



Voorstel

College

Datum: 30 mei 2018
Zaak: 2018-014163
Portefeuillehouder: Jan Jakob Boersma

Opsteller: Loes Heeling
Contactgegevens: loes.heeling@midden-groningen.nl
Stukken ter inzage:

Onderwerp: Subsiëring Marketing Midden-Groningen 2018

1. Voorstel

- Instemmen met de voorwaarden voor de reeds toegekende subsidie voor 2018 aan Marketing Midden-Groningen.
- De subsidie aan Marketing Midden-Groningen over 2017 vaststellen.
- De Raad informeren met bijgevoegde Raadsbrief.

2. Inleiding

De drie colleges van de voormalige gemeenten Slochteren, Menterwolde en Hoogezand-Sappemeer hebben in 2017 ingestemd met een subsidie aan Marketing Midden-Groningen, voor 2017 en 2018 (zie bijlage). In het coalitieakkoord van gemeente Midden-Groningen benoemd uw college het belang van deze subsidiëring, Marketing Midden-Groningen kan samen met ondernemers regio Midden-Groningen op de kaart zetten.

De leden van de toenmalige colleges hebben aangegeven dat aan de toegekende subsidie over 2018, nog voorwaarden moeten worden vastgesteld. De in samenspraak met Marketing Midden-Groningen tot stand gekomen voorwaarden worden in dit advies aan u voorgelegd.

3. Publiekssamenvatting

Marketing Midden-Groningen is een vereniging die als doel heeft Midden-Groningen op de kaart te zetten. In 2017 heeft Marketing Midden-Groningen voor 2017 en 2018 subsidie van de gemeente toegekend gekregen. De subsidievoorwaarden voor 2018 zijn nog niet door het college van Burgemeester en wethouders vastgesteld. De voorgestelde subsidievoorwaarden zijn in lijn met het proces van de totstandkoming van Marketing Midden-Groningen. De gemeente bespreekt de uitwerking van de doelstellingen uit het beleidsplan van Marketing Midden-Groningen met de vereniging, om het effect te kunnen meten.



4. Beoogd effect

Het effect van het beleidsplan (bijlage 1) is lastig te meten, vooral op korte termijn. Om de toegevoegde waarde te kunnen peilen, gaat de gemeente in 2018 een aantal malen met Marketing Midden-Groningen in gesprek. Op deze manier kan de gemeente het effect op een kwalitatieve manier meten.

Voorwaarden

- De vereniging vertelt de gemeente hoe de doelstellingen uit het beleidsplan aan de activiteiten worden gekoppeld en met welk resultaat zij tevreden zijn.
- Later in het jaar kunnen zij aan de hand van hun verwachtingen aangeven of er acties bijgesteld moet worden.
- Begin 2019 ontvangt de gemeente een verantwoording over 2018 op papier, in deze verantwoording legt Marketing Midden-Groningen een duidelijke link met het door hen opgestelde beleidsplan.

5. Historische context

Vanuit het Kompas 'Samen kom je verder' zijn een aantal thema's voorafgaand aan de herindeling uitgewerkt. Dit werd 'de maatschappelijke agenda' genoemd. Eén van de thema's was 'het op de kaart zetten van Midden-Groningen'. Voor uitwerking van dit thema is een werkgroep uit de recreatiesector in het leven geroepen. Dit heeft geresulteerd in een door stakeholders gedragen beleidsplan (bijlage 1). Voor de uitvoering van dit plan is in 2017 de vereniging Marketing Midden-Groningen ontstaan uit voormalig VVV Slochteren.

6. Argumenten

- Strenge voorwaarden zijn niet in lijn met het proces zoals deze in gang is gezet met de maatschappelijke agenda, als uitwerking van het Kompas. Door in gesprek te gaan houdt de gemeente de vinger aan de pols. Marketing Midden-Groningen zal immers wel haar toegekende subsidie moeten kunnen verantwoorden. Zoals in het coalitieakkoord benoemd: 'Minder voorschrijven, meer samenwerken'. Met een gesprekscyclus wordt daar invulling aan gegeven.
- Het jaarverslag van Marketing Midden-Groningen over 2017 is ontvangen, de uitgevoerde acties ter professionalisering van de organisatie zijn conform afspraak. Daarmee kan de subsidie over 2017 definitief worden vastgesteld.

7. Kanttekeningen en risico's

- In gesprek zal moeten blijken dat de vereniging meer leden (ondernemers) aan zich weet te binden en dat de financiële disbalans kleiner wordt. (Bijdrage van de gemeente versus de bijdrage



van derden.)

8. Financiële paragraaf

De subsidie over 2018 (€ 75.000) is betrokken bij de Voorjaarsnota 2018. Voor 2019 is er nog geen bedrag in de begroting opgenomen voor subsidiëring van Marketing Midden-Groningen. Marketing Midden-Groningen zal hiertoe een verzoek moeten indienen. Daarna wordt een voorstel hierover na de zomer aan uw college voorgelegd.

9. Communicatie

Er volgt geen apart communicatietraject na besluitvorming, in 2017 is de toegekende subsidie aan Marketing Midden-Groningen in de media behandeld.

Marketing Midden-Groningen communiceert zelf over acties en evenementen via hun [website](#) en andere kanalen.

10. Raad

Dit voorstel inclusief jaarstukken van Marketing Midden-Groningen worden op de lijst met ingekomen stukken aan de raadsleden voorgelegd. Indien uw college na de zomer besluit om ook voor 2019 een subsidie toe te kennen aan Marketing Midden-Groningen, dan wordt de gemeenteraad door u gevraagd om hiervoor ruimte in de begroting van 2019 te reserveren.

11. Draagvlak en vervolgtraject (afstemming, tijdspad)

Wethouder Boersma gaat met Marketing Midden-Groningen in gesprek over de doelstellingen uit het beleidsplan, deze gesprekken vinden plaats in juli en november. Tussentijds vindt er ambtelijk een gesprek met Marketing Midden-Groningen plaats. In november worden de jaarstukken in concept besproken. De jaarstukken over 2018 worden voor 1 juni 2019 overhandigd aan de gemeente.

Bijlage:

- 1 Collegeadvies uit 2017
- 2 Jaarstukken Marketing Midden-Groningen, inclusief beleidsplan.
- 3 Raadsbrief