

RAADSVOORSTEL

Raadsvergadering:	27 juni 2024
Agendapunt:	
Commissie:	Bestuur en middelen
Portefeuillehouder:	Robert te Beest (Citymarketing en Evenementenbeleid)
Relatie met andere portefeuillehouder(s):	Christian Schouten (algemene evenementen) Christiaan Peetoom (Economie)

Onderwerp: Strategienota Citymarketing en Evenementen 2024-2028

Voorgesteld besluit

1. Te besluiten om de Strategienota Citymarketing en Evenementen 2024-2028 vast te stellen.

Samenvatting

Voor de komende beleidsperiode worden de Citymarketingnota 2017-2020 en Strategienota Evenementen 2017-2021 samengevoegd in de 'Strategienota Citymarketing en Evenementen 2024-2028'. Bijgevoegde strategienota is een integraal afgestemd beleidskader en tot stand gekomen op basis van een uitgebreid participatietraject. Het schetst de kaders en visie voor citymarketing en evenementen van de gemeente Alkmaar voor de jaren 2024-2028 en vormt de basis voor sturingsinstrumenten die komende periode worden opgesteld. De nota zet in op een groei van kwalitatieve dag- en verblijfsbezoekers in de rustige maanden van het jaar, lokale ambassadeurs, namelijk trotse bewoners, doorontwikkeling naar integrale citymarketing en een waardevol en kwalitatief hoogstaand evenementenaanbod voor bewoners en bezoekers in alle seizoenen van het jaar en door de gehele gemeente. In dit raadsvoorstel wordt de raad gevraagd om de Strategienota Citymarketing en Evenementen 2024-2028 vast te stellen.

Dit voorstel staat in relatie tot het coalitieakkoord en de programmabegroting

Argumenten

1.1 Met deze geactualiseerde strategienota spelen we in op ontwikkelingen en uitdagingen

Sinds de voorgaande nota's over citymarketing en evenementen is er veel gebeurd en veranderd binnen en buiten de gemeente. Zo heeft de Covid-19 pandemie en bijbehorende gevolgen impact gehad op de evenementensector en organisatoren. Evenementen spelen ook een steeds grotere rol spelen voor onze eigen bewoners, voor de sociale cohesie in de gemeente. Ook vond in 2023 de viering van Alkmaar Ontzet 450 jaar plaats, dit leverde nieuwe inzichten op: het vergrootte de publieke familiariteit en een gevoel van trots onder bewoners. Dit evenement droeg bij aan Alkmaars nominatie voor de titel 'Evenementenstad van het Jaar' en de 'Event Impact Award'. Op het vlak van citymarketing

zien we dat bezoekersmarketing zich verbreedt naar integrale citymarketing. De citymarketingactiviteiten richten zich op meerdere doelgroepen, zoals bewoners, ondernemers en talenten. De wens tot uitbreiding van de citymarketingdoelgroepen kwam ook naar voren uit het participatietraject. Voor regionale ontwikkelingen, zoals het stoppen van Holland boven Amsterdam, is dit stuk een onderlegger voor keuzes die we de komende periode maken over toeristische marketing en hoe dit te organiseren.

1.2 Evenementen zijn een onlosmakelijk onderdeel van onze citymarketing en daarom in deze nota samengevoegd

We willen onze positie als 'place to be' en als aantrekkelijke gemeente om te wonen, te bezoeken, te werken en talent te ontwikkelen waar bewoners zich thuis voelen, vasthouden. Dit sluit aan op het coalitieakkoord waarin staat dat het op positieve wijze in beeld brengen en promoten van de stad, bijvoorbeeld door festivals en evenementen, alle steun verdient. Citymarketing is het lange termijn middel dat we hiervoor inzetten. Evenementen dragen ook bij aan een aantrekkelijke gemeente en zijn onderdeel van onze citymarketing. Daarom zijn citymarketing en evenementen gecombineerd in één document.

1.3 Deze strategienota sluit aan op de doelen uit de vorige Strategienota Evenementen

De Strategienota Citymarketing en Evenementen sluit ook aan bij de doelstellingen uit de vorige Strategienota Evenementen: een sterkere koppeling tussen citymarketing en evenementen. Met het eerder ingezette citymarketing- en evenementenbeleid is een goed fundament gelegd. Uitgangspunten uit de vorige nota's komen terug in het nieuwe beleid, maar het blijven nemen van stappen in de juiste richting op het gebied van citymarketing en evenementen vraagt om actualisatie van het beleid.

1.4 Er ligt een grondig participatietraject aan deze nota ten grondslag

Ondernemers, bewoners, instellingen, en de gemeente zelf (zowel ambtelijk als bestuurlijk) zijn betrokken bij de totstandkoming van deze strategienota. Er zijn 25 gesprekken en workshops gevoerd met meer dan 60 vertegenwoordigers van partijen als bewoners (binnenstad), evenementenorganisatoren, horeca, sport, culturele instellingen, onderwijs en ondernemers. Daarnaast heeft een bewonersenquête ruim 800 reacties opgeleverd vanuit de gehele gemeente met een gezonde mix in leeftijden van respondenten. Daarnaast is doorlopend input opgehaald, bijvoorbeeld bij bijeenkomsten voor evenementenorganisatoren. De kern van deze nota is meermaals gecheckt bij stakeholders, bijvoorbeeld bij bijeenkomsten van de Alkmaar Prachtstad Club. De uitkomsten van de participatie zijn geïntegreerd in de strategienota. Deze nota is geschreven in nauw contact met St. Hart van Noord-Holland (voorheen Alkmaar Marketing en VVV). Meer informatie over betrokkenen en resultaten staat in het participatieverslag in bijlage 1 van de Strategienota Citymarketing en Evenementen.

1.5 Gemeenteraad stelt de kaders vast, uitvoering van citymarketing door Stichting Hart van Noord-Holland

Citymarketing is een vak en het vraagt specifieke expertise en vaardigheden om de gewenste doelgroepen aan te trekken. Stichting Hart van Noord-Holland (voorheen Alkmaar Marketing en VVV) is de professionele partij die de citymarketing voor gemeente Alkmaar uitvoert. De gemeente biedt St. Hart van Noord-Holland de ruimte om, in samenspraak met de gemeente en met andere belanghebbende partijen, de noodzakelijke strategische marketingkeuzes te maken om Alkmaar te vermarkten. In het [marketingplan](#) van St. Hart van Noord-Holland staat de aanpak toegelicht. De gemeente heeft een tienjarenafpraak met Stichting Hart van Noord-Holland (raadsbesluit: 25-03-

2021). Via de jaarlijkse subsidieaanvraag, verantwoording en bijbehorende kwartaal gesprekken wordt het samenspel tussen gemeente en de professionele citymarketingorganisatie geoptimaliseerd. Deze strategienota is ook de onderlegger voor de op te stellen en te actualiseren beleidsinstrumenten zoals de factsheets voor evenementenlocaties, de Uitvoeringsregels Evenementen en de Nadere regels subsidie economische activiteiten en evenementen.

1.5 De Strategienota Citymarketing en Evenementen sluit aan op de Visie Toerisme en Recreatie Regio Alkmaar 2025 – 2035

De nieuwe Visie Toerisme en Recreatie Regio Alkmaar 2025 – 2035 en de Strategienota Citymarketing en Evenementen 2024 – 2028 van de gemeente Alkmaar zijn aparte visies met eigen doelstellingen. De Strategienota Citymarketing en Evenementen is een beleidsmatig kader van de gemeente Alkmaar op het gebied van citymarketing en evenementen. De nieuwe Visie Toerisme en Recreatie Regio Alkmaar gaat over toerisme en recreatie in de regio Alkmaar en wordt opgesteld door de gemeenten Alkmaar, Bergen, Castricum, Dijk en Waard, Heiloo en Uitgeest. De uitgangspunten van de Strategienota Citymarketing en Evenementen zijn meegenomen in de concept Visie Toerisme en Recreatie Regio Alkmaar. Verwachte besluitvorming voor de Visie Toerisme en Recreatie Regio Alkmaar is rond de zomer van 2024.

1.6 De Strategienota Citymarketing en Evenement sluit aan op het Coalitieakkoord 2023-2026

Het college wil Alkmaar op een positieve wijze in beeld brengen en promoten, door bijvoorbeeld festivals, evenementen en sportmanifestaties. De Strategienota Citymarketing en Evenementen sluit hier op aan. Om hier invulling aan te geven is Alkmaar gastvrij voor evenementenorganisatoren die het evenementenaanbod verrijken: de gemeente is duidelijk over haar rol richting organisatoren, er zijn subsidiemogelijkheden en er is aandacht voor vereenvoudiging van het vergunningproces. Ook is er in deze strategienota aandacht voor de toekomstbestendigheid van lokale evenementen. Dit sluit aan op het Coalitieakkoord waarin staat dat de gemeente lokale evenementen blijft ondersteunen. Evenementen kunnen - naast economie - ook bijdragen aan andere doelen zoals het vitaal en leefbaar houden van de dorpen en een bruisend stadshart. Deelname aan of kijken naar sportevenementen hebben een positief effect op sportiviteit in Alkmaar. Culturele evenementen brengen Alkmaar in beeld als cultureel centrum van de regio.

Kanttekeningen en alternatieven

1. Deze nota heeft geen betrekking op de regels van de vergunningverlening.

De bepalingen voor het verlenen van een evenementenvergunning zijn opgenomen in een apart document: Uitvoeringsregels Evenementen. Deze uitvoeringsregels zijn vastgesteld in 2018 en vlak voor de Covid-19 pandemie in 2019 samen met de Klankbordgroep Evenementen Binnenstad geëvalueerd en opnieuw vastgesteld door het college van B&W. Deze citymarketing- en evenementennota vormt een beleidsmatig kader en heeft geen betrekking op de 'Uitvoeringsregels Evenementen'.

Financiële aspecten

Er is geen begrotingswijziging nodig. Uitgangspunt van de Strategienota Citymarketing en Evenementen 2024-2028 is de voortzetting van het voor citymarketing en evenementen gealloceerde budget in 2024 gedurende de uitvoeringsperiode. Het budget citymarketing en evenementen bedraagt in 2024 voor structurele bijdrage en subsidies voor citymarketing en toeristische evenementen € 605.033, - en het uitvoeringsbudget van citymarketing en evenementen is € 114.721, -. De beschikbare middelen worden ingezet voor de acties die beschreven worden in het

uitvoeringsprogramma binnen dit beleidskader. Specifiek voor evenementen volgt een financieel verzoek via de meerjarenbegroting.

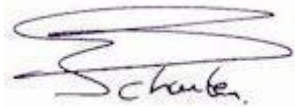
Vervolg en communicatie

Met de vaststelling van het nieuwe Citymarketing en Evenementenbeleid 2022-2025 vervallen de voorgaande nota's Citymarketingnota 2017-2020 en Strategienota Evenementen 2017-2021. Betrokken stakeholders worden actief geïnformeerd over besluitvorming. Na de vaststelling van de visie start de uitvoering.

Bijlagen

1. Strategienota Citymarketing en Evenementen 2024 – 2028

mw. drs. A.M.C.G. (Anja) Schouten, burgemeester

A handwritten signature in purple ink, appearing to read 'Schouten'.

dhr. R.M. (Robert) Reus, gemeentesecretaris

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'R. Reus'.

Collegevergadering: 14 mei 2024

Nr.

De raad van de gemeente Alkmaar;

Gelet op

Het besluit van burgemeester en wethouders van 14 mei 2024

Het advies van de commissie Bestuur en middelen 11 juni 2024

Besluit

1. Te besluiten om de Strategienota Citymarketing en Evenementen 2024-2028 vast te stellen.

De raad van Alkmaar, 27 juni 2024

mw. drs. A.M.C.G. Schouten, burgemeester

mw. mr. V.H. Hornstra, griffier