

Toezegging 'Verduidelijking inzet budget citymarketing'

Toezegging bij agendapunt: Inzet (destinatie)marketing gemeente Hoorn
Portefeuillehouder: A. Helling
Datum: 23-05-2024

Toezegging

De wethouder zegt toe met extra onderbouwing te komen voor beslispunt 3.b), de 50.000 euro die bestemd is voor citymarketing.

Antwoord

Door het verschuiven van een deel van het structurele budget van Holland boven Amsterdam (HbA) naar de lokale marketing, kan steviger invulling gegeven worden aan de ambitie om Hoorn op de kaart te zetten, als een aantrekkelijker stad voor wonen en werken.

In het raadsvoorstel- en besluit (van 12 maart 2024) met betrekking tot de marketing van Hoorn in 2024 is geschetst welke activiteiten in 2024 worden uitgevoerd. Aan de hierin genoemde activiteiten wordt op dit moment uitvoering gegeven. Voor de genoemde campagne in 2024, wordt ingezet op een cross mediale aanpak, bestaande uit de volgende (online) onderdelen:

- Sociale media campagnes, waarbij de focus ligt op Instagram & Facebook
- Google advertising
- YouTube display advertising
- Online advertenties
- Influencer Marketing

Bovenstaande wordt gericht op de doelgroep van jonge gezinnen/jongeren tussen de 25-35 jaar.

Daarnaast is er momenteel sprake van specifieke samenwerkingen. Bijvoorbeeld met NS Dagje uit, die o.a. via hun platform de bereikbaarheid van Hoorn en het stadsstrand benadrukken voor een reis met de trein. In samenwerking met NS Dagje uit komen op vrijdag 14 juni 6 influencers Hoorn bezoeken, die de stad ontdekken en daarover delen via hun online kanalen. Ook wordt Hoorn opgenomen op dit platform als interessante stedentrip, en worden via NS Dagje uit hierover uitingen gedeeld in september.

Hoorn komt ook offline via verschillende kanalen terug. Onder andere in het magazine Margriet van week 24/25, met verschillende pagina's over Hoorn en het verblijf in de stad en wat er te doen is in Hoorn en de regio. Verder wordt gebruik gemaakt van busreclame in de regio MRA, inzet van digitale billboards in Hoorn en abri's in de MRA-regio. Er wordt nu gewerkt aan de exacte uitwerking van deze plannen.

Wanneer de gemeenteraad besluit om structureel €50.000,- aan het budget voor de marketing van Hoorn toe te voegen, kan dit in 2024 op verschillende manieren worden uitgebreid. Denk daarbij onder andere aan:

- Het verlengen van de campagneperiode (ook buiten de zomer)
- Het inzetten van extra middelen, gericht op de doelgroep
- Het versterken van de huidige budgetten voor bijvoorbeeld de sociale media campagnes
- Extra inzet op retargeting

Wanneer uw raad besluit het budget te verschuiven naar lokale marketing, worden deze plannen verder uitgewerkt.

Conform het raadsbesluit uit maart 2024 wordt in het voorjaar van 2025 een meerjarenplan met u besproken in commissieverband. Dat is het moment om over de structurele inzet van de dan beschikbare financiële middelen te spreken voor de komende jaren.