

Collegevoorstel

Inleiding

Gedurende een periode van meerdere jaren onderhouden we een subsidierelatie met het Heusdens Buro voor Toerisme (HBT). Het HBT ontvangt een budgetsubsidie voor de uitvoering van de overeengekomen activiteiten. Met het HBT zijn we in gesprek om de subsidierelatie met ingang van het jaar 2015 te herijken. Het jaar 2014 fungeert daarbij als voorbereidingsjaar. In dit voorstel staat het subsidieverzoek 2014 centraal, maar is er ook al sprake van een doorkijk naar 2015 en verder.

Feitelijke informatie

Een budgetsubsidie is een subsidie waarbij meetbare activiteiten en/of prestaties worden gekoppeld aan de te verstrekken subsidie.

Nieuw subsidiebeleid 2015

Op 15 oktober 2013 stelde u het plan van aanpak vast voor de ontwikkeling van nieuw subsidiebeleid en de realisatie van de bezuinigingstaakstelling vanaf 2015. Hierin worden fundamentele keuzes gemaakt over de subsidiëring van activiteiten en organisaties. Dit in tegenstelling tot de eerdere 'kaasschaafmethode' waarbij de bezuinigingen gelijkelijk werden verdeeld over alle organisaties. Medio 2014 zal het nieuwe beleid ter vaststelling aan de raad worden voorgelegd.

Offerte

Het HBT heeft een offerte opgesteld op basis van de werkzaamheden die zij zelf noodzakelijk achten. Deze offerte treft u bijgaand aan. Dit is een andere werkwijze dan voorgaande jaren. Toen gebeurde dit op basis van de opdrachtformulering door de gemeente. Deze financiële werkwijze ligt in de lijn van de tijdsgeest, waarin de gemeente meer zakelijke afspraken maakt, niet alleen met het HBT.

In grote lijnen ziet de offerte er als volgt uit:

Gastheer/vrouw Bezoekerscentrum Heusden	€110.227,00
Promotie en marketing	€ 42.403,00
Up to date informatiebestand	€ 1.075,00
Evenementen	€ 5.200,00
Vergaderfaciliteiten	€ 1.290,00
Gesprekspartner en expert	€ 3.000,00
Regionale Samenwerking	€ 5.600,00
TOTAAL:	€168.795,00

Verder belicht het HBT de volgende thema's in de offerte:

Toekomstvisie

Het HBT heeft de volgende prioriteiten gesteld die ook recht doen aan hun toekomstvisie:

- zwaarder inzetten op marketing, promotie en sales;
- bereiken van de internationale markt;
- eigentijdse digitale informatieverstrekking;
- zijn van (gesprekspartner) voor lokale spelers;
- voortzetten en zo mogelijk uitbouwen van regionale samenwerking.

Ondernemerschap

Naast gesubsidieerde taken zal het HBT inzetten op het zelfstandig genereren van inkomsten, waarvan de

Onderwerp: OOP subsidie Heusdens Buro voor Toerisme 2014

hele toeristisch-recreatieve sector in het gebied meeprofiteert:

- advertising;
- rondleidingen;
- (online) boekingsbureau voor geselecteerde participanten;
- verkoop van afgeslankt aanbod van routes/kaarten, bonnen en souvenirs.

Openstelling

Vermindering van subsidies en focus op prioriteiten heeft tot gevolg dat minder tijd besteed kan worden aan andere activiteiten. Dit heeft ondermeer een gereduceerde openstelling van het bezoekerscentrum als consequentie.

Er is geconstateerd dat het bezoek vóór 10 uur, op de maandagochtend en zaterdagochtend minimaal is. Het loont het niet om het bezoekerscentrum op die momenten daarvoor open te stellen. Ook leidt de vermindering van openingstijden tot kostenbesparing.

Coördinatie Open Monumentendag

Jarenlang was het HBT kartrekker en coördinator van de Open Monumentendag in de gemeente Heusden. Gezien de gemeentelijke bezuinigingen en de noodzaak voor het HBT om daarom prioriteiten te stellen met betrekking tot de ureninzet, stelt het HBT voor om de oorspronkelijke kartrekkersrol niet langer op zich te nemen.

Het projectbudget dat onderdeel uitmaakt van de budgetsubsidie van het HBT bedraagt € 5.544,00 en kan op de budgetsubsidie 2014 gekort worden. De werkgroep Open Monumentendag is op de hoogte gesteld van deze naar verwachting te nemen stap. Heemkundekring Onsenoort zal de coördinerende rol mogelijk overnemen. Het HBT blijft bereid promotionele taken voor de Open Monumentendag in de gemeente op zich te nemen.

Afweging

Met de voorliggende offerte 2014 heeft het HBT een eerste stap gezet in de richting van een herijking van de bestaande subsidierelatie. Mede op basis van de als bijlage toegevoegde toekomstvisie van het HBT wordt hier in de loop van 2014 verder aan gewerkt. De gemeente wil de schakelfunctie tussen de Langstraat en Den Bosch versterken en ziet hierin een rol weggelegd voor het HBT. Er zijn belangrijke toeristische ontwikkelingen gaande, bijvoorbeeld de manifestatie Jheronimus Bosch 500, waarbij aangehaakt wordt. De overtuiging is dat de andere partners van de Langstraat de belangen van de Langstraatregio voldoende kunnen behartigen om zodoende de komende tijd prioriteit te geven aan de samenwerking met gemeente Den Bosch.

De offerte van het HBT is 3,75% lager dan de subsidie voor 2013. Daarmee heeft het HBT invulling gegeven aan de financiële taakstelling die de gemeente heeft opgelegd.

Het voorstel is om in te stemmen met de offerte van het HBT en op basis daarvan een subsidiebeschikking 2014 te nemen.

Inzet van Middelen

De kosten van circa € 169.000,00 voor de activiteiten van het HBT passen binnen het budget dat is opgenomen voor subsidies op het gebied van toerisme.

Risico's

Er zijn geen risico's verbonden aan dit voorstel.

Procedure

Vervolgstappen

Beschikbaarstelling subsidie

Zaaknummer: 00375365
Onderwerp: OOP subsidie Heusdens Buro voor Toerisme 2014

Het verleende subsidiebedrag wordt bij wijze van voorschot voor 100% beschikbaar gesteld. Zoals is bepaald in de Kadernota Subsidiebeleid Gemeente Heusden 2008 vindt een bevoorschotting plaats van 25% van het subsidiebudget bij aanvang van elk kwartaal van het betreffende subsidiejaar. Vanwege de hoge kosten in het eerste kwartaal (ondermeer pensioenpremies) vindt er in het eerste kwartaal een bevoorschotting plaats van 50%.

Tussentijdse rapportage

De stichting dient vóór 1 juli van het lopende subsidiejaar een tussenrapportage in.

Op basis van deze rapportage kan zo nodig tussentijds, in onderling overleg worden gezien in welke zin en mate er sprake moet zijn van bijstelling van het activiteitenplan.

Voorgenomen besluit

Wij stellen u voor bijgaand besluit vast te stellen.

Onderwerp: OOP subsidie Heusdens Buro voor Toerisme 2014

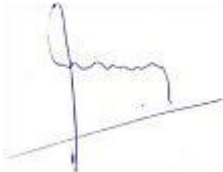
BESLUIT

Het college van Heusden heeft in de vergadering van 28 januari 2014;

besloten:

- in te stemmen met de offerte 2014 van het HBT en op basis daarvan een budgetsubsidie van € 168.795,00 te verlenen aan het HBT voor de uitvoering van het in de offerte opgenomen activiteitenplan;

namens het college van Heusden,
de secretaris,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'J.T.A.J. van der Ven', written over a horizontal line.

mr. J.T.A.J. van der Ven

Offerte 2014, versie 191213

A. Gastheer/vrouw Bezoekerscentrum Heusden

Bezoekers worden welkom geheten in het bezoekerscentrum. Voor 2014 worden de volgende openingstijden voorgesteld:

- o Maandag 13.00 – 17.00 uur
- o Dinsdag t/m vrijdag 10.00 – 17.00 uur
- o Zaterdag en zondag 13.00 – 16.00 uur

Gedurende bovengenoemde openingstijden van het bezoekerscentrum is tenminste één medewerker van het HBT aanwezig ten behoeve van ontvangst, informatieverstopping en promotie (aan zo'n 20.000 - 25.000 bezoekers op jaarbasis).

De medewerker (tenminste MBO-niveau) spreekt tenminste de talen: Nederlands, Engels, Duits. Hij/zij is goed bekend met de toeristische mogelijkheden in de gemeente en omgeving en weet de gast te informeren bij de diverse expositieonderdelen in het bezoekerscentrum. De medewerker stelt zich proactief en klantgericht op.

Op zaterdag en zondag is daarnaast een gastheer- /vrouw aanwezig (vrijwilligersfunctie) om de gast uitgebreid te informeren bij de maquettes, rond te leiden door het gebouw en op de hoogte te stellen van de toeristische mogelijkheden van de gemeente Heusden.

HBT neemt een coördinerende rol in met betrekking tot de dagelijkse gang van zaken in het bezoekerscentrum. De medewerker ziet er op toe dat het bezoekerscentrum er verzorgd uit ziet. Indien hiertoe noodzaak is, brengt HBT gebruikers samen in het gebruikersoverleg. Ook denkt HBT proactief mee bij visievorming en herinrichting van het bezoekerscentrum. Hiertoe stemt HBT af met Gemeente en Streekarchief.

Wij bieden u dit aan voor de volgende prijs:

€ 110.227,-

B. Gemeentelijke dienstverlening

Tijdens openingstijden van het bezoekerscentrum, door de weeks, is het gemeentelijk servicepunt geopend. Vanuit het servicepunt wordt een beperkt dienstverleningspakket aangeboden. De medewerker als genoemd bij A. is aanspreekpunt voor de gemeentelijke dienstverlening en beschikt daarvoor over de benodigde basiskennis.

Jaarlijks vindt evaluatie en afstemming plaats over het te verlenen dienstenpakket.

Wij bieden u dit aan voor de volgende prijs:

€ 0,-. Wij vinden dat deze werkzaamheden verricht kunnen worden onder A.

C. Dienstverlening individuele bezoekers

Gedurende de openingstijden als vermeld onder A. is de medewerker, als genoemd onder A. beschikbaar om de klant aan de balie, telefonisch, per mail en social media te informeren over de toeristische mogelijkheden in de gemeente Heusden en omgeving. In het bezoekerscentrum stelt het HBT de klant daarvoor beschikbaar:

- posterwand met informatie over evenementen;
- gratis foldermateriaal en magazines, beschikbaar gesteld door ondernemers;
- zelf ontwikkeld informatiemateriaal en zelf ontwikkelde routes;
- een actueel aanbod van lokale en regionale routes en kaarten (aangevuld met entreebewijzen, cadeaubonnen en souvenirs).

Door bij de klant op de website en in het bezoekerscentrum (o.a. d.m.v. een ontwikkelde promotiefilm, het verwijzen naar expositie-onderdelen en het beschikbaar stellen van gratis promotiemateriaal) het volledige toeristische aanbod in de gemeente en omgeving onder de aandacht te brengen proberen we de verblijfsduur te verlengen en herhalingsbezoek te stimuleren. Het regionale samenwerkingsproduct Hotspot Brabant is op zo'n manier ingestoken (route met diverse lussen, vouchers voor gratis producten, e-book) dat de bezoeker gestimuleerd wordt zijn verblijf te verlengen of terug te keren.

Op zondag kan de individuele bezoeker gebruik maken van de stadswandeling onder leiding van een gids. Potentiële klanten worden door middel van kortingacties (bv. Uit met je biebpas, Heusden pas) of vrijkaartjes getriggerd om gebruik te maken van de rondleiding.

Wij bieden u dit aan voor de volgende prijs:

€ 0,-. Wij vinden dat deze werkzaamheden verricht kunnen worden onder A, danwel deel uitmaken van E en J, danwel deel uitmaken van onze eigen commerciële activiteiten.

D. Aantrekken groepen bezoekers

Er wordt actief ingezet op het naar de gemeente Heusden halen van groepen bezoekers, zakelijk en privé. Dit door het aanbieden van een divers en kwalitatief hoogwaardig arrangementenaanbod, het leveren van maatwerk en het promoten van dit aanbod onder andere bij aanbieders van groepsreizen of het rechtstreeks benaderen van regionale bedrijven die regelmatig buitenlandse gasten ontvangen.

Om groepen aan te trekken treedt het HBT op als (online) boekingsbureau voor reserveringen. Dit beschouwt HBT niet als gesubsidieerde taak, maar als commerciële kans. Daarnaast biedt HBT zelf rondleidingen in de gemeente te weten rondleidingen onder leiding van een stadsgids (= vrijwilliger) in Heusden Vesting, Poort van Heusden, omgeving Nieuwkuijke Wiel / Vlijmens Ven en Fort Hedikhuizen / Haarsteegse Wiel. HBT biedt rondleidingen in de volgende talen: Nederlands, Engels, Duits, Frans, Spaans, Zweeds, Portugees. Gidsen nemen deel aan een inspirerend scholingsaanbod en hebben ieder hun specialiteit: flora/fauna, architectuur, verdedigingswerken, enz. Ook deze activiteit beschouwt HBT niet als een gesubsidieerde taak, maar als commerciële kans.

Wij bieden u dit aan voor de volgende prijs:

€ 0,-. Wij vinden dat deze werkzaamheden deel uitmaken van onze eigen commerciële activiteiten.

E. Promotie en marketing

HBT brengt het diverse toeristische aanbod in de gemeente Heusden onder de aandacht van zoveel mogelijk bezoekers en potentiële bezoekers. Het is wenselijk dat dit gebeurt via diverse kanalen. Hierbij wordt ingespeeld op de actualiteit, nieuwe media en het veranderende zoekgedrag van consumenten.

HBT heeft uitgebreide kennis van de locale, toeristische mogelijkheden en aantrekkelijkheden. Daarnaast heeft zij goede contacten met de (economisch) belanghebbenden in de gehele gemeente Heusden en beschikt daardoor over kennis van locale belangen/behoefte. Wij zijn daardoor de aangewezen specialist in het werkveld. Nog meer dan voorgaande jaren willen wij inzetten op promotie en marketing. Wij zijn van mening dat het noodzakelijk is ons hier op te focussen, om op die manier een groter publiek daadwerkelijk te interesseren om naar Heusden te komen. Dat betekent extra inzet van uren en OOP-gelden om hierin een broodnodige inhaalslag te maken. Een marketingcommunicatieplan / PR-handboek wordt ontwikkeld, zodat tijd en middelen gestructureerd, doelgericht en vanuit een visie/strategie worden ingezet.

HBT zet de volgende kanalen in om de toeristische mogelijkheden in de gemeente Heusden en omgeving en activiteiten van het HBT op wervende wijze onder de aandacht te brengen bij prospects en bestaande klanten:

Algemeen:

- Website (zie hieronder);
- Facebook: plaatsen en delen van minimaal 250 berichten per jaar. Gestreefd wordt naar 300 fans op peildatum 311214;
- Twitter: plaatsen en delen van minimaal 250 berichten per jaar. Gestreefd wordt naar 400 volgers op peildatum 311214;
- Digitale nieuwsbrief: 1 x per maand naar 2.000 abonnees. Het is een promotionele nieuwsbrief, om de toeristische bijzonderheden en activiteiten bekendheid te geven;
- In opdracht van Platform Recreatie en Toerisme gemeente Heusden verzending van een zakelijke nieuwsbrief, 4 x per jaar;
- Zorg dragen voor aantrekkelijk drukwerk, ter promotie van het toeristisch aanbod;
- Benaderen van diverse media (betaalde publiciteit en free-publicity). Wat hierbij specifieke aandacht krijgt is promotie van de evenementen in de gemeente Heusden);
- Inspelen op zich plotseling voordoende mogelijkheden;
- In promotie-uitingen wordt het beeldmerk Rijk Heusden verwerkt.

Groepen

Door middel van telefonische werving, mailings, foldermateriaal en persoonlijke ontvangst worden prospects en bestaande klanten/bezoekers die groepen vertegenwoordigen of intermediair zijn op wervende wijze geïnformeerd over de aantrekkelijkheid van de

gemeente Heusden en omgeving. Organisaties voor groepsreizen, evenementenbureaus, busreisorganisaties en riviercruisemaatschappijen (nationaal en internationaal) worden pro-actief benaderd over de vele toeristische mogelijkheden. Hierbij wordt onder andere actief samengewerkt met Vrijetijdshuis Brabant / DEAL, waarbij een relatie wordt gelegd met grote Brabantse evenementen/attracties: De Efteling, Jheronimus Bosch 500, Eindhoven365 en het erfgoed van Van Gogh in Brabant).

Website

Binnen de promotie is er speciale aandacht voor de website. De site geeft het volledige aanbod in Heusden weer en is goed vindbaar op de belangrijkste zoekwoorden, welke vooraf worden bepaald. Wij leveren:

- Een hedendaagse, gebruiksvriendelijke, uitnodigende site die continue geactualiseerd wordt. De naar verwachting in januari op te leveren website wordt responsive ontworpen en daardoor eenvoudig leesbaar voor gebruikers van smartphone of tablet;
- De site geeft een overzicht van evenementen (zoals geoffreerd onder G), nieuws, tips, uitjes voor groepen en een overzicht van recreatieondernemers (NAW TEW) en bezienswaardigheden. Dit op wervende wijze, met aansprekende teksten en mooi foto- en beeldmateriaal;
- Minimaal 25 keer per jaar wordt een nieuw nieuwsitem op de website geplaatst;
- De website is terug te vinden onder de URL's: hbtheusden.nl en rijkheusden.nl.
- De website wordt daarnaast ingezet ter promotie van het HBT, als online boekingsmogelijkheid voor bij het HBT te reserveren uitjes en ter promotie van betalende ondernemers. (Dit alles maakt geen onderdeel uit van de offerte);
- Ingezet wordt op zoekmachineoptimalisatie door middel van linkbuilding, het gebruiken van de juiste teksten, keywords, titles en descriptions. De website ontvangt 21.500 unieke bezoekers op jaarbasis (= ambitie);
- De site eindigt op de drie belangrijke zoektermen Heusden, Rijk Heusden en Heusden Toerisme in de top drie van zoekmachines;
- Statische basisinformatie gaan we meertalig aanbieden op de site: Engels en Duits;
- Na een goede koppeling met de Brabantbrede Database TRIPLE wordt een koppeling bewerkstelligd met de Nationale Databank Toerisme, Recreatie & Cultuur (NDTRC). Dit zodat de toeristische informatie ook één op één op landelijke sites getoond wordt;
- De mobiele website m.hbtheusden.nl biedt smartphonegebruikers na het inscannen van QR-codes achtergrondinformatie over bezienswaardigheden.

Specifiek doelgroep lokaal / reeds aanwezige bezoekers

- QR-codes op toeristische informatieborden up to date houden;
- Inzet promotieteam tijdens minimaal 10 lokale evenementen;
- Verspreiden van promotiemateriaal vanuit het bezoekerscentrum, via de twee gemeentehuizen, de drie Uitpunten en circa 50 andere trekpleisters in de gemeente;
- Aanbieden van gratis wervende presentaties aan verenigingen / organisaties, ter promotie van de toeristische mogelijkheden in de gemeente Heusden;
- Minimaal 30 items lokale media (bereik variërend van 2.500 tot 20.000).

Specifiek doelgroep regionaal

- Minimaal 40 items regionale media (bereik variërend van 2.500 tot 60.000);
- Aanbieden van gratis wervende presentaties aan verenigingen / organisaties, ter promotie van toeristische mogelijkheden in de gemeente Heusden;
- Verspreiden van promotiemateriaal via ca. 25 toeristische trekpleisters in de regio;

Specifiek doelgroep landelijk

- Minimaal 8 items landelijke media (bereik variërend van 10.000 – 3.500.000);
- We stellen alles in het werk om de ANWB-titel 'Leukste uitje van Noord-Brabant 2014' binnen te halen;

Specifiek doelgroep internationaal:

- Minimaal 1 item in internationale media;
- Benaderen van internationale prospects (zie hierboven onder 'groepen')

Specifiek Open Monumentendag:

- HBT verzorgt promotie rondom Open Monumentendag

Wij bieden u dit aan voor de volgende prijs:

€ 42.403,- (vanwaar € 10.505,- voor het specifieke onderdeel 'website')

F. Up to date informatiebestand

Wij dragen zorg voor een actueel adressen- en informatiebestand van toeristische bedrijven en instellingen in de gemeente. In het CMS (Content Management Systeem) van de website wordt alle informatie opgeslagen. Doorgegeven wijzigingen worden gelijk verwerkt in de database. Een keer per jaar wordt het systeem uitgebreid gecontroleerd. Data wordt geëxporteerd naar de Brabantbrede database TRIP en vanuit daar naar de landelijke toeristische database NDTRC.

Wij bieden u dit aan voor de volgende prijs:

€ 1.075,- (dit bedrag maakt geen deel uit van E)

G. Evenementen

1. Er wordt een digitale evenementenkalender bijgehouden waarin alle activiteiten in de gemeente per kern worden gepubliceerd. Via een invulformulier op de website of per mail kunnen organisatoren hun evenementen aanmelden. Organisatoren van terugkomende evenementen worden benaderd om informatie door te spelen. Ook worden afschriften van verleende evenementenvergunningen verwerkt. De verzamelde informatie wordt overzichtelijk en op aantrekkelijke wijze gecommuniceerd op de evenementenkalender op de website. Bijzondere evenementen worden door HBT doorgespeeld naar de lokale media of HBT brengt de organisator in contact met de pers. Organisatoren kunnen hun activiteiten promoten via de posterwand en de folderkast in het bezoekerscentrum.

2. Daarnaast biedt HBT ondersteuning aan organisatoren van evenementen. HBT signaleert mogelijke verbindingen en brengt partijen desgewenst met elkaar in contact. Op verzoek denkt HBT mee bij de totstandkoming van evenementen. Om afstemming en groei van evenementen specifiek in de vesting te stimuleren stemt HBT periodiek (voornemen is 2 x per kwartaal overleg) af met organiserende partijen in de vesting. Een speciale werkgroep is geformeerd om ideeën te ontwikkelen hoe evenementen in de vesting doelgericht in de markt te zetten. HBT maakt deel uit van deze werkgroep en levert tevens een stagiair om hieraan bij te dragen.

(Na een pilot in 2013 staat op de planning om in samenwerking met de galeriehouders en horeca in Heusden Vesting in 2014 minimaal twee maal de activiteit WineDineArtwalk te organiseren in samenwerking met WijnSpijs. Gidsen van het HBT vervullen tijdens de evenementen een leidende rol. Kaartverkoop en promotie verloopt deels via HBT. Dit 'evenement' betreft overigens geen gesubsidieerde taak.)

Wij bieden u dit aan voor de volgende prijs:

€ 5.200,- (beide onderdelen € 2.600,-)

H. Vergaderfaciliteiten

Tijdens openingstijden van het bezoekerscentrum kunnen ruimtes gebruikt worden om te vergaderen. Reserveringen lopen via de bodes van de gemeente. De medewerker zorgt voor het klaarzetten van vergaderfaciliteiten (koffie/thee, beamer, scherm) op de tweede verdieping (richtlijn: 35 keer per jaar). De vergaderruimten worden gebruikt door gasten van de gemeente, Streekarchief en Heusdens Buro voor Toerisme.

Wij bieden u dit aan voor de volgende prijs:

€ 1.290,-

I. Gesprekspartner en expert

De stichting is een proactieve gesprekspartner van de gemeente bij de implementatie van het (recreatief-toeristisch) beleid. Zij neemt deel aan de bijeenkomsten van het Platform Recreatie en Toerisme en kan worden geraadpleegd als expert bij toeristische projecten.

Wij leveren:

- Deelname aan vergadering van Platform Recreatie en Toerisme;
- HBT is gesprekspartner van de gemeente;
- HBT vervult een signalerende rol;
- Advisering van Stichting Rijk Heusden;
- Advisering aan belanghebbende ondernemers / organisaties.

Wij bieden u dit aan voor de volgende prijs:

€ 3.000,-. Wij berekenen geen kosten voor de inzet van bestuursleden bij deelname aan platformvergaderingen en rol als gesprekspartner.

J. Regionale samenwerking

Toerisme is bij uitstek een beleidsveld dat grensoverstijgend is. Een consument bezoekt vaak een regio of gebied in plaats van een gemeente. Middels samenwerking met regionale partners wordt het Heusdens aanbod in de regio bekend gemaakt in een breed gebied. Het gezamenlijk ontwikkelen en in de markt zetten van producten moet tot doel hebben dat bezoekers langer in de regio verblijven. Hiertoe levert HBT:

- onderhouden van contacten, afstemmen en onderzoeken van samenwerkingsmogelijkheden met toeristische bureaus in de regio: Toerisme- en Uitpunt Waalwijk, VVV Kaatsheuvel - Loon op Zand en De Moer (beide minimaal 5 x overleg), VVV Altena-Biesbosch (minimaal 1 x overleg), Vrijetijdshuis Brabant (minimaal 1 x overleg), Leisure Boulevard / Midpoint Brabant (minimaal 1 x overleg), VVV Den Bosch / Noordoost-Brabant (minimaal 2 x overleg). Onze eerste prioriteit heeft De Langstraat (w.o. Beeldverhaal De Langstraat). HBT stelt zich proactief op en staat er voor open samenwerking op te bouwen, mits het een toevoegde waarde biedt voor alle partijen;
- voorzetting van Hotspot Brabant. Het resultaat van het eerste projectjaar (cadeaubox, route-app, magazine, website) is zeer goed ontvangen, o.a. bij deelnemende ondernemers, consumenten, Vrijetijdshuis Brabant (de kartrekker voor Beeldverhaal De Langstraat) en Midpoint Brabant. Hoewel de samenwerking met de toeristische bureaus in Waalwijk en Kaatsheuvel niet vanzelf gaat (HBT moet hier als projectleider hard aan trekken), willen we in 2014 graag Hotspot Brabant 2 opleveren. Focus ligt daarbij op de Hotspot Brabant Box, waarbij ingezet wordt op vergroten van de afzetkanalen en meer naamsbekendheid;
- informatie uit de streek in onze folderkast, op onze website en zo mogelijk in het bezoekerscentrum;
- informatie over de gemeente Heusden bij toeristische bureaus in de regio.

Wij bieden u dit aan voor de volgende prijs:

€ 5.600,-

M. Inspelen op en participeren in Brabantbrede ontwikkelingen

De vrijetijdseconomie staat weer op de agenda van de provincie. Er zijn diverse Brabant brede ontwikkelingen waarop aangehaakt kan worden (bv. samenwerking Zuiderwaterlinie, Inspiratiekaart Brabant, ontwikkeling Natuurpoorten, Best DEAL of Holland, Jeroen Bosch jaar). HBT onderhoudt een Brabant-breed netwerk en volgt trends en ontwikkelingen nauwgezet (d.m.v. vakliteratuur en het bijwonen van regionale kennisbijeenkomsten), waardoor ontwikkelingen gesignaleerd worden en gekeken kan worden naar mogelijkheden tot het aanhaken bij dergelijke projecten.

Wij bieden u dit aan voor de volgende prijs:

€ 0,-. Wij vinden het voor het goed functioneren van ons bureau van belang in te spelen op wat om ons heen gebeurt, en berekenen voor dit onderdeel dan ook geen kosten.

TOTAALPRIJS A T/M M: €168.795,-

Leveringsvoorwaarden

- De overeengekomen som wordt bij wijze van voorschot in twee delen aan stichting Heusdens Buro voor Toerisme overgemaakt. Het eerste deel in januari en het tweede deel in juli.
- Als de stichting heeft gerealiseerd wat is overeengekomen in de beschikking c.q. opdracht, heeft de stichting het recht op de volledige som. Hierbij wordt afgerekend op basis van de geleverde prestaties. Indien doelstellingen niet gehaald worden heeft dit een korting op de som tot gevolg, tenzij dit met aannemelijke argumenten kan worden onderbouwd.
- Halverwege het lopende jaar wordt een tussentijdse rapportage opgemaakt, waarna bestuurlijk overleg plaatsvindt ter evaluatie van het functioneren van de stichting. Daarbij dient de beschikking c.q. opdracht als ijkpunt. Op basis van de rapportage en het bestuurlijk overleg kunnen nadere afspraken gemaakt worden over het takenpakket alsmede de financiën.
- Wanneer in de loop van het jaar de verwachting bestaat dat de stichting de genoemde taken en doelstellingen niet kan realiseren, treedt de stichting onmiddellijk in overleg met de gemeente.
- De stichting verantwoordt vóór 1 juli van het volgende jaar de besteding van gelden door middel van een financieel en inhoudelijk verslag. Het financieel verslag bevat een exploitatierekening over het betreffende jaar en een balans met toelichting en gaat vergezeld van een verklaring van een daartoe gecertificeerd administratiekantoor of accountant. Het inhoudelijk verslag geeft een weergave van de uitgevoerde activiteiten, het aantal verrichte activiteiten en de bereikte resultaten, alsmede een kwalitatieve weergave van de uitgevoerde werkzaamheden. Beide op basis van de beschikking c.q. opdracht.
- Extra werkzaamheden die zich aandienen buiten de beschikking c.q. opdracht (meerwerk) zullen separaat worden doorberekend.

Overige condities

- Bij de financiële werkwijze tussen stichting Heusdens Buro voor Toerisme en de gemeente Heusden wordt jaarlijks de volgende procedure doorlopen
 - 1^e kwartaal:
Opdracht formuleren door gemeente voor volgend jaar. De gemeente geeft aan welke producten / prestaties zij verwacht. Concreet maar niet op bedrijfsvoering.
 - Voor 1 juni:
HBT kan offerte uitbrengen voor opdracht, voorzien van kostprijscalculatie per product en begroting voor geheel.
 - Onderhandelingsfase:
Op basis van de offerte kijken welke prestaties/producten geleverd kunnen worden en deze waar mogelijk voorzien van kwaliteitseis. Indien nodig de offerte/opdracht herzien en vastleggen.
 - 4^e kwartaal:
Beschikking met daarbij de definitieve offerte/prestatie afspraken.

Heusdens Buro voor Toerisme en de toekomst

19 december 2013

Inleiding

Het Heusdens Buro voor Toerisme (HBT) maakt zich klaar voor de toekomst. Over het hoe en waarom leest u in voorliggende notitie.

Aanleiding

De wereld om ons heen verandert snel. Het Heusdens Buro voor Toerisme (HBT) constateert een lijst van vijf relevante trends en ontwikkelingen, die ons dwingen mee te veranderen. Wij zijn ons ervan bewust: 'stilstaan is achteruitgang, innovatie is vooruitgang'. Dit motto motiveert ons om continu op proactieve wijze door te ontwikkelen, om op ieder moment klaar te zijn voor wat de toekomst brengt.

Trends en ontwikkelingen

Het HBT constateert de volgende trends en ontwikkelingen (in de markt van vrije tijd), die direct of indirect invloed hebben op de bedrijfsvoering en ook kansen bieden om hier als maatschappelijk ondernemer op slimme wijze mee om te gaan:

1. Afname van bezoekersaantallen en bestedingen. Vermoedelijke oorzaken:
 - a. Groei van het vrijetijdsaanbod (concurrentie);
 - b. Afname van vrijetijd en bestedingskracht.
2. Herstructurering gemeentelijke subsidies in brede zin:
 - a. Bezuinigingstaakstelling (op basis van prioritering);
 - b. Behoeftte aan meer inzicht in de maatschappelijke effecten die gesubsidieerde instellingen bereiken en beogen te bereiken (als uitloeiisel van het onderzoek naar de doelmatigheid en doeltreffendheid van het subsidiebeleid in opdracht van de rekenkamercommissie).
3. Veranderende marktvrraag:
 - a. Behoeftte aan betaalbare, innovatieve, unieke/exclusieve, betekenisvolle belevenissen;
 - b. Internationale aandacht voor wat lokaal te bieden is;
 - c. Authenticiteit en duurzaamheid scoort;
 - d. Behoeftte aan gastvrijheid, snelheid en professionaliteit;
 - e. Behoeftte aan producten en diensten afgestemd op ouderen (vergrijzing).
4. Digitalisering:
 - a. Internet is de start van vrijetijd;
 - b. Vrijetijd kent geen tijd, het is een 24-uurs economie;
 - c. Mobiele techniek maakt steeds meer deel uit van de vrijetijd;
 - d. Het verlangen van consumenten om hun leven via social media te delen.
5. Regionale / provinciale ontwikkelingen:
 - a. Speerpunt van provinciaal beleid: worden van meest innovatieve en gastvrije provincie;
 - b. Brabantse iconen (Efteling, Jheronimus Bosch 500, Eindhoven365, Van Gogh Brabant) presenteren zich als de 'Best DEAL of Holland' (Design, Events, Arts en Leisure);
 - c. Een samenwerkingsverband Zuiderwaterlinie is in oprichting;
 - d. Stichting Liberation Route zet in op bereik van de internationale markt;
 - e. Ambitie Midpoint Leisure Boulevard (Midden-Brabant): vóór het jaar 2025 de leisure regio van noord-west-Europa worden voor de 'family / short break'-vakantie (verdubbeling naar 20 miljoen dagrecreatieve bezoekers per jaar);
 - f. Toekomstige gemeentelijke samenwerkingsverbanden (Hart van Brabant) / herindelingen.

Het HBT ziet het als haar hoofdtaak om bovengenoemde trends als leidraad te nemen voor haar handelen en acties. Wij zijn op ieder moment up to date voor de dan geldende marktsituatie. Om als stichting toekomstproof te kunnen zijn, zorgen we dat ons profiel zich kenmerkt door de volgende steekwoorden: pro-actief, marktgericht, professioneel, innovatief, flexibel, breed geïnformeerd.

Maatschappelijk ondernemerschap en maatschappelijk belang

In tijden als deze kan en wil het HBT geen afwachtende positie en 100% afhankelijke rol innemen. Wij hebben maatschappelijk ondernemerschap hoog in het vaandel staan, en willen zoveel mogelijk handelen volgens het principe van het bedrijfsleven: innovatieve kracht, marktgericht werken en het nemen van overzienbare bedrijfsrisico's. Dit alles ten behoeve van de toeristische sector, met als uiteindelijk doel een reeks van maatschappelijke effecten te bereiken. 'Recreatie en toerisme' als sector verdient een prominente plaats binnen de gemeente Heusden. Het maatschappelijk belang is veelzijdig, het verbindt sectoren, mensen en fysieke werkgebieden:

(Sociaal)-economisch belang

Uit de trendrapportage 'Vrijtjidssector in cijfers 2013' blijkt dat de economische impact van de (Midden-)Brabantse vrijtjidssector aanzienlijk is. Het leidt tot veel bestedingen en het levert veel directe werkgelegenheid, maar gezien het multipliereffect ook veel indirecte banen. Daarnaast draagt de sector bij aan de realisatie van een hoogwaardig vestigingsklimaat voor bedrijven uit andere branches. Bedrijven houden bij de keuze van hun vestigingsplaats immers vaak rekening met de kwaliteit van de ruimtelijke omgeving voor hun toekomstige werknemers. Ook stimuleert recreatieve vrijtjidsbesteding de arbeidsproductiviteit, innovatie en creativiteit en bestrijdt verzuim. Niet voor niets is de vrijtjidssector landelijk een belangrijke economische pijler.

Leefbaarheid

Recreatie en toerisme draagt bij aan een prettig leefklimaat. Een hogere kwaliteit van leven voor alle doelgroepen. Van jong tot oud. Met name door de langere en gezondere levensverwachting is vrije tijd een nog belangrijkere factor geworden. Het bevordert maatschappelijke participatie en integratie van allochtone en autochtone Nederlanders. Recreatie en toerisme bevordert het welzijn van mensen.

Imago

De toeristisch-recreatieve sector draagt bij aan een goed imago van de gemeente. Het vergroot de aantrekkelijkheid. Bezoekers van buitenaf voelen zich gastvrij ontvangen. Eigen inwoners hebben een gevoel van trots om woonachtig te zijn in hun gemeente.

Cross-sectoraal

'Recreatie en toerisme' is het beleidsveld dat verbindingen legt met andere beleidsterreinen. Het ontsluit natuur en landschap en maakt cultuur(historie) toegankelijk, wat bijdraagt aan educatie en leidt tot inspiratie, ontplooiing en ontspanning. Het draagt bij aan het welzijn en de lokale economie. Het moedigt aan tot sportieve/actieve vrijtjidsbesteding, wat een positief effect heeft op de gezondheid.

Grensoverstijgend

Toerisme en recreatie houdt niet op bij de gemeentegrenzen. Het dwingt partners in de regio om samen op te trekken en om regionaal samen te werken.

Onze rol en speerpunten

Het HBT is sterk gericht op het bereiken van bovengenoemde maatschappelijke sociale effecten en ontvangt daarvoor (deels) publieke gelden, welke worden aangevuld met inkomsten die wij generen door verkoop van producten en diensten. Onze maatschappelijke rol is als volgt kort uiteen te zetten:

- HBT is het aanspreekpunt op het gebied van recreatie en toerisme voor de gehele gemeente Heusden, voor alle belanghebbenden (portaalfunctie);
- HBT speelt een actieve, stimulerende, wervende rol op het gebied van duurzame recreatie en toerisme in de gemeente Heusden, door de cultuurhistorische- en natuurwaarden van vesting, duinen, water, kernen en platteland te benadrukken;
- HBT ondersteunt de Brabantse toeristische sector met lokale en regionale mogelijkheden, kennis en gedetailleerde informatie, welke bij breder opererende organisaties ontbreekt. Onze jarenlange

ervaring, het opgebouwde netwerk en daaruit voortvloeiende contacten zijn onontbeerlijk om de gemeente Heusden en omgeving breed op de kaart te blijven zetten;

- Als aanjager en kenniscentrum heeft het HBT een aantal wezenlijk kerntaken zijnde informatiemanagement, regiomanagement, productontwikkeling en advies.

Rekening houdend met de geformuleerde trends en ontwikkeling en de te bereiken maatschappelijke effecten heeft onze stichting zichzelf een aantal doelen (vertaald in speerpunten) opgelegd, om onze maatschappelijke rol effectief te vervullen. Dit zijn lange termijn doelen, waarbij de afgelopen periode al stappen zijn gezet in die richting. Hieronder leest u de speerpunten van onze stichting. Telkens wordt een voorbeeld gegeven van een hieraan gerelateerde operationele activiteit door het HBT:

- Bijdragen aan de waarde die de sector toerisme toevoegt (o.a. via export) aan de economie.
 - Inzetten van uitgebreid, eigentijds pakket van marketing- en promotietools (met een bereik dat varieert van lokaal tot internationaal).
- Binden van toerisme en recreatie aan de hoofdthema's: cultuurhistorie, vesting, water, duinen en groene omgeving.
 - Verstrekken van informatie aan individuele bezoekers en groepen op velerlei manieren (zie hieronder voor de rol van het bezoekerscentrum in dit kader).
- Bevorderen van toeristenstromen (ook voor meerdaags verblijf).
 - Uitbreiden van contacten met internationaal opererende spelers (ondernemers, touroperators e.d.) die buitenlandse gasten onderbrengen.
- Verbinden van lokale overheden, ondernemers, organisatoren van evenementen en bezoekers.
 - Zijn van hèt coördinerende aanspreekpunt, gesprekspartner en expert (samen sterk).
- Innovatieve productontwikkeling en regionale samenwerking.
 - Kartrekker project Hotspot Brabant 2 (focus Langstraat), mogelijk op termijn op te volgen door meer intensieve samenwerking met regionale partners)
- Bevorderen van kwalitatief toerisme.
 - Bieden van kwalitatief hoogwaardige producten en diensten (w.o. rondleidingen en uitjes).
- Nastreven van tevreden gasten en relaties.
 - Gastvrije, doel- en klantgerichte, moderne (digitale) dienstverlening in zijn algemeenheid.
- Efficiënt werken
 - Automatisering van administratieve processen (kostenbesparing).

In overleg met de gemeente wordt een langere horizon aangegeven om constant beleid te kunnen voeren. Jaarlijks wordt in een gedetailleerde presentatieovereenkomst vastgelegd welke concrete resultaten wij nastreven en door middel van welke operationele activiteiten wij deze gaan bereiken.

Bezoekerscentrum

Het bezoekerscentrum is een belangrijke tool om bovenstaande speerpunten te bewerkstelligen. Het is de plek waar het vrijetijdsaanbod in de gemeente Heusden en omgeving samen kan komen, zodat de bezoeker ervaart wat het aanbod is en geïnspireerd raakt om er vervolgens in onze gemeente en regio op uit te trekken. Uit recent onderzoek blijkt dat bezoekers aan toeristische bureaus 16% meer besteden op hun bestemming, dus een goed fysiek ontmoetingspunt is ook van economisch belang. Het HBT wil in het bezoekerscentrum optreden als hèt aanspreekpunt en vanuit hier zoveel mogelijk bezoekers bereiken. Wij gaan graag in overleg met gemeente, Steekarchief en Gouverneurshuis om meer rendement te halen uit het bezoekerscentrum (van informeren naar inspireren).

Verwachte rol gemeente Heusden

Als de lokale overheid belang hecht aan bovengenoemde maatschappelijke waarden, dan zou een logische gevolgtrekking zijn, dat zij ook de bereidheid heeft om hierin te blijven investeren. Een door de gemeente geformuleerde beleidsopdracht zou helpen om naar een ons beider na te streven 'stip op de horizon' toe te werken.