

Bestuursdienst



Telefoon (050) 367 81 11/ Jelle Dijkstra
Onderwerp Voortgang Glazen Huis 3FM

De leden van de raad van de gemeente
Groningen
te
GRONINGEN

Datum - 8 OKT 2009

Bijlage(n) 1

Ons kenmerk RO09.2058954

Uw brief van

Uw kenmerk

Geachte mevrouw/heer,

De komst van het Glazen Huis (18 tot 24 december 2009) naar de Grote Markt heeft de afgelopen maanden al tot de nodige enthousiaste reacties geleid. Op de website van Marketing Groningen www.seriousrequestingroningen.nl zijn al meer dan 80 initiatieven gemeld om geld in te zamelen voor het Rode Kruis. Los daarvan wordt overal in Nederland toegeleefd naar dit evenement, waarbij sportverenigingen, buurtcomité's, grote en kleine ondernemingen, particulieren etc. acties op touw zetten om bij te dragen aan het goede doel. Hoewel het een landelijke actie is, ligt het zwaartepunt van alle acties dit jaar vanzelfsprekend in en om de stad Groningen. Naar verwachting zullen stad en regio sterk profiteren van de komst van het Glazen Huis; het evenement wordt elk jaar groter en vorig jaar trok Breda 200.000 extra bezoekers tijdens het evenement. Deze extra bezoekers gaven € 4 miljoen uit. Los van het directe effect verwachten we een groot indirect effect met een verhoging van het bezoek aan de stad en omgeving als gevolg van het Glazen Huis. 10,6 miljoen Nederlanders bleken vorige jaar de actie te kennen en in de praktijk blijkt het een evenement waarmee alleen positieve associaties zijn te maken: goed doel, kerst, vrolijkheid.

Zoals we u in onze brief van 9 juli jl. hebben gemeld hebben we een projectorganisatie ingesteld, waarbij provincie, gemeente en Marketing Groningen nauw samenwerken. We hebben daarbij twee doelen gesteld: enerzijds zorgen voor een maximaal feest met maximale positieve uitstraling voor stad en regio en anderzijds recht doen aan bestaande regels en afspraken.

Met deze brief willen we kort informeren over de stand van zaken en tevens informeren over de financiële consequenties van het evenement. De indeling van deze brief is als volgt:

- 1) Grote Markt
- 2) Evenement & Communicatie
- 3) Financieel

Grote Markt

Om ruimte te kunnen bieden aan het Glazen Huis en zijn bezoekers zijn met een aantal partijen afspraken gemaakt.

Enexis

Zo zijn met Enexis, de uitvoerder van de nutsactiviteiten in het kader van het Forum, afspraken gemaakt over de tijdelijk lege oplevering van de Grote Markt. Vanaf 10 december, de dag dat er opgebouwd wordt door 3FM, is Enexis tijdelijk vertrokken om 15 januari 2010 zijn werkzaamheden weer te hervatten.

Ambulante handel

Met de overkoepelende organisatie is afgesproken dat de Grote Markt vanaf 10 december markt-vrij zal zijn. Elke koopman is een voorstel gedaan over een vergoeding, dan wel een alternatieve plek in de omgeving.

Martinikerk

We zijn in goed overleg met de Hervormde Gemeente en het Groningen StudentenPastoraat over de gevolgen van het Glazen Huis voor hun kerkdiensten. Met de Hervormde Gemeente spreken we over een vervangende locatie tijdens kerstavond (dienst om 17.00 en 20.00 uur). Daarbij hebben wij aangeboden de huur voor onze rekening te nemen. Op het moment dat de 24-decemberdienst van het GSP begint (23.00 uur), is het Glazen Huis evenement al voorbij; die dienst zal dus geen hinder ondervinden.

Wintercity

De Stichting Groningen Sfeerstad onderzoekt momenteel dit evenement op de Ossenmarkt te laten plaatsvinden gedurende de maand december. Men verwacht ons begin oktober uitsluitsel te geven.

Kerstboom

Na overleg met brandweer en politie is de Groningen CityClub aangegeven dat onder nader te bepalen voorwaarden een kerstboom op de Grote Markt kan worden geplaatst. Daarbij kan geen gebruik worden gemaakt van de bestaande put, omdat het Glazen Huis daar op staat. Dat wil zeggen dat de boom op de oude manier bevestigd moet worden (spankabels etc). De GCC beraadt zich op dit voorstel. In eerste instantie had men de plaatsing van de kerstboom afgeblazen, zowel voor Grote – als Vismarkt, omdat een kerstboom alleen op de Vismarkt financieel niet uitkan.

2) Evenement & communicatie

Mede op advies van politie en brandweer is gekozen voor een opstelling op de Grote Markt waarbij het podium schuin tegenover het Glazen Huis komt te staan (zie bijlage voor een schematische presentatie). De komende maanden worden de precieze plekken bepaald, waarbij ook de invulling van de backstageruimten aan de orde komt. 3FM beraadt zich nog op het eerdere plan om al bij de start van het evenement het podium een functie te geven. Als dit niet doorgaat, fungeert het podium slechts tijdens het slotfeest op 24 december.

3FM werkt vanzelfsprekend nauw samen met het Rode Kruis. Voor de stad betekent dit onder andere dat de doeken die de backstageruimten afscheiden van het openbare gebied, door het Rode Kruis worden ingevuld met passende beelden.

Marketing Groningen heeft daarnaast een organisatie ingericht met als doel zoveel mogelijk activiteiten te (laten) ontplooiën. Daarbij wordt getracht een zo breed mogelijk maatschappelijk veld te bereiken: Koninklijke Horeca Nederland, GCC, studentenverenigingen, UMCG, RuG, Hanzehogeschool, ROC's, KvK, Groningen Seaports, RWE/Essent, Topsport Noord-Nederland, FC Groningen (& businessclubs), serviceclubs, buurtorganisaties, scholen, etc.

Daartoe gaat Marketing Groningen partijen actief benaderen, presentaties voorbereiden, nieuwsbrieven uitgeven, brainstormsessies organiseren, etc. Een belangrijk product is een vragen/antwoorden-document waar een initiatiefnemer snel inzicht heeft in Serious Request en hoe hij of zij zijn bijdrage kan doen.

Om het Glazen Huis alvast te promoten is tijdens Uit in Groningen gecollecteerd voor het Rode Kruis.

Daarnaast organiseert Marketing Groningen samen met provincie, gemeente en 3FM de promotie van dit evenement, niet alleen in Groningen en omgeving, maar in heel Nederland. Daarbij wordt tevens aandacht besteed aan (hotel)arrangementen en afspraken met vervoerders.

Naast het promoten van het evenement is communicatie met andere gebruikers van de (binnen)stad over de consequenties van het Glazen Huis van het grootste belang.

Ook zullen studenten worden ingezet om te onderzoeken (net als Breda heeft gedaan) wat het effect is van het evenement voor de stad en omgeving.

Financieel

Anders dan regelmatig wordt gedaan bij goede doel-projecten wordt de productie (van 3FM) niet betaald vanuit bijdragen van mensen die geld doneren. Vandaar dat 3FM de organiserende stad een bijdrage van € 75.000,- vraagt in deze productiekosten. Deze zijn verdeeld tussen gemeente en provincie Groningen, dat wil zeggen in beginsel elk € 37.500,-; voor de gemeente betalen we dit uit het evenementenbudget.

Daarnaast hebben we een bedrag van in eerste instantie € 75.000,- gereserveerd (uit het binnenstadsbudget) voor aanvullende kosten. Daarmee worden kosten betaald die te maken hebben met het schadeloosstellen van marktkoopliden of de kerk, met communicatie, logistiek etc.

De gemeentelijke inzet bij de begeleiding van het project worden intern gedragen, zoals ook is gedaan bij bijvoorbeeld Gironingen of de Jeugd EK Voetbal.

De marketingactiviteiten (reclame, acties OV, citydressing, etc.) zullen worden gedragen door Marketing Groningen en de provincie Groningen.

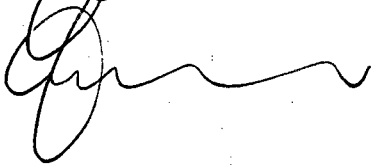
Tot slot

We hopen dat de komende maanden het enthousiasme waarmee in stad, omgeving en de rest van het land al wordt geïnitieerd, gebrainstormd, gewerkt, etc aan ideeën om bijdragen te doen aan het goede doel alleen nog maar zal toenemen. In die zin roepen we onszelf en u op hetzelfde te doen door ons waar mogelijk sterk te maken voor alles wat kan bijdragen aan een geslaagd inzamelingsfeest, eind december.

We hopen u met deze brief voldoende te hebben geïnformeerd.

Hoogachtend,
burgemeester en wethouders van Groningen,

de burgemeester,



de secretaris,

