

Vragen Commissie Economie 6 september 2024

Vragen Antje Dees-de Vries (BBB), over Statenvoorstel Aanwijzingsbesluit Wet Markt en Overheid - Regiomarketing Zeeland - 486422, agendapunt 5

Vragen Commissie Economie	Antwoorden
1. Wat is de huidige stand van zaken omtrent het aanhaken van Gemeenten bij de stichting? En waarom is de "Letter of Support" slechts door 3 gemeenten ondertekend?	De huidige stand is dat 11 gemeenten hebben toegezegd en dat er met twee gemeenten (Middelburg en Veere) nog gesproken wordt. De letter of support is een commitment dat leden van "Kopgroep" bij aanvang zijn aangegaan. Hierin waren de betreffende drie gemeenten vertegenwoordigd. Het was een startpunt van een traject dat heeft geresulteerd in het Koersdocument. Het stond alle gemeenten vrij hieraan deel te nemen.
2. Wat zijn de huidige kosten voor de provincie Zeeland tbv regiomarketing en hoeveel gaf de provincie in de afgelopen jaren hieraan uit?	De kosten voor de regiomarketing in 2024 bedragen ca. € 1,85 mln. inclusief salarislaster (ca. € 800.000 incl. overhead). Dit bedrag is min of meer vergelijkbaar met de jaren 2021 t/m 2023. En dit bedrag is ook opgenomen in de meerjarenbegroting.
3. Volgens de concept begroting is het financiële aandeel van de Provincie Zeeland in de merkorganisatie in 2025 58 %. • Wat zegt dit aandeel over het zeggenschap van de provincie in deze nieuwe organisatie? • Heeft GS/PS invloed op de koers die gevaren gaat worden? Hoe groot is deze invloed? • En wat is de inbreng in de Raad van toezicht door de Provincie?	Deze concept begroting is achterhaald. Het financiële aandeel van Provincie Zeeland is bij aanvang 89% (zie laatste begroting). Het idee is dat door de toename van bijdragen van andere stakeholders, dat aandeel procentueel lager wordt. Het bedrag dat overgaat naar de nieuwe organisatie is bestemd voor het nastreven van doelen die zijn vastgelegd in de economische agenda. De subsidie die aan de nieuwe organisatie wordt verstrekt zal hieraan moeten bijdragen. De bijdragen van stakeholders (met deels dezelfde doelen) maakt dat de impact hiervan kan worden vergroot. De zeggenschap van Provincie Zeeland zal dan vanuit de subsidieverstreking plaatsvinden. Dit zal worden aangestuurd vanuit een accounthouder bij Provincie Zeeland. GS/PS heeft invloed op de economische doelen die worden vastgelegd in het coalitieakkoord. Hieruit vloeien de merk- en marketingactiviteiten voort die via een subsidie aan de merkorganisatie worden gedelegeerd. Daarnaast wordt een

Vragen Commissie Economie	Antwoorden
	governance structuur verkend waarin de huidige Bestuurlijke klankbordgroep Zeeland Marketing een rol krijgt. Hierin is Provincie Zeeland vertegenwoordigd in de vorm van de gedeputeerde met Economie in de portefeuille
4. Strategische merkpartners dragen financieel bij op vrijwillige basis aan de merkorganisatie. Hoe wordt de begroting rond gezet als deze bijdragen tegenvallen? Hoe wordt onafhankelijkheid gewaarborgd als een partij onevenredig veel bijdraagt? Krijgt deze partij dan ook meer invloed? Hoe is dit gewaarborgd?	Deze vragen zouden valide zijn als er sprake zou zijn van een deelneming. Er is echter geen sprake van een zogeheten 'verbonden partij', er zal een subsidierelatie zijn met een stichting die buiten de provincie staat.
5. Gaan alle activiteiten van de provincie Zeeland mbt Marketing en Promotie over naar de stichting of blijven er onderdelen achter bij de provincie? Hoe zit het bijvoorbeeld met sponsoractiviteiten?	Sponsorbudget blijft bij Provincie Zeeland. De uitvoering van de marketingactiviteiten die voortvloeien uit een sponsorcontact worden opgevolgd door de merkorganisatie.
6. Welk deel van de personeelskosten uit de begroting (2025: 920/m) is bestemd voor de directeur? En voor hoeveel fte is de rest bestemd? De huidige 7 fte of de geplande 9 fte?	De begroting in het Koersdocument is achterhaald. Het salaris van de directeur zal nader worden vastgesteld, afhankelijk van de gekozen cao of andere inschaling. Binnen de voorlopige begroting is de directeur ingeschaald binnen schaal 13. Daarnaast wordt een brandmanager aangetrokken (schaal 12) en gaat de huidige bezetting binnen Team Zeeland Marketing voor de merkorganisatie werken: 7,3 FTE (670.000 euro). De definitieve personeelslasten kunnen pas later worden vastgesteld.
7. In het koersdocument wordt aangegeven dat de partners van de merkorganisatie overwegend positief zijn. Wat zijn eventuele kritische punten?	Gemeenten en onderwijsinstellingen zullen structureel bijdragen. Bedrijven hebben aangegeven in projecten deel te willen nemen. Daarbij zullen afspraken worden gemaakt wat de merkorganisatie hiervoor doet.
8. Waarom wordt voor coördinatie van toeristische marketing een apart deel begroot? Wat is de reden voor deze uitzonderingspositie. Klopt het dat bij de bijdrage Gemeenten van 200/m ook nog het bedrag 125/m dat gemeenten nu al samen aan toeristische marketing uitgeven moet worden	Op dit moment vindt de coördinatie plaats vanuit Team Zeeland Marketing (toekomstige merkorganisatie) en regio coördinatoren en een projectmanager die worden gefinancierd vanuit gemeenten. Voor 2025 klopt het dat deze bedragen bij elkaar opgeteld worden. De verwachting is dat de coördinatie gefaseerd over gaat naar de nieuwe merkorganisatie en de bijdrage overgaat in bijdrage van

Vragen Commissie Economie	Antwoorden
opgeteld? Doen alle 13 gemeenten samen mee aan die 125/m voor toerisme?	gemeenten in zijn geheel. De huidige stand/verwachting is dat 11 gemeenten hiermee instemmen.