

Datum : 24 juni 2024
Onderwerp : Toezeggingen Strategienota Citymarketing en Evenementen 2024 – 2028
Van : Wethouder Robert te Beest

Geachte leden van de raad,

In de commissie Bestuur en Middelen van 12 juni 2024 heb ik u twee toezeggingen gedaan. Via deze raadsinformatiebrief doe ik deze toezeggingen gestand.

Toezegging: Juryrapport Gouden Giraffe Award

Als bijlage treft u het juryrapport van de Gouden Giraffe Award. Een rapport met veel complimenten en waardevolle feedback, tops en tips dat heeft geleid tot het winnen van deze vakprijs. De feedback gaat onder meer over het beter onderbouwen van bijvoorbeeld de sociale en economische impact van evenementen met cijfers en data en een analyse op Return On Investment lange termijn. Deze feedback nemen we ter harte.

Toezegging: Mogelijkheden toepassing KPI's bij de Strategienota Citymarketing & Evenementen

De *Strategienota Citymarketing en Evenementen 2024-2028* is een strategisch kader waarin de gemeentelijke beleidslijnen voor citymarketing en evenementen uiteengezet zijn. Om prestaties van onze inspanningen te kunnen meten en door te vertalen is het nodig om over relevante data te beschikken en deze over meerdere jaren te volgen. Van daaruit kunnen we dit door vertalen naar concretere doelen. Data is een element in onze nieuwe strategienota. Onderzoek en monitoring is in de subsidieafspraken met Stichting Hart van Noord-Holland verankerd en zij verantwoorden aan de hand van eigen KPI's. Hierin kunnen we zeker nog groeien.

We lichten in deze raadsinformatiebrief toe welke zaken we nu al meten en op welke manieren wij nagaan wat effecten zijn van het te voeren beleid. Als bijlage treft u ook een Infographic "Alkmaar geteld en verteld".

In de *Strategienota Citymarketing en Evenementen* zijn de volgende meetbare uitvoeringsacties en doelen opgenomen:

- In de *Strategienota Citymarketing en Evenementen 2024-2028* zijn concrete uitvoeringsacties opgenomen. Van deze acties kan de gemeente tussentijds en aan het einde van de beleidsperiode nagaan of ze zijn uitgevoerd. Voorbeelden van de uitvoeringsacties zijn: het opstellen van 'Nadere regels economische activiteiten en evenementen' en het opstellen van Uitvoeringsregels en factsheets voor evenementenlocaties;
- Ook kan voor een aantal doelstellingen uit de strategienota gemeten worden of ze zijn behaald. Een voorbeeld hiervan is: meer evenementen in de rustige maanden november tot en

maart. Aan de hand van de vergunde of gemelde evenementen kunnen we aflezen of het aantal evenementen in de rustige maanden is toegenomen. Een tweede voorbeeld: via de Evenementendesk toetsen bij organisatoren of zij vinden dat de vergunningenprocedure eenvoudiger is geworden en hoe gastvrij zij de gemeente ervaren;

- Stichting Hart van Noord-Holland stelt - als uitvoerder van onze citymarketing - jaarlijks een marketingplan op met eigen concrete doelen die gebaseerd zijn op het gemeentelijke citymarketingbeleid. Stichting Hart van Noord-Holland voert de acties bij deze doelen uit en stuurt hier ook op. Via beschikbare onderzoeken zoals 'Imago onderzoek steden en regio's' en 'Toeristisch bezoek aan steden' van Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen, koopstromenonderzoek en passantentellingen worden indicatoren als groei, bekendheid, bestedingen gemeten. Stichting Hart van Noord-Holland meet ook online bezoekers, social media volgers, views en tevredenheid van bijvoorbeeld evenementenorganisatoren via enquêtes.

Deze meetbare aspecten zijn in deze *Strategienota Citymarketing en Evenementen* niet in de vorm van KPI's gesteld omdat:

- effecten van citymarketinginspanningen niet altijd te vangen zijn in KPI's. Ook geldt dat het resultaat van "citybranding" mede beïnvloed kan worden door oorzaken en inspanningen waar we met ons citymarketingbeleid niet altijd invloed op hebben of kunnen uitoefenen;
- er (nog) geen goede kritieke prestatie-indicatoren zijn om de impact van citymarketing en evenementen te meten. Dit speelt bij citymarketingorganisaties in heel Nederland en ook in Alkmaar. De daarom is de feedback uit het Juryrapport over Return on Investment iets waar we graag de komende beleidsperiode verder op door willen ontwikkelen. Voor evenementen nemen we dit mee in het nog op te stellen 'Toetsingskader waardevolle evenementen. We trekken hiervoor samen op met de Evenementendesk en de evenementenorganisatoren.
- we in data en meetmogelijkheden nog verder kunnen groeien om dit door te vertalen in ons meerjarig beleid. Data en 0-meting gaat ons helpen bij het opstellen van aanvullende SMART geformuleerde doelstellingen. Stichting Hart van Noord-Holland heeft inmiddels een data analist aangesteld.

Bijlagen:

- Juryrapport Gouden Giraffe
- Infographic "Alkmaar geteld en verteld"