

Uitvoeringsprogramma Evenementen 2016-2020 van de Provincie Groningen

In dit uitvoeringsprogramma staat concreet uitgewerkt wat de Provincie Groningen de komende jaren doet met haar evenementenbudget. De kaders hiervoor zijn geformuleerd in de Kadernota Evenementen 2016-2020 die op 16 december 2015 door Provinciale Staten is vastgesteld.

Budget

De komende periode willen wij met een beperkter budget meer focus aanbrengen en een effectief evenementbeleid voeren. Wij vinden het belangrijk om met evenementen blijvend een (promotionele) bijdrage te leveren aan de aantrekkingskracht en het imago van Groningen. Wij stellen een budget van € 354.000,- per jaar beschikbaar voor evenementen.

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

Structureel budget voor jaarlijkse evenementen (gesloten budget)

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, zoals beschreven door Marketing Groningen:

Stad, Lauwersmeer, Wadden, Bourtange, de borgen, kerken en wierden.

Marketing Groningen heeft ons geadviseerd over welke provinciale evenementen het imago (G7 beeld) van de provincie Groningen versterken en voldoende potentieel hebben voor de toeristische promotie en marketing van Groningen. Wij leggen hierbij de focus op evenementen die de cultuur, natuur en typische Groningse landschappelijke kenmerken verbinden. 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.

Voor het maken van een shortlist van evenementen die in aanmerking komen voor een tweejaarlijkse bijdrage uit het budget voor jaarlijks terugkerende evenementen hebben wij rekening gehouden met de volgende aandachtspunten:

1. Versterking positionering provincie Groningen
2. Onderscheidend vermogen
3. Vernieuwend/innovatief
4. Aantrekkelijkheid voor bezoekers (regionaal, nationaal, internationaal)
5. Kwaliteit/authenticiteit
6. Verbinding cultuur, natuur, landschap (en waar mogelijk cultureel erfgoed)
7. Regionaal draagvlak (cofinanciering gemeentes/ondernemers)
8. Regionale verbinding (met andere partijen, maar ook met Marketing Groningen en de Verhalen van Groningen)
9. (Landelijke) media aandacht
10. Bewezen track-record (eerder georganiseerd)

Wij hebben gezien de nieuwe focus besloten om geen jaarlijkse sportevenementen op te nemen.

Randvoorwaarde voor het totale programma is een evenwichtige geografische spreiding, zowel tussen stad en provincie en tussen regio's.

Wij hebben Marketing Groningen om advies gevraagd over de te maken keuze. Dit mondde uit in een door ons -Gedeputeerde Staten- vastgestelde shortlist evenementen voor de periode 2016-2017.

Voor de periode 2018-2019 hebben wij deze shortlist heroverwogen en een nieuwe **Shortlist Evenementen 2018-2019** vastgesteld. Organisatoren van evenementen van de shortlist 2016-2017 en andere evenementenorganisaties konden op basis van een oproep voor 1 november 2017 een projectplan 2018-2019 voor hun evenement indienen.

Deze plannen hebben wij getoetst aan de G7 en de tien genoemde aandachtspunten. Ook over de

samenstelling van deze shortlist hebben wij advies ingewonnen bij Marketing Groningen.

Shortlist 2018-2019 (in willekeurige volgorde):

1. ZomerJazzFietsTour	Langs vijf fietsroutes door het Groningse Reitdiepdal kan een keuze gemaakt worden uit intieme jazzconcerten in middeleeuwse kerkjes en boerschuren. Het evenement legt een goede verbinding tussen cultuur en het typisch Groningse landschap van het Reitdiepdal. Het is een mediageniek evenement, de VPRO zendt bijvoorbeeld live TV en radio uit vanaf het evenement.
2. Tocht om de Noord	Het evenement is qua omvang en doelstelling in onze provincie enig in zijn soort en appelleert aan de belangstelling voor natuur, cultuur, historie, actieve sportbeoefening en toerisme. Het evenement trekt landelijke deelnemers, en heeft door de vele doorkomplaatsen, ook veel regionale betrokkenen.
3. Terug naar het Begin	Oude kerkjes en wierdenlandschappen in Appingedam en omgeving vormen het decor voor muziek, theater, poëzie literatuur, dans en beeldende kunst. Hiermee 'laadt' het festival de positioneringselementen 'kerken' en 'wierden' en wordt er een goede verbinding gelegd tussen cultuur, erfgoed en landschap. De programmering is kwalitatief goed. Naar verwachting heeft het evenement genoeg potentie om de bezoekersaantallen en landelijke media aandacht verder te ontwikkelen.
4. Eurosonic Air	De bijdrage van dit evenement aan de positionering van Groningen als cultuurstad staat buiten kijf. Het evenement trekt als meest zichtbare deel van Eurosonic Noorderslag zowel landelijke als internationale media aandacht.
5. . Festival Hongerige Wolf	We waarderen de authenticiteit, sfeer en kleinschaligheid van dit festival. Het is een broedplaats van talent (bandjes, kunst, dans, theater) waarbij velden, dijken, woonkamers, tuinen, schuren en stallen van bewoners omgetoverd worden tot podium. Kortom een bijzondere verbinding tussen cultuur en landschap. Het is een positioneringversterkend, authentiek festival met een grote aantrekkingskracht op bezoekers en media.
6. Festival Op Roakeldais	Festival Op Roakeldais is het oudste belangrijkste jaarlijkse folklore festival in Nederland en vindt plaats in het wierdedorp Warffum. Het is een toonaangevend evenement op het gebied van de presentatie van nationaal en internationaal immaterieel cultureel erfgoed. Het evenement heeft resultaat geboekt met de inhoudelijke vernieuwingsslag en investering in marketing en PR. Wij zien nog kansen voor het vergroten van het landelijke (media)bereik. Het evenement trekt internationaal deelnemers en bezoekers en heeft enorm veel draagvlak opgebouwd in de omgeving.

7. Middeleeuws Ter Apel	Het evenement sluit aan bij één van de G7: cultuurhistorie rondom een bijzonder klooster met kerk. Het evenement kent na een professionaliseringslag van de website en marketing een groeiend aantal bezoekers en kan zorgen voor een versterking van de positionering van Groningen.
8. Pura Vida Blauwe Stad	De nieuwe formule van een cross-overconcert door het NNO i.s.m. aansprekende solisten heeft de afgelopen twee jaar geleid tot een forse toename van publiek, dat vooral uit de regio afkomstig is. Het fotogenieke evenement aan de oever van het Oldambtmeer, sluit naadloos aan bij provinciaal beleid m.b.t. versterking van de positionering van Blauwestad en lift mee op de landelijke publiciteit van het NNO.
9. Stichting Bie Daip	De organisatie van dit evenement dat elk jaar veel bezoekers trekt is ambitieus. Men wil het immateriële erfgoed van folk- en seasons inzetten om het publiek de maritieme traditie en de geschiedenis van Appingedam en omgeving te laten beleven. Wij zien een nieuw initiatief met potentie dat ook aantrekkelijk wil zijn voor bezoekers buiten de provincie.
10. Swingin'Groningen	Swingin' Groningen is een tweedaags vrij toegankelijk jazz en cross-over muziekfestival op vijf podia in de binnenstad van Groningen, met een programma met optredens van regionale en (inter)nationale artiesten van naam en jong talent. Het festival heeft een specifieke doelgroep van liefhebbers en trekt ongeveer 18.500 bezoekers. De organisatie wil inzetten op versterking van de platformfunctie, de programmaring en de functie van het festival als springplank voor talent. In 2019 bestaat Swingin' Groningen 25 jaar.
11. WinterWelvaart	Een sterk en onderscheidend concept: een historische vloot aan historische kades als decor voor een cultuurhistorische programmering. Het evenement biedt veel potentieel om de maritieme geschiedenis van de verschillende locaties (zowel in de stad als in de provincie) nog verder naar voren te brengen. Daarnaast is WinterWelvaart een sterke publiekstrekker en van belang voor de toeristische wintercampagne van Marketing Groningen.

Flexibel budget voor eenmalige evenementen (open budget)

Per jaar hebben wij ruimte voor één of meerdere éénmalige grote evenementen.

Vereisten voor subsidie zijn:

- het betreft een eenmalig evenement, een nieuw initiatief of speciale editie van een evenement;
- het evenement trekt minimaal 10.000 unieke en fysiek aanwezige bezoekers en/of deelnemers, gerekend over de evenementperiode;
- het evenement heeft landelijke uitstraling en geeft daarmee een kwalitatieve impuls aan het imago en de aantrekkingskracht van de provincie Groningen;
- het evenement vindt plaats in de provincie Groningen;
- gemeentelijke cofinanciering van de gastgemeente is een vereiste. Bij cofinanciering van evenementen in de gemeente Groningen is de hoogte van de bijdrage vanuit dit Flexibel

Budget Evenementen provincie Groningen 2019-2020 maximaal gelijk aan de hoogte van de totale bijdrage van de gemeente Groningen. Voor evenementen die in het ommeland plaatsvinden wordt een minimale bijdrage van 25% verwacht van de gastgemeente ten opzichte van de bijdrage van de provincie;

- het evenement is openbaar toegankelijk voor een breed publiek;
- het evenement is aanvullend op of onderscheidt zich van het bestaande aanbod van evenementen in de provincie.

Er is € 154.000 beschikbaar t/m 2020. Dit flexibele budget kan besteed worden voor meerdere incidentele bijdragen of meegenomen worden als reservering voor een groot evenement in een opvolgend jaar. Ook eenmalige grootschalige topsportevenementen kunnen een beroep doen op dit budget. Organiseert u een groot evenement dat voldoet aan de vereisten, neem dan contact op met mevrouw M.F. Verhaar (m.f.verhaar@provinciegroningen.nl / 050 316 4798) over de wijze van aanvragen.