

zaaknummer: 1373503 (subsidie 1373276)
afdelingsnaam: Leefomgeving
steller: Kevin van Pernis
telefoonnummer: 035 629 2515

onderwerp: Subsidieaanvraag 2024-2027 Stichting Hilversum Marketing

Voorstel

1. Een subsidie van € 631.200 te verlenen aan Stichting Hilversum Marketing voor 2024.
2. Een subsidie van in totaal € 1.893.600 te verlenen aan Stichting Hilversum Marketing voor de periode 2025 t/m 2027 en het jaarlijkse bedrag van €631.200 structureel te verhogen met hoogstens de in de begroting van dat jaar beschikbaar gestelde subsidieindexatie.
3. De te verlenen subsidie jaarlijks te dekken uit de hiervoor aanwezige subsidiebudgetten binnen programma 3 Werken, taakveld 3.4 Economische promotie.

Samenvatting

Stichting Hilversum Marketing (SHM) heeft op 1 november 2023 aan het college een meerjarensubsidie gevraagd voor de periode 2024 t/m 2027. SHM is in 2018 opgericht om de economische dynamiek en de levendigheid in de stad te versterken en is inmiddels een vaste waarde in Hilversum. Een sterke economische en levendige stad betekent een aantrekkelijk vestigingsklimaat voor inwoners, bezoekers en bedrijven en behoud van talent voor de stad. Voor bedrijven, maatschappelijke en culturele organisaties is SHM een waardevolle partner. In de subsidieaanvraag heeft SHM haar kosten meerjarig geïndexeerd. De gemeente rekent voor de subsidieverlening echter met het bedrag dat in de meerjarenbegroting is opgenomen voor citymarketing. Derhalve wordt voorgesteld om een subsidie van in totaal € 2.524.800 te verlenen en het jaarlijkse bedrag voor 2025 t/m 2027 structureel te verhogen met de beschikbaar gestelde subsidieindexatie.

Inleiding

SHM is sinds 2018 de professionele citymarketingorganisatie van Hilversum. Zij is er in de basis voor de economische promotie van Hilversum. Zij opereert als organisatie binnen de kaders van vastgesteld beleid op de domeinen economie, cultuur, media en centrum. Het betreft echter wel een zelfstandige organisatie die input kan geven voor nieuw beleid en de gemeente zowel gevraagd als ongevraagd adviseert. Voor de komende jaren heeft SHM een meerjarenplan opgesteld inclusief een overzicht van deliverables en begroting (bijlage 1 en 2). Het is de eerste keer dat SHM voor meerdere jaren subsidie aanvraagt, maar dit past wel bij de volwassen fase waar de organisatie in zit.

Kern

SHM hanteert een merkstrategie waarbij zij de focus legt op het onderscheidend vermogen van Hilversum ten opzichte van andere steden. Samen met bewoners, bedrijven en maatschappelijke organisaties zet SHM zich in om Hilversum te positioneren als een creatieve, open en ambitieuze mediastad. De komende jaren houdt SHM vast aan een aantal strategische uitgangspunten. De branding van Hilversum als dé creatieve mediastad moet leiden tot zichtbaarheid en een grotere aantrekkingskracht van de stad. Primaire doelgroep daarbij zijn avontuurzoekers die nieuwsgierig zijn naar het DNA van Hilversum. SHM zal echter een brede blik behouden zodat zoveel mogelijk mensen kunnen worden aangesproken met het diverse aanbod dat Hilversum te bieden heeft. De samenwerking

met partners verstevigen en uitbreiden blijft van belang, zodat ook hun trots voor en betrokkenheid bij het merk Hilversum zal groeien. Data vormt een belangrijke basis voor het (toekomstig) handelen van de organisatie.

SHM geeft de komende jaren weer uitvoering aan de volgende kerntaken:

- De stadspromotie en -branding;
- Een gastvrije ontvangst van bezoekers, organisatoren en nieuw te vestigen ondernemers;
- Het onderhouden en versterken van relaties en samenwerkingen binnen en buiten de stad;
- Onderzoek naar en monitoring van trends en de impact van citymarketing activiteiten.

Deze kerntaken vormen een afgeleide van de kerntaken uit eerdere jaarplannen en zoals gedefinieerd in het oorspronkelijke Startdocument 2018.

Organisatie

In 2024 zal SHM weer een tevredenheidsmeting onder haar samenwerkingspartners uitvoeren en de resultaten betrekken bij de activiteiten en organisatieontwikkeling. Het komende jaar zal de onderlinge samenwerking tussen Hilversum Marketing, Stadsfonds en Stichting Centrum Hilversum de aandacht krijgen. De stad is gebaat bij een goede krachtenbundeling van deze organisaties en voor de lange termijn zal worden verkend hoe de slagvaardigheid kan worden vergroot. SHM onderschrijft dit doel en werkt hier graag aan mee.

Begroting

SHM heeft voor de komende vier jaar een zo reëel mogelijke begroting opgesteld. SHM verwacht de komende jaren te maken hebben met stijgende kosten die zij niet met extra inkomsten kan opvangen. Op basis van een reële schatting zijn deze kosten al verwerkt in het aangevraagde subsidiebedrag. Het gaat met name om de huisvestingskosten en personeelslasten. Het streven is om vanaf 2025 in ieder geval de VVV en mogelijk zelfs de gehele organisatie te verhuizen naar een plek in het centrum. Daarnaast is het voor SHM van belang dat zij haar personeel ook ontwikkelmogelijkheden kan bieden. Dit draagt bij aan de professionaliteit en wendbaarheid van het team, wat ten goede komt aan haar inzet voor de stad.

Argumenten

3.1 SHM is een vaste waarde voor de stad

SHM is een vaste partner en waarde voor (partijen uit) de stad. Zo neemt zij bijvoorbeeld deel aan de taskforce centrum, die uitvoering geeft aan de Gebiedsagenda Centrum. In het Collegeakkoord 2022-2026 wordt de waarde van citymarketing voor inwoners en bedrijven eveneens onderschreven. Voor de organisatie betekent de meerjarige toezegging van subsidie ook dat zij duurzaam kan 'ondernemen' en beter kan inspelen op het ritme van activiteiten in de stad.

3.2 Activiteiten van SHM dragen bij aan beleidsdoelen gemeente

Het centrale doel van citymarketing voor de gemeente is het welbevinden van de bewoners en gebruikers van Hilversum, en een hogere welvaart. Het gaat dus enerzijds om betrokken en actieve bewoners die zich identificeren met hun stad en anderzijds om het verwerven van een hoger marktaandeel in de koopstromen die leiden tot hogere omzetten. Een goede citymarketing kan hierdoor de trots, betrokkenheid en tevredenheid bij Hilversum van de eigen inwoners en bedrijven vergroten. Een gevolg hiervan is dat de voorzieningen in Hilversum op peil blijven en verder kunnen worden uitgebreid.

3.3 DAEB aanwijzing vormt grondslag voor meerjarig subsidiëren

SHM is op 6 december 2017 door de gemeenteraad aangemerkt als Dienst van Algemeen Economisch Belang, waardoor zij bereid is de organisatie te subsidiëren. Gemeente Hilversum constateerde des tijds dat citymarketing een dienst is die zonder overheidsbijdrage onvoldoende wordt ingevuld door marktpartijen. Er mag redelijkerwijs van worden uitgegaan dat ook de komende jaren geen andere partijen aanspraak zullen en kunnen maken op de subsidie, te meer omdat SHM is

aangewezen als citymarketingorganisatie van Hilversum. In het [Rekenkameronderzoek](#) van 2022 werd al aangegeven dat het aangaan van een meerjarige subsidie goed past bij het idee van basissubsidies en dat er geen juridische belemmeringen bestaan om van deze vorm gebruik te maken. De gemeente en SHM blijven wel jaarlijks de voortgang monitoren en evalueren.

Kanttekeningen

1.1 SHM heeft groeiambities, maar blijft zich richten op haar huidige activiteiten

SHM ziet nieuwe kansen voor de stad en heeft groeiambities, maar tegelijkertijd kampt zij met een beperkt budget en is zij al in grote mate afhankelijk van gemeentelijke subsidie. De afgelopen jaren vielen de inkomsten uit derden, om uiteenlopende redenen, tegen. Tijdens het bestuurlijk overleg van 29 juni jl. hebben SHM en de gemeente geconstateerd dat het vergroten van deze inkomsten geen reële doelstelling is. Het ligt dus niet in de lijn der verwachting dat de organisatie de komende jaren nieuwe activiteiten gaat ontplooiën, zonder toenemende bijdragen van derden. Indien de gemeente zelf een beroep doet op SHM voor werkzaamheden die buiten de kerntaken vallen dan zal hiervoor een aparte opdracht worden verstrekt.

1.2 Indexatie van de subsidie voor 2025 t/m 2027 kan gevolgen hebben voor SHM

De voorgestelde subsidieverlening voor 2024 is gelijk aan de aanvraag van SHM. Voor de periode 2025 t/m 2027 is de voorgestelde verlening echter lager dan is aangevraagd, omdat rekening is gehouden met de in de meerjarenbegroting aanwezige middelen voor citymarketing. Er bestaat de mogelijkheid dat de vastgestelde subsidieindexatie in een begrotingsjaar lager uitvalt dan wat SHM nodig heeft voor haar activiteiten. Mocht deze situatie zich voordoen dan zal met de organisatie het gesprek worden aangegaan over de prioritering van taken.

Financiën, middelen & capaciteit

De aangevraagde subsidie voor 2024 van € 631.200 is bijna 4% hoger dan afgelopen jaar, maar past binnen de begroting 2024 en beschikbaar gestelde subsidieindexatie van 6%. De subsidie van in totaal €1.893.600 voor de periode 2025 t/m 2027 wordt gedekt uit de structureel aanwezige subsidiebudgetten binnen programma 3 Werken, taakveld 3.4 Economische promotie. Deze subsidiebudgetten zullen eveneens jaarlijks worden geïndexeerd in de gemeentebegroting.

Uitvoering

Bij een positief besluit wordt SHM schriftelijk over de toekenning geïnformeerd conform subsidiebeschikking (bijlage 3).

Burgemeester en wethouders van Hilversum,
de gemeentesecretaris, de burgemeester,

mr. C.P. Torres Barrera dr. ir. G.M. van den Top

Bijlage(n)

1. Jaarplan 2024-2027 Stichting Hilversum Marketing
2. Meerjarenbegroting 2024-2027 Stichting Hilversum Marketing
3. Concept beschikking 2024-2027 Stichting Hilversum Marketing