

Kadernota Evenementen

2016-2020

van de

Provincie Groningen



Kadernota *E*venementen 2016-2020 van de provincie Groningen

Het huidige evenementenbeleid heeft een looptijd tot en met 2015. In deze kadernota Evenementen 2016-2020 gaan wij in op de waarde van evenementen voor de positionering van de provincie Groningen. Wij geven hiermee invulling aan wat wij samen met organisaties van evenementen willen bereiken in de komende periode.

*D*e waarde van *E*venementen

De beleving staat centraal bij evenementen. Bij sportevenementen draait het om inspanning of ontspanning. Er wordt aangemoedigd of actief meegedaan. Bij cultuurevenementen gaat het meer om prikkelen en uitdagen. Het is juist dat ene festival wat het ervaren waard is. Wat maakt dat geproefd kan worden aan een stukje Groningen. Dat gedeeld wordt, met vrienden of gelijkgestemden. Mensen gaan ervoor op reis en verplaatsen zich swingend door de Stad of lopend en fietsend door het Groninger landschap. Zo wordt eindelijk eens dat bezoek gebracht aan het mooie Groningen met haar eeuwenoude landschap en die bruisende hoofdstad.

Maar er is meer dan de beleving van een uniek moment of het hebben van een mooie dag.

Evenementen leveren een bijdrage aan de toeristische promotie en het versterken van het imago van de provincie Groningen. Wat weer van invloed is op het vestigingsklimaat en de aantrekkingskracht van de regio. Daarnaast dragen evenementen bij aan maatschappelijke opgaven, zoals het stimuleren tot sportdeelname met fitte, gezonde inwoners in een leefbare regio en bieden ze een platform voor het culturele klimaat voor de inwoners van de provincie Groningen.

*T*rends

Het aantal festivals (kunst & cultuur) zat de afgelopen jaren landelijk flink in de lift. Het ligt voor de hand dat met het aantal evenementen ook het aantal bezoekers groeit.

Technologische ontwikkelingen dragen bij aan een snelle communicatie en zorgen voor een goed geïnformeerde bezoeker. Bezoekers die tegelijkertijd kritisch kijken naar uitgaven en selectief zijn in het aantal evenementen die ze bezoeken. Wel is er een tendens dat mensen steeds vaker een verblijf of overnachting aan een evenement koppelen. De behoefte aan een verbinding met unieke lokale ervaringen groeit. Zo worden evenementen steeds vaker ingezet als poort naar de lokale omgeving. Ook worden festivals ingezet door bedrijven voor de marketingstrategie van een (nieuw) product. Het festivalterrein wordt dan gezien als een soort biotoop, waarbij het festivalpubliek de gewenste afspiegeling van de te bereiken doelgroep vormt. Al deze ontwikkelingen kunnen een inspiratiebron zijn voor nieuwe, vaak kleinschalige initiatieven.

Bij overheden groeit de behoefte aan het monitoren van het effect van evenementen. Daarbij ligt vaak de nadruk op de effecten van evenementen op promotioneel en economisch vlak, zoals het imago, het vestigingsklimaat en toeristische bestedingen. Naast het economisch effect komt er ook steeds meer aandacht voor de maatschappelijke impact van evenementen. Duidelijk is dat publieksevenementen fors bijdragen aan het vergroten van de aantrekkingskracht van de regio.

Evenementen in Groningen

De afgelopen jaren heeft de provincie Groningen ingezet op evenementen die door hun promotionele en inhoudelijke waarde bijdragen aan het imago van Groningen. De evaluatie 2011-2014 van het evenementenbeleid biedt een goed beeld van de aard van de door ons gesubsidieerde evenementen en het aantal bezoekers. Wij hebben breed ingezet op evenementen op het gebied van sport, cultuur, toerisme of een combinatie hiervan. Kwalitatief is geëvalueerd op basis van media-aandacht, waaruit is gebleken dat landelijke media-aandacht bij veel evenementen achterblijft. Tot slot is gelet op draagvlak uit de regio door in te zetten op cofinanciering vanuit de regio. Alle evenementen met provinciale ondersteuning zijn meegefinancierd door gemeenten. Er is een terugloop te zien in het aantal eenmalige grote sportevenementen. Evenementen in de provincie Groningen zijn relatief kleinschalig met de nadruk op grote cultuur-historische en landschappelijke waarden. Daarnaast worden accenten gelegd op het hoogwaardige culturele aanbod van de stad Groningen.

Meer Focus

Uit de terugblik op de vorige periode blijkt dat wij hebben ingezet op evenementen die de promotie en het imago van de provincie Groningen versterken. Hierbij werd ook ruimte geboden aan evenementen die de leefbaarheid versterken en aan evenementen als platform voor cultuur. In de afgelopen periode is het beschikbare provinciale budget voor het subsidiëren van evenementen teruggebracht van € 626.100,- in 2011 naar € 353.800,- in 2015.

De komende periode willen wij met dit beperktere budget meer focus aanbrengen en een effectief evenementenbeleid voeren. Wij vinden het belangrijk om met evenementen blijvend een bijdrage te leveren aan de promotionele waarde en het imago van Groningen. Door een koppeling te maken met ons beleid op het gebied van toeristische promotie en marketing verwachten wij meer rendement van het evenementenbudget te hebben. Uitgangspunt is het versterken van het imago van de provincie Groningen en meer toeristen en/of bezoekers van buiten naar onze regio te trekken.

De focus op evenementen voedend aan toeristische promotie en marketing, heeft als gevolg dat wij geen evenementen meer ondersteunen die hoofdzakelijk gericht zijn op sportdeelname en het versterken van de leefbaarheid en het culturele klimaat voor de inwoners van Groningen.

Door te kiezen voor evenementen die bijdragen aan de Groningse toeristische promotie en marketing strategie (onderdeel van toerisme beleid), kunnen wij een kwalitatieve impuls geven aan het imago en de aantrekkingskracht van de provincie Groningen. Dat betekent dat wij evenementen ondersteunen die aansluiten op de G7 strategie. De zeven redenen om de provincie Groningen te bezoeken, de G7 beschreven door Marketing Groningen, zijn: Stad, Lauwersmeer, Wadden, Bourtange, de borgen, kerken en wierden.

De centrale doelgroep voor Marketing Groningen en dus ook voor ons, bestaat uit bezoekers met een bovengemiddelde interesse voor cultuur, natuur en landschap. Genieters met een eigen smaak. Door evenementen te ondersteunen die zorgen voor verbinding tussen cultuur, natuur en typisch Groningse landschappelijke kenmerken, versterken wij samen met evenementenorganisaties en partners het beeld van Groningen.

Dat kan alleen in nauwe samenwerking met de regio's. Wij vinden afstemming tussen de verschillende evenementen en campagnes en de inzet van middelen hiervoor van belang.

Daarbij zorgen de initiatiefnemers voor het DNA, de ruggengraat van het evenement, en zijn ze verantwoordelijk voor de organisatie van het evenement. De provincie heeft een rol in het co-financieren van evenementen. Met als voorwaarde dat de provinciale middelen door organisaties van evenementen mede ingezet worden om de expertise op het gebied van marketing te vergroten, zodat wij gezamenlijk het beeld van Groningen versterken.

Wat willen wij bereiken?

In de periode 2016-2020 geven wij prioriteit aan evenementen die bijdragen aan:

1. het versterken van het toeristische imago van Groningen door het bewerkstelligen van een hogere waardering van het evenementenaanbod in de provincie Groningen. Hierbij streven wij naar een rapportcijfer van 7,0 in 2020, zie onderstaande toelichting;
2. een toename van het totaal aantal bezoekers op jaarbasis van 250.000 in 2016 naar 300.000 in 2020 voor provinciaal gesubsidieerde evenementen.
3. een toename van het aantal bezoekers van buiten de regio met een jaarlijkse groei van 5%.

Om de bijdrage van evenementen aan de toeristische promotie te kunnen monitoren laten wij markt- onderzoek doen. In 2004 en 2011 is het toeristisch imago van Groningen onderzocht. De waardering voor het aanbod van evenementen onder niet-bezoekers en bezoekers van Groningen is hierin meegenomen. In 2016 en 2020 willen wij opnieuw onderzoek laten doen waarbij de waardering voor het evenementenaanbod wordt onderzocht. In 2020 moet de waardering met 0,5 punt gestegen zijn ten opzichte van 2011 (van een 6,5 naar een 7,0 voor bezoekers van Groningen).

Om de aantrekkingskracht van evenementen voor de regio te kunnen bepalen is monitoring van media-aandacht en het aantal en de herkomst van bezoekers van belang. Wij vinden het belangrijk dat op evenementen een bovenregionale of (inter)nationale uitstraling en landelijke en/of internationale media-aandacht genereren. Vanwege het uitgangspunt dat evenementen met een bovenregionale of (inter)nationale uitstraling een groter positief effect hebben op de positionering van Groningen. Het opstellen van een professioneel marketing- en communicatieplan door de organisatie van het evenement is een vereiste. Regionale samenwerking rondom programmering van soortgelijke evenementen en draagvlak van gemeenten en ondernemers is hierbij van belang.

Daarnaast vragen wij organisaties inzicht te geven in de doelgroep van het evenement en in de planvorming inhoud te geven aan de verbinding van cultuur, natuur en landschap in de regio. In de verantwoording geven organisaties van evenementen een betrouwbare inschatting van bezoekersaantallen en de herkomst van bezoekers.

Wij kiezen voor:

- een aantal van jaarlijks terugkerende evenementen die aansluiten op de toeristische promotie van Groningen. Organisaties van evenementen met een bovenregionale uitstraling kunnen twee jaar voor subsidie in aanmerking komen met een optie op verlenging. En voor:
- enkele éénmalige evenementen met een (inter)nationale uitstraling en/of meer dan 50.000 bezoekers trekken die aansluiten op de toeristische promotie van Groningen kunnen in aanmerking komen voor een incidentele subsidie.

Onder evenementen die bijdragen aan de toeristische promotie van Groningen verstaan wij evenementen die aansluiten op de G7 strategie en cultuur, natuur en typisch Groningse landschappelijke kenmerken verbinden.

Budget

Voor de kadernota evenementen 2016-2020 stellen wij een budget van € 354.000,- per jaar beschikbaar.

Dit budget verdelen wij in:

- een budget van € 200.000,- voor een aantal van jaarlijks terugkerende evenementen;
- een flexibel budget van € 154.000,- voor een incidentele bijdrage of reservering voor jaarlijks enkele éénmalige grote evenementen