

Bekendmaking van voornemen tot het verlenen van een begrotingspostsubsidie aan Stichting MarketingOost - 2027

Het college van burgemeester en wethouders van de gemeente Kampen (hierna: het college) maakt hierbij bekend dat zij het voornemen heeft subsidie te verlenen aan Stichting MarketingOost voor het kalenderjaar 2027.

Deze subsidie is bedoeld voor de uitvoering van toeristische marketing en regiomarketing waarmee de positie van Kampen als aantrekkelijke bestemming voor bezoekers versterkt wordt, de economische betekenis van recreatie en toerisme vergroot wordt en Kampen verbindt met de bredere toeristische regio's waarvan de stad onderdeel uitmaakt. Kampen maakt onderdeel uit van meerdere toeristische samenwerkingsverbanden en bestemmingen, waaronder de Hanzesteden, de IJsseldelta en de provincie Overijssel als geheel. Effectieve promotie en positionering van Kampen vindt daarom niet alleen plaats op lokaal niveau, maar juist ook in samenhang met deze regionale en provinciale netwerken.

Naar het oordeel van het college is Stichting MarketingOost de enige serieuze gegadigde voor deze subsidie.

Waarom één serieuze gegadigde?

Artikel 4:23, derde lid, onder c, van de Algemene wet bestuursrecht regelt de mogelijkheid om begrotingspostsubsidies te verstrekken. In beginsel moet de subsidieverstrekker hierbij mededingingsruimte bieden. Deze mededingingsruimte kan alleen worden begrensd als vooraf vaststaat, of redelijkerwijs mag worden aangenomen, dat op grond van objectieve, toetsbare en redelijke criteria slechts één serieuze gegadigde voor subsidie in aanmerking komt. Dit volgt uit jurisprudentie van de Raad van State van 23 juli 2025, ECLI:NL:RVS:2025:3399.

Naar oordeel van het college is Stichting MarketingOost de enige serieuze gegadigde die in aanmerking komt voor deze subsidie op basis van de navolgende objectieve, toetsbare en redelijke criteria:

1. het vergroten van de zichtbaarheid van Kampen binnen regionale en nationale toeristische campagnes;
2. het versterken van de samenwerking tussen ondernemers, overheden en organisaties in de vrijetijdseconomie;
3. het ontwikkelen en benutten van kennis en data over bezoekersstromen, marktontwikkelingen en toeristisch gedrag;
4. het verbinden van Kampen aan regionale toeristische proposities zoals de Hanzesteden, de IJsseldelta en Overijssel als bestemming.

Motivering:

Stichting MarketingOost voldoet aan deze criteria.

1. **het vergroten van de zichtbaarheid van Kampen binnen regionale en nationale toeristische campagnes.**
MarketingOost vervult een sleutelrol in de digitale ontsluiting van toeristische informatie over Overijssel en de regio's daarbinnen. Via verschillende platforms en netwerken worden bestemmingen, routes, evenementen en ondernemers zichtbaar gemaakt voor bewoners en bezoekers. Deze digitale infrastructuur functioneert op provinciaal en regionaal niveau en maakt het mogelijk om Kampen te positioneren binnen bredere toeristische proposities.
2. **het versterken van de samenwerking tussen ondernemers, overheden en organisaties in de vrijetijdseconomie.**
MarketingOost is de provinciale Destinatie Management Organisatie(DMO) voor Overijssel. Vanuit deze rol is de organisatie verantwoordelijk voor de ontwikkeling, positionering en marketing van Overijssel als bestemming en voor de ondersteuning van regionale toeristische samenwerkingen binnen de provincie. Deze rol brengt met zich mee dat MarketingOost beschikt over een provinciale infrastructuur voor toeristische marketing en samenwerking, waarin meerdere regio's en gemeenten zijn aangesloten.
3. **het ontwikkelen en benutten van kennis en data over bezoekersstromen, marktontwikkelingen en toeristisch gedrag.**
MarketingOost beschikt over een structurele kennis- en data-infrastructuur voor de vrijetijdseconomie in Overijssel. Dit omvat onder andere: onderzoek naar bezoekersstromen, data over overnachtingen en bezettingsgraden, analyses van binnenlands en inkomend toerisme, monitoring

van toeristische trends en markten, inzichten uit digitale bezoekersdata (bijv. bezoekersstromen). Deze kennisbasis wordt mede mogelijk gemaakt door provinciale en regionale samenwerkingen en investeringen. Hierdoor kan marketingbeleid worden gebaseerd op actuele en vergelijkbare data op regionaal en provinciaal niveau.

4. **het verbinden van Kampen aan regionale toeristische proposities zoals de Hanzesteden, de IJsseldelta en Overijssel als bestemming.**
Kampen maakt onderdeel uit van verschillende regionale toeristische verbanden, waaronder: Hanzesteden, IJsseldelta, Routebureau NW Overijssel en Overijssel/VisitOost. MarketingOost vervult binnen deze verbanden een centrale rol in de coördinatie, marketing en kennis- en destitatieontwikkeling. De toeristische positionering en ontwikkeling van Kampen vindt daardoor plaats binnen een breder regionaal netwerk. Het uitvoeren van deze taken vereist een organisatie die op dit schaalniveau opereert en deze samenwerkingsstructuren beheert.
5. **organisatorische capaciteit en specialistische expertise**
MarketingOost beschikt over gespecialiseerde medewerkers op het gebied van onder meer: destinationmarketing, data en onderzoek, content en campagnes, netwerkontwikkeling, toeristische productontwikkeling en routenetwerken. Doordat deze expertise provinciaal en regionaal wordt ingezet, kunnen gemeenten zoals Kampen gebruik maken van specialistische capaciteit die op lokaal niveau moeilijk zelfstandig te organiseren is.

Gelet op bovenstaande is het college van mening dat er maar één serieuze gegadigde in aanmerking komt voor de subsidie. Er zijn naar oordeel van het college geen andere gegadigden die voldoen aan alle hiervoor genoemde criteria en zo de activiteiten waarvoor subsidie bedoeld is op de door het college gewenste wijze kunnen realiseren.

Zienswijzen

Bent u van mening dat u onterecht niet als serieuze gegadigde bent aangemerkt en/of dat de gestelde criteria niet objectief, toetsbaar of redelijk zijn, dan kunt u dit schriftelijk en gemotiveerd voor 7 juli 2026 aan het college kenbaar maken, via Postbus 5009, 8260 GA Kampen of via subsidieservicepunt@kampen.nl, onder vermelding van 'begrotingspostsubsidie Stichting MarketingOost 2027'.

Als u een gemotiveerde zienswijze indient, onderzoekt het college of het voornemen heroverwogen wordt. Als het college vasthoudt aan het voornemen, motiveert het college in het subsidiebesluit waarom er niettemin maar één serieuze gegadigde is op grond van de gestelde criteria en/of waarom de criteria wel aan de eisen voldoen. Bent u belanghebbende en bent u het niet eens met het definitieve besluit? Dan kunt u daar op dat moment bezwaar tegen maken.