

Nr. RV16.0096 (2016)

Beantwoording van de schriftelijke vragen, gesteld door de fractie Stadspartij betreffende Schriftelijke vragen Stadspartij n.a.v. RIB 160155 Holland boven Amsterdam

Aan de fractie Stadspartij  
i.a.a. de leden van de Gemeenteraad

Op 9 december 2016 heeft u onder verwijzing naar artikel 39 van het reglement van orde voor de vergaderingen van de raad, de navolgende vragen gesteld over Schriftelijke vragen Stadspartij n.a.v. RIB 160155 Holland boven Amsterdam:

1. *Wat zijn de lopende verplichtingen van 'Top of Holland' die 'Holland boven Amsterdam' tot een 'lightversie' dwingen?*
2. *Welke acties in 2016 van 'Holland boven Amsterdam' zijn succesvol geweest? Kunt u deze succesvolle acties en activiteiten benoemen en wat de successen waren.*
3. *Wat hebben activiteiten van 'Holland boven Amsterdam', Den Helder tot nu toe opgeleverd op het gebied van het Algemeen Economisch Belang en Toerisme?*
4. *Hoeveel geld hebben deze acties en activiteiten Den Helder gekost en opgeleverd?*

Wij beantwoorden deze vragen als volgt

Vraag 1.

Na het eindigen van de RVVV Top van Holland heeft, in samenwerking tussen de stichting Top van Holland, de gemeenten Hollands Kroon, Schagen en Den Helder en de provincie Noord-Holland, de organisatorische afronding plaatsgevonden. In het verlengde hiervan is de afdeling Citymarketing ontvlochten. Soortgelijke activiteiten vonden tevens plaats in de andere deelnemende gemeenten uit de Kop van Noord-Holland. De verwachting met betrekking tot een overgangsjaar heeft geleid tot een start in de vorm van een 'lightversie'.

Vraag 2.

De DMO Holland boven Amsterdam (HbA) is op 1 april 2016 gestart met haar werkzaamheden. HbA wordt als goede onderhandelingspartner gezien voor marketingactiviteiten en werkt samen met partners als het NBTC, RTV-NH, Amsterdam Marketing, Rodi Media, HDC Mediagroep, Promo Base, Project Nieuwe Afsluitdijk, Holland van Boven, Izi Travel, diverse digitale fietsplatformen, Land van ANWB, Trip Advisor etc. De Helderse Iconen (o.a. Marinemuseum, Reddingmuseum, Stelling Den Helder, Willemsoord, Oranjerie, Sail 2017/ Marinedagen zijn meegenomen in on- en offline uitingen. Holland boven Amsterdam heeft een zogenaamde Noord-Hollandse kustpropositie neergezet in Duitsland en daar via de mediapartners van het NBTC een goed bereik gehad. Succesvol was ook het samen optrekken van de 17 gemeenten als Noord-Holland Noord richting diverse beurzen zoals de landelijke Fiets- en Wandelbeurs waar Den Helder Sail 2017 en diverse fiets- en wandelroutes in Noord-Holland Noord (NHN) werden gepromoot. Dit werd ook gedaan tijdens de vakantiebeurs, Fiets- en Wandelbeurs Utrecht en Mechelen en de 50+ beurs. Onder andere werd de accommodatiegids van het hele NHN gebied verspreid.

Vraag 3.

HbA had een doelstelling van 1000 volgers op Facebook voor 2016 maar in 3 maanden tijd waren er al 1500 volgers. De komende jaren wil HbA meer online campagnes en acties opstarten. De online kustcampagne is ook goed ontvangen en er hebben 19 bedrijven enthousiast aan mee gedaan. Begin maart van dit jaar heeft HbA een bezoek van de Belgische persvereniging aan Den Helder georganiseerd, die zeer enthousiast waren. Den Helder heeft ook geparticipeerd in de touroperatordag van HbA waar 54 deelnemers werden verwelkomd en inzage kregen in de mogelijkheden van de georganiseerde groepsmarkt.

Er is een regiokrant met een oplage van 300.000 stuks ontwikkeld en uitgegeven waarin verteld wordt hoe mooi het in Noord-Holland Noord en Den Helder is. Dit heeft veel positieve reacties van zowel bezoekers, bewoners als het bedrijfsleven gekregen. Met meer dan 500 posters in 25 plaatsen in Noord-Holland Noord met 5 verschillende uitingen is aandacht gegeven aan de mooie evenementen in de regio waaronder het Clipper Race Evenement op Willemsoord.

Naast deze concrete acties heeft de opstart van de nieuwe organisatie, het uitrollen en inrichten van de nieuwe website [www.hollandbovenamsterdam.com](http://www.hollandbovenamsterdam.com) en het digitaal verwerken van alle toeristische informatie in het gehele gebied veel tijd en geld gekost.

HbA heeft in de eerste maanden dat van start is gegaan nog niet monitorgegevens kunnen verzamelen. De monitoring van de jaarlijkse activiteiten zal vanaf 2017 zeker ingericht worden. Daarnaast heeft HbA bij de collega's van Amsterdam Marketing gevraagd of zij hun eigen bezoekersonderzoek zouden kunnen uitbreiden naar een aantal grotere plaatsen in HbA zoals Hoorn, Schagen, Den Helder om zo de bezoekers en motivaties beter in beeld te krijgen. HbA ontvangt toerisme cijfers van het NBTC en HbA zet ook de komende tijd in op online activiteiten (zoals facebook acties en vlogger festivals bijvoorbeeld) waarvan de output goed meetbaar is.

Vraag 4.

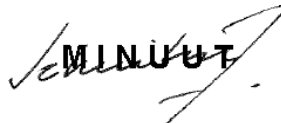
Gemeente Den Helder heeft voor 2016 een bedrag van € 59.000 betaald aan Holland boven Amsterdam. Samen met de bijdragen van de andere 16 gemeenten heeft Holland boven Amsterdam de activiteiten bekostigd, zie beantwoording vraag 2. Bij het antwoord op vraag 3 staat beschreven wat de activiteiten hebben opgeleverd.

Wij vertrouwen erop u met vorenstaande voldoende te hebben geïnformeerd.

Den Helder, 11 januari 2017

Burgemeester en Wethouders van Den Helder,

burgemeester  
Koen Schuiling



secretaris  
Robert Reus

