

Raadsvoorstel

Agendanr. :
Reg.nr. :
B&W verg. : 4 september 2012
Commissie : FES
Cie_verg. : 27 augustus 2012
Raadsverg. : 11 september 2012

Onderwerp: Bezoekerscentrum (**gewijzigd raadsbesluit**)

Naar aanleiding van de commissie FES d.d. 27 augustus 2012 komt het LED scherm te vervallen en is er sprake van een gewijzigd raadsbesluit.

1) Status

Op grond van uw budgettaire bevoegdheid, bieden wij, ter vaststelling het voorstel aan om een budget beschikbaar te stellen voor de realisatie van een bezoekerscentrum.

2) Samenvatting

In 1999 is er voor het eerst gesproken over een bezoekerscentrum van, voor en door de stad 's-Hertogenbosch. Ook is er destijds een reserve 'bezoekerscentrum' gevormd die tot op heden door verschillende redenen maar deels gebruikt is. Met de aanstaande afronding van de verbouwing van de Moriaan is nu het moment gekomen om het concept bezoekerscentrum uit te rollen en de reserve aan te gaan wenden.

In de kadernota 2005 is door de Raad een krediet beschikbaar gesteld voor de verbouwing van de Moriaan en het College heeft in 2007 ingestemd met de uitvoering van het project. Deze verbouwing is gericht op de verbetering van de publiekstoegankelijkheid en de kantoorfunctie, de brandveiligheid, energiezuinigheid en de ARBO technische eisen van en aan het pand. De monumentale waarde van het pand is hierbij het uitgangspunt geweest. Het project heeft vertraging opgelopen doordat de plannen meerdere malen gedetailleerd zijn voorgelegd aan de subcommissie Monumenten/Welstand. De verbouwing van de Moriaan, bij het schrijven van dit stuk in volle gang, is waarschijnlijk in de zomer afgerond.

Doel is om nu ook qua inrichting een bezoekerscentrum te realiseren in de Moriaan en op de Markt. De doelstelling is namelijk nog steeds actueel en uitvoering zal de stad rendement op het gebied van toerisme opleveren. De verbouwing zelf voorziet niet in de daadwerkelijke inrichting van een bezoekerscentrum, vandaar het voorstel om de reserve voor dit doel aan te wenden. Aanvullende redenen en de opzet worden in het voorstel toegelicht.

3) Voorstel

Bijgaand concept – raadsbesluit vaststellen waarin wordt gevraagd om te besluiten tot:

1. In te stemmen met het voorstel voor een bezoekerscentrum.
2. Een budget van **€ 175.000,-** beschikbaar te stellen voor de realisatie van dit bezoekerscentrum en hiertoe de programmabegroting 2012 te wijzigen.
3. **Voor het resterende budget van € 100.000,- wordt te zijner tijd een voorstel gedaan hoe dit in te vullen met digitale communicatietoepassingen.**

Steller : Kirsten Willunat

Tel. : (073) 615 93 07

E-mail : k.willunat@s-hertogenbosch.nl

4) Aanleiding

's-Hertogenbosch heeft zowel in 2010 als 2011 de titel Meest Gastvrije Stad gewonnen, een publieksprijs om trots op te zijn. Gastvrijheid zit in de haarvaten van de stad, in het DNA van de Bosschenaar.

De stad wil haar positie behouden en versterken en los van de titel 2012 (die natuurlijk voor de derde keer op rij naar 's-Hertogenbosch hoort te gaan) 'gastvrijheid' claimen. De bezoekers aan de stad en de eigen inwoners staan daarbij centraal. Bijbehorende termen zijn: informeren, inspireren en innoveren.

Om deze ambitie waar te maken en de bezoekers en inwoners zo goed mogelijk te kunnen faciliteren, wordt een bezoekerscentrum voorgesteld in de Moriaan ~~en op de Markt~~.

De eerste plannen voor een bezoekerscentrum dateren van een tijd geleden. Eerst diende echter de verbouwing van de Moriaan gerealiseerd te worden. Nu is het moment om deze locatie ook qua inrichting te transformeren naar een echt bezoekerscentrum, een centraal ontvangstpunt voor bezoekers en inwoners, onder andere door middel van een geheel vernieuwd inrichtingsconcept ~~met zowel een binnen- als een buitenpresentatie~~. In het vervolg van het voorstel zal overigens uitsluitend het woord 'bezoekers' worden gebruikt.

5) Inhoud

Reserve 'bezoekerscentrum'

Inmiddels is de verbouwing van de Moriaan van start gegaan. Deze verbouwing is gericht op de verbetering van de publiekstoegankelijkheid en de kantoorfunctie, de brandveiligheid, energiezuinigheid en de ARBO technische eisen van en aan het pand, dit alles met de monumentale waarde van het pand als uitgangspunt. Voor deze verbouwing is afzonderlijk een krediet beschikbaar gesteld. De verbouwing voorziet echter niet in de inrichting van de Moriaan als bezoekerscentrum.

De verbouwing wordt naar verwachting rond de zomer afgerond. Idealiter dient zo spoedig mogelijk daarna ook de inrichting van het bezoekerscentrum gerealiseerd te worden. In deze economisch zware tijden is het temeer van belang om bezoek aan de stad en bestedingen in onze binnenstad zoveel mogelijk op peil te houden.

Bij de begrotingsbehandeling van 1999 is 1.000.000 gulden gereserveerd voor het project 'bezoekerscentrum'. Dit is omgerekend € 453.780,22. In de raadsvergadering van 23 maart 2001 is van die 1.000.000 gulden reserve een bedrag van € 127.058,46 beschikbaar gesteld ten behoeve van voorbereidingskosten om het plan voor een bezoekerscentrum nader uit te werken. De reserve bevat nu nog een bedrag van € 326.730,-. In datzelfde raadsvoorstel was de totale begroting geraamd op 8.400.000 gulden (€ 3.811.753,82), inclusief de verbouwing van de Moriaan, de realisatie van een aanbouw en de inrichting. Uiteindelijk is het project niet doorgegaan. De belangrijkste reden daarvoor was, dat er niet is ingestemd met het concept van de fysieke aanbouw aan de Moriaan.

Voor de inrichting van het bezoekerscentrum was destijds (raadsvoorstel 23 maart 2001) € 226.890,11 begroot, exclusief eventuele extra kosten die voortvloeien uit de inrichting van bijzondere toeristische of cultuurhistorische presentaties.

De kostenraming van de huidige plannen voor de inrichting van het bezoekerscentrum bedraagt € 425.000,-, inclusief bijzondere presentaties, zowel binnen als buiten. Een bedrag van € 150.000,- wordt door de VVV Noordoost-Brabant, als belangrijkste gastheer, voor haar rekening genomen. De overige € 275.000,- willen wij financieren vanuit de reserve 'bezoekerscentrum' (€ 326.730,-) die voor dit doel is gevormd.

De huidige plannen sluiten aan bij de doelstellingen die bij de vorming van de reserve geformuleerd zijn:

- Algemeen toeristisch informatiecentrum en een algemeen cultuurhistorisch informatiecentrum;
- Een toeristische en cultuurhistorische stadspresentatie (shop-in-shop presentatie, multimediale attractie en tentoonstellingen);
- Servicefaciliteiten.

De redenen voor een bezoekerscentrum zijn hieronder nader toegelicht. In 't kort: bezoekers aan de stad genereren inkomsten en banen, het overgrote deel van de bezoekers komt op de Markt en in deze tijd is 24/7 gastheerschap een voorwaarde geworden.

Belang van bezoekers voor de stad

's-Hertogenbosch ontving in 2011 1.667.000 bezoekers (6^{de} plek van Nederland) die de stad gemiddeld 2,5 maal bezochten. Dit resulteerde in 4.115.000 bezoeken. De gemiddelde bestedingen bedragen € 49,- per persoon. (Bron: Toeristisch bezoek aan steden 2011, NBTC-NIPO). Een kleine rekensom: dit levert de stad 's-Hertogenbosch een omzet van € 201.635.000,- op.

Op het gebied van zakelijk toerisme is 's-Hertogenbosch recent op de vierde plaats geëindigd als de meest aantrekkelijke stad voor een georganiseerde zakelijke bijeenkomst. (Bron: ContinuZakenreisOnderzoek 2011, een grootschalig tweejaarlijks consumentenonderzoek van NBTC-NIPO Research naar het zakelijk reisgedrag van de Nederlandse beroepsbevolking.) Uitgaande van een overnachting, wordt gemiddeld 320 euro per persoon per zakenreis uitgegeven.

In werkgelegenheid resulteert dat in de volgende cijfers: in 2011 werken er in 's-Hertogenbosch 8.880 personen in een toerisme gerelateerde sector. Dit is 9,2% van de totale werkgelegenheid (bron: Vestigingenregister 2011, bewerking: O&S).

Omschrijving	Aantal werkzame personen
Detailhandel (winkels non-food)	5.230
Logiesverstrekking	250
Eet- en drinkgelegenheden	2.960
Informatieverstrekking / congressen & beurzen	120
Kunst (theaters, schouwburgen, evenementenhallen)	110
Cultuur (musea, kunstgalerieën en – expositieruimten)	70
Sport en recreatie (zwembaden, sportevenementen, preten themaparken)	140
Totaal	8.880

Markt / Moriaan als centrale locatie

Het bezoekerscentrum in de Moriaan op de Markt is een logische keuze. Het is een centrale locatie en bovendien neemt de Markt een onbetwiste positie in met betrekking tot de bezoekersstromen in de stad. Uit de bezoekersenquêtes (bron: Binnenstadsmonitor 2008) blijkt dat twee derde van de binnenstadsbezoekers De Markt bezoekt. De Markt is daarmee hét centrale punt in de binnenstad waar vrijwel alle winkelstraten op uitkomen.

Ook de bezoekersaantallen aan de Moriaan zijn aanzienlijk: circa 200.000 bezoekers per jaar.

Relatie met het Bolwerk Sint Jan

Het Bolwerk Sint Jan zal gelegen zijn nabij een belangrijke bezoekerstoegang tot de binnenstad. In het Bolwerk wordt daarom eveneens een informatiecentrum gerealiseerd. De VVV Noordoost-Brabant is vanzelfsprekend nauw betrokken bij de totstandkoming van de plannen en de invulling van dit informatiecentrum. Het Bolwerk zal naar verwachting complementair, als een soort satellietvestiging, gaan fungeren aan het algemene, centrale bezoekerscentrum op de Markt. In het Bolwerk ligt daarnaast een specifiek accent op de historische plek van het Bolwerk/de vesting, de bouwhistorische vondsten en het toeristisch varen.

Concept in het bezoekerscentrum

Er is gekozen voor een ~~totaal~~ concept waarbij ~~binnen- (de Moriaan als centrale punt) en buitenkant (Markt) volledig op elkaar aansluiten de Moriaan het centrale punt vormt.~~ Zoals eerder aangegeven staan de bezoekers aan de stad en de eigen inwoners daarbij centraal.

Doelstelling

Het 24 uur per dag (24/7) gastvrij verwelkomen, informeren en inspireren van zowel bezoekers aan de stad als vanzelfsprekend de eigen inwoners.

Onderdelen van het bezoekerscentrum

De volgende onderdelen maken deel uit van het ~~totaal~~ concept bezoekerscentrum:

1. Binnenkant: een geheel vernieuwend, dynamisch en eigentijds inrichtingsconcept voor de Moriaan;
- ~~2. Buitenkant: een LED scherm op de Markt als buitenoutlet;~~
3. Marketing: een campagne Meest Gastvrije Stad binnen de Merkstrategie 's-Hertogenbosch.

Ad 1.

Een geheel nieuw inrichtingsconcept in de Moriaan met de *kernwoorden: persoonlijk, inspirerend, professioneel, beleving, vernieuwend, gastheerschap 10+, zelfbewust en toegankelijk.*

Vanzelfsprekend wordt er rekening gehouden met de specifieke informatiebehoefte van de verschillende doelgroepen.

Centraal staat:

- *Informeren*: een informatiecentrum waar het verhaal wordt verteld van en over 's-Hertogenbosch en haar directe omgeving: *er wordt een ervaring / beleving toegevoegd aan de standaard producten. Levende, digitale schilderijen* vertellen over de historie en over nu;
- *Inspireren*: een servicecentrum waar de bezoekers worden geadviseerd over de bijzondere activiteiten die er te doen en te beleven zijn. Een startpunt voor een dagje of langer verblijf in de stad of omgeving: *een ontvangstbalie van "5 sterren hotel 's-Hertogenbosch", gastheerschap 10+, thema clusters, een maquette van 's-Hertogenbosch en zowel folders als de digitale informatiezuil;*
- Expositieruimte met kleine wisselende tentoonstellingen: *de levende schilderijen worden afgewisseld met vitrines met daarin 'collectiestukken';*
- Ontmoetingscentrum voor vergaderingen en bijeenkomsten, *de boardroom;*
- Een marktplaats waar het accent ligt op streekproducten proeven en kopen, een podium in de winkel kan tevens incidenteel worden ingericht als *een kookeiland waar de bezoekers van hapjes worden voorzien om ze naar de restaurants te lokken.*

Algemeen geldt:

Innoveren: de kernwaarden van de stad 's-Hertogenbosch worden hierbij gekoesterd (onder andere cultuurhistorie, de Bourgondische levensstijl en de authenticiteit) en gekoppeld aan eigentijds, dynamisch en modern. Dit sluit naadloos aan bij de nieuwe Merkstrategie 's-Hertogenbosch.

In het geval van de Moriaan vormt het prachtige, historische pand met een rijke geschiedenis en vol verhalen het vertrekpunt voor een bezoek aan 's-Hertogenbosch. Dit resulteert in een kwalitatief hoogwaardige, deels museale uitstraling in een modern jasje.

Ad 2.

~~Om gestand te kunnen doen aan de doelstelling 24/7 en informeren 2.0 wordt binnen het concept bezoekerscentrum ook een buitenpresentatie, een LED scherm op de Markt, voorgesteld. De locatie zal nader worden bepaald waarbij uiteraard rekening gehouden wordt met de uitstraling en de schaalgrootte van de Markt.~~

~~Het LED scherm zal fungeren als **de buitenoutlet van het bezoekerscentrum**. Het scherm dient voor publieksinformatie en stads promotie / citymarketing (Merkstrategie 's-Hertogenbosch). Alle communicatie zal daarop gericht zijn. Het accent ligt nadrukkelijk op het domein van de vrije tijd: cultuur, cultuurhistorie, recreatie en toerisme, food, JB500, sport, evenementen etc. en het doel is: het genereren van meer bezoekers aan de stad. Gelet op het Reclamebeleid voor de binnenstad zal er geen reclame voor commerciële partijen worden gemaakt. Dit betekent ook dat, gezien het ontbreken van een verdienmodel, dit LED scherm een eenmalige investering vraagt van de overheid. Het beheer van dit bord en de regio op de informatievoorziening wordt in handen gegeven van de VVV Noordoost-Brabant.~~

Ad 3.

Er wordt een campagne Meest Gastvrije Stad voorgesteld binnen de Merkstrategie 's-Hertogenbosch. Deze zal met, voor en door de partners binnen het Bezoekersmanagement worden ontwikkeld.

Gastheerschap 10+

Als belangrijkste partner voor het bezoekerscentrum wordt gekozen voor de VVV Noordoost-Brabant. Deze organisatie is gastheer in de Moriaan en legt de *verbinding met diverse andere partijen in de stad en regio*. Enkele concrete voorbeelden zijn:

- *Convention Bureau Brabant*: het CBB is in de Moriaan gehuisvest en zal daarnaast vooral het ontmoetingscentrum voor vergaderingen en bijeenkomsten gebruiken. Het stimuleert het zakelijk toerisme aan de stad en regio;
- *Bezoekersmanagement*: in het Bezoekersmanagement zijn afgevaardigden van alle partijen binnen het vrijetijd domein vertegenwoordigd (hotels, horeca, detailhandel, musea, culturele instellingen, congres- en vergaderlocaties, Kring Vrienden van 's-Hertogenbosch en JB500). De directeur van de VVV is voorzitter van het Bezoekersmanagement.
- *Restaurant Alliantie*: de Restaurant Alliantie (momenteel zijn 24 restaurants lid) zal het mobiele kookeiland, wat incidenteel kan worden ingericht in de Moriaan, onder haar hoede nemen. Daarnaast legt zij vooral de koppeling tussen de evenementen in de stad en de horeca.
- *Stichting Jheronimus Bosch 500*: met de Stichting JB500 is gesproken over een Bosch Spoor door de stad dat ook na 2016 behouden blijft. Zeer waarschijnlijk wordt de Moriaan het startpunt van dit spoor.
- *Stad-platteland verbinding*: de VVV Noordoost-Brabant vertegenwoordigt alle gemeenten binnen de regio Noordoost-Brabant. Op meerdere manieren (bijvoorbeeld door middel

van arrangementen, een centraal datasysteem en een gezamenlijke uitstraling van de diverse websites) wordt aandacht besteed aan de verbinding stad-platteland.

Het merk VVV

Het merk VVV is nog steeds ijersterk. Voor de toeristische bezoeker is de VVV nog steeds een belangrijke informatiebron. Enkele onderzoeksgegevens daaromtrent zijn:

- Het merk VVV is het meest klantgerichte, toeristische merk van Nederland;
- In de algemene merkenlijst bekleedt het merk VVV een respectabele 77e plaats vóór toonaangevende merken als de Rabobank en KLM;
- Het merk VVV staat bekend als beleefd, sociaal, oprecht en het vertrouwen waard (allen bron: onderzoek BrandAsset Consult);
- De websites van de VVV worden door 41% van de respondenten gebruikt tijdens de voorbereiding van een toeristisch bezoek (bron: onderzoek Lagroup Leisure en Arts Consulting en het NBTC-NIPO).

Kortom, met een stevige ambitie om meer toeristische bezoekers naar de stad te halen, ligt de keuze voor de VVV als partner voor de hand.

Rendement / doel

Het rendement / doel van deze investering is:

- Handhaving van 's-Hertogenbosch in de top 10 van binnenlandse dagtochtbestemmingen bij stedentrips, bij voorkeur plaats 6 of 7;
- Handhaving van het aantal bezoekers (ruim 1,5 miljoen);
- Stimulering van het herhalingsbezoek (bezoekfrequentie is nu 2,5);
- Verlenging van de verblijfsduur (in 2010 bleef 75% van de bezoekers maximaal 6 uur in 's-Hertogenbosch);
- Behoud (idealiter verhoging) van het bestedingsniveau (nu ruim 200 miljoen euro) en het aantal banen;
- Stimulering van het internationaal profiel van 's-Hertogenbosch.

Tot slot

Toerisme is een van de speerpunten in ons economisch beleid en juist in deze tijd zijn investeringen noodzakelijk. De bestedingen in winkels en horeca lopen terug, omdat de consument "de hand op de knip houdt". Een impuls aan het toeristisch bezoek aan 's-Hertogenbosch is noodzakelijk.

Communicatie/vervolgprocedure

VVV Noordoost-Brabant (en andere stakeholders, waaronder Bezoekersmanagement) worden geïnformeerd over uw besluit.

Voor het LED scherm op de Markt dient een zorgvuldig proces gevoerd te worden, onder andere met betrekking tot de bepaling van de exacte locatie en de gewenste grootte van het scherm. Dit vergt overleg met belanghebbenden (zowel in- als extern).

De campagne Meest Gastvrije Stad zal worden ingebed in de Merkstrategie 's-Hertogenbosch.

6) Financiële paragraaf

De kosten voor de inrichting van het bezoekerscentrum in de Moriaan (~~zowel binnen- als buitenpresentatie~~) bedragen:

- € 300.000,- voor een eigentijdse en dynamische inrichting van de Moriaan;

- ~~€ 100.000,- voor een LED scherm op de Markt;~~
 - € 25.000,- voor een campagne 'vrije tijd' binnen de Merkstrategie 's-Hertogenbosch.
- De totale kosten bedragen **€ 325.000,-**.

Zowel de kantoorinrichting (circa € 60.000,-) als de inrichting van de begane grond / winkel (circa € 240.000,-) maken onderdeel uit van de € 300.000,-. De grootste kostenposten op de begane grond / in de winkel zijn de digitale toepassingen (€ 50.000,-), de verlichting (€ 40.000,-) de meubels en de maquette.

De *dekking* is als volgt:

- € 150.000,- cofinanciering van de VVV Noordoost-Brabant als belangrijkste gastheer van de Moriaan;
- **€ 175.000,-** financiering door de gemeente, uit de reserve 'bezoekerscentrum'.

Het bedrag **ad € 175.000,-** zal in de vorm van een subsidie worden uitbetaald aan de VVV Noordoost-Brabant die daarna de voorgenomen investeringen met betrekking tot de Moriaan zal plegen.

Voor het resterende budget van € 100.000,- wordt te zijner tijd een voorstel gedaan hoe dit in te vullen met digitale communicatietoepassingen.

Het restant van de totale reserve 'bezoekerscentrum' (€ 326.730,-), zijnde € 51.730,- zal naar verwachting vrij kunnen vallen in de jaarrekening 2012 ten gunste van de algemene middelen.

Burgemeester en wethouders van 's-Hertogenbosch,
De secretaris, De burgemeester,

mr. drs. I.A.M. Woestenberg mr. dr. A.G.J.M. Rombouts

Bijlagen:
N.v.t.

Ter inzage:
Schetsontwerp Interieurconcept Moriaan 's-Hertogenbosch

De gemeenteraad van 's-Hertogenbosch in zijn openbare vergadering van
11 september 2012;

gezien het voorstel van burgemeester en wethouders d.d. 4 september 2012,
regnr. 12.0531;

gelet op de Gemeentewet;

Besluit

1. In te stemmen met het voorstel voor een bezoekerscentrum.
2. Een budget van € 175.000,- beschikbaar te stellen voor de realisatie van dit bezoekerscentrum en hiertoe de programmabegroting 2012 te wijzigen.
3. Voor het resterende budget van € 100.000,- wordt te zijner tijd een voorstel gedaan hoe dit in te vullen met digitale communicatietoepassingen.

's-Hertogenbosch,
De gemeenteraad voornoemd,
De griffier,

De voorzitter,

drs. A. van der Jagt

mr. dr. A.G.J.M. Rombouts