

Geachte raadsleden,

De afgelopen maanden is veelvuldig overlegd over de doorontwikkeling en positionering van Marketing Groningen. Daarover wil ik u het volgende medelen.

Begin 2021 bleek bij een eerste nulmeting dat het imago van Groningen niet sterk was. Met name de zakelijke aspecten van het imago (dus Groningen als plek om een baan te vinden, te ondernemen of te studeren) scoorden ondermaats. Dit was aanleiding om gericht te gaan werken aan de verbetering van het imago van Groningen.

Dat doen we door Marketing Groningen te laten terugkeren naar de kernactiviteiten. Vanaf 01-01-2024 legt Marketing Groningen de focus volledig op vrijetijdsmarketing en gastvrijheid. Dat is inclusief de toepassing van het merk Groningen. Ook blijft Marketing Groningen de exploitatie van de Martinitoren en de Groningen store/VVV doen. Zo kan Marketing Groningen blijven doen waar ze goed in is en dit verder uitbouwen.

Marketing Groningen voert in 2024 geen activiteiten meer uit op het gebied van integraal merkmanagement en economische profilering van Groningen - denk hierbij aan bijvoorbeeld campagnes voor de energie, gezondheid, voedsel en de digitale sector. Op deze gebieden willen we de komende tijd een sprong maken.

We zetten in 2024 de eerste stappen in het versterken van de uitvoeringsorganisatie om de komende jaren in Groningen breed samen te kunnen werken aan imagooversterking. De overheden zijn hiervoor eerst aan zet om middelen beschikbaar te stellen en de basis te organiseren. Het NPG, het Akkoord van Groningen en de gemeente Groningen hebben inmiddels middelen gereserveerd. De provincie Groningen heeft nog geen besluit genomen over hun bijdrage.

We moeten als bedrijven, inwoners, instellingen en overheden samen werken aan het imago van de gemeente Groningen. Daaraan geven we op deze manier vanaf het nieuwe jaar invulling. We zullen bij u terugkomen wanneer we nieuws hebben over de verdere voortgang.

Met vriendelijke groet,

Carine Bloemhoff
Wethouder Economische Zaken

