

Gemeenteraad

Portefeuillehouder: Fotigui Camara

Van team: Team Opgavesturing

Adviseur: Carolien Borrias-Boonen

E-mail: c.borrias@denhelder.nl

Classificatie: **Openbaar**

Kenmerk: **2023-044218**

Begrotingswijziging: **Nee**

Onderwerp: Voorstel tot het vaststellen van het Uitvoeringsprogramma Helders Perspectief 2024-2027

Publiekssamenvatting:

Op 3 februari 2020 heeft de gemeenteraad het raadsvoorstel Helders Perspectief vastgesteld. Het uitvoeringsprogramma Helders Perspectief 2020-2023 loopt dit jaar af. In het coalitieakkoord alsmede in het collegeprogramma is opgenomen dat het Helders Perspectief voortgezet dient te worden. Op 3 april 2023 heeft de portefeuillehouder aan de commissie Bestuur en Middelen (B&M) een evaluatie van het Helders Perspectief gepresenteerd. Vervolgens is op 25 september j.l. de evaluatie citymarketing aan de commissie B&M gepresenteerd. Al deze uitkomsten, conclusies en aanbevelingen zijn verwerkt in het nieuwe Uitvoeringsprogramma Helders Perspectief. Dit programma legt de focus op extra inzet op randvoorwaarden, strategische positionering en optimalisatie van de organisatie. In het vierde kwartaal van 2025 wordt dit programma geëvalueerd en zal er een herziene Uitvoeringsagenda ter kennisname worden aangeboden.

Geadviseerd besluit

1. het Uitvoeringsprogramma Helders Perspectief 2024-2027 vast te stellen voor de komende vier jaar;
2. de bestemmingsreserve Helders Perspectief te handhaven voor het geactualiseerde programma.

Bijlagen

1. HP 20022023.jpg

Raadsvoorstel:

Aanleiding en context

Het huidige Uitvoeringsprogramma Helders Perspectief loopt dit jaar af. In het coalitieakkoord alsmede in het collegeprogramma is opgenomen dat het Helders Perspectief voortgezet dient te worden. In het eerste kwartaal van 2023 heeft de portefeuillehouder aan de commissie B&M een evaluatie van het Helders Perspectief gepresenteerd. Vervolgens is op 25 september 2023 de evaluatie citymarketing aan de commissie B&M gepresenteerd. Al deze uitkomsten, conclusies en aanbevelingen zijn verwerkt in het nieuwe Uitvoeringsprogramma Helders Perspectief. Dit programma richt zich in de eerste instantie op de komende twee jaar, om extra inzet op randvoorwaarden, strategische positionering en optimalisatie van de organisatie te kunnen uitvoeren. In het vierde kwartaal van 2025 zal een herziene Uitvoeringsagenda ter vaststelling worden aangeboden.

Doelen en resultaten

Het doel van het Helders Perspectief is om een positioneringsstrategie te ontwikkelen voor Den Helder. Dit doen we vanuit een integrale aanpak. Door vanuit wonen, werken, leren en recreëren de krachten te bundelen, bouwen we aan een sterk verhaal voor Den Helder. Met het bouwen van een sterke netwerkorganisatie, werken we samen met onze partners in het veld. We brengen focus aan en werken hiermee, vanuit hetzelfde verhaal, aan gezamenlijke doelstellingen op lange termijn.

Resultaten

De komende jaren werken we aan:

- optimalisering van de organisatiestructuur en het verbeteren van randvoorwaarden;
- het ontwikkelen van monitoringinstrumenten. Dit zijn bijvoorbeeld nulmetingen, KPI's en een dashboard waarmee we doelmatigheid en effectiviteit kunnen meten;
- inzetten op evenementen, activiteiten en de Experience Store waarmee we het verhaal van Den Helder op een positieve manier voor het voetlicht kunnen (blijven) brengen.

Kaders en omstandigheden

Op dit moment is het huidige Uitvoeringsprogramma Helders Perspectief nog van kracht. Dit uitvoeringsprogramma loopt dit jaar af. Tijdens de evaluatie in de commissievergadering Bestuur en Middelen van 3 april 2023 is de toezegging gedaan het nieuwe programma 2024-2027 door de raad te laten vaststellen. In het coalitieakkoord is de volgende ambitie opgenomen:

Met vertegenwoordigers vanuit de sectoren wonen, werken, onderwijs en zorg maken we een nieuw uitvoeringsprogramma gericht op gecoördineerde inzet en samenwerking. Onderdeel daarvan zijn de branding van de stad, evenementen en activiteiten op het gebied van arbeidsmarkt en onderwijs.

Dit is in het collegeprogramma 2022-2026 als volgt vertaald:

- *We evalueren het uitvoeringsplan Helders Perspectief (behorende bij de vastgestelde strategie Van Krimp naar Groei)*
- *We gebruiken het uitvoeringsplan Helders Perspectief als kader voor de nieuwe prestatieafspraken met stichting Citymarketing*

Argumenten en alternatieven

De afgelopen jaren heeft het Helders Perspectief zich ontwikkeld tot een integrale opgave waarbinnen de programma's wonen, werken, leren en recreëren zijn gewaarborgd. De Experience Store, TekPark en Sail zijn voorbeelden van projecten en evenementen waarmee we Den Helder op een positieve manier hebben weten te etaleren. Programma's hebben elkaar onderling versterkt. Samenwerken stond hierbij centraal en hier is dan ook vol op ingezet. Met onze partners uit onderwijs, wonen, onze ondernemers, de Koninklijke Marine en de zorg hebben we de handen ineengeslagen en een stevig fundament voor verdere samenwerking gebouwd.

Nu is het tijd voor de volgende fase. We weten welke trends, ontwikkelingen en uitdagingen voor ons liggen en met dit vernieuwde uitvoeringsprogramma spelen we daarop in. De stedelijke ambitie en de bestaande programmalijnen blijven van kracht. Wonen, werken, leren en recreëren; de som is meer dan het geheel der delen.

Met vergrijzing enerzijds en ontgroening anderzijds komen onze voorzieningen en onze leefbaarheid in het gedrang. Een gezamenlijke aanpak is hierbij essentieel. Bij het loslaten van het Helders Perspectief gaat er veel verloren. Door het ontbreken van een gezamenlijk verhaal, een gezamenlijke strategie en dito missie ontstaat er versnippering, dubbelingen in activiteiten en programma's en gaat er veel tijd, energie en middelen verloren.

Bestuurlijke vernieuwing

Dit programma is de opvolger van het huidige uitvoeringsprogramma Helders Perspectief. Dat programma loopt eind 2023 af. Bij het Helders Perspectief is een stuurgroep van externe bestuurders betrokken. Deze partijen zijn:

- De Woningstichting Den Helder
- De Koninklijke Marine
- 's Heerenloo
- Stichting Meerwerk Basisscholen
- Ondernemersvereniging Den Helder

Samen met de Stuurgroep heeft in oktober 2022 een evaluatie plaatsgevonden. Deze is in april aan de commissie B&M gepresenteerd. Vervolgens heeft er een evaluatie citymarketing plaatsgevonden. De uitkomsten hiervan zijn op 25 september jl. aan de commissie B&M gepresenteerd. Vanuit de conclusies en aanbevelingen is samen met de Stuurgroep en met een interne werkgroep van betrokken ambtenaren gewerkt aan een nieuw uitvoeringsprogramma. Dit programma wordt ter vaststelling aan de raad aangeboden. Het voorstel komt op grond van de Referendumverordening 2012 in aanmerking voor het houden van een referendum.

Duurzaamheid

Dit voorstel heeft geen specifieke aspecten met betrekking tot duurzaamheid.

Financiële consequenties

Het benodigde budget komt met het vaststellen van de programmabegroting 2024 beschikbaar.

Jaartal	2024	2025	2026	2027
Budget	300.000	300.000	300.000	300.000
Extra budget beschikbaar gesteld door Woningstichting Den Helder en Koninklijke Marine (buiten deze begroting)	100.000	100.000	100.000	100.000
Financiering uit bestemmingsreserve	160.000	165.000	140.000	120.000
Projecten	2024	2025	2026	2027
1. Onderzoek en kennis	65.000	65.000	45.000	35.000
2. Regie, organisatie en rolverdelingen	25.000	30.000	20.000	20.000
3. Prestatie en budget		10.000	10.000	10.000
4. Nieuwe positionering	50.000	60.000	65.000	55.000
5. Samenwerking	50.000	120.000	120.000	120.000
6. Nieuwe aanpak	0	0	0	0
7. Experience Store	100.000	50.000	50.000	50.000
8. Evenementen	80.000	80.000	80.000	80.000
9. Evenementencoördinator (0,5 fte)	50.000	50.000	50.000	50.000
10. Incidentele extra bijdrage Citymarketing	40.000			
Totaal	460.000	465.000	440.000	420.000

1. Toelichting op hoofdlijnen

- **Overstijgingen op jaarschijven (totaal: € 585.000) worden gedekt uit de bestemmingsreserve Helden Perspectief.**
- **Op 14 november 2023 hebben de ‘founding partners’ van het Helden Perspectief (de Woningstichting Den Helder en de Koninklijke Marine), aangegeven dat zij ieder het Helden Perspectief willen sponsoren voor € 50.000 per jaar. Dat komt neer op een totaal van € 400.000 over vier jaar. Deze middelen zetten we expliciet in voor arbeidsmarktcommunicatie en de Experience store, met bijbehorende activiteiten. Deze middelen zijn nog niet verwerkt in dit programma, maar zetten we tijdens de uitvoeringsfase in.**
- **In navolging op het evaluatierapport citymarketing stellen we in 2024 incidenteel € 40.000 extra beschikbaar voor de Stichting Citymarketing. Deze middelen besteden we primair aan activiteiten gericht op het Helden Perspectief.**
- **We richten de Experience Store meer in vanuit strategie en participatieve trajecten met bewoners en stakeholders. Zo kan de nieuwe Experience Store naast een bezoekerscentrum ook een functie hebben voor bijvoorbeeld enquêtes.**
- **Naast het reguliere evenementenbudget dat in de begroting is vastgesteld op €165.000, stellen we vanuit het Helden Perspectief extra middelen beschikbaar. Deze middelen bedragen € 80.000 op jaarbasis en zijn bedoeld voor evenementen die het brede verhaal van Den Helder vertellen.**
- **Met de inzet van een evenementencoördinator (0,5 fte, project 9) komen we tegemoet aan de wens van evenementorganisatoren om meer gemeentelijke inzet/coördinatie in de voorbereiding van evenementen te organiseren.**
- **Project 5, Samenwerking, groeit onder andere door de inzet van meer menskracht door een programmamanager met de specialisatie stadsmarketing.**

Uitvoering en planning

2024-2027

1. Onderzoek en kennismanagement

1. We ontwikkelen een set Key Performance Indicators (KPI's) op basis van co-creatie met beleidsmedewerkers, stichting Citymarketing en strategische partners in het veld, inclusief budgettering. Dit doen we om een nulmeting stadsmarketing uit te voeren om de huidige stand van zaken vast te stellen. We gaan hierbij op zoek naar regionale samenwerkingsverbanden, bijvoorbeeld als het gaat om ontwikkelingen als ‘Smart City’^[1] en ‘Digital twins’ (digitaal 3D-model van de stad waarmee thema's als woningbouw en mobiliteit voor iedereen inzichtelijk zijn).
2. We werken meer data gestuurd: we nemen beslissingen op basis van feitelijke gegevens en analyses.
3. We richten een ‘Kennsbureau stadsmarketing Den Helder’ op. De interne werkgroep gaat hiermee aan de slag. In het Kennsbureau krijgen, kennisdistributie en onderzoek in opdracht een prominente rol.

2. Regie, organisatie en rolverdeling

1. We betrekken van overige stakeholders (o.a. ondernemers, maatschappelijk middenveld, bewoners) bij de regie van stadsmarketing. Via een aantal intentieverklaringen leggen we de samenwerking vast. De belangrijkste partners ten aanzien van stadsmarketing, betrekken we hierbij. Mogelijk ligt hier ook een kans voor versterking van de financiën voor stadsmarketing, via bv. partnershipbijdragen. De Woningstichting Den Helder en de Koninklijke Marine hebben recentelijk toegezegd dat zij ieder het Helden Perspectief sponsoren met € 50.000 per jaar. Dat komt neer op een totaal van € 400.000 over vier jaar. Een uitgebreidere verkenning van partnershipbijdragen krijgt vorm via de opgave.

2. We ontwikkelen een dashboard om met Key Performance Indicatoren (KPI's) te kunnen sturen. We gebruiken de KPI's om de resultaten van het Helders Perspectief 2.0 te meten, te evalueren en te volgen. Dit 'dashboard denken' voeren we in, in de netwerkorganisatie. Indicatoren kunnen zijn: mate van waardering, associatie met onze stad, mate van aanraden, mate van trots, leefbaarheid, herhaalbezoek en zijn vanuit de diverse domeinen geformuleerd. In het evaluatierapport citymarketing is een aanzet gemaakt met mogelijke indicatoren. Deze indicatoren stellen we binnen de werkgroep vast en toetsen we bij de stuurgroep.
3. We formuleren een Manifest stadsmarketing als gezamenlijk vertrekpunt. Met daarin duidelijke afspraken over de (nieuwe) ambities, aangescherpte rollen en verwachtingen tussen alle betrokken partijen ten aanzien van stadsmarketing.

3. Prestatie en budget

1. We herijken het financieringsmodel Helders Perspectief. Als in de inrichting van Wonen, Werken, Leren, Recreëren een grotere verantwoordelijkheid komt te liggen bij het Helders Perspectief, en dus minder bij de stichting Citymarketing, zal vanuit de opgave geanalyseerd en geadviseerd moeten worden hoe de toebedeling van het nieuwe budget vorm krijgt.
2. We herijken de financieringsstructuur richting stichting Citymarketing. Daarbij streven we naar een gelijkwaardige verhouding van de bijdragen tussen ondernemers en de gemeente.

4. Een nieuwe positionering, voor heel Den Helder

1. We creëren een positioneringsstrategie voor Den Helder, relevant voor alle domeinen, waarmee we de concurrentiepositie van Den Helder versterken. Dit zal via een participatief proces plaatsvinden. Centrale vraag: wat wordt ons gezamenlijk verhaal voor Den Helder voor de komende 20 jaar? Belangrijk uitgangspunt hierbij is het betrekken van stakeholders en bewoners.
2. Parallel aan dit project, stellen we diverse samenwerkingsacties op met de belangrijkste partners in stadsmarketing. Zo ontwikkelen we het netwerk stadsmarketing. Hier betrekken we ook actief onze jongeren bij (denk aan de jongerenadviesraad (JAR) de Kinderburgemeester en de Kinderraad) en onze partners uit Cultuur, Erfgoed, Toerisme, Recreatie en Sport.

5. Samenwerking

1. We werken actief in het netwerk, met een stevige regiefunctie voor het Helders Perspectief. We bouwen capaciteit (menskracht) op voor netwerkontwikkeling en -versterking, binnen en buiten de gemeente.
2. We richten een creatieve denktank en ideeënbox (voor inwoners) op, waarmee we in gesprek gaan met ondernemers en inwoners. We lopen hierbij samen op met het programma Inwonersbetrokkenheid en de nieuwe Participatieverordening.

6. Nieuwe aanpak

1. De samenwerking in het netwerk werken we in een later stadium verder uit in concrete stappen: hoe begeleid je stapsgewijs het netwerk in het werken vanuit merkidentiteit en strategische positionering.

Dit actieprogramma voeren we uit in samenwerking met alle relevante belanghebbenden, waaronder de gemeente, ondernemers, maatschappelijk middenveld en bewoners. We stellen een specifieke tijdsplanning op en wijzen verantwoordelijkheden toe aan specifieke individuen of teams binnen de organisatie. Met de invoering van dit actieprogramma verbeteren we de stadsmarketing in Den Helder en kan de gemeente haar potentie beter benutten.

[1] Steden ontwikkelen zich steeds meer als *smart city*, waarbij ze door de inzet van digitale technologie antwoorden proberen te vinden op diverse stedelijke uitdagingen. Bron: <https://www.forumstandaardisatie.nl/onderwerpen/bouwen-en-wonen/interoperabiliteit-smart-cities>

Communicatie

Na oplevering van dashboard, nulmeting en eenmeting, is de verwachting dat hier in het eerste kwartaal van 2025 de eerste resultaten van opgeleverd kunnen worden. Tegelijkertijd zal de eerste tussenevaluatie van het geactualiseerde programma Helden Perspectief plaatsvinden. De uitkomsten van beide onderzoeken zullen tijdens een Beeldvormende Avond aan raads- en commissieleden worden gepresenteerd.

<https://ebesluitvorming-denhelder.suite.green.gemnet.nl/decreet/detail?id=13177&nav=tasks>

Den Helder, 12 december 2023

Burgemeester en Wethouders van Den Helder,

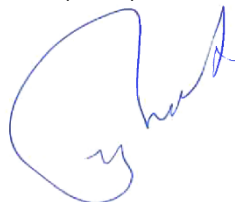
burgemeester

J.A. (Jan) de Boer MSc.

A handwritten signature in blue ink, consisting of several overlapping loops and a long horizontal stroke extending to the right.

secretaris

M.J. (Marc) Pothast

A handwritten signature in blue ink, featuring a large, rounded initial 'M' followed by a series of smaller, connected loops.

Raadsvergadering d.d.	22 januari 2024
Besluit nummer	2023-044218
Onderwerp	Voorstel tot het vaststellen van het Uitvoeringsprogramma Helders Perspectief 2024-2027

De raad van de gemeente Den Helder;

gelezen het raadsvoorstel van het college van burgemeester en wethouders van Den Helder van 12 december 2023,

besluit:

1. het Uitvoeringsprogramma Helders Perspectief 2024-2027 vast te stellen voor de komende vier jaar;
2. de bestemmingsreserve Helders Perspectief te handhaven voor het geactualiseerde programma.

Aldus besloten in de raadsvergadering van 22 januari 2024