

PV-nummer:

Zaaknr.:

ADVIES VOOR BURGEMEESTER EN WETHOUDERS

Verseon: 625636

Afdeling Communicatie		CENTRUMCOMMUNICATIE 2013	
5.1.2.e		Probleemstelling Sinds 2009 is jaarlijks een budget ter beschikking gesteld voor communicatie rondom centrumprojecten. Met deze jaarlijkse budgetten zijn in de loop der tijd campagnes ontwikkeld (DWJM, gele handjes, advertentiereeksen van groepen ondernemers), kleinschalige activiteiten en grotere evenementen georganiseerd en/of financieel gesteund, nieuwsbrieven en toekomstimpresies gemaakt, informatiebijeenkomsten en spreekuren belegd, etcetera. Voor 2013 is de inzet om deze werkwijze te continueren. Het gereserveerde budget moet nog ter beschikking worden gesteld.	
Datum: 1 maart 2013			
Publicatie: Ja			
Privacy: Nee			
Economisch: Nee			
OR: Nee		Concept-besluit 1. Het college stelt een budget van € 80.000 beschikbaar voor uit te voeren centrumcommunicatie in 2013 2. Het college besluit separaat over eventueel extra budget om communicatieboodschappen over bereikbaarheid, parkeren, winkelaanbod en het 'nieuwe' Drachten regionaler dan tot op heden is gebeurd, te verspreiden. Die afweging moet gemaakt worden bij het financieel perspectief.	
Datum raad:			
	Paraaf		
Afdelingshoofd	5.1.2.e		
Controller			
Mede-advies			
Afd.	5.1.2.e		
Ontwikkeling			
5.1.2.e	5.1.2.e		
Beslissing krachtens mandaat:			
Datum beslissing B & W	10 MRT 2013		
	Afdoen conform advies	Behandelen	Opmerkingen
Burgemeester	5.1.2.e		
Wethouder Ketelaar			
Wethouder Zweers			
Wethouder Berenst			
Wethouder V.d	5.1.2.e		
Secretaris			
Beslissing b. er			

Ter afdoening door-
gegeven aan:

op:

paraaf afd hoofd

afgedaan op:

door:

TOELICHTING

Concept-Besluit

1. Het college stelt een budget van € 80.000 beschikbaar voor uit te voeren centrumcommunicatie in 2013
2. Het college besluit separaat over eventueel extra budget om communicatieboodschappen over bereikbaarheid, parkeren, winkelaanbod en het 'nieuwe' Drachten regionaler dan tot op heden is gebeurd, te verspreiden. Die afweging moet gemaakt worden in het kader van het financieel perspectief.

Inleiding

Communicatie over alle ontwikkelingen in het centrum kent vele gezichten. In de aanloop naar de start van langverwachte projecten kreeg de "Drachten Wil Je Meemaken" campagne een andere lading dan 'alleen' communicatie over het project Stationsweg, Drachtstervaart of Raadhuisplein. Groepen bewoners lieten digitaal weten betrokken te zijn bij Drachten. Ze wilden er iets voor doen. Ze werden aangesproken door de oproep achter de campagne: "Wat doe jij eigenlijk voor Drachten?" Direct gevolg: mensen pakken de handschoenen op, gaan initiatieven ontplooiën, activiteiten organiseren of worden vrijwilliger bij grootschaliger evenementen in Smalingerland. Onderdeel van de campagne is het digitale dorpsplein op www.dwjm.nl, in 2011 gevolgd door een zakelijker en commerciële variant voor de contacten tussen ondernemers onderling maar ook een platform voor business to consumercontacten.

Centrumcommunicatie werd zichtbaar en voelbaar toen het Raadhuispleinproject begin 2012 van start ging. Het ging om het uitstralen van trots bij het langverwachte begin, duizenden bezoekers bij het startevenement, maar ook verwachtingen managen bij bewoners en ondernemers in de aanloop naar de start. Duidelijkheid scheppen over de mate van overlast, hoe het werk gedaan wordt en heldere aanspreekpunten creëren. Enerzijds vanuit ondernemers en vanuit bewoners naar ons, maar ook andersom.

Bereikbaarheid werd een issue. Omleidingen naar het centrum kregen een herkenbare stijl met de 'gele handjes'. Advertentiecampagnes (of die nu van de gemeente waren of initiatieven van ondernemers) werden herkenbaar gemaakt met diezelfde boodschap: Dagje Drachten? Volg de gele handjes!

Dezelfde lijn is gehanteerd bij publiciteit en communicatie over het toch uitgraven van de Drachtstervaart in juli 2012, de aanloop naar de starthandeling in oktober en uiteindelijk het begin van de werkzaamheden in november.

Nu projecten volop in uitvoering zijn, blijft communicatie van groot belang: om het proces te bewaken, de voortgang te rapporteren en het publiek te laten zien dat in Drachten volop wordt geïnvesteerd in de toekomst waar wij met deze ingrepen op tijd klaar voor willen zijn.

Wet en beleid

B en W besluit uitvoeringsplan DWJM 2009

Beleidsplan

B en W besluiten centrumcommunicatie 2011 en 2012

Argumenten

De aanpak rondom het project Raadhuisplein leidt tot tevredenheid. De communicatiekanalen met de (meeste) ondernemers staan goed open. Men weet ons te vinden, deelt zorg, draagt bij aan oplossingen en ventileert ideeën. Van bewoners en ondernemers krijgen we weinig klachten. Ook voor het wijzigen van de zo vurig gewenste omleidingsroute langs de winkels aan het Raadhuisplein is veel begrip getoond. Ook de aannemer draagt bij aan een positief beeld. De bouwplaats is netjes, er wordt op tijd gecommuniceerd als er afwijkingen in de planning zijn en de aannemer wil groepen mensen (op afspraak) een kijkje in de bouwput laten nemen. De reacties op de gemeentelijke communicatie in Breeduit, via nieuwsbrieven en de advertentiemogelijkheden die de gemeente biedt zijn zonder uitzondering positief.

Al met al genoeg reden om dezelfde aanpak vast te houden voor het Drachtstervaartproject. We merken dat de contacten vanuit de uitvoerende en ontwikkelende partij via de projectleiding kwetsbaar zijn qua de personele bezetting, maar met vereende krachten blijft het mogelijk om de focus constant op de belangrijke communicatiemomenten te houden en andere partijen daar ook op te vergen. Zeker in dit beginstadium is een vlotte communicatie over en weer van belang. Bij beide projecten is de inzet vanuit de gemeentelijke projectleiding: veel overleg, bereikbare contactpersonen, één op één gesprekken met betrokken ondernemers en bewoners. Daar staat tegenover dat de gemeente tegenover regelmatig dezelfde partijen ook duidelijkheid moet scheppen over onze rol, verantwoordelijkheid en procedurele stappen die nodig zijn of worden tijdens de uitvoering van het project.

Om dat goed te kunnen begeleiden blijft communicatieadvies en ondersteuning met communicatiemiddelen ook de komende jaren van belang.

Kanttekeningen

Bij de inzet van een aantal middelen in de totale centrumcommunicatie is een aantal kanttekeningen te plaatsen die het afgelopen jaar duidelijk zijn geworden en die gevolgen hebben voor de inzet in de komende tijd. Let wel: dit is geen uitputtend overzicht van alle activiteiten in het kader van de totale centrumcommunicatie.

Bij [dwjm.nl](http://www.dwjm.nl)

Vorig jaar is al opgemerkt dat het social media aspect van de website www.dwjm.nl over z'n hoogtepunt heen is. De betrokkenheid van de omgeving uit zich nu meer in het kunnen volgen van de centrumprojecten. Reden genoeg om de website om te vormen tot een portaal waar alle sites van de gemeente en door de gemeente gesubsidieerde instellingen op te vinden zijn. Wie naar aanleiding van verwijzingen naar dwjm.nl surft, krijgt dan een compleet aanbod van mogelijkheden om 'mee te maken'. Interactieve elementen als een actueel Twitterfeed en de Evenementenagenda blijven operationeel op de homepage dwjm.nl

Andere elementen als het plaatsen van blogs, foto's en video's blijven ook bestaan maar worden pas zichtbaar als men vanuit het portaal doorklikt naar de achterliggende pagina's.

Uitvoering: voorjaar 2013

Bij [dwjmzakelijk.nl](http://www.dwjmzakelijk.nl)

Bij wijze van pilot is een meer op de commercie gerichte variant van DWJM in de markt gezet in 2011. www.dwjmzakelijk.nl heeft een goede start gekend, en nog steeds leeft de site zonder al te veel extra inzet op publiciteit en reclame. We zien wel dat door ons geworven deelnemers aan de site er het meest actief op zijn en blijven. De weliswaar bewust gekozen dubbele inzet op business to business enerzijds en business to consumer anderzijds leidt tot een wat onduidelijke structuur maar dat lijkt het aanbod op de site niet te storen. Met de omvorming van www.dwjm.nl is er ook voor dwjmzakelijk.nl weer een nieuwe natuurlijke aanleiding om extra aandacht voor te vragen. De voorgenomen eigen 'groupon'-achtige module (waarmee winkeliers zelf hun eigen deals zouden kunnen maken) is vanwege het niet kunnen realiseren van een (betaalbare en lokale) betalingsmodule niet van de grond gekomen. We beschouwen dat onderdeel als mislukt. Er is voor dat onderdeel overigens beperkt geïnvesteerd.

Bij gele handjes

Om de fysieke aanpak in de openbare ruimte goed zichtbaar te maken, kozen we voor verwijzingen naar het centrum met vriendelijke gele handjes. Zolang er op andere doorgaande routes voor andere projecten niet al te veel wordt gewerkt, biedt die aanpak een zekere eenheid. In 2012 hebben we gezien dat omleidingen rond andere infrastructurele werken (los van het centrum) het geheel niet logischer maken. Dat is niet altijd te voorkomen.

Ook in het voetgangersgebied zelf hebben we getracht de gele handjes zichtbaar te maken door de diverse winkelstraten en straatjes te duiden. De verf hecht niet goed op de steensoort in het centrumgebied. We zetten nu (weliswaar mondjesmaat) in op kleinere verwijsbordjes in het centrumgebied.

Bij advertentiecampagnes centrumondernemers

De gemeente kweekt een hoop goodwill door advertentieruimte in Breeduit gratis ter beschikking te stellen aan winkeliers die middenin reconstructies en infrastructurele werken zitten. De winkeliers aan Raadhuisplein en Drift maken er dankbaar gebruik van, net als destijds de winkeliers aan de Stationsweg. Ook de middenstanders langs het Moleneind krijgen dit jaar eenzelfde mogelijkheid. Kosten per jaar liggen op € 10.000

Een groep modezaken in het centrum heeft vorig jaar zelf een campagne opgezet onder de noemer 'Mooi Drachten'. De gemeente heeft ook die reeks ondersteund met de herkenbare pay-off met de gele handjes. Na evaluatie door de ondernemers is geconstateerd dat de terugkerende boodschap in die campagne ('we zijn er, we zijn goed bereikbaar en u bent welkom!') zo langzamerhand wel beklijft. Het gaat in een eventuele vervolgcampagne meer om het oproepen van sfeer, gevoel en betrokkenheid bij het centrum. De winkeliersvereniging staat op het punt opdracht te geven aan een reclamebureau om daar handen en voeten aan te geven. De gemeente wil daarbij aanhaken mits onze kernboodschap (Drachten Wil Je Meemaken, gele handjes) terug blijft komen in deze private variant van centrumcommunicatie.

Bij parkeren

Nu de gemeenteraad heeft besloten om tijdelijk een blauwe zone in te voeren op het Kiryat Onoplein en de parkeergarage voorlopig gratis te maken, heeft dat consequenties voor de parkeerstromen voor bezoekers. We zullen de parkerende centrumbezoekers moeten informeren over de nieuwe situatie. We herhalen daarom in 2013 de flyeractie waarop alle parkeermogelijkheden zijn aangeduid. We doen dat wat steviger dan bij de vorige ronde: niet alleen via de toonbanken van de winkeliers maar ook onder de ruitenwissers van de geparkeerde auto's. We doen dat in de eerste weken nadat de nieuwe situatie is ingevoerd. Uiteraard adverteren we ook met die boodschap.

Aanpak / uitvoering

We besteedden in 2012 de middelen voor centrumcommunicatie aan.

Starthandeling RHP/Drift (gedeeld met ontwikkelaar en bouwer)	€ 35.000
dwjm.nl en dwjnzakelijk.nl (onderhoud en doorontwikkeling)	€ 25.000
Starthandeling Drachtstervaart	€ 6.000
Gele handjes actie en advertentiereeksen voor ondernemers	€ 14.500
Communicatie en activiteiten door ondernemers	€ 32.500

Hierboven is al een kort doorkijkje gegeven wat we op onderdelen willen inzetten voor dit jaar. Globaal ziet de begroting er zo uit:

- Doorzetten advertentiecampagne voor ondernemers RHP/Drift	€ 10.000
- 9 à 10 nieuwsbrieven Raadhuisplein	€ 3.500
- Verspreiding nieuwsbrieven RHP/Drift	€ 750
- Meewerken aan centrumcommunicatieactiviteiten/advertentiereeksen van ondernemers	€ 20.000
- Flyeractie parkeermogelijkheden (na invoering gratis P garage en Blauwe Zone KO plein	€ 2.000
- Paraplu rondom bebording 'gele handjes' bij invalswegen	€ 10.000
- Impressies VIA Drupsteen voor inrichtingsplan RHP/Drift	€ 15.000
- Ombouwen DWJM site tot 'Meemaken'portaal	€ 3.000
- Service Level Agreement en hosting dwjm.nl en dwjnzakelijk.nl	€ 800
- Gemeentelijk aandeel in kosten communicatieinzet ism Koopmans/Friso en Webscon (organisatie Dag vd Bouw op 1 juni, publiciteit, webcam, projectsite, bouwbord(en), extra reclameuitingen in en rond bouwplaats, organisatie bouwwandelingen)	€ 5.000
- Mogelijk maken overkoepelende centrumevenementen (of in opdracht Gemeente of opdracht middenstand)	€ 10.000

Binnen het project Drachtstervaart worden noodzakelijke middelen vrijgemaakt om de projectsite in stand te houden, de nieuwsbrieven te laten verschijnen, eventuele ontvangsten en informatieavonden te kunnen organiseren en advertentiemogelijkheden voor ondernemers langs het Moleneind te bieden.

Financiën / personeel / aanbesteden

De gereserveerde middelen voor centrumcommunicatie zijn ontstaan door uit de voorbereidings- en uitvoeringskredieten van deze projecten middelen te bundelen. In de eerste twee jaar was jaarlijks € 200.000 beschikbaar, vanaf 2011 is dat bedrag gehalveerd naar € 100.000

In de afgelopen jaren hebben we gezien dat dat bedrag ruim voldoende is. Weliswaar is in 2012 meer uitgegeven (€ 118.000) maar daar stond extra dekking tegenover. Kosten voor de start van de sloop en de start van de bouw (resp. juni 2010 en januari 2012) van het Raadhuisplein complex zijn in 2012 verrekend met ontwikkelaar en aannemer.

In 2011 was er een restant van € 46.885. Dat restant is doorgeschoven naar jaarschijf 2014. In 2012 is het restant € 18.037.

Momenteel worden de middelen voor centrumcommunicatie gevoed uit de projectbudgetten voor Raadhuisplein en voor Inrichtingsplan Openbare ruimte Raadhuisplein. Voor de start van het Drachtstervaartproject is geput uit een communicatiebudget dat valt onder dat project. De middelen voor 2012 zijn op. Voor 2013 is binnen dat project (nog) geen specifiek communicatiebudget gelabeld. De projectleiding kiest ervoor om uitgaven voor communicatie voor dit project binnen het projectbudget te blijven betalen.

Voorgesteld wordt om in de aanloop naar het financieel perspectief de jaarlijkse kosten voor de manier waarop centrumcommunicatie momenteel vorm krijgt terug te brengen naar een krediet van € 80.000 voor 2013 en de daarop volgende jaarschijven tot en met 2016. In 2014 kan volstaan worden met een krediet van € 40.000 omdat het restant van 2011 al is doorgeschoven naar die jaarschijf. In 2017 wordt nog een reservering opgenomen van € 40.000 om de officiële afronding van deze centrumprojecten luister bij te zetten.

Uw college stemde al in met de reservering voor centrumcommunicatie voor de jaarschijven 2014 tot en 2017 met het besluit over de inrichting openbare ruimte Raadhuisplein en centrumcommunicatie dd. 12 februari 2013.