RIDDERKERK

Mw. K. Kayadoe
p/a de griffie

Uw brief van:	2 augustus 2020	Ons kenmerk:	195994
Uw kenmerk:		Contact:	D. Rietveld
Bijlage(n):		Telefoonnummer:	0180 451234
		Team:	VOV
		Datum:	4 september 2020

Betreft: Beantwoording schriftelijke vragen (RvO, artikel 40) inzake Ridderhelden

Geachte mevrouw Kayadoe,

Op 2 augustus 2020 heeft u ons een brief gestuurd met vragen over het project Ridderhelden. In deze brief beantwoorden wij uw vragen.

U heeft de volgende artikel 40 vragen gesteld:

1. **Naast het totaal aan shoptegoed, welk bedrag is er aan communicatie uitgegeven. Graag specificatie per onderdeel (o.a. website, reclameborden, filmpje, folders, advertenties en overige communicatie),**

   Project Ridderhelden werkzaamheden communicatiebureau:

Overleg en advies	*€ 1.360,-*
Advies en begeleiden lanceermoment	*€ 340,-*
Huisstijl/Styling guide	*€ 255,-*
Design: poster retailer, outdoor campagne en flyer	*€ 340,-*
Design: advertentie ½ pagina	*€ 255,-*
Design: ansichtkaartmailing incl. databaseprint.	*€ 255,-*
Actiepagina	*€ 249,-*
Realisatie aanmeldformulier	*€ 170,-*
Video & fotografie	*€ 1.000,-*
Online campagne opzetten	*€ 450,-*
Inkoop budget lanceermoment	*€ 1.450,-*
Inkoop budget Outdoor reclame	*€ 1.750,-*
Inkoop budget adverteren huis-aan-huis bladen	*€ 800,-*
Inkoop budget drukwerk	*€ 480,-*
Inkoop budget Ansichtkaart	*€ 275,-*
Inkoop budget hosting	*€ 239,50*
Inkoop budget Facebook	*€ 750,-*

Koningsplein 1
Postbus 271
2980 AG Ridderkerk

En in aanvulling daarop de kosten voor het betrekken van de Ridderkerkpas bij Ridderhelden.

Inrichten en verwerken webformulier	*€ 400,-*
Verwerken in PASS	*€ 325,-*
Gegevensuitwisseling drukker	*€ 325,-*
Opstartkosten productie/fulfilment	*€ 950,-*
Brief productie/fulfilment	*€ 60,-*
Pas productie/fulfilment	*€ 155,-*
Aanleveren pas/brief	*€ 595,-*

2. **Aan welke communicatie-bureaus is deze opdracht gegund, welke mogelijkheden hebben andere Ridderkerkse communicatie-bureaus gekregen op de opdracht te verkrijgen?**
De opdracht is, conform het inkoop- en aanbestedingsbeleid, gegund aan Schinkelshoek Communicatie in samenwerking met Intermediad voor aansluiting op de Ridderkerkpas. Op basis van hun specifieke ervaring met het opstellen en uitwerken van creatieve concepten, haar kennis van de lokale markt en de lokale binding is Schinkelshoek Communicatie gericht benaderd. Het beoogde doel van het project is de gevolgen van de corona-maatregelen voor ondernemers deels op te vangen door een groter binding van de lokale koopkracht aan Ridderkerk. De wijze waarop dit tot stand moest komen was vooraf onbekend, de creativiteit van de opdrachtnemer is hierbij doorslaggevend geweest. Het gepresenteerde project Ridderhelden draagt bij aan de promotie van de lokale ondernemers, zet bijzondere inwoners in het zonnetje, versterkt de sociale cohesie en brengt de lokale consumenten terug naar de winkelstraten. Daar waar Schinkelshoek Communicatie diensten van derden ging betrekken bij het project hebben zij zo veel mogelijk gebruik gemaakt van Ridderkerkse ondernemers, zoals bijvoorbeeld bij het drukken van de flyers.

3. **Waarom heeft de gemeente Ridderkerk de domeinnaam niet zelf laten registreren? Welke doorlopende kosten zijn er voor de gemeente verbonden, daar de domeinnaam niet op naam van de gemeente geregistreerd staat?**
Het betreft een eenmalig kortlopend project waarvan een online campagne een belangrijk onderdeel is. Het maakt het werk van de uitvoerende partij eenvoudiger en goedkoper wanneer een en ander bij hen in beheer is. De gemeente is niet voornemens deze domeinnaam bij herhaling te gaan gebruiken. Er is een offerte uitgebracht voor het project waarin is opgenomen de actiewebsite en de hosting. Dit zijn éénmalige bedragen van € 249 respectievelijk € 239,50. Er zijn geen doorlopende kosten voor de gemeente na dit jaar.

4. **Waarom is er voor een aparte website gekozen en niet voor een pagina op de website van de gemeente Ridderkerk. Wat zijn de verschillen in kosten?**
Deze keuze is gemaakt vanwege het eenmalige kortlopende karakter van het project 'Ridderhelden'. Aangezien een online campagne een belangrijk onderdeel is van het project en tijdige bijsturing door de uitvoerende partij wenselijk is, was het in praktische zin eenvoudiger om het buiten de gemeentelijke website te realiseren. Wanneer het bureau alle wijzigingen via de gemeente had moeten laten uitvoeren vergde dit meer uren 'overleg en advies' van het communicatie bureau, waarbij het omslagpunt al bij de inzet van drie commerciële projecturen bereikt was.

5. **Bij de voorwaarden om helden te kunnen nomineren staat dat er over de uitslag niet gecommuniceerd kan worden, tevens staat er niet vermeld aan welke specifieke voorwaarden moet worden voldaan. Gaat dit nog openbaar gecommuniceerd worden?**

RIDDERKERK

Op de website www.ridderhelden.nl staat al openbaar vermeld als voorwaarden dat de genomineerden woonachtig moeten zijn in Ridderkerk en er per adres maximaal 1 Ridderkerkpas met € 50 shoptegoed mag worden uitgegeven. Daarnaast zijn er maximaal 500 passen beschikbaar, waarbij op chronologische volgorde de aanvragen worden behandeld.

6. **Tevens staat dat er na de zomervakantie bekend gemaakt gaat worden wie shoptegoed toegewezen krijgt. Via social media hebben wij al van meerdere mensen begrepen dat zij de toewijzing binnen hebben. Hoe is dit mogelijk?**
   Bedoeld werd dat na de zomervakantie de 5 winnaars bekend worden gemaakt voor de passen van € 100. Voor die tijd zijn wel de passen van € 50 uitgereikt om alvast de loop in de winkelstraten te krijgen en de actie bekendheid te geven.

Hoogachtend,

het college van burgemeester en wethouders van Ridderkerk,

de secretaris, de burgemeester,

dhr. H.W.J. Klaucke mw. A. Attema

Koningsplein 1
Postbus 271
2980 AG Ridderkerk