

PV-nummer:

## ADVIES VOOR BURGEMEESTER EN WETHOUDERS

Verseon: 453131

<b>Afdeling Communicatie</b>		<b>CENTRUMCOMMUNICATIE 2012</b>	
5.1.2.e		<b>Probleemstelling</b>	
Datum: 11 mei 2012		Voor het uitvoeren van de specifieke communicatieactiviteiten rondom de fysieke ingrepen in het centrum van Drachten is tot en met 2013 jaarlijks € 100.000 gereserveerd. Voor 2012 moet het college dat bedrag nog beschikbaar stellen. Dit jaar is al bijna € 70.000 uitgegeven en is een aantal verplichtingen aangegaan. Er zijn ook inkomsten: kosten van evenementen en activiteiten worden in voorkomende gevallen gedeeld met marktpartijen.	
Publicatie: Ja			
Privacy: Nee			
Economisch: Nee			
OR: Nee			
Datum raad:			
		<b>Concept-besluit</b>	
Afdelingshoofd		1. Het college neemt kennis van de uitvoering van centrumcommunicatie in 2011.	
Controller		2. Het resterende bedrag over 2011 (€ 48.525) wordt gereserveerd voor het centrum voor de periode na 2013.	
<b>Mede-advies</b>		3. Het college stelt voor 2012 € 100.000 beschikbaar het uitvoeren en doorontwikkelen van centrumcommunicatie.	
Afd.		4. De inkomsten in 2012 (€ 38.000) worden toegevoegd aan het budget centrumcommunicatie 2012.	
Beslissing krachtens mandaat:		Nee	
Datum beslissing B & W		29 MEI 2012	
		<b>Behandelen</b>	<b>Opmerkingen</b>
Burgemeester			
Wethouder Ket			
Wethouder Zwe			
Wethouder Berenst			
Wethouder V.d			
Secretaris			
Beslissing b. er			

Ter afdoening door- op:  
gegeven aan:

paraaf afd. hoofd

afgedaan op:

door:

## **TOELICHTING**

### **Concept-Besluit**

1. Het college neemt kennis van de uitvoering van centrumcommunicatie in 2011.
2. Het resterende bedrag over 2011 (€ 48.500) wordt gereserveerd voor dit doel voor de periode na 2013
3. Het college stelt voor 2012 € 100.000 beschikbaar het uitvoeren en doorontwikkelen van centrumcommunicatie
4. De inkomsten in 2012 (€ 38.000) worden toegevoegd aan het budget centrumcommunicatie 2012.

### **Inleiding**

Sinds 2008 heeft het college jaarlijks een krediet beschikbaar gesteld om de communicatie rondom promotionele activiteiten in en rond het centrum, met het oog op fysieke ingrepen en ongemakken voor het publiek, te versterken. De eerste jaren heeft de inzet van de middelen zich gericht op het ontwikkelen van de campagne "Drachten Wil Je Meemaken". Met de voorbereidingen op de daadwerkelijke start van een aantal fysieke projecten (met het project Raadhuisplein als grote aanjager) is het accent van de campagne veel sterker op die fysieke projecten komen te liggen. Het project Reconstructie Stationsweg is in z'n geheel uitgevoerd in 2011. Het project Raadhuisplein startte weliswaar officieel in januari 2012 maar kende wel al de nodige ingrepen in de openbare ruimte in 2011 (Drift afsluiten, eenrichtingverkeer Raadhuisplein, parkeerterrein opruimen, etcetera). Daar is in dit kader extra communicatieve inzet op gepleegd. Daarnaast zijn middelen besteed aan het doorontwikkelen van de digitale campagne DWJM en een meer commerciële variant DWJM Zakelijk. Dit laatste product is een coproductie met de cluster EZ: voor hen een mogelijkheid om ondernemers meer en handig via een lokaal sociaal netwerk met elkaar contact te laten zoeken. Voor middenstanders een extra manier om (gratis) te adverteren op het internet op een betrouwbaar podium. En daarmee voor consumenten weer een extra manier om winkelen in Drachten ook digitaal in de gaten te houden.

### **Wet en beleid**

B en W besluit uitvoeringsplan DWJM 2009 dd 19 februari 2009  
Beleidsplan

### **Argumenten**

De aandacht voor het centrum moet onverminderd groot zijn. Hoewel de leegstand nog meevalt, is het beeld bij de ondernemers dat het niet goed gaat in Drachten. Men ziet dat in de cijfers. We merken ondertussen ook dat het moeilijk is ondernemers in beweging te krijgen om zelf actie te ondernemen en een beroep te doen op de financiële mogelijkheden die er zijn in het kader van centrumcommunicatie. Uitgangspunt is altijd geweest: er zijn financiële mogelijkheden. Die zijn niet grenzeloos. Daar hoort inzet vanuit de ondernemers bij met nieuwe plannen, evenementen die anders niet georganiseerd zouden kunnen worden en met commitment aan het gezamenlijke doel. De gemeente wil daarin faciliteren maar kan niet zelf organiseren. Dat is niet haar taak. Op zich is de houding van de ondernemers begrijpelijk: iedereen werkt hard voor zichzelf om de moeilijke (crisis)tijd door te komen. Een Drachten dat tegen de tijd dat de moeilijke jaren voorbij zijn, grotendeels vernieuwd is, is een vergezicht dat nog moeilijk is voor te stellen. Toch is dat wel de boodschap die we moeten blijven uitdragen. De gemeente merkt wel de behoefte van winkeliers om structureel in gesprek te gaan over de gewenste ontwikkeling van het centrumgebied. We zijn van plan daar een aparte overlegvorm voor te organiseren.

### *Informeren en faciliteren*

Het accent van de verantwoordelijkheid van de gemeente in de communicatie ligt bij het op tijd juist en volledig informeren over datgene wat er gebeurt en wat de consequenties zijn. Ondernemers en publiek moeten daarin meegenomen worden. Daarom melden we regelmatig nieuws over de voortgang en wordt er om de vijf tot zes weken een nieuwsbrief over het project Raadhuisplein verspreid in het hele winkelcentrum. Bewoners en ondernemers waarderen dat. We krijgen daar positieve feedback op terug. Ook digitaal wordt ingezet op het (visueel) kunnen volgen van het project. Dat gebeurt via een aparte projectwebsite en met speciale webcams die de dagelijkse vorderingen in beeld brengen. Ook daar wordt goed op gereageerd.

Tegelijkertijd ondersteunt de campagne de betrokken centrumondernemers. Net als bij de Stationsweg stelt de gemeente aan Raadhuisplein en Driftondernemers maandelijks advertentieruimte beschikbaar in Breeduit. De gezamenlijke (kwaliteits)modezaken hebben de gemeente gevraagd bij te dragen in een campagne die een jaar lang loopt in de Drachtster Courant. Daar werken we aan mee. Ludieke acties van ondernemers faciliteren we (bijvoorbeeld het schatgraven, de tekenwedstrijd voor kinderen en de koek en zopietent bij de bouwput).

De informatie over de parkeermogelijkheden is per winkel aangeleverd. Flyers vertellen de bezoekers waar men tegen welk tarief kan parkeren.

Mijlpalen in de projecten zijn gevierd. Zo is ondertussen in de eerste 4 maanden van 2012 bijgedragen vanuit het project Stationsweg (en deels ook vanuit het budget van de culturele zondagen) aan het openingsweekend van de geheel vernieuwde weg op 14 en 15 april. Ook ondernemers en aannemer hebben daaraan bijgedragen. De start van het werk op het Raadhuisplein is groot gevierd. Aanvankelijk leidde de aankondiging van dat evenement tot enige scepsis. Men wilde liever gewoon beginnen. De vuurwerkshow bracht duizenden mensen op de been. En het vertrouwen in de voortgang kreeg een boost doordat direct na de feestelijke start er ook actie was in het gebied.

### **Kanttekeningen**

Er zijn een paar kanttekeningen bij de inzet van middelen voor centrumcommunicatie die het vermelden waard zijn:

- de sociale mediasite DWJM mag zich nog steeds verheugen in een flink aantal bezoeken: rond de 8000 unieke bezoekers per maand. De duur en de gerichtheid van die bezoeken neemt af. Gemiddeld blijven bezoekers zo'n 2 tot 3 minuten op de site. In de eerste jaren was dat minstens het dubbele. De populariteit van een site kent altijd een hoogtepunt. Daar zijn met de site [www.dwjm.nl](http://www.dwjm.nl) overheen. Het gebruik is dus nog steeds voldoende, maar er is minder input vanuit Drachtsters zelf. We zien nog steeds meerwaarde in de 'digitale dorpspomp' en het blijft ook een prima extra communicatiekanaal in het totaal van de centrumcommunicatie. Het geheel opporren met een andere lay-out en de integratie van Facebook in het geheel heeft nog geen ander beeld laten zien. Voor de gemeente blijft het een medium dat communicatie in twee richtingen bevordert. Het éénrichtingverkeer waarbij de gemeente alleen maar een boodschap zendt, krijgt langzamerhand, nu fysieke projecten ook echt gestart zijn, weer de overhand. Dat is niet erg, maar een logisch gevolg van de fase waarin we nu zitten met de campagne en de uitvoering van projecten.
- De zakelijke variant is een welkome aanvulling voor commerciële boodschappen. Er is bewust voor een aparte site gekozen. 300 bedrijven/winkeliers doen mee. Dat zijn er nog wat te weinig. De exposure naar het grote publiek kan groter. De komende tijd zetten we in op meer marketing rondom deze nog nieuwe zakelijke variant die voor Business to Business maar ook voor de consument interessant kan zijn.

### **Aanpak/ uitvoering**

In 2012 is al het nodige in gang gezet rondom de voortgang van de centrumcommunicatie. De (komende en deels al gefactureerde) activiteiten in het kort:

Openingsspektakel Raadhuisplein	€ 31.000
Ontvangst bij openingsspektakel	€ 3.400
Herhaling gele handjesactie	€ 4.200
Zichtbaarheid Drift vergroten (vlaggenmasten en bestickering P-garage)	€ 8.000
Ontwikkeling "groupon" module voor  DWJM zakelijk (om als ondernemer via nieuwe media makkelijk 'deals' te kunnen aanbieden)	€ 5.000
Advertenties tbv RHP en Drift (één keer per maand 1 pagina)	€ 10.000
Bijdrage advertenties modezaken (het hele jaar 2012)	€ 3.000
Doorontwikkeling DWJM (zakelijk)	€ 5.000 (laatste 20 % cf B en W besluit 16-5-2011)
Parkeerkaarten beschikbaar stellen	€ 4.000 (gedekt uit de parkeereexploitatie)
Exploitatie projectwinkel annex ontvangstruimte rondleiding	
Inzet = makelaarskantoor Drift	€ 7.000 (per partij per jaar voor de duur van het project)
Kosten aannemer voor gereed maken terrein bij opening op 11-1	€ 7.000 (per partij op basis van verdeelsleutel)
Bijdrage bouwboard Drift	€ 1.800
Nieuwsbrief Raadhuisplein (8 à 9 x per jaar)	€ 5.000
Nieuwe artist impressions obv inrichting openbare ruimte en aangepaste gevelbeelden	€ 2.500 (per partij op basis van verdeelsleutel)
<b>Totaal:</b>	<b>€ 92.900</b>

## **Financiën / personeel / aanbesteden**

Met het verleggen van het accent van de campagne (meer informeren en ondernemers faciliteren) zijn in 2011 niet alle beschikbare middelen ingezet. Er is een bedrag van € 48.500 over. Dat komt door een aantal factoren. Zo zijn communicatie-uitingen voor het project Stationsweg (advertenties voor de gezamenlijke ondernemers) ten laste gebracht van het project zelf. Het vormgeven van de omleidingen bij de stremming van de Stationsweg en de afsluiting van de Drift met de gele handjes is in de bestekken van beide projecten opgenomen. De ontwikkeling van het nieuwe DWJM Zakelijk is voor 80% financieel verantwoord in de bredere acquisitieaanpak die beschreven is in het advies over intensivering acquisitiebeleid waarover het college een besluit nam op 16 mei 2011.

De resterende 20% is in 2012 gefactureerd en gaat om de doorontwikkeling van de al bestaande DWJM site met als belangrijkste update de integratie van Facebook op het netwerk. Parkeeracties (zoals gratis parkeren rondom de feestdagen in de P-garage en het beschikbaar stellen van gratis uitrijkaarten voor de Raadhuispleinondernemers) komen ten laste van de parkeerexploitatie.

Nu er over het jaar 2011 een bedrag van € 48.525 over is, stellen we uw college voor dat bedrag te reserveren voor de periode na 2013. Na dat jaar is er geen geld meer gereserveerd voor centrumcommunicatie. We verwachten echter nog wel inzet nodig te hebben na 2013. Dat komt omdat projecten vertraagd van start zijn gegaan. Bij de start van de campagne (maart 2008 Dag van het Centrum en maart 2009 start DWJM) gingen we er nog vanuit dat het overgrote deel van de fysieke projecten nu zijn beslag had kunnen hebben. Niets is minder waar: we zijn nog maar net begonnen. Het eerste jaar met fysieke reconstructies waar het publiek ook echt last van heeft, is net achter de rug.

Tegelijkertijd is het zo dat grote evenementen bij deze projecten niet alleen door de gemeente gedragen worden. De start van het Raadhuisplein is financieel mogelijk gemaakt door de kosten door drieën te delen. Aannemer en ontwikkelaar betalen dus mee. Ook voor het eerste 'sloop'feest in 2010 is dezelfde verdeelsleutel toegepast. Overigens: ook de ondernemers en de aannemer van de Stationsweg droegen financieel bij aan hun openingsfestiviteiten.

Voor 2012 is al bijna € 70.000 gefactureerd aan de gemeente in het kader van centrumcommunicatie. Dat is inclusief het grote startfeest op het Raadhuisplein. De gemeente heeft die kosten eerst zelf betaald en later gefactureerd aan Redema/WABS en Koopmans BV. Dat bedrag + al aangegane verplichtingen (advertentiecycli voor winkeliers en vaste kosten zoals billboards van winkeliersvereniging Ha en Le, hostingskosten voor de site(s), nieuwe artist impressions, etcetera) betekent dat we het budget van € 100.000 in 2012 zouden overschrijden. Door de € 38.000 aan inkomsten (bijdragen aan startfeest en ook nog van sloopfeest in 2010) aan het budget centrumcommunicatie 2012 toe te voegen, blijft er de rest van het jaar nog speelruimte. Anders niet. Let wel: het gaat om bedragen die al eerder ten gunste van het centrum door de gemeente zijn uitgegeven, maar die nu door het toepassen van de verdeelsleutel met marktpartijen weer terug komen.

Die speelruimte is nodig voor:

1. We denken dit jaar nog aan de opzet van een projectwinkel in het kantoor van de makelaar aan de Drift waar nog wel contractuele afspraken over gemaakt moeten worden. De ruimte is bedoeld voor ontvangsten, begin- en eindpunt van rondleidingen, spreekuren van en voor bewoners, aannemer en gemeente, informatie over verhuur en verkoop, etcetera. We verwachten een bijdrage in de exploitatie daarvan van € 7000 per partij per jaar.

2. Een ander idee is het vieren van het dieptepunt van de parkeerkelder aan het eind van het jaar. Partijen spelen met het idee om lokale bandjes 'underground' te laten gaan en ze in de parkeerbak voor één dag een podium te bieden. Het evenement wordt voorlopig begroot op € 15.000 (na toepassing van de verdeelsleutel dus € 5000 per partij)

3. Het is wellicht noodzakelijk om de gele handjes in het winkelgebied nog een keer op te frissen of er een andere meer beklijvende vorm voor te vinden. Het opruimen van de handjes is duur gebleken, zeker voor het kortdurende effect dat het heeft in het straatbeeld. Een andere vorm verdient de voorkeur. Een kostenpost van € 5000 ligt voor de hand

Voor een eventueel restant van 2012 volgt begin 2013 een voorstel om ook die middelen terug te laten vloeien naar de middelen voor centrumcommunicatie.

Uiteraard voorziet uw besluit in dit kader erin dat bedragen die inmiddels al gefactureerd zijn op de juiste jaarschijf worden geboekt.