

Onderwerp Toekomstbeeld Marketing Groningen  
ter informatie

De leden van de raad van de gemeente Groningen  
te  
GRONINGEN

Telefoon 14 050

Bijlage(n)

Ons kenmerk 78031-2024

Datum 3 april 2024

Uw brief van

Uw kenmerk



Geachte lezer,

De gemeente Groningen en het Akkoord van Groningen hebben onderzoeksbureau Lysias gevraagd om advies over de manier waarop marketing en profilering van Groningen het beste versterkt kunnen worden. Lysias heeft een evaluerend rapport opgeleverd, en daaropvolgend, samen met de betrokkenen, een toekomstbeeld geformuleerd voor de governance en organisatie van Marketing Groningen. In deze brief vatten we de uitkomsten van het onderzoeksrapport en het toekomstbeeld samen en geven we uitleg over het gekozen scenario voor de toekomst van Marketing Groningen en het bijbehorende proces.

### **Achtergrond**

Marketing Groningen (MG) is een stichting die zich sinds 2003 bezighoudt met promotie van toerisme en regiomarketing van de gemeente en provincie Groningen. Het doel is “een sterke en positieve reputatie voor stad, provincie en regio Groningen om de aantrekkingskracht van Groningen op bezoekers, bedrijven, brains en beleidsmakers te versterken en de trots en eigenwaarde van de Groninger te stimuleren”.

De structurele exploitatiesubsidie van de gemeente Groningen was in 2023 € 1.065.000,--. Daarnaast waren er vanuit de gemeente aanvullende opdrachten en subsidies voor bijvoorbeeld campagnes. Marketing Groningen ontving zowel structurele als projectmatige financiering van diverse andere opdrachtgevers. De meeste financiering kwam van de provincie Groningen, het Akkoord van Groningen en Nationaal Programma Groningen (NPG).

Volgvel 1

In 2021 bleek uit de imagomonitor van het Nationaal Programma Groningen dat het imago van Groningen ondermaats scoort. Daarop werden inhoudelijke acties in gang gezet, met de provincie en gemeente Groningen, AvG en NPG als trekkers per actie.

Voor de uitvoering hiervan werd in 2022 de stichting Marketing Groningen ingezet. Marketing Groningen werd ook genoemd als een mogelijke organisatie om alle activiteiten rondom het verbeteren van het imago van Groningen structureel te beleggen. Hierbij plaatsten diverse betrokkenen kanttekeningen.

Daarom is – zoals ook in de beantwoording van de vragen ex art. 36 van de fracties van de PvdA, D66 en Student en Stad is aangegeven - in 2022 onderzoeksbureau Lysias gevraagd om te adviseren. Het uiteindelijke rapport is als bijlage toegevoegd bij de brief aan uw raad met de beantwoording van voornoemde vragen.

### **Onderzoek Lysias**

De afgelopen twee jaar hebben de samenwerkende initiatiefnemers - gemeente Groningen, provincie Groningen, Akkoord van Groningen en Nationaal Programma Groningen- met onderzoeksbureau Lysias een uitgebreid gezamenlijk traject doorlopen waarbij onder meer Marketing Groningen en bedrijfsleven werden geconsulteerd.

Uit dit onderzoek bleek dat er een breed gedragen besef is voor de urgentie van imagoversterking van Groningen en het belang van goed merkmanagement daarvoor, en dat imagoversterking brede samenwerking vereist, met bedrijven, inwoners, instellingen en overheden. Daarbij werden een aantal fundamentele knelpunten benoemd. Die knelpunten golden zowel het opdrachtgeverschap richting Marketing Groningen als de invulling van het opdrachtnemerschap door de stichting. Daarnaast bleek dat er ook verbeterpunten waren in de governance rondom marketing en profilering. Concluderend gaf Lysias aan dat de ontwikkeling van marketing gericht op kenniseconomie was achtergebleven, en dat er op de uitvoering van de opgaven minder vooruitgang geboekt was dan redelijkerwijs verwacht had mogen worden.

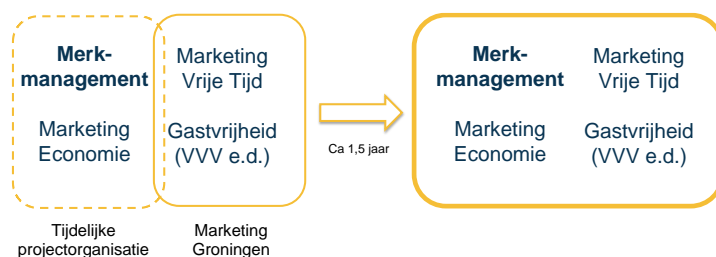
Dit leidde tot de volgende conclusies, die terug te vinden zijn in het document 'Toekomstbeeld governance', dat Lysias aansluitend op voornoemd onderzoek opstelde:

- Marketing Groningen blijft vrijetijdseconomie en gastvrijheid (inclusief toepassing van het merk Groningen), de exploitatie van de Martinitoren en de Groningen store (VVV) doen. Zo kan Marketing Groningen ervoor blijven zorgen - samen met ondernemers, overheden maar ook regionale marketingorganisaties - dat Nederlandse en buitenlandse bezoekers onze stad en provincie komen ontdekken en dat ze blijven terugkomen. De organisatie gaat hiermee terug naar de kernactiviteiten waar ze ooit mee begon, en waar ze goed in zijn.
- Voor de uitvoering van merkmanagement en economische profilering wordt een tijdelijke organisatie ingericht. Die organisatie geven we in 2024 verder vorm. Dit is met alle betrokken stakeholders inclusief Marketing Groningen besproken. Alle partijen erkennen de behoefte aan een organisatie die toegesneden is op merkmanagement en economische profilering van Groningen en hebben hun voorkeur uitgesproken voor deze oplossing. Er is voor dit scenario gekozen omdat

## Volgvel 2

hiermee enerzijds wordt behouden wat al goed gaat (vrijtijdseconomie), maar deze tijdelijke oplossing de mogelijkheid biedt om knelpunten weg te nemen, opdrachtgeverschap te structureren en het beoogde organisatiemodel voor de eindsituatie vorm te geven, uit te proberen en te optimaliseren. Hiermee kunnen de benodigde verbeteringen sneller en met minder verstoring worden gerealiseerd dan wanneer het huidige MG wordt doorontwikkeld. De provincie heeft ervoor gekozen voorlopig alleen voor 2024 mee te doen om niet op eigen besluiten vooruit te lopen - de provinciale economische visie tot 2035 moet nog worden vastgesteld. Vanwege de urgentie gaan de andere drie opdrachtgevers (gemeente, NPG en AvG) door met de ontwikkeling van de tijdelijke organisatie, die zal worden ondergebracht bij de gemeente.

Alle stakeholders delen de conclusie dat de opgave waar we voor staan groot is. Dat vraagt om een verandering in organisatie om het imago van Groningen een volgende impuls te geven. Het is nu zaak om door te bouwen, samen met Marketing Groningen, aan de basisvoorziening voor de toekomst. We zorgen voor vereenvoudigd en gecoördineerd opdrachtgeverschap en een doelmatige financiering, zorgvuldige governance en stakeholdermanagement (met gemeentelijke vrijetijdsondernemers, horeca en cultuursector). We willen benadrukken dat het hier om een tijdelijke oplossing gaat. De tijdelijke organisatie geeft de opdrachtgevers de mogelijkheid om alle benodigde ontwikkelstappen te zetten, en parallel de voorbereidingen te treffen om alle activiteiten na ca. 1,5 tot 2 jaar weer samen te voegen in één organisatie.



## Financiën

Voor de nieuwe tijdelijke organisatie voor economische marketing en merkmanagement stellen we € 267.500 per jaar beschikbaar, te dekken uit de middelen van Economische Zaken. Deze middelen zijn al begroot. Medefinanciers hiervan zijn het NPG (€ 250.000,--) het AvG (€ 100.000,--) en de provincie Groningen (€ 142.500,--). Hierbij dient opgemerkt dat de bijdrage van de provincie alleen incidenteel beschikbaar is voor 2024. Verdere besluitvorming hangt (zoals aangegeven) af van de (vaststelling van de) economische agenda van de provincie.

Financiering tijdelijke organisatie economische marketing en merkmanagement		
Gemeente Groningen	€ 267.500	
Nationaal Programma Groningen	€ 250.000	
Akkoord van Groningen	€ 100.000	
Provincie Groningen	€ 142.500	incidenteel 2024
Totaal	€ 760.000	

Voor vrijetijdseconomie en gastvrijheid stellen we € 730.000,-- per jaar beschikbaar aan Marketing Groningen, vanuit het budget van de directie Economische Zaken. Dat

Volgvel 3

is de helft van het benodigde budget, de andere helft wordt bijgedragen door de provincie Groningen. Hiermee wordt de basisdienstverlening van vrijetijdsmarketing gefinancierd. Dat gaat onder andere om het beheer en onderhoud van digitale kanalen/websites, content voor de sociale netwerken, contentcreatie op alle kanalen, beursbezoeken en netwerkevents, maar ook om de VVV. Onder deze basisdienstverlening vallen geen aanvullende opdrachten, zoals separate campagnes. Deze vergen aanvullende, projectmatige financiering, veelal met cofinanciering door andere partijen zoals bedrijvenverenigingen of kennisinstellingen.

Financiering basisdienstverlening vrijetijdseconomie en gastvrijheid		
Gemeente Groningen	€ 730.000	
Provincie Groningen	€ 730.000	voorschot à € 488.715
Totaal	€ 1.460.000	

### Proces

In de tweede helft van 2024 zal de nieuwe werkwijze geëvalueerd worden door en met de betrokkenen (opdrachtgevers en Marketing Groningen) zodat opgedane ervaringen gebruikt kunnen worden voor 2025.

We informeren uw raad over de gemaakte keuzes en evaluatie van de nieuwe werkwijze in Q4 2024.

Wij vertrouwen erop u hiermee voldoende te hebben geïnformeerd.

Met vriendelijke groet,  
burgemeester en wethouders van Groningen,

burgemeester,  
Koen Schuiling

secretaris,  
Christien Bronda

*Deze brief is elektronisch aangemaakt en daarom niet ondertekend.*