

Aan:
Gemeenteraad Amersfoort
Postbus 4000
3800 EA Amersfoort

Betreft:

Citymarketing Amersfoort van grote waarde voor de stad en haar ondernemers!

12-06-2024

Beste leden van de gemeenteraad,

Zoals bekend, ligt Citymarketing Amersfoort onder het politieke vergrootglas. Vanuit verschillende bedrijfsverenigingen zijn wij van mening dat bezuinigingen op dan wel het staken van de inzet van Citymarketing Amersfoort ongewenste effecten zal hebben. Immers, Citymarketing Amersfoort heeft veel positiefs bereikt voor de stad en haar bedrijfsleven.

Verschillende samenwerkingspartners hebben de afgelopen periode een bijdrage geleverd aan het evaluatieonderzoek over de rol, inzet, functioneren en de waarde van Citymarketing Amersfoort. Ons verzoek is dit schrijven dan ook mede te benutten voor de discussie hierover die plaatsvindt tijdens de commissievergadering op 24 juni 2024.

Een ding staat daarbij onmiskenbaar vast; namelijk dat er vanuit alle ondernemersorganisaties in de stad enorm gehecht wordt aan de waarde van het instrument citymarketing en dat het voortbestaan van Citymarketing Amersfoort op geen enkele wijze onder druk mag komen te staan en dat dit bij voorkeur vanuit een onafhankelijke, zelfstandige rol professioneel ingevuld dient te worden voor en door de stad Amersfoort.

Wij roepen u op namens ondernemend Amersfoort om af te zien van enige vorm van bezuinigingen op Citymarketing Amersfoort; temeer Citymarketing Amersfoort nu al met relatief beperkte middelen geweldige prestaties levert voor onze stad en van vitaal belang is om ons vestigings-en ondernemersklimaat, onze werklocaties en onze (binnen)stad, cultuur en evenementen gericht op verschillende doelgroepen goed in de markt te blijven zetten.

In onze visie blijven juist extra investeringen gewenst in Citymarketing Amersfoort gegeven de effecten van de crises die nog steeds voelbaar zijn bij Amersfoortse ondernemers, structurele, aanhoudende trends en vooral het belang van een onderscheidende, vitale stad. Daar waar andere steden fors investeren in de citymarketing van de stad en haar bedrijfsleven, zien we in Amersfoort een tegengestelde beweging, die we op geen enkele manier kunnen verantwoorden.

Graag zetten wij onze visie op Citymarketing Amersfoort nader uiteen; breed ondersteund door het Amersfoortse bedrijfsleven.

- Citymarketing Amersfoort zet met Tijd voor Amersfoort de historische binnenstad en andere attracties enorm op de kaart; dit werkt als een bindmiddel voor bezoekers, bewoners en bedrijven in en rond de (binnen)stad.

- Zonder Citymarketing Amersfoort verliezen evenementen, festivals en culturele instellingen een belangrijk kanaal om het publiek te bereiken. Zij zijn dan zelf meer kosten kwijt aan marketing en communicatie, en/of bereiken een kleinere doelgroep. Bovendien bevordert Citymarketing Amersfoort de samenwerking tussen evenementen, ondernemers en instellingen én verhoogt ze het kennisniveau over marketing en communicatie bij evenementen en andere culturele partners zodat zij zelf effectiever marketing inzetten.
- Met deze promotie bevordert Citymarketing Amersfoort als stad waar het behalve goed werken ook goed verblijven en recreëren is. Voor de diverse leden van de verschillende ondernemersverenigingen in de horeca en zakelijke dienstverlening is dit een zeer belangrijke activiteit.
- Citymarketing Amersfoort zorgt voor het versterken van het imago van Amersfoort als uitstekende vestigingsplaats voor bedrijven en stad om te ondernemen. Met de campagne Amersfoort Business voorziet deze organisatie talrijke ondernemers van relevante informatie over allerlei aspecten omtrent het ondernemen in de stad.
- Citymarketing Amersfoort richt zich daarnaast ook op het (beroeps)onderwijs in de stad met de campagne Stad van Talenten. Citymarketing Amersfoort wakkert bovendien de bewustwording aan over het belang van duurzaamheid; een belangrijk speerpunt van zowel de gemeente als het bedrijfsleven in Amersfoort.
- Ook voor de verkoop van bedrijfs- en woonkavels kunnen de Citymarketing Amersfoortkanalen worden gebruikt voor marketing en communicatie. Dit zorgt voor een aanzienlijke kostenbesparing: er hoeven geen aparte kanalen (websites, nieuwsbrieven etc.) te worden ingericht en de gemeente maakt gebruik van het reeds aanwezige grote bereik.
- De gemeente participeert in diverse regionale samenwerkingen, waaronder die van Bureau Regio Amersfoort (o.a. de beleidsterreinen economie, mobiliteit en wonen), de Regionale Ontwikkelingsmaatschappij (ROM), de Economic Board Utrecht en de 'Utrecht Region' (o.a. op het gebied van economie, cultuur en toerisme). Citymarketing Amersfoort zorgt voor een scherp profiel van Amersfoort in deze samenwerkingen en zet daarmee voorbeelden van de gemeente en lokale ondernemers in de (inter-)nationale etalage en vertegenwoordigt ondernemend Amersfoort in diverse werkgroepen. Door de inzet van Citymarketing Amersfoort behoudt de gemeente Amersfoort de regie en zorgt ze voor een zo groot mogelijke 'return on investment' van deze samenwerkingen.

Ook zijn er andere opbrengsten die ten goede komen aan de stad en gemeente Amersfoort:

- De campagnes van Citymarketing Amersfoort dragen bij aan meer hotelovernachtingen (en dus opbrengsten toeristenbelasting) en bevorderen het gebruik van parkeergarages rond het centrum (ook hier vloeien inkomsten – gedeeltelijk – terug naar de gemeente Amersfoort).
- Door bij te dragen aan behoud en groei van werkgelegenheid kan de gemeente Amersfoort rekenen op een hogere opbrengst van de OZB voor bedrijven. Ook wordt bespaard op uitgaven in het sociaal domein.
- Inzet op citymarketing blijft de komende jaren hard nodig om een ondernemende, gezellige en leefbare stad te blijven met het voorzieningenniveau dat past bij een groeiende stad van meer dan 150.000 inwoners.

Tot slot heeft de gemeente Amersfoort met Citymarketing Amersfoort (en haar netwerk) een instrument in handen om adequaat op de actualiteit in te spelen. Of het gaat om het 'verzilveren' van grote evenementen, zoals de komst van The Passion naar Amersfoort in 2016, of Koningsdag 2019, 150 jaar Mondriaan in 2022 of thema's waar de gemeente samen met het culturele veld landelijk participeert, zoals Mondriaan to Dutch Design in 2017, Amersfoort Nationale Onderwijsstad in 2021 of zeer actueel Amersfoort European City of the

Year in 2023/2024 of minder positieve zaken zoals de coronacrisis. Door middel van de bestaande organisatie, netwerkstructuur en campagnekanalen kon en kan de gemeente snel schakelen en vlot de samenwerking met het bedrijfsleven en andere (regionale of landelijke) partners opzetten.

Kortom namens Ondernemend Amersfoort is ons uitdrukkelijke en dringende advies en verzoek Citymarketing Amersfoort te koesteren, te waarderen en nog beter te benutten voor het vermarkten van onze stad, onze doelstellingen en het Amersfoortse bedrijfsleven. Daarom verzoeken wij u vriendelijk doch dringend om af te zien van bezuinigingen op dan wel staking van Citymarketing Amersfoort.

Met een ondernemende groet,

Walrick Halewijn,

Voorzitter, Ondernemers Binnenstad Amersfoort (OBA)

Ton Voortman

Voorzitter, Vereniging Eigenaren Binnenstad Amersfoort (VEBA)

Marc Nieuwland

Voorzitter, Vereniging Amersfoortse Bedrijven (VAB)

Arnout de Hamer

Voorzitter, Vereniging Amersfoortse Ondernemers (VAO)

Frans Smink

Voorzitter, Vereniging Bedrijventerrein De Wieken Vinkenhoef

Claudia van Driel

Voorzitter, Awest - Bedrijvenvereniging Amersfoort-West

Ilja de Wolf

Voorzitter, Bedrijvenvereniging De Hoef 3.0

Jasper Bijl

Voorzitter, Bedrijvenvereniging Calveen

Henk van Dijken

Voorzitter, Koninklijke Horeca Nederland, afdeling Amersfoort

Freek Bosman

Voorzitter, Winkeliersvereniging Eemplein

Niels Veenhuijzen

Bestuurder, Directeuren Amersfoortse Culturele instellingen

Danny de Graaf,

Manager, VVV Amersfoort