



DE DUURZAME PAS MET LANGE TERMIJN VISIE

DE STADJERSPAS UIT DE SCHADUW, IN DE ZON!

INLEIDING

Er moet 250.000 euro bezuinigd worden op de stadspas. Een onvermijdelijke keus in een tijd van bezuinigingen. Het college heeft in de commissie van Werk en Inkomen een vijftal opties geboden, waarbij de fracties richting optie vijf geleid werden. Deze was volgens het college de meest geschikte optie. De Partij voor de Dieren is het hier niet mee eens. Volgens ons is er een nog geschiktere optie: optie 6, de duurzame pas met lange termijn visie.

De naam van de pas duidt op lange termijn denken en dat is ook wat centraal staat. Door niet minder mensen, maar juist meer mensen aan te trekken, zal de pas op lange termijn beter lopen. In optie vijf, verliest de pas een stuk van zijn waarde en dat is niet alleen jammer voor stadgers, maar ook bedrijven die al dan niet deelnemen, gaan de pas minder aantrekkelijk vinden. De pas bereikt immers een kleinere doelgroep. Dit is bij de duurzame pas niet zo, integendeel, waardoor bedrijven juist graag meedoen aan de pas. Dit is tevens bevordelijk voor de stadseconomie. Door meer inzet op duurzame producten en fairtrade, wordt over de lange termijn de gehele maatschappij ondersteund.

Kernpunten van de duurzame pas:

- *Trendy imago*: de pas heeft nu het imago een minimapas te zijn. Daar is deze oorspronkelijk ook voornamelijk voor bedoeld, maar dit imago is nadelig voor andere stadgers. Door het huidige imago, wil men zich minder graag relateren aan de pas. Hier willen wij een eind aan maken. De pas wordt van en voor iedereen. De stadspas wordt hip; een privilege alleen voor de bewoners van stadgers in Groningen. Een simpel 'nieuw jasje', bijbehorende marketing en het aanprijzen van trendy producten (voor de stad gaat het veelal om fairtrade en duurzaamheid), zijn voldoende om het imago aan te passen. Het voordeel van een trendy imago werkt twee kanten op. Bedrijven willen hun naam aan de pas verbinden omdat de reikwijdte van de pas verder gaat en omdat mensen de pas met iets hups associëren.
- *Een pas voor iedereen*: bij de duurzame pas is geen sprake van stigmatisering. Er wordt door het nieuwe imago gezorgd voor een pas die bij de stad Groningen hoort. Een stadger voelt zich meer onderdeel van de stad met de pas in zijn bezit.
- *Groupon-systeem*: door regelmatig via mails de nieuwste acties door te mailen aan stadgers, al dan niet met stadspas, wordt het bereik van de pas vergroot. Dit ten voordele van bedrijven. Hoe meer potentiële klanten er immers bereikt worden, hoe beter.
- *Beperkte kortingen in de non-profit sector*: er kan bezuinigd worden, door alleen voor de minima kortingen te verstrekken op de non-profit sector; alle instanties waar de gemeente een gedeeltelijke of gehele vergoeding tegenover zet.
- *Groningen fairtrade stad*: door fairtrade, biologische, duurzame en streekproducten in het zonnetje te zetten, kan de stad nog meer uitstralen waar deze voor staat: duurzaamheid en fairtrade. Dit komt de reputatie van de stad ten goede en stimuleert de duurzame economie.

De pas wordt kortom een gewilde pas voor en door iedereen, met daarin de doelstellingen van de stad meegenomen.

ONDERBOUWING DUURZAME PAS

Realisatie trendy imago

Om een trendy imago te creëren, zijn investeringen nodig. Bezuinigingen in reclame en advertenties, zoals bij pas 5 gepland stond, komen bij deze pas daarom in eerste instantie niet aan de orde. Het gaat echter om een investering in de toekomst. Heeft de pas eenmaal het trendy imago, dan kan iedereen daar de vruchten van plukken. Dit onderstreept ook de lange termijn visie van de duurzame pas. Korte termijn bezuinigingen lijken de problemen op te lossen, maar een lange termijn visie zorgt voor meer (financieel) voordeel in de toekomst.

Stijging aantal kopers in categorie B, C en D

Door het accent te leggen op het trendy imago van de pas, willen meer mensen uit andere categorieën dan minima de pas bezitten. De pas hoeft niet meer verborgen te worden, maar wordt juist iets hups, wat je als stajder onderdeel van de Groningse maatschappij maakt. Hierdoor verwachten wij dat het aantal kopers in categorie B, C en D omhoog zal gaan. We rekenen op een stijging van 15%, mede gezien de schommelingen van de afgelopen jaren.

Alleen minima de voordelen van non-profit

In 2012 wordt gepland om 146.000 euro uit te geven aan non-profit aanbieding. Dit is een bezuiniging ten opzichte van 2011, waar er 330.000 euro uitgegeven werd voor deze aanbiedingen. De bezuiniging wordt gerealiseerd door minder aan te bieden. Een voorbeeld hiervan is dat men in 2012 een keuze moet maken om korting te ontvangen voor de Oosterpoort of Martini Plaza. Voorheen kon men bij beide gelegenheden korting ontvangen. Wij gaan mee met deze bezuinigingen en wij hebben nog een bezuinigingsmaatregel: alleen de minima krijgen nog kortingen bij de non-profit sector. Het aandeel van andere gebruikers van de Stadjerspas dan minima, is 18%. Een besparing van 18% op 146.000 euro, komt neer op een besparing van 26.280 euro.

Vergoedingen aan commerciële bedrijven voor plaatsing in de pas

Commerciële bedrijven kunnen nu 'gratis' in de pas hun aanbieding plaatsen. De korting betalen ze uit eigen zak en in ruil daarvoor, plaatst de gemeente advertenties van de bedrijven. Door minder in kranten e.d. te adverteren, wordt het dus minder interessant voor commerciële bedrijven, om mee te doen aan de stadjerspas. Dit is echter wel het plan in pas 5. Hierdoor kan op de lange termijn de pas kracht verliezen; bedrijven kunnen namelijk afhaken.

Ons voorstel is daarom ook om niet te bezuinigen op reclame en advertenties, maar om een vergoeding te vragen voor een plaatsing in de stadjerspas. Door het trendy imago dat de pas krijgt, zullen bedrijven eerder geneigd zijn om deze vergoeding te betalen. Bedrijven willen hun naam graag verbinden aan de stadjerspas en door het vergrote bereik van de pas, hebben de bedrijven uitzicht op meer klandizie. Hierdoor trekken we hoogst waarschijnlijk ook nieuwe bedrijven aan, die zich willen verbinden met de stadjerspas. Er zijn nu ca. 400 bedrijven, die deelnemen aan de pas, waarvan 60%, dus 240 bedrijven, commercieel zijn. Wij gaan er vanuit dat er 40 commerciële bedrijven bij zullen komen, door het imago van de pas. Wanneer er 99 euro per commercieel bedrijf gevraagd

wordt¹ om in de pas te komen, kan er 27.100 euro verdiend worden. 99 euro is volgens veel ondernemers naar verhouding een laag bedrag voor dergelijke diensten.

Groupon-systeem: meer digitaal

Op dit moment wordt er veel naar de stadje gecommuniceerd via papieren communicatiemiddelen. Wanneer we regelmatig aanbiedingen via de e-mail versturen, wordt de advertentiewaarde verhoogd en scheelt het drukwerk. Voorbeelden van dergelijke systemen zijn Groupon, Strawberry Earth en de Wakkere Winkelaar. Daarnaast willen we het pasboek zoveel mogelijk laten downloaden door pashouders.

LASTEN

Tabel 1: lasten van de stadjespas voor 2011 en optie 5 en 6 in 2012. Bedragen x1.000 euro.

	Lasten	2011	2012 pas 5	2012 pas 6
1.	Salarissen en sociale lasten	147	131	142
2.	Druk- en bindwerk	91	43	70
3.	Relatiegeschenken	4	1	1
4.	Vorming en opleiding	2	2	2
5.	Portikosten	7	6	7
6.	Vergoeding verkoop passen	25	25	25,6
7.	Verkoop stadjespassen	7	0	0
8.	Advertentie en reclame	44	16	44
9.	Compensatie deelnemers	330	146	120
10.	Kosten detachering	8	8	8
11.	Licentiekosten Ammyon	2	2	2
12.	Overhead	73	64	70
		740	444	531,6

Toelichting lasten

Er hoeft bij de duurzame pas minder bezuinigd te worden, omdat wij de brede pas behouden. Er zullen dus meer inkomsten zijn, waardoor er niet minder geïnvesteerd hoeft te worden in een goede reputatie en reikwijdte van de pas.

Hieronder een toelichting van de lasten per budget.

1. Besparing op fte's door efficiency, maar minder doordat er meer werk overblijft door de brede doelgroep.
2. De bezuinigingen in de duurzame pas omtrent druk- en bindwerk, zullen gaan om een minder glossy uiterlijk van het papierwerk, betere afstemming met de drukker (het formaat van het papier wordt aangepast, zodat er minder snij afval is). Daarnaast wordt de jaarlijkse mailing naar pashouders geschrapt; dit gebeurt ook bij pas 5 en scheelt 12.000 euro. Ook gaan we in pas 6 actiever aanbieden aan mensen om het pasboek digitaal te downloaden, in plaats van deze hardcopy te ontvangen. Ons voorstel is om bij aanvraag van de pas een uitknipbaar formuliertje te voegen, die mensen kunnen opsturen wanneer ze het pasboek thuis willen

¹ N.B. In de toekomst adviseren wij om, wanneer er meer inzicht is in de verdiensten door deze regeling, kortingen te verstrekken aan winkels die fairtrade, biologische, of andere duurzame producten verkopen. Tevens zou een korting verstrekt kunnen worden aan starters, om de economie in de stad te stimuleren.

ontvangen. We zullen verder over het algemeen minder informatie verstrekken op papier en meer via internet. Dit scheelt ook enkele duizenden euro's. Wij willen via het groupon-systeem wekelijks een mailing sturen naar stadgers. Dit is tevens een reden waarom er minder op dit onderwerp bezuinigd kan worden dan bij pas 5.

3. De bezuinigingen van relatiegeschenken houden wij aan, als in pas 5.
4. Geen verandering.
5. Geen verandering.
6. Verhoging door stijgen aankoop passen (15% meer in categorie B, C en D).
7. Het contract van de externe marketingdeskundige is nu al opgezegd, dus ook bij de duurzame pas kosten van 0 euro.
8. Advertentie en reclame zullen eerst nog op peil gehouden moeten worden, om de pas het trendy imago te geven. Om extra in te zetten op imagoverbetering, verhogen we het budget met 4.000 euro.
9. De bezuinigingen in de non-profit kortingen nemen wij mee in de duurzame pas en wij verstrekken de non-profit kortingen alleen nog aan minima.
10. Geen verandering.
11. Geen verandering.
12. Door efficiencymaatregelen kan worden bezuinigd op fte's, maar niet zoveel als in pas 5.

BATEN

Tabel 2: baten van de stadgerspas in 2011 en voor optie 5 en 6 in 2012. Bedragen x1.000 euro.

	Baten	2011	2012 pas 5	2012 pas 6
1.	Opbrengst verkoop stadgerspas	116	70	127,1
2.	Opbrengst verkoop deelnameplaatsen commerciële bedrijven ²	-	-	27,1
		116	70	154,2

Toelichting baten

De inkomsten voor pas A blijven hetzelfde als in 2011, maar de inkomsten voor pas B,C en D zullen stijgen, doordat meer mensen een pas aanschaffen. Deze stijging is 15%, zoals eerder genoemd.

² De opbrengsten van de deelname van bedrijven is gericht op de bijdrage per bedrijf van 99 euro. Stel dat er een bijdrage van 150 euro per bedrijf gevraagd wordt, dan wordt de opbrengst met ruim 14.000 euro vergroot en bij 199 euro zal er 28.000 euro aan extra opbrengst gegenereerd worden.

Tabel 3: berekening opbrengsten stadjerspas 2012

Opbrengsten stadjerspas	2011	2012 duurzame pas
A	(36%) 42.000	42.000
B, C en D	(64%)74.000	85.100
TOTAAL	116.000	127.100

In de tabel is weergegeven hoe de opbrengsten in 2012 zullen veranderen ten opzichte van dit jaar. De verdeling tussen A en de andere categorieën is berekend via de documentatie over de nieuwe opzet van de stadjerspas.

TOTALE BEZUINIGINGEN

Ten opzichte van 2011 wordt er met de duurzame pas 250.000 euro bespaard. Dit is het volledige bedrag dat beoogd was. Daarbij komt dat de toekomst er door deze oplossing rooskleurig uitziet voor de stadjerspas. De pas is niet voor niets gecreëerd met lange termijn visie. In de toekomst zal de pas alleen maar succesvoller worden.

CONCLUSIE

Optie 6, de duurzame pas, bezuinigt de beoogde 250.000 euro en investeert ook in de toekomst. Hierdoor zullen de opbrengsten in de toekomst alleen maar stijgen. Dit in tegendeel tot pas 5, waar de pas juist in kracht achteruit gaat. Daarnaast ondersteunt de duurzame pas de visie van Groningen op duurzaamheid en fairtrade en steunt hiermee tevens een gezondere en eerlijke maatschappij. De pas mag uit de schaduw worden gehaald en in het zonnetje gezet worden!

N.B. Dit voorstel is mede gebaseerd op de eerder verschenen documentatie, waarin er vijf opties aan de raad voorgelegd worden. Veel cijfers en dergelijke, kunt u daar dan ook in terugvinden.

Partij voor de Dieren
Fractievoorzitter Gerjan Kelder