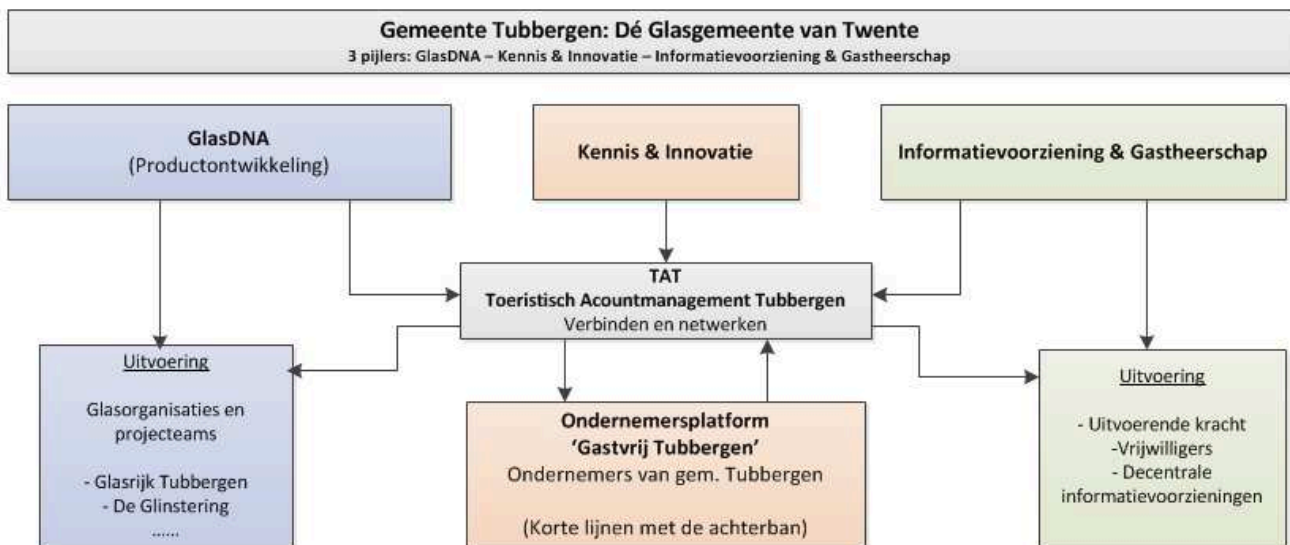


Bijlage 2:
Opzet nieuwe toeristische organisatiestructuur in Tubbergen
Met een duidelijke focus en goede aansluiting op Twente

Om deze 'glas-beleving' te creëren dient er een organisatie te zijn die dit professioneel kan waarborgen. Tubbergen is al een glasgemeente, maar de stap naar dé glasgemeente van Nederland vergt organisatiekracht en professionals. De huidige ontwikkelingen omtrent de Glinstering leren ons dat, naast ontwikkelingskracht, professionele organisatiekracht gericht op communicatie, aanjaagfunctie en productontwikkeling belangrijk is om projecten van de grond te krijgen. Uiteraard zal de organisatie niet alleen glasDNA waarborgen. Naast het borgen van de ambities ten aanzien van Glas/Glinstering in de vorm productontwikkeling kent de organisatie meerdere uitgangspunten. Op basis van de ontwikkelingen en op basis van de input van ondernemers is het scenario voor de toeristische organisatiestructuur in Tubbergen verder uitgewerkt. Verdere uitgangspunten zijn:

- Zorgdragen voor continuering van een toeristische organisatie na wegvallen van de VVV
- Zorg voor een goede aansluiting met Marketing Twente (Marketing Oost) om optimaal te profiteren van het merk Twente.
- Informatievoorzieningen die passen bij de huidige tijd, met oog voor gastheerschap.
- Tegengaan van versnippering binnen de vrijetijdssector.

De organisatie richt zich op drie pijlers.



1. GlasDNA – productontwikkeling

Glas als toeristische 'kapstok' voor productontwikkeling met als doel: profileren onder één 'glashelder' thema. De profilering van gemeente Tubbergen ophangen aan het glasDNA van Tubbergen. De Glinstering kan hierin dienen als doorlopende publiekstrekker en beeldmerk voor gemeente Tubbergen. Glasrijk, De Glinstering, en andere glasinitiatieven gaan zich parallel aan elkaar ontwikkelen om van gemeente Tubbergen dé glasgemeente van Nederland te maken.

2. Kennis & Innovatie (verbinden en stimuleren).

Om aan te sluiten bij de verwachtingen voor TTI's vanuit MarketingOost dient de organisatie ondernemersgericht te zijn. Om dit te verwezenlijken neemt de nieuwe organisatie de horizontale besluitstructuur van MarketingTwente over op lokaal niveau. Naast de organisatie wordt het ondernemersplatform 'Gastvrij Tubbergen' opgericht. Het ondernemersplatform heeft korte lijnen met 'Gastvrij Twente', de gemeente, en heeft medezeggenschap in de promotie- en productontwikkeling binnen de organisatie. Het doel van het ondernemersplatform is, versnippering binnen de vrijetijdssector tegengaan en samen initiatieven genereren. In het platform nemen ondernemers plaats verenigd uit iedere discipline (hotel, horeca, camping, streekproducten, detailhandel etc.).

3. Informatievoorziening & Gastheerschap

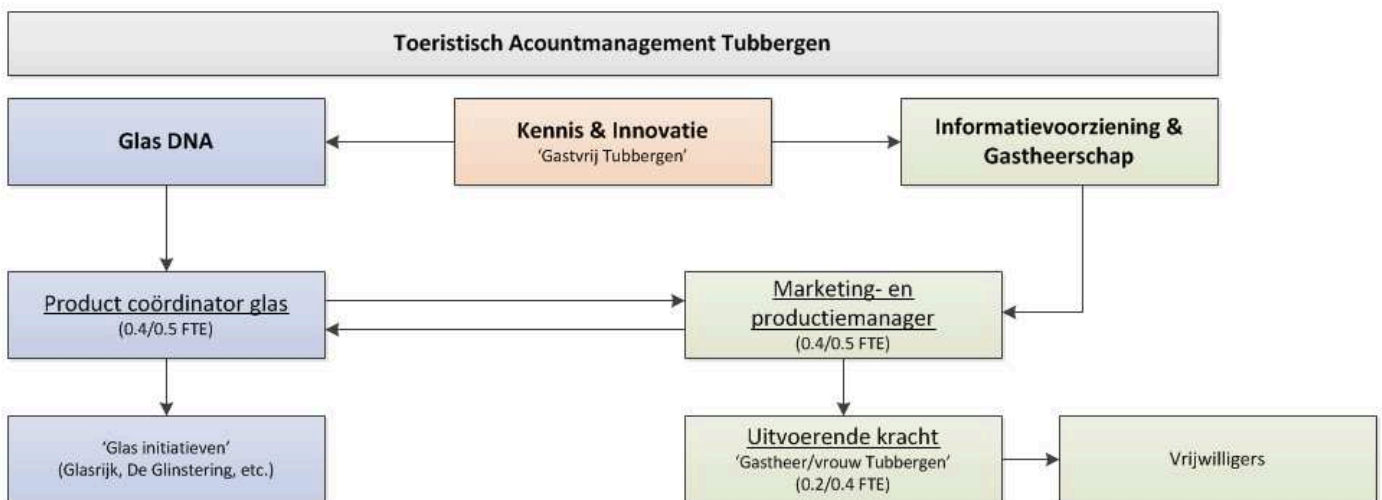
De organisatie streeft naar moderne informatievoorzieningen en decentralisatie van informatie. Dit onder het motto: niet de consument naar ons, maar wij naar de consument.

De organisatie draagt zorg voor het leveren van een kwalitatief hoog fysiek en digitaal informatieproduct welke door de gehele gemeente Tubbergen verzorgd en eenduidig is. Het actief zorg dragen voor actuele en volledige digitale informatievoorzieningen en deze afstemmen op het lokaal en regionaal product (database, site, social media ed.). Tevens het organiseren en ontwikkelingen van fysieke informatie (folders, brochures ed.) vanuit één centraal punt. In de huidige vorm organiseren ondernemers veelal zelfstandig informatievoorzieningen op eigen terrein. De informatie is echter niet volledig en tevens niet afgestemd op die van andere ondernemers. Voor de consument is de informatie in de huidige vorm versnipperd. Deze versnippering van informatie wordt voorkomen binnen de nieuwe opzet.

- Waarborgen gastheerschap: Het ontvangen en informeren van de consument blijft een fysieke aangelegenheid. De baliefunctie (frontoffice) van de organisatie dient tevens te blijven bestaan o.l.v. vrijwillers en met aansturing vanuit de organisatie. Echter, kan deze gedecentraliseerd worden naar kernen waar behoefte is aan een dergelijke baliefunctie. Om de organisatie te ontzien van kosten kunnen deze baliefuncties gecombineerd en ingericht worden met bestaande maatschappelijke gebouwen (gemeentehuis, cultuurhuus, parochiehuus ed.).

Als verbindende factor tussen de drie pijlers bevindt zich de organisatie: Toeristisch Accountmanagement Tubbergen (TAT).

Opzet organisatie / professionele krachten



Back-office: aansturende/verbindende tak van de organisatie: dit is/zijn de professionele kracht(en) binnen de organisatie. De sparringpartner(s) voor ondernemers i.h.k.v. trends en ontwikkelingen, de verbindende en stimulerende kracht binnen het ondernemersplatform 'Gastvrij Tubbergen', de productcoördinator in het kader van glas, en tevens de marketing- promotiescoördinator met afstemming op het Merk Twente (MarketingOost). Dit onderdeel van de organisatie dient als spil in het web binnen de drie bovengenoemde pijlers (GlasDNA, Kennis en Innovatie, Informatievoorziening & Gastheerschap). De organisatie kent de volgende functies:

- Aansturende kracht: Productcoördinator glas (0.4/0.5 FTE)
 - o Eindverantwoordelijke productontwikkeling glas (consument)
 - o Ondersteuning bestaande glasinitiatieven (creativiteit)
 - o Aanjager glasinitiatieven (communicatie)
- Aansturende kracht: Marketing- en productiemanager (0.4/0.5 FTE)
 - o Eindverantwoordelijke 'gastheerschap en digitale en fysieke informatievoorziening'
 - o Aanspreekpunt MarketingOost.
 - o Aanspreekpunt en sparringpartner lokale ondernemers & ondernemersplatform 'Gastvrij Tubbergen'.

Front-office: uitvoeringstak van de organisatie en vrijwilligers: bovenstaande is gericht op marketing, communicatie, verbinden & stimuleren, kennis & innovatie, productontwikkeling, en het aansturen van digitale en fysieke informatievoorzieningen. Daaronder valt de uitvoerende tak van de organisatie ('de baliefunctie van de organisatie'). Deze tak richt zich op de uitvoering van zaken binnen de derde pijler: Informatievoorziening & Gastheerschap.

- Uitvoerende kracht: Gastheer/vrouw Tubbergen (0.2/0.4 FTE)
 - o Controleert decentrale informatievoorzieningen en vult deze aan.
 - o Aanspreekpunt en aansturing voor vrijwilligers

Financiën:

Om de organisatie financieel te voorzien streeft men naar een minimale investering van € 100.000,- op j.b.. Binnen de pilot-fase van twee jaar betekent dit een streefbedrag van € 200.000,-.

De kostenstructuur van de VVV is kritisch onder de loep genomen. Op basis van het brutoloon is gekeken naar een reële schatting voor de loonkosten binnen de nieuwe organisatie. Binnen de VVV kende men 0.7 FTE met een brutoloon (2015) van € 28.000,- op j.b.. Binnen de nieuwe organisatie zal er binnen de pilot-fase sprake zijn van kleinere functie's (maximaal 0.5 FTE), maar spreekt men van opschaling en afschaling binnen functies t.o.v. de VVV. Beide backoffice functies hebben meer verantwoordelijkheden en vereisen meer kennis en kunde dan de huidige 0.7 FTE. Daarentegen is er sprake van afschaling door het wegvallen van verantwoordelijkheden voor de uitvoerende kracht t.o.v. de VVV. Brutolonen:

- | | |
|--|------------------------|
| - Aansturende kracht: Productcoördinator glas (0.4/0.5 FTE) | max. € 30.000,- |
| - Aansturende kracht: Marketing- en productiemanager (0.4/0.5 FTE) | max. € 30.000,- |
| - Uitvoerende kracht: Gastheer/vrouw Tubbergen (0.2/0.4 FTE) | <u>max. € 15.000,-</u> |

Maximaal brutolonen op j.b.

€ 75.000,-

De fysieke en digitale informatiemiddelen (brochures, folders, website ed.) kennen een kostenpost van maximaal € 5000,- op j.b. Dit betekent dat voor 2017 en 2018 minimaal jaarlijks € 20.000,- beschikbaar is om in te zetten op productontwikkeling, lokale promotie, evenementen ed.

Financiering

Binnen de financiering streeft men naar een partnerschap tussen overheid en ondernemers. Binnen de pilot-fase streeft men naar overheidsfinanciering van meer dan 50% (60%) mits ondernemers voldoende financieel draagvlak bieden voor de overige 40%.

- Financiering overheidsmiddelen € 60.000,-
- Financiering ondernemers € 40.000,-

Na de pilotfase zal een omslag moeten komen naar meer ondernemersfinanciering en minder overheid.

Draagvlak ondernemers (40% financiering in pilotfase)

Binnen de huidige organisatie (VVV) brengen ondernemers (met aanvulling van verenigingen en donateurs) op j.b. een bedrag bijeen van € 20.000,-. Ondernemers betalen uit loyaliteit een bedrag van € 300,- of €150,-, maar zien weinig economisch belang en meerwaarde in de huidige investering. Ondernemers geven aan bereid te zijn om meer te investeren in een nieuwe organisatievorm, mits zij hier ook meer voor terug krijgen. Tevens valt er aan ondernemersinvestering veel draagvlak te winnen. Een groot scala aan ondernemers met een direct of indirect vrijetijdseconomisch belang levert momenteel geen bijdrage aan de huidige vorm. Men streeft naar een verdubbeling van deze € 20.000,- door meer draagvlak te creëren onder ondernemers en tevens grotere bijdrages te verwachten van groot-belanghebbenden. Ondernemersinvesteringen zullen variëren tussen € 1000,- en € 50,- gebaseerd op belang.

Rol gemeente Tubbergen (60% financiering in pilotfase)

In ons coalitieakkoord hebben we ten doel gesteld om meer toeristen en recreanten naar onze gemeente te halen en een verhoging van de recreatieve en toeristische bestedingen te realiseren. Wij willen als gemeente in de rol van stimulerende partner een bijdrage leveren aan het versterken, verbinden en vernieuwen van de vrijetijdseconomie.

Wij zoeken steeds meer naar nieuwe vormen van samenwerking en financiering tussen overheid, marktpartijen, ondernemers en particulieren. Nieuwe vormen van samenwerking en financiering zijn hard nodig: minder overheidsgestuurd, meer vanuit maatschappelijke verantwoordelijkheid van alle partijen. Inzet: een gelijkwaardige samenwerking tussen overheden, marktpartijen, bedrijven en

particulieren. Een samenwerking waarbij meer gedacht wordt vanuit de huidige eigenaren en gebruikers. Dat vraagt om een faciliterende overheid die minder gericht is op beleid en regelgeving, maar zelf ondernemend is om tot een vruchtbare samenwerking te komen. Doel: nieuwe waarden toevoegen in het gebied – economisch, sociaal, ecologisch en ruimtelijk. Het is zaak dat de private netwerken tussen partijen te laten groeien, te mobiliseren en productief te maken. De overheid is in staat een belangrijke impuls te geven aan de vorming van draagvlak bij ondernemers door ondernemers te ontmoeten in hun investering.