

Vrees voor teloorgang Almelo

ALMELO - Preston Palace haalt uit naar Almelo Promotie en roept op tot actie. 'Als de ingeslagen weg wordt voortgezet, zal de teloorgang van de stad versneld worden.'

Almelo Promotie verkoopt niets. Ze promoten zichzelf, en dat levert geen geld op

Een fors dalend aantal bezoekers aan de binnenstad, een organisatie - Almelo Promotie - die geen resultaten levert en een toeristenbelasting die de toeristische sector verder heeft uitgehold.

Alexander Muller, directeur van Preston Palace, haalt in een uitgebreide brief aan Almelo's gemeenteraadsleden fors uit naar het cultuurbeleid van de stad. Hij roept op om de toeristenbelasting af te schaffen, subsidies voor ineffectieve promotionele (zoals Almelo Promotie, red.) en culturele stichtingen te beëindigen en commerciële bedrijven te ondersteunen, maar niet te financieren. Gebeurt dit niet, zo stelt Muller in zijn brief, 'zal de teloorgang van de binnenstad, en de algehele Almelo's economie, verder versneld worden'.

Jarenlang minder bezoekers

Muller baseert zich op cijfers van het NBTC/NIPO over het toeristische bezoek aan Almelo. Dat laat een sterk dalende lijn zien. Waar in 2010 nog ruim 1,2 miljoen mensen Almelo bezochten, waren dat er tijdens het laatste meetmoment, in 2014, minder dan 600.000. „Almelo Promotie verkoopt niets. Ze promoten zichzelf, en dat levert geen geld op”, is Muller van mening.

Verloren geld

Het bedrag dat Almelo Promotie jaarlijks te besteden heeft (voorheen meer dan 8 ton, nu een kleine 7 ton), ziet Muller als 'verloren geld'. Ook hekelt hij de subsidie aan het Theaterhotel. „Het is leuk om te zeggen;

we doen wat leuks met uw belasting. Maar het Theaterhotel trekt juist mensen van buitenaf. Daar betaalt de Almeloër dan voor. Dat is een subsidie die wordt ingezet voor commerciële activiteiten en is een verstoring van de commerciële markt.”

Wethouder: 'Bodem is bereikt'

Wethouder Alex Langius (ChristenUnie) is het niet met Muller eens. Hij geeft aan dat het bezoek aan de stad in 2015 met 80.000 gestegen is. „We denken dat de bodem bereikt is en dat we een opgaande lijn te pakken hebben.” De wethouder benadrukt dat jaarlijks kritisch gekeken wordt naar de efficiëntie van Almelo Promotie en wil niet praten in termen als ‘teloorgang’.

En over het Theaterhotel: „Zonder subsidie kunnen zij niet in de benen blijven. Daarom gaat er geld naar dat soort functies. Cultuur doet namelijk, ook ongemerkt, heel veel goed.”

