



GD1 26.01.2011 0400

MEMO

Van Wethouder Van den Oever
Aan Gemeenteraad
Datum 18 januari 2011
Kenmerk
Betreft Raadsvragen Serious Request
Bijlage(n)

Contactpersoon

N.J. de Wit
 T 078 639 6806
 E nj.de.wit@dordrecht.nl

Tijdens de collegearrousel van 21 december 2010 is door de VVD-fractie gevraagd of het idee zou zijn om het zgn. "Glazen Huis" van Serious Request (van radiozender 3FM) in 2012 of 2013 naar Dordrecht te halen.

Wethouder Sleeking heeft aangegeven om te bekijken wat de mogelijkheden zijn voor de organisatie in Dordrecht. In antwoord hierop het volgende.

Serious Request

Serious Request is een jaarlijks terugkerende actie van de radiozender 3FM waarbij geld wordt ingezameld voor het goede doel (Rode Kruis). Een aantal dj's wordt daarbij gedurende een week opgesloten in het zgn. Glazen Huis en mogen niets eten. Tegelijkertijd draaien zij 24 uur, in ruil voor donatie, verzoeknummers voor luisteraars. Verder worden bekende Nederlanders ingezet en worden er dingen geveild.

De actie wordt sinds 2004 gehouden en vindt plaats in de week voor Kerst. In de eerste jaren (tot 2007) stond het Glazen Huis in Utrecht, in 2007 in Den Haag, in 2008 in Breda, in 2009 in Groningen en afgelopen editie (2010) in Eindhoven.

Algemeen

- In 2011 is het Glazen Huis al toegewezen aan Leiden, de eerste optie is dus in 2012. Het bidboek dient voor vrijdag 18 maart 2011 ingeleverd te worden. De toewijzing door Serious Request vindt plaats via een bid, voor de organisatie van de afgelopen editie (2010) hebben zich een vijftiental steden ingeschreven;
- In het bid moet o.a. worden omschreven hoe de stad het evenement in december wil organiseren en zoveel mogelijk geld voor het goede doel denkt op te halen;
- De stad dient te beschikken over een toplocatie op een centraal plein in de stad, met voldoende ruimte voor het Glazen Huis, een podium en een groot publiek (voor tenminste 5.000 bezoekers op de slotdag/Kerstavond);
- De gemeente stelt de voor de productie op locatie noodzakelijke vergunningen en faciliteiten (water, elektriciteit, aansluiting op riool en beveiliging) kosteloos beschikbaar;

Kenmerk

Datum 18 januari 2011

- Alle vergunningen/ontheffingen voor voertuigen die in de omgeving of op de locatie nodig zijn worden afgegeven. De gemeente stelt daarnaast kosteloos voldoende parkeergelegenheid ter beschikking voor crew, artiesten en groot materiaal, binnen een straal van 2 kilometer van het plein.
- De gemeente werkt mee aan de reservering van een nader te bepalen aantal hotelovernachtingen voor crew en artiesten tijdens het evenement. Voor de slotdag van het evenement (24 december) wordt kosteloos een aanvullende evenementenvergunning verleend.
- De cashbijdrage van de gemeente aan de 3FM Productie bedraagt € 175.000,-, exclusief de kosten voor vergunningen en de noodzakelijke voorzieningen (waaronder ook ter plaatse beschikbaar stellen van kantoorruimte voor de regie en productieteams) en inzet van de diensten (beveiliging, politie, etc).
- De gemeente neemt het initiatief tot een dialoog tussen lokale belanghebbenden (detailhandel, horeca, sponsors, etc.) en de 3FM Productie. Daarbij presenteert de gemeente een promotieplan met daarin de ideeën die moeten leiden tot een maximale opbrengst van de geldinzamelingsactie. Dit plan voorziet in mobilisatie van lokale culturele partijen en bedrijfsleven (initiatief van de gemeente).
- Rondom het Glazen Huis moet de reclame van winkels e.d. grotendeels onzichtbaar worden gemaakt;
- Serious Request "vraagt" regie over de organisatie van het evenement, de lokale invloed, ook wat betreft (sponsor)uitingen, zijn slechts beperkt toegestaan;
- Wat betreft marketing/imago van de stad zijn er de nodige restricties. Serious Request mag niet gebruikt worden ter profilering van de stad.

Verkenning

Ondanks dat het naar de stad halen van het Glazen Huis een manier zou kunnen zijn om in korte tijd veel aandacht voor de stad te verwerven begrijpelijk is ("PR-stunt"), willen wij hierbij op basis van een verkenning de volgende kanttekeningen plaatsen:

Financiële consequenties

3FM Productie vraagt veel geld, € 175.000,- cash van de gemeente, en stelt hoge eisen aan te verlenen diensten, andere ter beschikking te stellen zaken etc. Daarbovenop vraagt de organisatie een substantiële financiële inbreng van de lokale horeca en bedrijfsleven. De organisatie kost dus al bij al zowel voor de gemeente als het lokale bedrijfsleven veel geld.

Beschikbaarheid locatie

Serious Request wil een plein beschikbaar van 1 tot 31 december. Gelet op de omvang en ligging zou in principe alleen het Statenplein in Dordrecht voor de plaatsing van een Glazen Huis in aanmerking kunnen komen. De organisatie zou tegelijk moeten plaatsvinden met de Kerstmarkt en de IJsbaan en ook de weekmarkt zal in deze periode drie vrijdagen en zaterdagen verplaatst moeten worden. Daarnaast heeft dit

Kenmerk

Datum 18 januari 2011

ook grote consequenties voor de bevoorrading van de winkels en bedrijven in en rond het Statenplein.

De organisatie van het Glazen Huis legt dus gedurende een lange periode een grote claim op de binnenstad, met name ook voor bewoners van de binnenstad (in deze al volle maand).

Doelgroep en opbrengsten

Serious Request richt zich vooral op jongeren en studenten als doelgroep. Steden die tot nu Serious Request hebben ontvangen zijn over het algemeen steden met veel studenten (hogescholen en universiteiten), een groot horeca-aanbod en eveneens een bruisend uitgaansleven. In deze steden kan de organisatie op de korte termijn (extra bezoekersaantallen en directe spin-off) dan ook als een succes worden gezien. De directe economische spin-off van het evenement, met name voor de voor de horeca, bedraagt voor deze steden ongeveer € 7,3 miljoen in 5 dagen tijd; ter vergelijking de Kerstmarkt heeft in 2009 in 3 dagen tijd 9,7 miljoen aan directe economische spin-off opgeleverd. Uitzondering hierin is alleen de editie 2007 in Den Haag. In deze stad is het succes duidelijk achterbleven en leverende het bij de kijkers van de live-uitzendingen vooral het aanblik op van een stil en leeg plein. Den Haag is overigens ook de enige niet-studentenstad in de reeks van steden waar Serious Request tot nu toe heeft plaatsgevonden.

Imago & Marketing

De media-aandacht richt zich m.n. op het evenement zelf. Serious Request 2010 heeft via tv, internet en radio 11,3 miljoen Nederlanders bereikt. 3FM Productie voert hierop zelf de regie. De ontvangende stad heeft daarop weinig invloed. In het gemeentelijke evenementenbeleid is er voor gekozen om zelf aansprekende evenementen te ontwikkelen; structureel, passend, geworteld in de stad. Een eenmalig evenement als Serious Request kan gebruikt worden als PR-stunt voor de stad met gedurende een week veel media-aandacht en een groot landelijk bereik. Echter is bekend dat de indirecte spin-off van dergelijk gekocht evenement op de langere termijn als het gaat om bijvoorbeeld uitlokt herhalingsbezoek en bijdrage aan imago, nihil is.

De organiserende stad mag wel een regionale marketing campagne opstarten. Dit plan dient ter goedkeuring aan 3FM te worden voorgelegd. De promotiemiddelen in stad en regio zijn in campagnestijl van 3FM Serious Request.

Nog los van de opgelegde restricties in imago-uitingen, past het evenement ook minder goed bij het profiel van Dordrecht (cultuur, historie, e.d.) en zal de conversie van het evenement voor de naamsbekendheid en het imago van Dordrecht naar verwachting beperkter zijn dan in de genoemde studentensteden.

In dit licht kan de organisatie van het Glazen Huis ook een zeker afbreukrisico hebben voor het imago van Dordrecht. Serious Request heeft de vanzelfsprekende ambitie om elk jaar de lat hoger te leggen en de naamsbekendheid te vergroten. Tegenvallende bezoekersaantallen - door het ontbreken van de doelgroep - en lagere inkomsten voor het

Kenmerk

Datum 18 januari 2011

goede doel kunnen (landelijk) een negatief effect hebben op het imago. Dit is uiteraard ook een risico-inschatting dat 3FM Productie zelf bij de toekenning zal maken.

Overwegingen & conclusie


- de tijdsduur en locatie hebben invloed op andere bestaande evenementen (Dsbaan en Kerstmarkt) en de weekmarkt;
- extra druk op bewoners van de binnenstad tijdens een al volle maand;
- consequenties voor de bevoorrading van de winkels en bedrijven in en rond het Statenplein;
- extra druk op diverse diensten tijdens een periode waarin de evenementenagenda al goed bezet is;
- de bijdrage aan het evenement is vrij hoog waarbij er nauwelijks invloed is op de uitgaven en de spin-off voor het imago onbekend is;
- Dordrecht mag zich gedurende Serious Request imagotechnisch niet profileren;
- niet passend bij lange termijn profilering, imago van de stad;
- kans op imagoafbreuk/negatieve beïnvloeding imago bij tegenvallende bezoekersaantallen, lagere inkomsten, etc.

In het licht van bovenstaande overwegingen stel ik de gemeenteraad voor geen bid te doen voor het binnenhalen van Serious Request in 2012 of 2013.

Vertrouwende u hiermee voldoende te hebben geïnformeerd.

Hoogachtend,

Namens het college van B en W



F.J. v.d. Oever
Wethouder Economische Zaken en
Grondbedrijf, Cultuur en Verkeer & Vervoer