

Raadsfractie PvdA  
t.a.v. mevrouw C. Beenders

Weert, 10 december 2014

Onderwerp : Art. 40 RvO inzake deelname Communities in Bloom  
Ons kenmerk : 031365

Beste meneer, mevrouw,

De PvdA Weert heeft op 26 november 2014, naar aanleiding van de brief aan de gemeenteraad van 14 november 2014, totaal 17 vragen gesteld. In deze brief worden deze vragen beantwoord.

1. *Hoe kan het dat op 1 oktober 2014 pas een motivering voor de deelname aan de raad is verstuurd?*  
Deze motivering is op 29 augustus op schrift gesteld en op 9 september 2014 in het college vastgesteld. Zowel de beantwoording van de vraag als de verzending van de brief is vertraagd. Hiervoor onze excuses.
2. *Hoe kan het dat het budget oploopt van € 10.000 naar € 30.000?*  
In het collegebesluit van 3.12.2013 is geen budget vastgesteld.  
De eerste budgetvaststelling vond plaats op 18 maart 2014 en betrof de kosten voor de deelname aan de competitie (€ 15.000).  
Op 2 september 2014 heeft de tweede budgetvaststelling plaatsgevonden voor promotie, communicatie en viering (€ 15.000).  
Samen € 30.000.
3. *Heeft u buiten het genoemde bedrag nog een deelname fee moeten betalen en hoe hoog was die?*  
De fee voor deelname is opgenomen in het budget voor deelname aan de competitie en is geraamd op € 1.000 excl. BTW. De werkelijke kosten zijn genoemd in de brief van 14 november 2014 aan de gemeenteraad.
4. *De kosten voor reis en verblijf voor de Weerter delegatie van 5 personen voor 2 nachten loopt op van € 6.500 naar € 15.413. Hoe verklaart u dat?*  
De totaalraming voor Communities in Bloom is € 30.000. De uitgaven hebben binnen deze raming plaatsgevonden.  
De geraamde kosten voor reis en verblijf zijn € 6.500. Deze raming is gebaseerd op een kleinere delegatie (2 personen) tijdens de prijsuitreiking enkel op zaterdag 20 september 2014.  
Het college heeft besloten om niet alleen bestuurlijk bij de prijsuitreiking aanwezig te zijn maar ook ambtelijk tijdens de dagen (3) waarop Weert zich als groenste regio kon

promoten. Om deze reden is de verblijfstijd en omvang van de delegatie vergroot. Deze extra kosten hebben betrekking op de gevoerde internationale communicatie en promotie tijdens en rondom de prijsuitreiking. De vliegreis is in een vroeg stadium geboekt omdat trendmatig vroeg boeken goedkoper is. Achteraf bleek deze keuze nadelig.

5. *Viering Award in Weert kost € 3.000, kunt u dit specificeren?*  
Ca. 1.000 inwoners hebben de viering meegemaakt. Er is gekozen voor een acrobaten act langs het Wilhelminakanaal, kosten act zijn € 3.000.
6. *De kosten communicatie, promotie en diversen bedragen € 5.766,49, graag een specificatie?*  
Specificatie:

• Informatieboekjes over Weert (Profile Books & Green Gems)	€ 2.318
• Foto's	€ 240
• LED Wall	€ 2.100
• Groenste stad uitingen	€ 148
• Flyer Groenste stad	€ 415
• Attentie vrijwilligers en partner organisaties	€ 574
• Ondersteunend materiaal	€ 212
7. *Hoe hoog zijn de kosten voor de ambtelijke inzet van de gemeente Weert?*  
Deze kosten, buiten de reguliere inzet van eigen ambtenaren, zijn € 15.000 en worden gedragen door de provincie Limburg. Zie ook punt 11.
8. *Waar zijn de kosten bordjes Groenste regio uit betaald?*  
Deze zijn geboekt op de post afvalcommunicatie (zie ook ad. 10)
9. *Waarom is het advies van B&W van 2 september 2014 niet op de TILS lijst geplaatst?*  
Door het college zo besloten en het besluit is te raadplegen via de besluitenlijst.
10. *U gebruikt € 15.000 van het budget communicatie afval. Dit is programma 6 stedelijk beheer en mobiliteit. Dit is een verschuiving tussen programma 6 en programma 2. Waarom heeft u de raad niet via de gebruikelijke weg geïnformeerd?*  
Het betreft geen budgetverschuiving. Communities in Bloom betreft namelijk niet alleen economie en structuurversterking maar ook aandacht voor stedelijk beheer, een schone stad, vrij van zwerfvuil, zwerfvuilmcampagnes, bestrijding graffiti, chemievrij beheer, voorkomen van vandalisme, bewoners betrokkenheid en actief burgerschap. Reden om de totale kosten toe te wijzen aan deze twee posten.
11. *De provincie zou in september aangeven of er een vervolgondersteuning komt. Wat is de stand van zaken?*  
De directe ondersteuning van de provincie betreft een waarde van € 50.000. Hiervoor wordt, in opdracht van de provincie Limburg, een regionale strategie voor groene branding van Midden Limburg uitgewerkt (€ 35.000) en wordt de gemeente Weert personeel ondersteund om deel te kunnen nemen aan de competitie (€ 15.000). Deze rapportage is 3 maanden vertraagd.  
De vervolgondersteuning wordt samen met de provincie en Midden Limburgse gemeenten bepaald aan de hand van deze regionale strategie en het draagvlak voor deze strategie. In het 1<sup>e</sup> kwartaal 2015 kan hier een voorstel voor worden verwacht.
12. *Connect Limburg n VVV Midden Limburg zeggen menskracht en middelen toe. Wat betekent dit en hoeveel bedraagt dit?*  
Weert, VVV ML en Connect Limburg hebben zich gezamenlijk ingezet om de deelname en de prijs bekendheid te geven in Nederland, België en Duitsland. Sociale media zijn

in het bijzonder door Connect Limburg ingezet (twitter, facebook en website) om het profiel van de regio Weert wereldkundig te maken. Ook in Vlaamse en Duitse media is, als resultaat van de gezamenlijke inzet, aandacht besteed aan de Groenste regio. Meer concreet is aan de titel Groenste regio van de wereld aandacht besteed in o.a. de volgende media: NRC, Trouw, Telegraaf, ED, NU, BB nieuws, Limburg Toerisme.de (Duitsland), L1, Radio 2, Nieuws NL, Transport online, Roermond dichterbij, Internetgazet (Be), Het belang van Limburg (Be), Groencontact (Be), Spitsnieuws, Dagblad de Limburger, Vitale groene stad, Stad en Groen, vakblad Recreatie en Toerisme. Het plaatsen van borden van het grenspark Kempen~Broek is communicatief hand in hand gegaan met de titel Groenste regio.

De gevoerde communicatie door Weert, VVV en Connect Limburg heeft afgelopen jaar geleid tot:

- 5.312 pageviews op de pagina Groenste stad / regio
- 1.920 pageviews op de uitgegeven persberichten (6)
- 3.148 views op de youtube film Greenest Region
- 1.021 views op de youtube film Kempen~Broek
- 1.864 views op de youtube film Groenste stad
- 126 views op de youtube film Prijsuitreiking

13. *Waaruit bestaat het budget 2015 om de promotie etc. te continueren?*

Wij kunnen inmiddels verwijzen naar het B&W voorstel en besluit van 18 november 2014 (BW 007792).

14. *Welk bedrag is in de begroting 2015 opgenomen om de Groenste regio te promoten?*

Wij kunnen inmiddels verwijzen naar het B&W voorstel en besluit van 18 november 2014 (BW 007792) en de beantwoording onder punt 11.

15. *Waaruit bestaat de verdere promotie en alles wat daar bij hoort?*

Wij kunnen inmiddels verwijzen naar het B&W voorstel en besluit van 18 november 2014 (BW 007792).

16. *In advies 1 spreekt u over € 10.000, is dit advies uitgevoerd en waarom wel of niet?*

Het advies van 3 december 2013 geeft een indicatie van kosten (TILS 812). Dit besluit gaat niet over de kosten voor deelname maar de intentie om wel of niet deel te willen nemen. Voor de relevante raming van kosten voor deelname aan de competitie wordt verwezen naar TILS 883.

17. *Promotie in het buitenland deze post is groot € 5.000. Waarom doet de gemeente deze campagne, is dit niet een taak van Connect Limburg. Zij zorgen samen met VVV Midden Limburg voor het onder het voetlicht brengen van de grenzeloze groene kwaliteiten van Limburg en Weert in een internationale straal van 300 km?*

Zie ook de beantwoording onder punt 12.

De promotionele acties van Connect Limburg hebben betrekking gehad op het inzetten van social media en het bouwen van zogenaamde communities (twitter, facebook, website). De gevoerde communicatie en promotie acties en persmomenten zijn niet aan één partner toe te schrijven maar betreffen een samenspel van alle partners.

Enkele voorbeelden hiervan zijn:

- Informatiemarkt en netwerken tijdens de prijsuitreiking in Canada
- Promotie acties tijdens het bezoek van de Weerder delegatie in China
- Promotie acties tijdens de Limburgse bestuurders Dag
- Excursies "Groenste regio" tijdens het Nationale Zwembadcongres 2014
- Aanwezigheid Vlaamse bestuurders bij de prijsuitreiking Groenste stad
- Diverse acties en activiteiten in Kempen Broek (o.a. uitzichtpunt Lozerheide)

- Plaatsing borden Kempen~Broek langs de A2 in november 2014
  - Internationale symposium 25 jaar Kempen~Broek in november 2014 in Weert
  - Publicatie van het boek over Kempen~Broek in november 2014
- De kracht van communicatie en promotie zit in het samenwerken door partners en niet in het versnipperen van rollen en verantwoordelijkheden.

In aanvulling op uw vragen wil het college onder uw aandacht brengen dat het gevoerde promotiebeleid van de gemeente Weert zichtbare resultaten oplevert. Een aantal voorbeelden zijn:

- Free publicity: De titel Groenste regio van de wereld leverde tot voor kort al een waarde op van € 108.000 aan free publicity. Dit is meer dan drie keer de gemaakte kosten.
- Het winnen van prijzen (Sportstad, Groenste stad) was aanleiding voor o.a. het Zwembadcongres om in 2014 naar Weert te komen. Resultaat ca. 200 extra overnachtingen.
- Sinds 2009 zien we in Weert een toename van:
 

• Aantal hotelovernachtingen	+ 53 %
• Aantal B&B overnachtingen	+194 %
• Aantal overnachtingen groepsaccommodaties	+149 %

Het gezegde dat de "Kosten voor de baat" gaan is hier op zijn plaats.

Tot slot wil het college opmerken dat de internationale pers (16 internationale media) zich heeft gemeld om in december 2014 een bezoek te brengen aan de Rembrandt tentoonstelling en aan de Groenste regio. Dit met als doel om daarover te publiceren. Hiervoor wordt een speciale persreis aangeboden om deze extra publiciteit te faciliteren en te stimuleren.

Met vriendelijke groet,  
burgemeester en wethouders,

M.H.F. Knaapen  
gemeentesecretaris

A.A.M.M. Heijmans  
burgemeester