

STADJERSPAS

NIEUWE OPZET 2012 e.v.

INHOUDSOPGAVE

| | pagina |
|---|--------|
| Samenvatting | 2 |
| Inleiding (historie, huidige opzet, verkoopaantallen) | 3 |
| Probleemstelling | 5 |
| Doel | 5 |
| Alternatieven | 6 |
| Voorstel | 8 |
| Argumenten voor plan 5 | 9 |
| Uitvoering (taken, compensatie deelnemers, tijdsplanning) | 11 |
| Personele consequenties | 13 |
| Financiële toelichting | 14 |
| Communicatie en evaluatie | 15 |

Samenvatting

In de afgelopen vier jaren is hard gewerkt aan de verbetering van het imago van de Stadjerspas, aan een bredere afzet en aan de intensivering van het gebruik. Deze aanpak is succesvol geweest. Het aantal afgezette passen is met 40% gestegen, het gebruik is verhoogd en potentiële deelnemers en pashouders weten Bureau Stadjerspas beter te vinden. Het aantal deelnemende organisaties is gestegen tot bijna 400, het aantal aanbiedingen is verhoogd.

Oprichting van de gemeenteraad in 2007 aan het Bureau Stadjerspas was de jaarlijkse afzet van de Stadjerspas te verhogen met gebruikmaking van marketingmiddelen. En dit te realiseren zonder dat het budget voor de pas verhoogd zou moeten worden. Maar de grens met de huidige structuur van de Stadjerspas is in zicht gekomen. Totaal zijn er in 2010 ca. 12.600 passen verkocht. Binnen de huidige opzet van de Stadjerspas verwachten we in 2011 nauwelijks of geen verdere groei door marktverzadiging.

Vanaf 2012 wordt het budget van het Bureau Stadjerspas verlaagd met € 250.000 op jaarbasis. Dat is een afname van ca. 40%. Toenemend gebruik van de pas enerzijds en een fors lager budget anderzijds vragen om een herbezinning van de opzet van de Stadjerspas.

Wij zien daartoe vijf verschillende mogelijkheden. Wij adviseren u om voor 2012 te kiezen voor het voorstel waarmee de Stadjerspas blijft bestaan, maar omgezet wordt in een 'smalle pas' (plan 5): een pas voor stadjers die op of net boven minimum inkomen zitten (inclusief hun partner en/of kinderen), mantelzorgers en de doelgroep 50+ in de Groningse samenleving. Plan 5 is sociaal maatschappelijk gezien het meest gunstig voor de Groningse samenleving. Daarnaast kunnen we middels dit plan de bezuiniging realiseren en is dit bedrijfsmatig het best werkbaar voor Bureau Stadjerspas. Hiermee komen het gezinspakket, de duurste pas (€ 65,-) en de studentenpas te vervallen.

Alle pashouders krijgen in 2012 meer kortingen in de commerciële branche en minder in de non-profitsector. De commerciële branche betaalt de korting uit 'eigen zak'.

Door actieve marketing zijn de voordelen van de pas beter bekend geworden bij de pashouders, waardoor de pas intensiever wordt gebruikt. Hierdoor is het budget 'compensatie deelnemers' in 2010 voor het eerst overschreden.

Om deze reden én de bezuiniging zal het pakket aan kortingen worden herzien.

Inleiding

Aanleiding voor het schrijven van deze notitie is de noodzaak van herbezinning van de opzet van de Stadjerspas door marktverzadiging en een fors lager budget m.i.v. 2012.

We gaan hieronder kort in op de historie van de pas, de huidige opzet en verkoopaantallen. Daarna worden de probleemstelling, het doel, de alternatieven en ons voorstel uitgewerkt.

Historie

Een aantal steden in Nederland ontwierp rond 1995 een kortingspas, vanuit de behoefte om op een eenduidige en eenvoudige manier de sociale minima te stimuleren deel te nemen aan maatschappelijke activiteiten binnen de stad. In september 1996 zag de Stadjerspas in Groningen het licht. Daarbij werden twee uitgangspunten gehanteerd:

- a. Om stigmatisering van minima tegen te gaan is de pas te koop voor alle inwoners van de gemeente Groningen, ongeacht inkomen, leeftijd en sociale status. Om dezelfde reden is de bedrijfsvoering van de Stadjerspas belegd bij de DIA en niet bij SOZAWE.
- b. De pas geeft aan iedereen dezelfde voorzieningen, maar door prijsdifferentiatie werd voorkomen dat degenen die niet tot de minima behoorden toegang zouden krijgen tot gelden uit het toenmalige minimafonds. Met andere woorden: voor de gemeente waren de passen voor de niet-minima budgettair neutraal.

De eindverantwoordelijkheid van de Stadjerspas ligt bij SOZAWE en hiermee ook het beleid. In de jaren is het zo gegroeid dat de DIA naast de werkuitvoering, ook voorstellen voor beleid uitwerkt en aan SOZAWE voorlegt ter besluitvorming, gelijk als deze nota. SOZAWE betaalt de variabele kosten van de Stadjerspas uit 'reserve minimabeleid'. Voor de vaste kosten heeft zij een structureel bedrag overgeboekt naar de DIA.

Aanvankelijk werden de passen goed verkocht. Het gemiddelde aantal afgezette passen was in de beginjaren rond de 14.000. In 2005 ging de verkoop sterk naar beneden, wat twee oorzaken had. Op grond van de Wet Werk en Bijstand waren bepaalde kortingen niet meer toegestaan. Daarnaast verhoogde de gemeente de prijs van de passen. In 2007 besloot de gemeenteraad het passtelsel te continueren, dat het bereik vergroot moest worden en dat de pas aantrekkelijker moest worden.

Het besluit om meer in te gaan zetten op onderzoek en marketing leverde in 2008 direct resultaat op. Ook in de jaren daarop werd het aantal verkochte passen telkens vergroot. Van 8.900 passen in 2007 naar 12.600 passen in 2010, een verhoging van ruim 40%.

Huidige opzet 2011

De Stadjerspas kent aan de verkoopkant een viertal categorieën:

- A. De pas voor mensen met een netto-inkomen dat lager is dan 130% van het minimuminkomen. Zij betalen € 5 per jaar.
- B. De pas voor senioren, kinderen en studenten. Zij betalen € 40 per jaar.
- C. De pas voor alle overige inwoners van de stad. De kosten zijn € 65 per jaar.
- D. In 2009 werd het gezinspakket ingevoerd. Dit houdt in dat wanneer één volwassene een pas koopt voor € 65, de overige volwassenen in dat gezin € 30 betalen en kinderen € 5. Dit gezinspakket blijkt een redelijk succes en zorgde voor een toename van het aantal verkochte € 65 passen.

Aan de aanbodkant wordt gewerkt met twee categorieën aanbieders:

1. De aanbieders die behoren tot het niet-commerciële segment. Gemeentelijke diensten (vooral OCSW), overheid, non-profitinstellingen, festivals e.d. Deze aanbieders worden door de gemeente geheel of gedeeltelijk gecompenseerd voor hun aanbod.

2. Aanbieders vanuit de commerciële kant. Zij verlenen korting uit eigen zak en krijgen geen compensatie van de gemeente. Door intensieve marketing is deze groep sterk gegroeid. Deze groep aanbieders zorgt voor een substantiële hogere kostendekking van de pas. In ruil voor het verlenen van korting, publiceren wij de naam van het betreffende bedrijf gratis in onze advertenties.

Verkoopaantallen

| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|----------|--------|--------|--------|--------|--------|----------|----------|
| A (€ 5) | 8.808 | 8.830 | 8.430 | 8.041 | 8.481 | 9.224 | 10.357 |
| B (€ 40) | 1.877 | 873 | 693 | 659 | 807 | 373 | 535 |
| C (€ 65) | 608 | 252 | 203 | 203 | 376 | 537 | 892 |
| D (€ 30) | n.v.t. | n.v.t. | n.v.t. | n.v.t. | n.v.t. | 265* | 351* |
| totaal | 11.302 | 9.977 | 9404 | 8.935 | 9.864 | 10.899** | 12.635** |

*Vanaf 2009 invoering gezinspakket

Aantal pashouders binnen het gezinspakket:

| | |
|------|-------|
| 2009 | 1.617 |
| 2010 | 2.402 |

** In het totaal zijn per jaar 500 verkochte passen t.b.v. de mantelzorgers opgenomen.

De raad heeft op 26-3-2008 het meerjarenprogramma WMO vastgesteld, waarin is bepaald dat de Stadspas aan mantelzorgers gratis ter beschikking wordt gesteld.

Probleemstelling

Uw raad heeft besloten om het jaarlijkse budget van Bureau Stadjerspas vanaf 2012 te verlagen met € 250.000. U heeft hierbij geen kaders en uitgangspunten meegegeven waarbinnen deze bezuiniging gerealiseerd moet worden. Wij gaan dan ook uit van een bezuiniging op alle kosten van het Bureau Stadjerspas.

De bezuiniging komt neer op een verlaging van het budget van ca. 40%. We zien dat de verkoop en het gebruik van de pas de afgelopen jaren, conform de opdracht van de gemeenteraad in 2007, gestegen is. Doorgaan met de Stadjerspas in de huidige opzet met 60% van het oorspronkelijke budget behoort niet tot de mogelijkheden. Daarom komen wij in dit voorstel met alternatieven. Een gedeelte van deze voorstellen waren al in concept klaar voordat bekend werd dat er fors bezuinigd moest worden, omdat de grens van de verkoop en gebruik van de pas binnen de huidige structuur en financiën in zicht begon te komen. Voor 2011 verwachten wij een stabilisering van de afzet van passen ten opzichte van 2010 door marktverzadiging. Voor een gezonde pas is het nodig dat deze zich inhoudelijk en organisatorisch aanpast aan de huidige ontwikkelingen in de samenleving.

Kortom, zowel de ontwikkeling van de pas zelf als de komende bezuiniging, nopen tot het bekijken van alternatieven in de structuur, opzet, inhoud en uitvoering van de Stadjerspas.

Doel

De Stadjerspas moet op een effectieve en efficiënte manier vorm geven aan de activering en participatie van vooral die Groningers die het financieel minder breed hebben. De pas moet stimuleren tot deelname aan sport, cultuur, educatie, wellness, uitgaan en andere vormen van ontspanning. Het doel van structurele veranderingen van de pas moet zijn het borgen van de pas richting de meest kwetsbare doelgroepen en de deelnemende partijen, ofwel klaar maken voor de toekomst.

De exploitatie van de pas dient uitgevoerd te worden binnen de beschikbare middelen, inclusief de opgelegde bezuiniging van € 250.000.

Dit doel sluit aan op uw collegeprogramma 2010-2014 waarin u stelt dat Groningen een solidaire stad wil blijven:

'in tijden van bezuinigingen zorgen we dat iedereen kan blijven meedoen in de samenleving en bevorderen we de solidariteit en de verbindingen tussen alle mensen in onze stad.'

Alternatieven

Plannen toekomst

Door het Bureau Stadjerspas is recent een vijftal ideeën ontwikkeld voor de toekomst van de Stadjerspas. Hieronder geven we de essentie aan van deze concepten.

Plan 1

Bureau Stadjerspas wordt verzelfstandigd binnen de gemeentelijke organisatie. De gemeente sluit een prestatiecontract met het Bureau. Daarin worden afspraken gemaakt over wederzijdse verplichtingen. Zo verplicht het nieuwe Bureau zich tot het verkopen van bepaalde aantallen passen onder de Groningse bevolking, gespecificeerd naar minima en anderen. De gemeente stelt zich garant voor een jaarlijkse bijdrage aan het Bureau, mits de eisen van het prestatiecontract zijn nagekomen. Uitvoering en organisatie zijn voorbehouden aan het Bureau.

Plan 2

De Stadjerspas blijft bestaan, maar kent nog maar twee prijzen. Een lage prijs voor minima met veel kortingen in de non-profit sector en een volledig pakket aan kortingen in de commerciële branche. Een hogere prijs voor alle andere inwoners, met een bescheiden hoeveelheid kortingen in de non-profit sector en met alle kortingen in de commerciële branche. De kern blijft het stimuleren van de pashouder tot sportieve, culturele en educatieve activiteiten. Door deze prijs- en participantdifferentiatie wordt voorkomen dat draagkrachtige burgers teveel een beroep doen op gesubsidieerde gelden. Essentieel in deze variant is de invoering van een digitale pas, zodat de pas fysiek niet herkenbaar is als twee verschillende passen én de dagelijkse bedrijfsvoering voor het bureau administratief werkbaar blijft.

Plan 3

De Stadjerspas blijft in zijn huidige vorm bestaan. Een pas voor alle inwoners van de gemeente Groningen. Een pas met een eenduidig aanbod aan kortingen op sportieve, culturele, educatieve en recreatieve activiteiten. Door middel van marketing zal verder gewerkt worden aan de uitbouw van de pas. Stilstand is achteruitgang, dus vernieuwing in het aanbod en de werkwijze van de Stadjerspas blijft voortdurend nodig. Door intensieve marktwerking is de markt voor m.n. de dure pas van € 65 verzadigd geraakt en zal de verkoop naar verwachting niet toenemen; de pashouder moet zijn best doen om gedurende het jaar zijn aankoopbedrag 'eruit' te halen.

Plan 4

Opheffen van de Stadjerspas en de vrijgekomen middelen inzetten om op een andere wijze de doelgroep te ondersteunen.

Plan 5

De Stadjerspas wordt van een 'brede pas' een 'smalle pas'. Een pas voor drie specifieke doelgroepen. Voornaamste doelgroep zijn degenen die op of net boven het minimum zitten, inclusief de kinderen tot en met 17 jaar van dat gezin (huidige normering inkomensgrens op 130%). De pas kan tegen het huidige tarief van € 5 aan minima worden verkocht.

De 'smalle pas' kan daarnaast aan senioren worden verstrekt tegen het huidige tarief van € 40. De leeftijdsgrens van 'senior' kan worden verlaagd van 65 naar 50 jaren, zodat stigmatisering van minima middels de pas grotendeels wordt voorkomen. De doelgroep mantelzorgers blijft overeind.

Voorstel

Plan 1 zal door de organisatorische wijzigingen en nieuwe rechtsvorm relatief veel tijd en geld kosten. De schatting van incidentele kosten is € 200.000. Om deze redenen achten wij dit plan op dit moment niet haalbaar.

Plan 2 hadden wij in eerste instantie als beste voorstel in gedachten, echter hier komen wij op terug wegens aanvullende informatie. Na onderzoek is gebleken dat de kosten voor een digitale pas onevenredig hoog zijn t.o.v. het totale budget. Door het relatief geringe aantal passen, zijn de kosten voor het vervaardigen en implementeren van de pas naar verhouding hoog. De gemeente Rotterdam heeft de gemeente Groningen aangeboden aan te sluiten bij hun digitale pas, maar desondanks zijn de kosten hoog. De kosten zijn incidenteel ca. € 50.000 (invoering, aansluiting via Intersolve) en structureel ca. € 25.000 per jaar (applicatie, terminals, transactiekosten).

Daarnaast dachten wij op het aantal fte's te kunnen bezuinigen na invoering van een digitale pas, omdat het bureau haar administratie dan efficiënter zou kunnen uitvoeren. Dit blijkt een verkeerde aanname te zijn geweest; het installeren van de terminals en applicaties bij de deelnemende organisaties, incl. tussentijdse aanpassingen voor m.n. aanbiedingen, en gegevensverwerking aan de 'achterkant' vraagt juist om meer fte's.

Een digitale pas is vereist, zodat de pas fysiek niet herkenbaar is als twee verschillende passen en het effectiever is voor de administratieve verwerking van gegevens op het bureau. Zouden we plan 2 uitvoeren zónder invoering van een digitale pas, dan is voor de dagelijkse bedrijfsvoering uitbreiding van de formatie van minstens 1 fte noodzakelijk (dit kost € 90.000 per jaar, incl. werkgeverslasten en overhead): de prijs- en participantdifferentiatie brengt een enorme administratieve bedrijvigheid met zich mee als deze handmatig verwerkt moet worden. In het licht van de bezuinigingen is dit niet passend.

Plan 3 gaat uit van een ongewijzigde voortzetting van de huidige Stadjspas. Dit is niet haalbaar als er 40% van het totale budget moet worden bezuinigd. Met de 'kaasschaafmethode' wordt het bedrag van € 250.000 niet gehaald. De afgelopen jaren is het Bureau Stadjspas al erg zuinig omgegaan met het beschikbare geld. Tevens is op externe inhuur, advertentiekosten en drukwerk al sterk bezuinigd.

Het realiseren van de bezuiniging door alleen het budget 'compensatie deelnemers' te verminderen met € 250.000 (van € 330.000 naar € 80.000) en de rest van de budgetten ongewijzigd te laten, is geen optie. Dit zou een dermate 'uitholling' inhouden van de voordelen van de pas, dat deze niet meer aantrekkelijk zal zijn voor stadjsers.

Vanwege de relatief hoge bezuiniging voor het Bureau is plan 3 niet haalbaar.

Plan 4 sluit niet aan bij de visie van het college over het project Stadjspas. Aan de andere kant is het natuurlijk mogelijk om het project te beëindigen en de gelden op een andere wijze ten goede te laten komen aan de sociale minima.

Wij adviseren u om te kiezen voor **plan 5**, tegen het huidige tarief om onderstaande redenen.

Argumenten voor plan 5

Imago

De opzet van de Stadjerspas voor alle inwoners had één belangrijke reden: het tegengaan van de stigmatisering die het gebruik van de pas door enkel de minima met zich mee zou brengen. In de vijftienjarige praktijk die achter ons ligt kunnen we constateren dat deze doelstelling niet gehaald is.

Hoewel de pas dus nooit alleen voor minima in de markt is gezet, is het majeure imago van de Stadjerspas nog steeds die van een minimapas. Dit zien we bij zowel de (potentiële) deelnemers, bij potentiële kopers en zelfs bij de pashouders die tot de minima behoren. Hoe vaker we communiceren dat de pas voor iedereen is, hoe meer het beeld van de minimapas versterkt wordt. Dit blijkt uit een onderzoek dat Hanzconnect in 2008 heeft uitgevoerd in opdracht van Bureau Stadjerspas.

De meeste passen worden door minima gekocht. In 2007 werden zo'n 8.900 passen verkocht, waarvan slechts 200 passen van de duurste categorie. Rond de 600 passen werden verkocht aan kinderen, jongeren en senioren. Met de invoering van het gezinspakket is deze verhouding wel duidelijk verbeterd, maar nog steeds gaat zo'n 85% van de verkochte passen naar de minima.

Marketing

Het overgrote deel van de marketing voor de Stadjerspas gaat zitten in het bestendigen/ verhogen van de pasverkoop van € 65, zowel aan de zijde van de potentiële pashouder als de potentiële deelnemer. Omdat dit in feite een commerciële aanpak vereist staat de marketing voor dit segment haaks op die voor de eigenlijke doelgroep. Het is een product dat moeilijk verkoopbaar is omdat de aanschafprijs met moeite terugverdiend kan worden door de pashouder.

We willen het acquireren van deelnemers in de commerciële branche overigens wel vast blijven houden, omdat dit de pas op een relatief eenvoudige manier nog aantrekkelijker maakt voor de minima. De deelnemer in de commerciële branche betaalt de korting uit 'eigen zak'.

Wij stellen daarom een 'smalle pas' voor en de dure pas van € 65 voor andere inwoners te laten vervallen. Diverse steden in Nederland (bijvoorbeeld Amsterdam, Arnhem, Den Haag, Utrecht) hanteren dit systeem.

Er zijn vier steden in Nederland die een brede gemeentelijke pas hebben (naast Groningen alleen Rotterdam, Alkmaar en Delft).

€ 5 pas voor minima en € 40 voor 50-plussers

Wij geven de voorkeur aan een tarief van € 5 voor minima, omdat een goedkope pas waar men voor betaalt meer gevoelswaarde heeft en het financieel het meest gunstig is. Het verhogen van het tarief van de goedkope pas is niet passend, gezien de beperkte financiële middelen waar de doelgroep over beschikt.

Door de pas ook aan mantelzorgers en senioren te verstrekken en de leeftijdsgrens van 'senior' te verlagen van 65 naar 50 jaar, halen we grotendeels de stigmatisering van de pas richting de minima eraf en blijven we 50-plussers activeren op m.n. sport-, recreatie en cultuuractiviteiten. Een andere reden voor de keuze van een leeftijdscategorie 50-plus, is dat in de marketingbranche deze leeftijdscategorie een duidelijk afgebakende doelgroep geworden is in de afgelopen jaren. De pas kan tegen het huidige tarief voor senioren van € 40 worden verkocht. Op dit moment wordt de seniorenpas van € 40 verkocht aan 3.500 stadjs. Daarnaast zorgt de pas van € 40 voor een betere kostendekking van de pas van € 5.

Naar verwachting zal de verkoop gelijk blijven. Toekomstige pashouders van de leeftijdscategorie 50 tot 65 jaar zullen gedeeltelijk uit de oude categorieën C en D komen. Maar naar verwachting zullen we ook nieuwe pashouders werven onder stadjs die nooit een pas hebben gekocht, omdat zij € 65 te duur vinden. De doelgroep mantelzorgers blijft overeind. Met deze nieuwe opzet realiseren we de bezuiniging van € 250.000. En plan 5 is bedrijfsmatig het best werkbaar voor Bureau Stadjspas. Een financiële uitwerking van dit plan vindt u op pagina 14.

Buiten de boot

Het is duidelijk dat met dit voorstel een aantal huidige pashouders niet meer voor de pas in aanmerking komen. Dit zijn degenen die een ruimer inkomen hebben dan de criteria bepalen en hun kinderen (de C-categorie van € 65), studenten en pashouders die behoren tot het gezinspakket. In totaal zijn dit 2700 pashouders.

De verkoop aan de doelgroep studenten en scholieren van 18 jaar en ouder, heeft nooit goed gelopen (gemiddeld 60 pashouders per jaar). Voor deze doelgroep zijn veel andere kortingen aanwezig die aantrekkelijker zijn dan de € 40 pas (ACLO-sportpas, studentenkortingen bij veel organisaties).

Natuurlijk is het vervelend dat een aantal huidige pashouders niet meer voor de pas in aanmerking komen, maar anderzijds blijft daarmee ondanks de bezuiniging een kwalitatief goede pas voor de eigenlijke doelgroep, mantelzorgers en 50-plussers overeind.

Wetswijziging WWB en WIJ

De Tweede Kamer heeft recent besloten de wetten WWB en WIJ te wijzigen. Een van de onderdelen van de wetswijziging is de normering van de inkomensgrens van het gemeentelijk inkomensbeleid op 110% te stellen i.p.v. de huidige 130% m.i.v. 1-1-2011. We schatten dat er 1.500 pashouders zijn binnen de inkomensgrens van 110% tot 130%.

Deze nieuwe normering zal naar verwachting weinig effect hebben op de exploitatiebegroting van de Stadjspas om twee redenen:

1. er zal minder compensatie aan de deelnemende organisaties worden betaald door de verminderde pasverkoop;
 2. door het lage tarief van € 5 zal de 'opbrengst uit verkoop' relatief weinig dalen.
- Dit financiële voor- en nadeel zal naar verwachting tegen elkaar wegvallen.

Uitvoering/planning

Omzetting van de brede naar een smalle pas variant betekent dat er minder tijd, energie en geld gaat zitten in de verkoop van de Stadjerspas. Daarmee worden de kosten die nodig zijn voor marketing en pr meer dan gehalveerd. Denk aan de campagne bij de introductie van elk pasjaar. Ook is het minder nodig de gehele Groningse bevolking door middel van maandelijkse advertenties in de Groninger Gezinsbode op de hoogte te stellen van de extra aanbiedingen. Een klein artikel onder 'Stadsberichten' met verwijzing naar de website kan volstaan. Extra acties om de verkoop te verhogen (halfgeld-actie, cadeau-actie) hebben geen bestaansgrond meer. Adverteren in diverse bladen en uitgaven kan worden gereduceerd.

Taken Bureau Stadjerspas

Het Bureau Stadjerspas kan zich beperken tot de volgende activiteiten:

- de acquisitie van nieuwe deelnemers uit de non-profit sector en de commerciële sector;
- het acquireren van aanbiedingen bij bestaande deelnemers;
- de communicatie van de aanbiedingen naar de pashouders (hoofdzakelijk door middel van website, social media, digitale nieuwsbrief en free publicity);
- de voorbereiding van het vervaardigen van de jaarlijkse pas, kortingsbonnen en bijbehorend informatiemateriaal;
- de logistieke en financiële afhandeling van de facturering door de deelnemers ten aanzien van hun compensatie (non-profit sector).

Compensatie deelnemers

Voor compensatie van alle deelnemers in de non-profitsector is een budget van € 330.000 beschikbaar. Dat is 45% van het totale beschikbare budget voor Stadjerspas. Tot 2009 bleef er jaarlijks geld over vanuit het totale budget, dat als onderdeel van het bijzonder resultaat jaarlijks door de DIA met het concern werd verrekend en uiteindelijk werd teruggestort in de reserve minimeleid. In 2010 is het budget overschreden.

De afgelopen jaren zijn de volgende bedragen teruggestort:

| 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|--------|--------|---------|---------|--------|---------|
| 89.411 | 79.762 | 110.998 | 100.034 | 47.457 | -11.588 |

Door actieve marketing zijn alle voordelen beter bekend geworden bij de pashouders, waardoor de pas intensiever wordt gebruikt. Hierdoor is het totale budget in 2010 voor het eerst overschreden. We verwachten voor 2011 en 2012 ook een overschrijding.

Het kan niet anders dan dat het voorzieningspakket versoerd wordt, willen wij de bezuiniging van € 250.000 kunnen realiseren. Het compensatiebedrag richting deelnemers zal verlaagd worden. Ook een wat hogere eigen bijdrage van de pashouders aan sommige activiteiten valt te overwegen. Een wat soberder pakket voor de pashouders, met nog steeds heel veel voordelen. Hierdoor kan het budget voor compensatie deelnemers voor meer dan de helft verminderen.

Na besluitvorming van uw raad zal dit onderdeel per participant (bijna 400 deelnemende organisatie) worden uitgewerkt.

Tijdsplanning

Om de financiële doelstelling van € 250.000 in het begrotingsjaar 2012 te realiseren, is het nodig dat de nieuwe structuur van de Stadjerspas het komende jaar wordt ingevoerd. In principe is dit haalbaar, mits de besluitvorming daartoe in oktober 2011 wordt afgerond. Er blijft dan voldoende tijd over om de werkprocessen van het Bureau Stadjerspas dit jaar aan te passen en de communicatie richting deelnemers en burgers goed te verzorgen.

Personele consequenties

Door de vereenvoudiging van de doelgroep en het wegvallen van de commerciële noodzaak van het verkopen van de Stadjerspas aan andere doelgroepen dan de primaire, kan het Bureau Stadjerspas zich geheel richten op de acquisitie van deelnemers en aanbiedingen.

Logistieke en financiële afhandeling van de verkoop van passen richting de verkooppunten blijft bestaan, net als de financiële afhandeling richting de te compenseren deelnemers.

De externe inhuur van een marketingdeskundige is al beëindigd.

De inhuur van een WSW-medewerker is niet meegenomen in de formatiecijfers hieronder. Deze inhuur willen wij continueren, omdat wij vinden dat wij als werkgever een voorbeeldfunctie hebben richting medewerkers met een afstand tot de arbeidsmarkt en onze maatschappelijke verantwoordelijkheid hierin dienen te nemen (zie punt 10, pagina 14).

Taken

| | |
|---|----------|
| - Acquisitie deelnemers en aanbiedingen | 0,3 fte |
| - Administratie (inkoop, offertes, contractbeheer, registratie verkoop) | 0,4 fte |
| - Communicatie (jaaraanbiedingen, website, nieuwsbrief, twitter) | 0,4 fte |
| - Financiële afhandeling (financiële rapportages, analyses, begroting) | 0,2 fte |
| - Logistieke afhandeling (transport passen/folders naar verkooppunten) | 0,2 fte |
| - Diversen (beantwoorden vragen pashouders en deelnemers, coördinatie) | 0,63 fte |

Totaal **2,13 fte**

Het huidig aantal fte's is **2,47 fte**.

Dit is een reductie van structureel **0,34 fte**.

Financiële toelichting

Exploitatiebegroting 2011 en 2012 (bedragen x € 1000,- (excl. BTW))

| | Lasten | 2011 | 2012 |
|-----|---|------------|------------|
| 1. | Salarissen en sociale lasten | 147 | 131 |
| 2. | Druk- en bindwerk | 91 | 43 |
| 3. | Relatiegeschenken | 4 | 1 |
| 4. | Vorming en opleiding | 2 | 2 |
| 5. | Portikosten | 7 | 6 |
| 6. | Vergoeding verkoop passen (12.500 passen à 2,-) | 25 | 25 |
| 7. | Verkoop stadjerspassen | 7 | 0 |
| 8. | Advertentie en reclame | 44 | 16 |
| 9. | Compensatie deelnemers | 330 | 146 |
| 10. | Kosten detachering | 8 | 8 |
| 11. | Licentiekosten Ammyon | 2 | 2 |
| 12. | Overhead | 73 | 64 |
| | Totale lasten | 740 | 444 |

Toelichting per budget

1. door reductie van 0,34 fte kan deze post met 16.000 verlaagd worden.
2. versoberen druk- en bindwerk door het wegvallen van 'brede doelgroepen'.
3. tijdens KEI-week en Noorderzon wordt de pas niet meer gepromoot.
4. vorming en opleiding is een bedrag dat 1,5% vormt van de loonsom.
5. portikosten kunnen verminderen door wegvallen van 'brede doelgroepen'.
6. verkoop passen wordt geschat op 12.500, gelijk als 2011.
7. voor verkoop stadjerspassen was een externe marketingdeskundige ingehuurd. Dit contract is al opgezegd.
8. advertentie en reclame zal verminderen door reductie adverteren in Groninger Gezinsbode, overige advertenties en marketingcampagnes.
9. zie pagina 11, kopje compensatie deelnemers.
10. voor invoer pashoudergegevens is een WSW-geïndiceerde medewerker via Iederz ingehuurd. Gelet op onze maatschappelijke verantwoordelijkheid richting medewerkers met een afstand tot de arbeidsmarkt, willen wij deze plaatsing continueren.
11. voor invoer pashoudergegevens is de applicatie Ammyon noodzakelijk.
12. door reductie van 0,34 fte kan deze post met 9.000 verlaagd worden.

Baten 2011

Verwachte opbrengst uit verkoop Stadjerspassen: € 116.000 excl. BTW

(tariefgroep A: 10.000 st * € 4,20, tariefgroep B: 600 st * € 33,61, tariefgroep C: 750 st * € 54,62, tariefgroep D: 450 st * € 25,21, afronding BTW).

Baten 2012

Verwachte opbrengst uit verkoop: € 70.000 (vervallen opbrengsten dure- en gezinspas).

(tariefgroep A: 10.000 st * € 4,20, tariefgroep B: 850 st * € 33,61, afronding BTW).

De lasten dalen met € 296.000 (740.000 - 444.000)

De baten dalen met € 46.000 (116.000 - 70.000)

Het verschil in de exploitatiebegroting is € 296.000,- - € 46.000,- = € 250.000,-

Communicatie

Het is belangrijk alle burgers van de stad tijdig en volledig te informeren over de nieuwe opzet van de Stadjerpas. Tactvolle communicatie over de reden van de gewijzigde opzet is cruciaal voor het verkrijgen van begrip. De sterke punten van de pas moeten we blijven benadrukken: de vele kortingen, met nog meer kortingen in de commerciële sector dan voorheen, het verlagen van de leeftijdsgrens voor de 'senioren'.

We willen ons meer richten op *free publicity* in bijvoorbeeld wijkkranten en websites, i.p.v. dure advertenties in m.n. kranten. Voor de doelgroep 50-plussers willen we gratis adverteren in bijvoorbeeld magazine Nestor, bij de ANBO, Unie KBO, PCOB, senioren.nl, plusonline.nl en 50plusser.nl.

Evaluatie

De effecten van de nieuwe opzet van de Stadjerpas zijn op dit moment moeilijk te meten. De verkoopaantallen van de nieuwe doelgroep 50-plus is een schatting op basis van gegevens van de 'oude doelgroepen' C en D. Ook de effecten van het verlagen van de inkomensgrens naar 110% is op basis van geschatte lagere verkoopaantallen. Daarnaast is het niet van tevoren aan te geven hoe hoog de gebruikersintensiteit van de pas in 2012 zal zijn.

Wij willen de effecten van de nieuwe opzet na één boekhoudkundig jaar evalueren, met een tussenevaluatie na de zomerperiode 2012 zodat eventueel tijdig kan worden bijgestuurd. In het voorjaar 2013 ontvangt ons college de evaluatie van de nieuwe opzet, waarin minimaal de absolute verkoopaantallen per doelgroep, financiële kosten en baten over 2012, prognose en eventuele knelpunten zullen worden vermeld. Uw raad zal geïnformeerd worden over deze evaluatie.

Voorwaarde om de voorgenomen bezuiniging te realiseren is dat de huidige wijze van jaarlijkse verrekening van de resultaten als bijzonder resultaat, zowel voor- als nadelig, in tact blijft. Eventuele nadelen vanaf 2012 worden gedekt uit de reserve minimabeleid. Indien deze reserve niet van voldoende omvang is, vindt dekking uit de Algemene Egalisatiereserve plaats. Eventuele risico's m.b.t. de stadjerpas zullen meegenomen worden in de paragraaf weerstandsvermogen.

Bijlagen:

1. pasboek Stadjerpas 2011
2. folder Stadjerpas 2011