



Aanwezig: Voorzitter: J.L. van Aert
Commissiegriffier: J. Jaspers
Leden: J. de Graaf (SP), P.T.J. Vervoort (CDA), C.H.M. van der Burgt (VVD), mevrouw J.M.G. Spierings - van Deursen (Lokaal Sterk), S.W. van Lierop (plan!), T.Y.M. Tuerlings (GL), J.H.J.M. Roefs (CDA) (tot 20.00 uur), M.P.J. Rieter (Helder Helmond), mevrouw A.C.G.M. Janssen – Jansen (VVD), T. van den Brule (PvdA), H.M.J.M. van Dijk (Lokaal Sterk), M. Chahim (PvdA), N. Zarroy (D66), S.J.P.H.A. van de Brug (VVD).
Portefeuille: mevrouw P.J.M.G. Blanksma- van den Heuvel (burgemeester), J.C.J. van Bree (wethouder), F.P.C.J.G. Stienen (wethouder).
Adviseur(s): J. Jaspers (griffier), L. Grunberg (Helmond Marketing).
Notulist: P. van Schijndel

Afwezig S.A.W. Stevens (D66), R.R.J.B. Peters (CDA), B.H.M.W. Wouters (SP), mevrouw M.M.C. MK: Meulendijks (SP), G.P.A. van Vugt (HA).

1. Opening en mededelingen

De **voorzitter** heet de aanwezigen van harte welkom. De commissie stemt in met de voorliggende agenda. De **voorzitter** deelt verder mede dat de heer Van Vugt wegens ziekte afwezig is. Hem wordt namens de commissie een bloemetje bezorgd.

Wethouder **Van Bree** wil graag van de commissie weten of het geplande werkbezoek aan Senzer op 6 april in de middag of in de avond plaats kan vinden. In de middag is een bezoek aan de werkvloer mogelijk. Na enige discussie concludeert de **voorzitter** dat de voorkeur van de commissie uitgaat naar een tijdstip laat in de namiddag (rond 16.00 uur) met een doorloop in de vooravond.

De **burgemeester** blikt kort terug op de verkiezingen voor de Tweede Kamer. Zij is erg trots op de hoogste opkomst sedert 1986: 75,3%. Zij hoopt dat deze trend zich voortzet bij de gemeenteraadsverkiezingen van 2018. Zij complimenteert verder de vele vrijwilligers met hun inzet.

Ook de heer **Chahim** stelt trots te zijn op de hoge opkomst.

De **burgemeester** laat voorts weten dat er een conceptbegroting 2018 voor de MRE is opgesteld. Deze is naar de gemeenteraden gestuurd voor een zienswijze. In april vinden verschillende bijeenkomsten plaats voor raadsleden van de 21 gemeenten om hierover van gedachten te wisselen. De **burgemeester** beveelt deze bijeenkomsten van harte aan.

Op 5 april, aldus de **burgemeester**, is er nog een bijeenkomst over de regionale agenda wonen en de nieuwe regionale ruimtelijke strategie. Ook hier vraagt zij aandacht voor.

De **burgemeester** meldt verder dat de Brainportactieagenda, die momenteel wordt opgesteld, op 5 april in het Mauritshuis aangeboden zal worden. Zij zal daarbij aanwezig zijn. Deze agenda bevat de prioriteiten, die we als Brainport voor de toekomst stellen en is met name bedoeld voor de nieuw te vormen regering. Helmondse belangen (onder meer Automotive en Food Campus, acquisitie bedrijven en culturele voorzieningen) zijn nadrukkelijk in deze agenda meegenomen.

2. Beantwoording ingediende technische vragen

Er zijn geen technische vragen ingediend.

3. Vaststellen notulen vergadering 16 februari 2017

Het verslag van de vergadering van 16 februari 2017 wordt ongewijzigd vastgesteld.

4. Regionaal Risicoprofiel 2017 Veiligheidsregio Brabant Zuidoost

De heer **Rieter** zegt dat hij zich helemaal kan vinden in het voorstel.

De heer **Chahim** constateert dat het hier in feite een technisch stuk betreft, opgesteld door experts. De politieke component komt pas in het beleidsplan ter sprake.

Ook de heer **Van der Burgt** is het helemaal eens met de conclusies uit het risicoprofiel. Wel vraagt hij aandacht voor het gebruikte kaartje, dat volgens hem verouderd is (de brandweerkazerne Brandevoort staat nog ingetekend).

De **burgemeester** zegt toe dat hier naar gekeken zal worden.

De heer **Zarroy** is blij met de verstrekte informatie, ook tijdens de vorige vergadering van de commissie Bestuur en Economie. Hij onderschrijft het voorstel van het college om meer aandacht voor spoorongevallen te vragen.

De heer **Vervoort** informeert ernaar of de toezegging tijdens de vorige vergadering van mevrouw Tan meegenomen wordt. Het betrof de toezegging dat met Brabant Water afgesproken wordt dat de voorgenomen vermindering van het aantal brandkranen niet mag leiden tot een tekort aan bluswater in voorkomende gevallen.

De **burgemeester** beaamt dit laatste.

De **burgemeester** is het met de heer Chahim eens dat het hier een stuk betreft, dat de feitelijke situatie beschrijft. Het is als input bedoeld voor het beleidsplan, dat opgesteld gaat worden. Duidelijk is dat de risico's in onze regio meer omvatten dan alleen maar branden. We vragen daar terecht meer aandacht voor. Ook meer aandacht vragen we, zoals in het voorstel verwoord, voor de risico's van ongevallen op en rondom het spoor. Dat doen we samen met Eindhoven en Deurne.

De **voorzitter** concludeert hierna dat het voorstel als hamerstuk op de agenda van de raad van 28 maart 2017 geplaatst kan worden.

5. Derde wijziging Verordening op de raadscommissies 2014

De heer **Roefs** laat weten dat zijn fractie akkoord is met het voorstel. Het is naar zijn mening een goede balans tussen de geuite wensen en mogelijke bezwaren.

De heer **Van Dijk** is het helemaal eens met de heer Roefs.

Ook de heer **Van de Brug** en de heer **Rieter** kunnen zich vinden in het voorstel.

De **voorzitter** concludeert hierna dat het voorstel als hamerstuk op de agenda van de raad van 28 maart 2017 geplaatst kan worden.

6. Presentatie stand van zaken Stadsmarketing

Wethouder **Stienen** leidt de presentatie van de heer Grunberg, de nieuwe directeur van Helmond Marketing, kort in. De wethouder stelt daarbij dat Helmond Marketing jarenlang vooral gericht was op (de organisatie van) evenementen. Het streven is voortaan: minder bezig zijn met evenementen en meer met marketing. De gemeenteraad heeft in november 2016 door middel van een motie gevraagd om betere kaders aan te geven en om de mogelijkheid te bieden de doelstellingen te beoordelen en de resultaten te bewaken. De heer Grunberg zal in zijn presentatie hier verder op ingaan. Tot slot wil wethouder **Stienen** nog kwijt dat hij de vergelijking met de Eindhovense marketingorganisatie best aan wil, mits Helmond met navenante budgetten kan werken.

Dam volgt de presentatie van de heer **Grunberg**.

Hierna is er gelegenheid voor de commissieleden om vragen te stellen dan wel opmerkingen te maken.

Mevrouw **Spierings** vraagt of sommige evenementen niet het risico lopen te verdwijnen als Helmond Marketing haar ondersteuning afbouwt.

De heer **Grunberg** antwoordt dat alle evenementen in principe waardevol zijn, maar dat Helmond Marketing keuzes moet maken. Sommige evenementen, die van groot belang zijn voor het imago van Helmond, worden meer ondersteund dan andere evenementen. Soms beperkt de ondersteuning van Helmond Marketing zich noodgedwongen tot hulp bij pr-activiteiten.

Mevrouw **Janssen** wil weten of in de geplande app ook informatie over wonen, werken, sport en cultuur meegenomen wordt?

De heer **Grunberg** beaamt dit. Volgens hem is het aanprijzen van het woonklimaat erg belangrijk voor het aantrekken van bedrijven en daarom dus ook voor de marketing van Helmond.

De heer **Vervoort** is groot voorstander van samenwerking met het bedrijfsleven. Hij heeft door de presentatie er alle vertrouwen in dat dit ook gaat plaatsvinden.

De heer **De Graaf** vraagt of de geschiedenis van de stad een plek krijgt in het opbouw van het merk Helmond.

De heer **Grunberg** antwoordt dat de geschiedenis veel aandacht krijgt. Geschiedenis is belangrijk voor de identiteit van de stad. Het kasteel, maar ook het industrieel erfgoed in de vorm van gebouwen zijn belangrijke identiteitsdragers.

De heer **Zarroy** is van mening dat de wensen uit de motie terug te vinden zijn in de presentatie. Hij herkent kaders en de mogelijkheid om de resultaten te beoordelen. Ook stemt hij in met de ingezette professionaliseringsslag. Hij wil nog weten hoe Helmond Marketing omgaat met de kracht van Helmond, met doelgroepen en de focus op bepaalde items.

Natuurlijk, aldus de heer **Grunberg**, wordt gewerkt met specifieke doelgroepen. De doelgroepen zijn ook afhankelijk van het onderwerp. Daar moeten we goed over nadenken en we moeten een en ander vervatten in een strategie.

De heer **Rieter** snapt dat er keuzes gemaakt moeten worden. Maar dat moet volgens hem niet betekenen dat we belangrijke dingen vergeten. We zijn in zijn ogen nog te weinig trots op kroonjuwelen als het kasteel, de paalwoningen en wereldbedrijven als Vlisco en Nedschroef. Die moeten we ook in de etalage zetten.

De heer **Grunberg** onderschrijft de behoefte aan trots ten volle. Bewoners en bedrijven moeten ambassadeur van de stad zijn. De door de heer Rieter benoemde iconen moeten nadrukkelijk in de marketing meegenomen worden. Dat zijn instrumenten om de gewenste trots te faciliteren.

De heer **Mol** vraagt of Helmond Marketing al resultaten kan melden met betrekking tot haar promotionele activiteiten ten behoeve van de koopzondagen. Hij wil weten waar we volgend jaar met ons centrum staan.

De heer **Grunberg** geeft aan dat hij op dit moment nog geen cijfers heeft. Die gaan er wel komen. (Promotionele) activiteiten van Helmond Marketing worden voortaan geëvalueerd en aan de raad voorgelegd. Het Helmonds centrum moet tot centrum van de Peel worden op het gebied van winkelen en cultuur. Helmond Marketing gaat aan de slag met een actieve leegstands aanpak. Meer bezoekers en minder leegstand: daar mag de raad de organisatie op afrekenen. En dat geldt voor alle gepresenteerde 7 actiepunten.

De heer **Van Dijk** stelt dat zijn fractie blij is met het behoorlijke ambitieniveau. Hij wijst er wel op dat in Helmond het centrale winkelgebeuren aangeduid wordt als centrum en niet als binnenstad.

De heer **Grunberg** zal met dat laatste rekening houden.

Ook mevrouw **Janssen** is verheugd over de inhoud van de presentatie. Er wordt voldaan aan de raads motie.

De heer **Van Lierop** wil weten of Helmond Marketing al ideeën heeft over hoe de leegstand in het centrum aan te pakken.

De heer **Grunberg** zegt dat nagedacht wordt over een effectieve strategie. Een mogelijkheid is uitbreiding van Helmondse (winkel)bedrijven, maar ook van bestaande bedrijven in andere steden richting Helmond. We gaan op zoek naar investeerders. Daarvoor hebben we cijfers nodig en een ambitieus centrumperspectief. Deze activiteit vraagt maatwerk. Ook herverkaveling is een optie.

De **voorzitter** dankt hierna de heer Grunberg voor zijn presentatie.

7. Stukken ter kennisname

Deze stukken worden voor kennisgeving aangenomen.

Niets meer aan de orde zijnde sluit de **voorzitter**, met dank aan de aanwezigen, om 20.25 uur de vergadering.

De commissie Bestuur en Economie,
De voorzitter,

De commissiegriffier,

