coördinatoren en een ondersteunende kracht begroten om deze taak uit te voeren. Deze taakvergroting komt vooral tot uiting in de volgende punten:

- Het werkgebied wordt tweemaal zo groot
- Een groot gedeelte van het nieuwe werkgebied zal ontwikkeld moeten worden
- Het aantal deelnemers groeit met tenminste 65 %
- Het project *Dorpen op de voorgrond* is een nieuw en ambitieus project dat met zeven dorpen, dorpsgidsenprogramma's en promotiemateriaal veel inzet zal vragen.
- Het promotiemateriaal, magazine en de website vragen blijvend meer inzet
- De ontwikkeling van de hotspots
- Participatie van bewoners en ondernemers kost tijd
- Meten is weten: jaarlijks onderzoek is tijdrovend

De twee coördinatoren nemen elk een geografisch deel van het gebied voor hun rekening en hebben daarnaast ieder een eigen specifieke expertise hebben op het gebied van bijvoorbeeld online communicatie of fondsenwerving. Zo zijn de lijnen met de toeristische ondernemers (deelnemers) in het gebied altijd kort. De ondersteuner zal vooral uitvoerende taken voor zijn rekening nemen zoals bijvoorbeeld de bevoorrading van ondernemers en TIP's, uitvoerend websitebeheer, uitvoerende taken rond de foldermarkt en ondernemersbijeenkomsten.

Om de begrote personeelsuren te illustreren een klein rekenvoorbeeld uitgaande van 47 werkbare weken per jaar. Alleen al voor het jaarlijks bezoeken van alle deelnemers is ruim 5 uur per week nodig. Dan zijn de uitwerkingen en planning van dit bezoek hierin nog niet eens meegenomen.

Om alle benoemde taken uit te voeren inclusief de gestelde ambitie en gebiedsvergroting, toename van het aantal TIPS en nieuwe projecten zoals Dorpen op de voorgrond verwacht de nieuwe organisatie 76 uur per week in te zetten.

2 Promotiekosten

De promotiekosten nemen toe op basis van schaalvergroting ten opzichte van de huidige kosten van Stichting Promotie waddenland. Daarnaast worden er een aantal nieuwe promotiemiddelen en kanalen ingezet. Dit resulteert in een toename van 50 % van huidige promotiekosten van Waddenland. De opstartkosten in het eerste jaar zijn 42 % hoger dan de begrote promotiekosten in 2022. Dit komt omdat er naast de bestaande kanalen en middelen ingezet wordt op nieuwe aanvullende middelen en kanalen en omdat de huidige promotiemiddelen in de regio's Eemsmond en Bedum geactualiseerd en aangepast moeten worden aan een nieuwe huisstijl. Daarnaast zal er behoorlijk geïnvesteerd moeten worden in de naamsbekendheid van de nieuwe promotie organisatie in deze regio's.

Op basis van de behoefte bij ondernemers en behaalde successen blijven we in ieder geval de volgende middelen inzetten: website, social media, Google maps, toeristisch magazine, wandel-, fiets- en vaarroutes, toeristische informatie kaart (scheurblok), producten als flyers, folders, en ander pr materiaal, open dagen bij ondernemers, (stimuleren van)

arrangementen, persberichten, perscontacten en persreizen en een duidelijk overzicht van alle evenementen. Ook in de zichtbaarheid van de hotspots in het gebied kunnen nog wel wat stappen worden gemaakt. Met name het Werelderfgoed Waddenzee en het Nationaal Park Lauwersmeer verdienen wel wat meer aandacht. Dit geldt zeker voor de vele bezoekers van Schiermonnikoog. We zoeken hiervoor de samenwerking met Wagenborgen om het eilandgevoel aan de wal en het werelderfgoed beter onder de aandacht te brengen bij passagiers van en naar het eiland.

3 (Her)inrichting TIPS

Stichting Promotie Waddenland heeft 6 Toeristische Informatie Punten (TIP's). Er zijn nog 4 TIP's in de gemeente Het Hogeland. Daarnaast willen we 3 nieuwe TIP's en een mobiele TIP inrichten in het gebied. De herinrichting van de 4 bestaande TIP's vragen vooral een investering in inrichting, huisstijl en verbinding met de TIP's die Waddenland nu al beheert. De 3 nieuw TIP's en de mobiele TIP voor evenementen zullen helemaal ontwikkeld moeten worden. Het aanpassen van de bestaande 4 TIP's zal naar schatting € 1500,- per TIP kosten. Het opzetten van 3 nieuwe TIPS kost € 3000 per locatie en een mobiele TIP zal € 5000,- kosten. In deze post zijn ook de kosten voor het werven en scholen van bestaande en nieuwe vrijwilligers meegenomen. Na de opstartkosten zullen de inrichtingskosten van deze 14 TIP's in het gebied met € 500 per locatie relatief laag zijn.

4 Deelnemers

De nieuwe toeristische promotie organisatie is een organisatie voor en door ondernemers. Deelnemers vormen de spil van de organisatie. Regelmatig organiseren we bijeenkomsten voor ondernemers. Vaak rond een actueel thema. Er is vanuit ondernemers de behoefte om regelmatig contact te hebben, elkaar actief te versterken en van elkaar te leren. Wij voegen de nieuwe organisatie samen met Hotel de Marne en werken samen met de ondernemersverenigingen zodat er een solide basis om in deze behoefte van ondernemers te voorzien.

Het aantal deelnemers zal in de komende twee jaar met 65 % stijgen ten opzichte van het huidige aantal deelnemers van Stichting Promotie Waddenland. De kosten voor de deelnemers zijn vooral terug te voeren op de deelnemers bijeenkomsten die in het gebied worden georganiseerd. Ook de samenvoeging met Hotel de Marne en de nieuwe samenwerking met de ondernemersverenigingen brengt kosten met zich mee.

5 Financiële administratie

De financiële administratie behelst de deelnemersadministratie, de crediteuren- en debiteurenadministratie en het verzorgen van de jaarstukken. De opgenomen kosten zijn gebaseerd op de groei van het aantal deelnemers met 65% en een toename van het aantal crediteuren door de vergroting van het gebied.

6 Bestuurskosten

Een kleine organisatie vraagt een grote inzet en betrokkenheid van het bestuur. Het bestuur dat bestaan uit ondernemers uit de regio zal een deel van haar eigen tijd vrijwillig in moeten zetten om haar taken uit te voeren. Om deze inzet en gemaakte kosten (bijvoorbeeld reiskosten) gedeeltelijk te vergoeden zijn deze kosten opgenomen op de begroting.

7 HIP/WEC

De ontwikkelingen t.a.v. het Waddenzee Werelderfgoed Centrum (WEC) en het HIP, met name het tijdpad, zijn nog niet in te schatten (zie inkomsten).

8 Onvoorziene kosten

Voor de onvoorziene kosten hebben we een minimaal percentage van 2% van het totaal opgenomen.