



B&W Advies

Portefeuillehouder	: M.G.E. Som
Afdeling	: Publiekszaken
Opsteller	: B.F.M. Booltink
Registratienummer	: 21int04838

<input checked="" type="checkbox"/> Openbaar	<input type="checkbox"/> Raad
<input type="checkbox"/> Niet openbaar	

Onderwerp: BenW advies Subsidieaanvraag Stichting Montferland Marketing 2022
--

Samenvatting: Stichting Montferland Marketing (SMM) heeft een subsidie aangevraagd voor 2022. Geadviseerd wordt deze subsidie niet te verlenen, omdat het ingediende plan en de begroting niet voldoen aan de gestelde voorwaarden. Geadviseerd wordt een subsidie van € 20.000 te verlenen voor het door een professionele derde partij laten opstellen van een marketing- en promotieplan en € 3.000 subsidie te verlenen voor het voortzetten van de TIP.
--

Advies (concept besluit): 1. Afwijzen van de subsidieaanvraag van Stichting Montferland Marketing voor het jaar 2022. 2. SMM een subsidie verlenen van € 20.000 voor het door een professionele derde partij laten opstellen van een marketing- en promotieplan, conform de voorwaarden beschreven in dit B&W-advies. 3. SMM een subsidie verlenen van € 3.000 voor het voortzetten van de TIP t/m minimaal mei 2022. 4. Instemmen met bijgevoegde raadsbrief.

B&W. dd.: 07/12/2021	Nummer: H
Besluit: Gewijzigd	
Definitief besluit: Het college:	
1. Wijst de subsidieaanvraag van Stichting Montferland Marketing voor het jaar 2022 af.	
2. Verstrekt SMM € 15.000 overbruggingssubsidie voor de periode t/m mei 2022.	
3. Verleent SMM een subsidie van € 5.000 voor het door een HBO-instelling laten opstellen van een marketing- en promotieplan.	
4. Verleent SMM een subsidie van € 3.000 voor het voortzetten van de TIP t/m minimaal mei 2022.	
5. Past de raadsbrief aan i.o.m. portefeuillehouder.	

Aanleiding:

Eind 2020 is het R&T-beleid 'Mooi Montferland – De groene poort van Nederland' door college en raad vastgesteld. Hierin is opgenomen dat de gemeente niet langer zelf de recreatieve en toeristische marketing en promotie van Montferland zal verzorgen, maar dit zal overlaten aan een externe partij. Vorig jaar heeft Stichting Montferland Marketing (hierna: SMM) hiervoor een subsidieaanvraag ingediend. Begeleid van een positief advies van het R&T-adviesorgaan van het college, het Toeristisch Platform Montferland (hierna: TPM), is toen een subsidie van € 116.625 verleend aan SMM voor het jaar 2021. Voor het jaar 2022 is opnieuw een subsidieaanvraag ingediend.

Overweging:

SMM kan op dit moment op de volgende punten worden beoordeeld (zie bijlagen):

- het ingediende plan 2022;
- de begroting 2022 t/m 2024;
- de tot nu toe aangeleverde resultaten;
- waar de focus in de uitvoering tot nu toe heeft gelegen.

Daarnaast worden in de overweging de volgende punten in acht genomen:

1. Afwijken van ingeslagen koers kost geld.

De subsidie voor 2021 is reeds verleend, waardoor het veranderen van uitvoerende organisatie in 2022 leidt tot verlies van de reeds ingezette gelden.

2. SMM heeft een verlate start gehad in een coronajaar.

Het is moeilijk SMM nu al te beoordelen. SMM heeft pas in juni 2021 de eerste subsidietermijn ontvangen, omdat er pas laat een bankrekeningnummer beschikbaar was. Daarnaast was 2021 een jaar vol coronamaatregelen. SMM verwacht dat zij pas op 1 april 2022 op volle kracht van start kan.

3. SMM besteedt vol energie en enthousiasme veel vrijwillige tijd in de marketing en promotie.

Het staat buiten kijf dat de tijd en energie die door de vrijwilligers van SMM is gestoken in marketing en promotie groot is. Het is een verlies als dit niet wordt benut.

Beoordeling:

Naast waardering voor de door SMM bestede tijd en energie en rekening houdend met de reeds bestede gelden, kunnen de volgende conclusies worden getrokken op basis van het door SMM ingediende plan en begroting en de uitvoering tot nu toe:

1. Het plan voldoet niet aan de voorwaarden.

Op 12 juli 2021 heeft een evaluatie plaatsgevonden tussen SMM, de portefeuillehouder en de betrokken ambtenaar over de eerste subsidietermijn van SMM (maart t/m juni 2021). Ook heeft het TPM een kritisch advies aan het college uitbracht over de voortgang van de werkzaamheden van SMM.

Hieruit kwam onder andere naar voren dat er de afgelopen periode is gebleken dat er behoefte is aan meer duidelijkheid over de visie en strategie van SMM. Naar aanleiding hiervan is de tweede subsidietermijn verleend en zijn er onder andere voorwaarden gesteld voor de subsidieaanvraag van 2022. Er is gevraagd om deze subsidieaanvraag uiterlijk 30 september 2021 in te dienen en hierbij te zorgen voor een verdere uitwerking van de huidige plannen. Specifiek werd gevraagd om:

- Een onderbouwd marketing- en promotieplan met een globale meerjarenplanning van minimaal 3 jaar. In dit plan moesten in ieder geval worden onderbouwd welke doelgroepen middels welke strategie en met welke promotiekanalen zouden worden benaderd op welk moment. De branding diende te passen bij de gekozen strategie en doelgroepen.
- SMART-doelstellingen voor 2022 én voor op de langere termijn (bijvoorbeeld 2025-2030).

Het plan dat is ingediend voor 2022 (zie bijlage) lijkt erg op het plan van 2021 en voldoet niet aan de voorwaarden en is van onvoldoende kwaliteit:

- de doelgroep is niet onderbouwd of verder uitgewerkt;
- de strategie is zeer globaal en beknopt beschreven en legt te weinig verband met de doelgroep;
- het is niet duidelijk wie, wanneer, op welke manier wordt benaderd in de promotie en marketing;
- de branding is niet uitgewerkt en er staat ook niet aangegeven hoe dit zal worden uitgewerkt;
- de omschreven doelstellingen zijn zeer globaal en niet SMART.

2. *SMM heeft niet gekozen om een derde partij in te huren voor het opstellen van een marketing- en promotieplan.*

Uiteraard kan SMM om aanvullende onderbouwing en uitwerking van het plan gevraagd worden, waarna dit opnieuw door het college kan worden beoordeeld. Vorig jaar is er echter een gelijksoortig plan ingediend en na een kritische evaluatie is er geen kwalitatieve verbetering bereikt. Ook is er, voor zover bekend, geen gebruik gemaakt van de optie om een bedrag uit de subsidie te besteden aan de inhuur van derden voor het opstellen van dit plan.

3. *De begroting is niet realistisch.*

In het collegebesluit van 16 februari 2021 (21int00444) is aangegeven dat in het geval van een meerjarige subsidie de subsidie vanaf 2022 jaarlijks zal worden afgebouwd tot een nader te bepalen basisbedrag. SMM is bekend met dit besluit en heeft er toch voor gekozen een begroting (zie bijlage) in te dienen met een subsidiebedrag van € 190.375 in 2022. De begroting heeft geen verdere onderbouwing of toelichting en het bedrag is niet realistisch.

4. *Het TPM adviseert negatief op de ingediende subsidieaanvraag.*

Het TPM-advies (zie bijlage) is kritisch en adviseert negatief op de subsidieaanvraag voor 2022. Het TPM vertegenwoordigt de achterban van Montferlandse R&T-ondernemers en is een adviesorgaan voor het college. Het advies sluit aan bij de signalen die wij als gemeente ontvangen van ondernemers over de moeilijke bereikbaarheid van SMM, de beperkte zichtbaarheid van SMM en de onduidelijkheid met betrekking tot de verwevenheid met de commerciële marketingorganisatie Crio. Uiteindelijk zijn de R&T-ondernemers degenen die primair profiteren van de recreatieve en toeristische marketing en promotie. Het is van belang dat zij de voordelen zien en ervaren van de ingeslagen koers.

5. *Prioriteiten in de uitvoering tot nu toe liggen anders dan verwacht en gewenst.*

SMM heeft op 1 november 2021, als aanvulling op de aangeleverde stukken, een presentatie gegeven over de plannen en de tot nu toe behaalde resultaten. Hierbij gaf SMM aan dat later dit jaar meer resultaten inzichtelijk zouden worden. Helaas is dit te laat om mee te nemen in de beoordeling van de subsidieaanvraag. Op basis van de presentatie, van hetgeen is aangeleverd (zie bijlage) en op basis van hetgeen zichtbaar is in het veld, kan worden geconcludeerd dat er de afgelopen tijd door SMM veel tijd en energie gestoken in diverse zaken, maar de uitvoering niet aan de verwachtingen blijkt te voldoen.

Enkele voorbeelden:

- het Toeristisch InformatiePunt is snel na de start ingericht en geopend, maar heeft wat betreft inrichting en aanbod nog een kwaliteitsslag nodig;
- er zijn vele wandelroutes opgesteld op basis van het wandelnetwerk, echter volgens ambtelijke analyse voegen deze routes weinig meerwaarde toe ten opzichte van het bestaande aanbod;
- voor het uitwerken van het merk Montferland zouden o.a. inwoners gevraagd worden mee te denken en zou er een logowedstrijd worden uitgezet. Uiteindelijk heeft SMM zelf gekozen voor een logo en is het merk en verdere branding nog niet verder uitgewerkt. Ondertussen worden er al wel promotionele uitingen geproduceerd (brochures e.d.);
- de indruk van het originele plan was dat er veel aandacht zou zijn voor digitale promotie. Tot nu toe blijkt de vulling van websites (zoals montferland.nl en ontdekmontferland.nl) nog beperkt en worden niet alle beschikbare sociale media-accounts optimaal gebruikt, ook niet gedurende het hoofdseizoen van 2021. De nadruk lijkt vooral te liggen op de het vormen van arrangementen en het opzetten van meer websites, terwijl de vulling van de huidige sites onvolledig en soms zelfs onjuist is.

6. *De verwevenheid met Crio is onduidelijk.*

Het besluit eerder dit jaar om SMM voor 2021 een subsidie te verlenen (21int00444 besluit d.d. 16-02-2021) had als belangrijke kanttekening dat het onderscheid tussen subsidie en inkoop in dit geval niet volledig duidelijk was.

In de loop van 2021 is gebleken dat Crio een grote rol in de uitvoering van de digitale promotie en marketing van SMM heeft, ook verzorgt Crio de volledige klantenservice. Uiteraard staat het SMM vrij in te huren wie zij wil, maar het punt waar SMM stopt en Crio begint is onduidelijk. Crio presenteert zich regelmatig als onderdeel van SMM in plaats van als één van de ingehuurde partijen. Bij de eerder genoemde presentatie op 1 november 2021 was de vertegenwoordiging van Crio voor het overgrote deel aan het woord, praatte deze persoon in de 'wij'-vorm wanneer er over SMM werd

gepraat, gaf aan zich onderdeel te voelen van SMM en gaf aan een deel van zijn bedrijf aan SMM te hebben gegeven.

Ook online is de verwevenheid tussen SMM en Crio duidelijk. Een voorbeeld: wanneer men op de site van SMM kijkt bij het team (<https://montferlandmarketing.nl/team/>) staat er 'Binnenkort vindt u hier het team dat meewerkt aan de Montferland op 1 Campagne. Voor nu kijk even **hier op Montferland.nl** waar u al verschillende toppers vindt die meewerken om onze regio goed op de kaart te zetten.' De Montferland op 1 Campagne is een campagne die Crio naar eigen zeggen al sinds 2019 voert. Door op de dikgedrukte link te klikken komt men op <https://www.montferland.nl/team> waar het team van Crio staat vermeld, met onderin de tekst 'Meer over onze initiatieven rondom de marketing van ons mooie Montferland lees je op [Montferlandmarketing.nl](https://montferlandmarketing.nl/)' (wat weer de site is van SMM).

Dit gecombineerd met het aandeel van de SMM-begroting voor 2022 dat gereserveerd is voor het digitale deel (€45.000 online marketing en promotie, € 26.250 overname/ondersteuning websites en €40.000 ondersteuning ondernemers) en naar verwachting grotendeels bestemd is voor Crio, maken dat het onduidelijk is of de gemeente de activiteiten van SMM subsidieert of eigenlijk diensten van Crio inkoop. In dat laatste geval is er uiteraard sprake van een aanbestedingsplicht.

Conclusie:

Alles in acht genomen is de conclusie dat SMM wel voldoende tijd, energie en inzet levert voor de uitvoering van de promotie- en marketingactiviteiten, maar nog onvoldoende beschikt over een uitgewerkt plan met een visie en strategie. Het advies van het TPM weegt zwaar en is gegrond, maar men moet voorkomen dat het kind met het badwater wordt weggegooid.

Om deze reden wordt geadviseerd om de huidige subsidieaanvraag af te wijzen, maar SMM een subsidie te verlenen van € 20.000 voor het eerste kwartaal van 2022 voor het opstellen van een marketing- en promotieplan, inclusief een uitvoeringsagenda en een begroting voor de komende vijf jaar. Met deze subsidie worden ze op weg geholpen met een toekomstbestendige visie en strategie en vervolgens kan SMM zich focussen op de daadwerkelijke uitvoering.

Voor het opstellen van dit plan dienen zij een professionele partij te kiezen, die beschikt over de benodigde kennis en expertise om onderbouwd te kunnen adviseren over dit onderwerp. Deze partij wordt geselecteerd door SMM en voorgedragen aan het TPM. Na goedkeuring van het TPM, kan deze partij worden ingehuurd voor het opstellen van het plan en worden betaald uit de subsidiegelden.

Het plan wordt geschreven door een professionele derde, maar input, voorwaarden en kaders voor het plan zullen ingebracht worden door SMM, TPM en de gemeente. Hierin wordt gestreefd naar een gelijke inbreng van deze drie partijen.

Na oplevering van het plan, kan SMM kiezen of zij hier uitvoering aan wenst te geven. Zo ja, dan blijft het plan eigendom van SMM en kan er bij de gemeente een nieuwe subsidieaanvraag op basis van dit plan worden ingediend. Zo nee, dan wordt het plan eigendom van de gemeente. Ook als in de toekomst blijkt dat SMM als uitvoerende partij zich onvoldoende conformeert aan het plan, gaan de eigendomsrechten van het plan over naar de gemeente.

Tussentijds is het aan SMM in hoeverre zij de activiteiten kan en wil voortzetten zonder subsidie. Wel wordt een subsidie van € 3.000 geadviseerd om het Toeristisch Informatiepunt in 's-Heerenberg te kunnen voortzetten, om ook de continuïteit voor de betrokken vrijwilligers en de toerist te waarborgen. Dit bedrag is gebaseerd op de begroting zoals ingediend door SMM.

Interne afstemming:

De financiële paragraaf is afgestemd met de financiële afdeling.

Participatie:

Het TPM heeft op verzoek van de gemeente een advies opgesteld over de subsidieaanvraag 2022. Dit advies is meegenomen in de onderbouwing van het collegevoorstel.

Financiën:

De subsidie van € 23.000 kan worden betaald uit het budget Recreatie en Toerisme (34120) De overige subsidie gereserveerd voor de recreatieve en toeristische promotie- en marketingactiviteiten blijft beschikbaar voor de uitvoering van het nieuwe plan.

Advies:

1. Afwijzen van de subsidieaanvraag van Stichting Montferland Marketing voor het jaar 2022.
2. SMM een subsidie verlenen van € 20.000 voor het door een professionele derde partij laten opstellen van een marketing- en promotieplan, conform de voorwaarden beschreven in dit B&W-advies.
3. SMM een subsidie verlenen van € 3.000 voor het voortzetten van de TIP t/m minimaal mei 2022.
4. Instemmen met bijgevoegde raadsbrief.

Bijlagen:

- Plan/subsidieaanvraag Stichting Montferland Marketing 2022 (21b0017360)
- Begroting Stichting Montferland Marketing 2022 t/m 2024 (21b0017361)
- SMM – uitvoering, samenwerking en resultaten (21b0017945)
- TPM-advies inzake subsidieaanvraag Stichting Montferland Marketing 2022 (21b0017362)
- Raadsbrief SMM subsidieaanvraag 2022 (21int04859)