

Gemeente Dordrecht

Heroverweging Dordtse decemberprogrammering

Analyse Dordtse December Dagen & Kerstmarkt Dordrecht



26 mei 2023
Referentie: 2305

1. Inleiding en uitvraag	2
2. Conclusies.....	4
2.1 Winterevenementen in Nederland	4
2.2 Kerstmarkt Dordrecht	5
2.3 Dordtse December Dagen (DDD)	7
3. Aanbevelingen.....	10
3.1 Kerstmarkt Dordrecht.....	10
3.2 Dordtse December Dagen (DDD)	12
3.3 Afweging Kerstmarkt Dordrecht vs Dordtse December Dagen	13
4. Feiten & cijfers DDD / Kerstmarkt Dordrecht	16
4.1 Dordtse December Dagen (DDD)	16
4.2 Kerstmarkt Dordrecht	17
5. SWOT-analyse DDD/Kerstmarkt	19
5.1 Dordtse December Dagen	19
5.2 Kerstmarkt Dordrecht	23
6. Een analyse van winterevenementen.....	25
6.1 Definitie/afbakening	25
6.2 Winterevenementen: cijfers en ontwikkelingen	26
Bijlagen.....	33
Bijlage 1: Typen winterevenementen	34
Bijlage 2: Trends & ontwikkelingen overige typen winterevenementen	35
Bijlage 3: Begroting doorontwikkeling Dordtse December Dagen	37
Bijlage 4: Stedenbenchmark.....	39
Bijlage 5: Overzicht gesprekspartners	49
Over Respons	50
Over Lex Kruijver.....	50
Over Eduard Pieter Oud	50

1. Inleiding en uitvraag

In maart 2020 brak corona uit in Nederland. Door de noodzakelijke beperkende maatregelen is in juli 2020 besloten om de Kerstmarkt dat jaar niet te organiseren. De uitdaging was om een haalbaar alternatief programma voor december te bedenken. Door de beperkingen was het uitgangspunt 'spreiding in tijd en ruimte'. Anders dan bij reguliere evenementen is gekozen voor de aantrekkingskracht die meer in beleving zit en minder in programmering. Ook het kunnen op- en afschalen van het programma (flexibiliteit) was een belangrijk uitgangspunt. Het resultaat - de Dordtse December Dagen (DDD) –oorspronkelijk dus ingestoken als coronaproof 'evenement' – vond tijdens de coronajaren 2020 en 2021 in december plaats. In mei 2022 besloot de organisator van de Kerstmarkt (DM&P) ook in 2022 geen Kerstmarkt te organiseren. Men hield toen rekening met nieuwe coronamaatregelen in de wintermaanden. Daarnaast was er onzekerheid rondom sponsoren en deelnemers en de tijd was te kort om daar een goed beeld van te krijgen. Daarop is besloten om de Dordtse December Dagen ook in 2022 te organiseren, het werd de eerste volwaardige editie zonder coronamaatregelen.

Inmiddels is het vier jaar geleden dat de Kerstmarkt voor het laatst plaatsvond en heeft DDD 3x plaats gevonden (2x tijdens corona). Het is daarom een goed moment om te reflecteren op beide evenementen en opnieuw na te denken over de invulling van de Dordtse decembermaand.

Dordrecht is niet de enige gemeente in Nederland met een december- of winterprogrammering. De laatste jaren is er op veel meer plaatsen aandacht gekomen voor evenementen in de decembermaand/winterperiode. Het gaat om winterfestivals zoals DDD, maar ook om kerstmarkten, tijdelijke ijsbanen en lichtfestivals. Er blijkt een grote behoefte naar beleving tijdens de decembermaand te zijn bij consumenten en steeds meer gemeenten spelen daar op in.

Om een goed onderbouwd besluit te nemen over de toekomst van de Dordtse december programmering, heeft de gemeente Dordrecht onderzoeks- en adviesbureau Respons gevraagd een analyse uit te voeren. De vraagstelling voor het onderzoek luidt “Welk evenement zorgt voor de beste en meest reële invulling van de decemberdagen in Dordrecht”.

Om tot een goed afgewogen advies te komen is onder andere gesproken met belanghebbenden. Daarvoor zijn gesprekken gevoerd met Dordrecht Marketing & Partners, de POBD en de gemeente Dordrecht. De gesprekken hebben plaatsgevonden in de periode maart/april 2023. Daarnaast zijn de ontvangen begrotingsstukken en interne evaluaties bestudeerd.

De OCD onderzoeken naar de Kerstmarkt (2018) en de Dordtse Decemberdagen (2022) waarin onder andere de mening van inwoners en ondernemers is verwoord, zijn in de analyse gebruikt.

Deze rapportage bevat verder een analyse van cijfers, trends en ontwikkelingen op het gebied van winter evenementen, waarvoor de database van Respons is gebruikt (Tabellenboek Winterevents). Aanvullend daarop zijn in maart en april gesprekken gevoerd met enkele experts uit de markt (bijlage 5). Via een stedenbenchmark (bijlage 4) zijn de winterfestivals van Nijmegen, Deventer, Eindhoven en Gent met elkaar vergeleken.

De informatie is verwerkt in een SWOT-analyse van de Dordtse December Dagen en de Kerstmarkt waarop conclusies en aanbevelingen zijn gebaseerd.

2. Conclusies

Op basis van de twee verschillende varianten (kerstmarkt en DDD) waar Dordrecht in de decembermaand ervaring mee heeft, komen wij op basis van de analyse en de benchmark tot de volgende (belangrijkste) conclusies en aanbevelingen.

2.1 Winterevenementen in Nederland

Er vinden in steeds meer gemeenten winterevenementen plaats omdat gemeenten het belang zien om de decembermaand een extra impuls te geven en de sfeer in de binnenstad te verhogen. Het aantal winterevenementen is in de periode 2015-2022 toegenomen, ze duren gemiddeld een dag langer en trekken in 2022 wat meer bezoeken dan in 2015. Het aantal kerstmarkten is van 2015 tot en met 2022 niet of nauwelijks gestegen. Sinds 2016 zijn er geen nieuwe kerstmarkten bijgekomen. Bij het interpreteren van de cijfers van 2022 moet echter rekening worden gehouden met de (na-)effecten van corona.

Winterevenementen vinden grotendeels in de maand december plaats, waarbij de kerstvakantie een belangrijke succesfactor is. Een lichtroute of lichtobjecten, een kerstmarkt en een schaatsbaan zijn de meest voorkomende ingrediënten bij veel winterfestivals in Nederland. In het programma van eisen van de Gentse Winterfeesten (2 miljoen bezoeken) behoren deze tot de vaste onderdelen van het evenement, omdat het volgens het stadsbestuur de kerningrediënten voor een succesvol winterevenement zijn. De langer lopende winterfestivals programmeren iedere dag activiteiten, waarbij laagdrempelige programmaonderdelen zoals de ijsbaan en lichtjes(wandel)route activiteiten zijn die bezoekers altijd kunnen doen. Ieder winterevenement heeft te maken met luwe dagen (vaak aan het begin van de week) en pieken (weekend). Thematisering (verhalen vertellen) is een belangrijke factor voor succes, zo blijkt uit de stedenbenchmark. Deventer en Gent zetten daar al op in, Nijmegen doet dat nog te weinig en gaat daar meer mee aan de slag.

Ondanks de groei in het aantal winterevenementen in Nederland, gaat het niet overal (continu) goed. In diverse gemeenten zijn er problemen om winterevenementen in de lucht te houden. Corona heeft dat proces versneld. Post corona zijn verschillende winterevents, ook in G50-gemeenten als Amersfoort, Eindhoven, 's-Hertogenbosch, Breda, Groningen en Tilburg niet meer georganiseerd. Geld(gebrek)/hoge kosten, onvoldoende organisatiekracht en een tekort aan vrijwilligers (of een combinatie van alle drie) zijn de voornaamste oorzaken.

2.2 Kerstmarkt Dordrecht

De Kerstmarkt Dordrecht was in de jaren tot en met de laatste volledige versie (2018) een van de grootste kerstmarkten van Nederland. De economische spin-off voor Dordrecht was fors en het evenement leverde een aanzienlijke bijdrage aan de landelijke bekendheid van Dordrecht. Dat resulteerde ook in meer herhaalbezoek (lange termijneffect) door de kerstmarkt.

Ondanks dat het inmiddels vier jaar geleden is, kan worden geconcludeerd dat de Kerstmarkt Dordrecht nog steeds populair is onder de eigen inwoners. Dat komt waarschijnlijk ook voort uit de urgentie die de Kerstmarkt had ('nu bezoeken, anders mis je het'). Uit de recente bewonersenquête van Respons in het kader van de nieuwe evenementenvisie kwam de wens om de terugkeer van de Kerstmarkt (of een variant daarop) duidelijk naar voren.

Na de deels door storm afgelaste editie van 2019 en de daaropvolgende coronajaren waarin het evenement niet kon plaatsvinden, is het 5 jaar geleden dat de Kerstmarkt voor het laatst in volledige vorm heeft plaatsgevonden. Het gat dat de Kerstmarkt na 2019 heeft achtergelaten is inmiddels ingevuld door regionale concurrenten in o.a. Den Haag (Royal Christmas Fair) en Haarlem (Kerstmarkt Haarlem) die beiden al jaren forse bezoekaantallen noteren. Het zal een grote uitdaging zijn om bezoekers van buiten Dordrecht over te halen om (weer) voor Dordrecht te kiezen in plaats van de kerstmarkten in Haarlem en Den Haag. Daarbij zijn de huidige

marktomstandigheden, met nauwelijks tot geen groei en al zeven jaar geen nieuwe kerstmarkten, niet gunstig.

Mede met het oog op de toegenomen concurrentie en de ongunstige marktomstandigheden, zijn er veel inspanningen nodig (zowel in het concept, de organisatie en de marketing) om de Kerstmarkt Dordrecht zijn oude glorie weer terug te geven en opnieuw tot grote omvang te laten stijgen. Zeker gezien het feit dat bijvoorbeeld de diversiteit van de kramen, toch een belangrijk bestanddeel van het evenement, laag werd beoordeeld door het publiek. Er zijn dus arbeidsintensieve en kostenverhogende nieuwe elementen nodig voor de Kerstmarkt. De vraag daarbij is de relatief korte duur, het concept van een kerstmarkt en het beschikbare budget daarvoor voldoende aanknopingspunten bieden.

Een aantal essentiële randvoorwaarden ten aanzien van de organisatie van de Kerstmarkt is nu – in vergelijking met 2018/2019 wezenlijk anders. Daar moet rekening mee worden gehouden bij de afweging om de Kerstmarkt Dordrecht weer te gaan organiseren. Zo hebben evenementen in de openbare ruimte te maken met veel strengere landelijke wet- en regelgeving op het gebied van vergunningen, veiligheid en duurzaamheid. Aangezien het vergunnings- en veiligheidstraject van de kerstmarkt in 2018 al 'weerbarstig' werd genoemd, zal dat nu nog veel arbeidsintensiever zijn (voor de organisatie, gemeente en de diensten) en veel duurder (o.a. veiligheids- en verkeersmaatregelen, duurzaamheid). Ook zijn daar de toegenomen risico's van klimaat- en weersomstandigheden. De veiligheidseisen zijn scherp, boven windkracht 5 kan de veiligheid van de bezoekers niet meer gegarandeerd worden. Ook moet rekening worden gehouden met de reële dreiging van nieuwe stikstofmaatregelen voor een grootschalig evenement als de Kerstmarkt.

Gebaseerd op de kostenstijgingen die post-corona in de eventensector realiteit zijn geworden, de extra kosten door strengere wet- en regelgeving en duurzaamheid en het feit dat we inmiddels vier jaar verder zijn (met een forse

inflatie), zal het benodigde budget van de kerstmarkt waarschijnlijk verdubbeld moeten worden in vergelijking met het oude budget (€ 340.000 in 2019). Daar komen de noodzakelijke marketinginspanningen om het evenement weer 'op de kaart te zetten' nog bij. Alles bij elkaar gaat het budget dan richting driekwart miljoen euro.

Met het oog op de toegenomen wet- en regelgeving en de grote inspanningen die nodig zijn om de Kerstmarkt weer op hoog niveau terug te laten keren op de Dordtse evenementenkalender, is het de vraag of het organiserend vermogen voor een dergelijke opgave nog in de stad aanwezig is. Daarbij zal ook de goede en geoliede samenwerking tussen organisatie en lokale partners, waarvan na al die jaren sprake was, weer opnieuw vorm moeten krijgen. De Kerstmarkt neemt bovendien veel openbare ruimte in beslag, dat heeft gevolgen voor de horeca (terrassen versus kramen). De bijdrage van de (horeca)ondernemers aan de Kerstmarkt was altijd al een discussiepunt en die strijd zal zeker niet minder zijn bij het organiseren van een nieuwe grote kerstmarkt.

Ondanks dat de Kerstmarkt altijd voor relatief weinig overlast bij bewoners en ondernemers zorgde, is het de vraag of dat nu ook nog zo zal zijn. De overlast die er wel is gaat over bereikbaarheid en parkeren. De maatschappelijke acceptatie van massale binnenstadevenementen als de Kerstmarkt onder bewoners en ondernemers op een veel lager niveau dan 5 jaar geleden, zoals ook blijkt uit de marktanalyse.

2.3 Dordtse December Dagen (DDD)

Winterfestivals, zoals DDD, zijn in de periode 2015 – 2022 (muv de coronaperiode) gegroeid in aantallen evenementen. Het is bovendien een relatief jong en fris evenementenggenre waarvan bijna 60% (inclusief DDD) in 2022 niet ouder is dan 10 jaar. Met circa 150.000 bezoeken behoort DDD tot de grotere winterfestivals in Nederland. Concurrentie van winterfestivals in de buurt is echter ook toegenomen.

Men kan ook terecht op winterfestivals in o.a. Rotterdam, Schiedam, Zwijndrecht, Sliedrecht en Vlaardingen.

Van de winterfestivals duurt 40% duurt langer dan 10 dagen, met een gemiddelde duur van 29,9 dagen. Van deze groep hebben de meeste een duur van 3 weken, van een week voor kerst tot en met het einde van de kerstvakantie. DDD begon afgelopen jaar na Sinterklaas en liep door tot en met de kerstvakantie (31 dagen). Die lengte van 4 weken is door bezoekers en ondernemers als te lang ervaren met te veel stille dagen. Het budget van DDD in 2022 (ruim € 250.000) was daarbij te laag om in een periode van 4 weken voldoende kwalitatieve programmering te bieden. Net als bij de Kerstmarkt het geval was, kan slecht weer ook DDD parten spelen. Dit was tijdens de afgelopen editie ook het geval, daardoor kwamen sommige activiteiten niet goed uit de verf.

DDD is het resultaat van een brede coalitie, waarbij meerdere partijen ook de ondernemers organisatorisch bij betrokken zijn. DDD is daarmee een breed gedragen evenement met veel draagvlak en meer organisatorische slagkracht. Door het draagvlak en de slagkracht heeft DDD daarom de potentie om als platform te fungeren, waar meerdere partijen met binnen- en buitenactiviteiten bij aan kunnen haken.

In de organisatie van de afgelopen editie(s) werd teveel gekeken naar de uiteenlopende doelen van de betrokken partijen. Daardoor ontbrak een strakke regie. Mede daardoor ontbrak een duidelijk herkenbaar concept en was het teveel een verzameling van losse onderdelen. Zeker als DDD meer als platform gaat fungeren waar andere partijen op aan kunnen haken, is een sterk concept als basis nodig. Uit de stedenbenchmark blijkt dat thematisering (verhalen vertellen) een belangrijke succesfactor is, dat is DDD onderbelicht gebleven.

Een lichtroute of lichtobjecten, een kerstmarkt en een schaatsbaan zijn de meest voorkomende ingrediënten bij veel winterfestivals in Nederland, zo blijkt uit de marktanalyse en stedenbenchmark. DDD mist een aantal van de belangrijke

bestanddelen of ze zijn er al wel, maar komen onvoldoende uit de verf. Daarbij moet wel rekening worden gehouden met de budgettaire consequenties bij het toevoegen of kwalitatief verbeteren van deze onderdelen.

In tegenstelling tot de Kerstmarkt, richt DDD zich met name op Dordtenaren en inwoners van de Drechtsteden. En ondanks dat het evenement teveel 'stille' dagen kende met te weinig bezoekers, is het in die opzet wel geslaagd. De bekendheid van de DDD onder bezoekers van de binnenstad en inwoners van de Drechtsteden is na 3 edities ook al opvallend hoog.

De sfeer en aankleding, elementen die tijdens de Kerstmarkt altijd hoog werden gewaardeerd, zijn tijdens DDD onvoldoende uit de verf gekomen. Daarbij kwamen marketinginspanningen en de werkelijkheid van DDD onvoldoende overeen, dat versterkte het effect van de teleurgestelde reacties, men verwachtte er meer van. De afgelopen editie wordt door bezoekers ook onvoldoende aanbevolen bij anderen (lage nps-score).

Maar ondanks dat de hoge verwachtingen niet genoeg zijn waargemaakt, is de 2022-editie van DDD door bezoekers gewaardeerd met een 7,5. Bovendien heeft het evenement geleid tot meer bezoek aan de binnenstad en heeft het gezorgd voor additionele omzet bij (sommige) ondernemers. De verwachtingen van de ondernemers ten aanzien van de omzetdoelstelling van het evenement waren echter hoger ingeschat.

3. Aanbevelingen

Voor beide evenementen – de Kerstmarkt en DDD – zijn argumenten aan te voeren om ze weer op te nemen in de Dordtse evenementenkalender. Aangezien het organiseren van beide evenementen organisatorisch en budgettair geen optie is (en ook niet wenselijk is), zetten we hier de voor- en nadelen van beide evenementen op een rij.

3.1 Kerstmarkt Dordrecht

Belangrijke elementen	Toelichting
Concept	Midden december drie dagen (vrij-za-zo) lang een grote kerstmarkt met randactiviteiten, stadsaankleding en een hoge urgentie ('must see'). Er zijn echter flinke aanpassingen nodig om het evenement weer relevant en aantrekkelijk te maken en het weer terug te krijgen op het oude niveau.
Marktpositie, economische spin-off en uitstraling	De Kerstmarkt was tot en met 2018 de grootste kerstmarkt van Nederland met een grote spin-off voor ondernemers en veel uitstraling in het land. Inmiddels lijken andere kerstmarkten (o.a. Haarlem en Den Haag) de leemte van de Kerstmarkt te hebben overgenomen en zijn de marktomstandigheden op het gebied van kerstmarkten momenteel ongunstig.
Draagvlak bij inwoners en ondernemers	Die populariteit gaat vooral over de herinnering aan de kerstmarkt zoals die voor corona plaatsvond. Men herinnert zich waarschijnlijk vooral de goede punten, de mindere punten (zoals de kwaliteit van de kramen) zijn op de achtergrond geraakt. Maar dit aspect moet wel een rol spelen bij de

	<p>overweging om de Kerstmarkt of een variant daarvan terug te laten komen. Bovendien is het de vraag of de acceptatie van de overlast die een groot massaal evenement als de Kerstmarkt veroorzaakt, nog op dezelfde coulance onder de inwoners kan rekening als dat voor corona het geval was. Ondernemers droegen te weinig bij aan de Kerstmarkt en streden met de organisatie om de openbare ruimte (terrassen vs kramen).</p>
Wet- en regelgeving vergunningen/veiligheid en duurzaamheid	<p>Strengere wet- en regelgeving maken de organisatie van de Kerstmarkt extra lastig. Door toegenomen klimaat- en weersomstandigheden, zijn aanvullende veiligheidsmaatregelen nodig. Bovendien is daar het economische risico bij (gedeeltelijke) afgelasting.</p>
Organisatorisch vermogen	<p>De aanpassingen van het evenement, de noodzakelijke marketinginspanningen en de toegenomen werkzaamheden als een gevolg van de strengere wet- en regelgeving, trekken een zware wissel op de organisatorische capaciteit. Het is de vraag of die capaciteit in de stad aanwezig is.</p>
Kosten / budget	<p>Door alle kostenstijgingen komen we uit op een benodigd budget van circa € 750.000 - € 1.000.000</p>

3.2 Dordtse December Dagen (DDD)

Belangrijke elementen	Toelichting
Concept	Vier weken lang elke dag verschillende activiteiten in de maand december onder de gezamenlijke DDD-vlag. Periode is te lang met te weinig kwalitatieve activiteiten om de urgentie vast te houden.
Marktpositie, economische spin-off en uitstraling	De winterfestivals zijn eigentijds, een groeimarkt en met 150.000 bezoeken behoort DDD tot de grote winterfestivals in Nederland. Regionale concurrentie is wel fors. De economische spin-off en landelijke uitstraling zijn beperkt, maar dat komt omdat het evenement zich met name richt op Dordtenaren en inwoners uit de regio.
Draagvlak bij inwoners en ondernemers	Bezoekers waarderen DDD met een 7,5 en de bekendheid is na 3x al hoog. Zeker niet alle activiteiten vielen in de smaak en de aankleding/sfeer in de stad was onvoldoende. Ondernemers hadden er omzettechnisch meer van verwacht, maar DDD heeft wel tot een hoger bezoek aan de binnenstad geleid.
Wet- en regelgeving vergunningen/veiligheid en duurzaamheid	DDD had in december last van slecht weer, maar kan door de langere looptijd het risico beter spreiden. Qua wet- en regelgeving is het evenement goed beheersbaar voor organisatie, gemeente en de diensten.
Organisatorisch vermogen	DDD is breed gedragen en beschikt over voldoende organisatorische slagkracht. Het is echter wel belangrijk dat er meer centrale regie komt. Op basis van een nog te ontwikkelen (sterk) concept kunnen meerdere partijen aanhaken waardoor de organisatorische slagkracht verder kan toenemen. Kwaliteit moet daarbij wel boven kwantiteit gaan.

Kosten / budget	Met het oog op de gewenste aanpassingen, is er meer budget nodig dan er in 2022 beschikbaar was. Om de noodzakelijke stappen te kunnen zetten is een budgetrange van € 400.000 - € 600.000 nodig.
-----------------	---

3.3 Afweging Kerstmarkt Dordrecht vs Dordtse December Dagen

Concept

DDD is qua concept eigentijdser dan de Kerstmarkt. De urgentie van de Kerstmarkt (3 dagen, daarna is het weer weg), is en blijft een sterk element, de urgentie is bij DDD moeilijker te realiseren. De Kerstmarkt biedt daarentegen minder mogelijkheden om er andere activiteiten aan te hangen, dat is weer sterk aan DDD. DDD biedt daarom naar de toekomst toe meer mogelijkheden dan de Kerstmarkt Dordrecht.

Marktpositie, economische spin-off en uitstraling

De marktpositie, spin-off en uitstraling van de Kerstmarkt was pre-corona sterker dan DDD nu. Maar de doelstellingen van beide evenementen zijn anders, bovendien is DDD net begonnen. Het zal sowieso lastig zijn (organisatorisch en qua kosten) om de Kerstmarkt op deze punten weer terug te krijgen op het oude niveau.

Draagvlak bij inwoners en ondernemers

Het draagvlak van de (oude) Kerstmarkt was bij beide groepen hoog. Maar de kritiek op het evenement nam wel toe, aanpassingen waren noodzakelijk. Draagvlak onder DDD moet groeien, de brede coalitie van de organisatie van het evenement is een sterk punt.

Wet- en regelgeving vergunningen/veiligheid en duurzaamheid

Op dit punt is het verschil tussen de Kerstmarkt en DDD groot. De strengere regels ten aanzien van vergunningverlening zal een grote hindernis zijn indien besloten wordt om de Kerstmarkt weer te organiseren. Organisatorisch zal het resulteren in

een verzwaring van het pakket en moet ook rekening worden gehouden met hogere kosten.

Organisatorisch vermogen

Op dit punt zijn er (grote) twijfels of er nog voldoende capaciteit in de stad is om de Kerstmarkt weer op hetzelfde niveau te kunnen organiseren. Door de gekozen organisatorische opzet van DDD worden de lasten beter verdeeld. Daarbij is wel een beter georganiseerde centrale regie/regisseur met mandaat nodig.

Kosten / budget

Voor een nieuwe versie van de Kerstmarkt is ongeveer 2x zoveel budget nodig als voor DDD (in aangepaste, verbeterde vorm). Daarbij biedt DDD meer mogelijkheden om partners aan te laten haken met (passende) eigen activiteiten. Daardoor worden de financiële risico's van het evenement beter gespreid.

Het advies: Ga door met DDD maar bedenk eerst een onderscheidend concept met Dordtse signatuur!

- ✓ Het evenement heeft een herkenbaar eigen concept nodig, met programmaonderdelen die passend zijn en elkaar versterken. Een pakkend (Dordts) thema of volksverhaal waar één of meerdere verhalen over kunnen worden verteld kan daarvoor het uitgangspunt zijn. De verschillende programmaonderdelen moeten voldoende kwaliteit hebben.
- ✓ Om dat te realiseren is meer regie en organisatorische slagkracht nodig. Daarbij is één organisatie in de lead die de ruimte krijgt om keuzes te maken. De DDD-organisator benoemt een regisseur (met ondersteuning), die voldoende tijd krijgt om het evenement goed voor te bereiden en te organiseren.
- ✓ DDD kan een sterk platform zijn dat als kapstok fungeert voor diverse activiteiten in de decembermaand, waar meerdere partijen bij aan kunnen haken. Door een brede samenwerking in de stad wordt gezamenlijk een aantrekkelijk programma onder één noemer gepresenteerd.

- ✓ Om DDD programmatisch aantrekkelijker te maken en meer urgentie te creëren, is het aan te bevelen om het evenement in tijd en ruimte compacter te maken. Uit de rondgang onder organisatoren in andere gemeenten is een periode van circa 3 weken aan te bevelen, met als start de week voor kerst en een afsluiting aan het einde van de kerstvakantie. DDD moet ook in ruimtelijke zin compacter, zodat er per locatie meer activiteiten zijn.
- ✓ Om DDD gedurende de looptijd een permanente 'reason to visit' te geven, is het advies nader onderzoek te doen naar de haalbaarheid van een grote commerciële of niet commerciële ijsbaan of een kleinere kinderijsbaan. Het terugbrengen van een ijsbaan sluit ook aan bij de wensen van bezoekers en ondernemers in het OCD-onderzoek.
- ✓ Inwoners waarderen vooral het Dwaalspoor, maar zien graag meer bewegende beelden en verrassing bij dit onderdeel.
- ✓ DDD zou een sfeervolle (maar kleinere) kerstmarkt (met chalets) moeten krijgen, het liefst op dezelfde locatie en/of in de directe nabijheid van de ijsbaan. Het streven zou moeten zijn om de chalets zoveel mogelijk in te vullen met minimaal een kwart lokale Dordtse standhouders met (het liefst alleen) kerst-gerelateerde artikelen/spullen. Met een sfeervolle, maar veel kleinere kerstmarkt dan voorheen de Kerstmarkt Dordrecht, wordt tevens een antwoord gegeven op het verzoek van veel inwoners voor terugkeer van een kerstmarkt in de stad.
- ✓ Essentieel voor de kwaliteit en waardering van het evenement, is dat alle betrokken partijen de afspraken omtrent bezetting en organisatie van onderdelen van het programma nakomen.
- ✓ De marketing van DDD moet daarbij goed aansluiten op de inhoud van het evenement (beloof niet wat er niet is).
- ✓ De doorontwikkeling van DDD kan in verschillende budgettaire varianten worden uitgevoerd. Daarbij is ca € 300.000 nodig voor de minimumvariant en bijna € 600.000 voor het 'ideaalplaatje' (bijlage 3).

4. Feiten & cijfers DDD / Kerstmarkt Dordrecht

4.1 Dordtse December Dagen (DDD)

Dordtse December Dagen	
Datum jaargang	9 december 2022 t/m 8 januari 2023 3 ^e editie
Duur periode	31 dagen na sinterklaas tot en met de kerstvakantie.
Bezoekaantallen	Ca. 150.000 (schatting organisatie)
Begroting	€ 255.000
Financiering	Gemeente Dordrecht € 217.000, POBD: € 30.000, Rest: inkomsten huisjes & overige sponsors.
Organisatie	Dordrecht Marketing & Partners i.s.m. vereniging Promotie Ondernemers Binnenstad Dordrecht (POBD).

Bron: Dordrecht Marketing & Partners

Omschrijving: de Dordtse December Dagen vinden plaats van half december tot en met begin januari in het sfeervol verlichte centrum van Dordrecht. De belevingswaarde van de binnenstad staat centraal met de wandelichtroute Dwaalspoor, lichtprojecten, een groot aantal kerstbomen, verlichte cadeaus, de sing-a-long en speciale wandelroutes door de stad. Tijdens DDD werd met diverse externe partners samengewerkt, zoals de avondrondvaarten in de binnenstad.

Doelstellingen:

- Creëren van levendigheid voor inwoners (stad)
- Creëren van levendigheid voor brede (25/40 km afstand) regio
- Genereren van economische spin-off voor horeca en winkels

Doelgroepen:

- Inwoners Dordrecht en Drechtsteden



4.2 Kerstmarkt Dordrecht

Kerstmarkt Dordrecht

Datum jaargang	13 t/m 15 december 2019 (14+15 dec door storm afgelast) 21 ^e editie
Duur periode	3 dagen medio december
Bezoekaantallen	385.000 (schatting organisatie, editie 2018)
Begroting	€ 340.000
Financiering	Gemeente Dordrecht € 175.000. Kramen/tenten: €87.000, horeca: € 53.000, overige inkomsten/sponsoring: € 25.000.
Organisatie	Dordrecht Marketing

Bron: Dordrecht Marketing & Partners

Omschrijving: De Kerstmarkt in Dordrecht was de grootste in Nederland, met ruim 250 kramen verspreid over de binnenstad. De markt is uitgegroeid tot een sfeervol evenement waar ook vele koren, warme lekkernijen en een levende kerststal te vinden zijn. Alle activiteiten worden georganiseerd door Dordrecht Marketing al dan niet in samenwerking met lokale partners.

Doelstellingen (opgave Dordrecht Marketing & Partners):

- Doorontwikkelen en aanscherpen van de kwaliteit van het evenement (inhoudelijk, uitstraling en communicatie)
- Continueren succesaanpak van voorgaande jaren
- Realiseren van nauwe samenwerking met diverse Dordtse partijen, programmeurs, vrijwilligers en leveranciers.
- Aangaan van samenwerkingen met commerciële partijen (win-win als doel)
- Bezoekaantal van 350.000 en daarmee handhaving/verbetering van de positie in de Nationale Evenementen TOP100
- Extra inzetten op het creëren van positieve belevenis op de Kerstmarkt
- Verder vergroten van de naamsbekendheid waardoor het evenement positief wordt geassocieerd met Dordrecht en bekend(er) wordt als dé Kerstmarkt van Nederland.

Doelgroepen:

- inwoners Dordrecht en Drechtsteden
- bezoekers van buiten de regio (nationaal en internationaal)



5. SWOT-analyse DDD/Kerstmarkt

Aan de hand van een SWOT (sterke & zwakke punten, kansen en bedreigingen) krijgen we een overzicht van de Dordtse December Dagen en de Kerstmarkt Dordrecht. De beide SWOT's geven input voor de bevindingen en aanbevelingen. Van de DDD is meer informatie voorhanden dan van de Kerstmarkt, en dat zorgt voor een meer uitgebreide SWOT-beschrijving. De beide SWOT-overzichten zijn vanuit meerdere bronnen samengesteld en zijn daarom een mix van feiten en meningen.

5.1 Dordtse December Dagen

Sterke punten:

- 'Typisch Dordts' in de zin dat het door Dordtenaren is gemaakt (belangrijk uitgangspunt van het Dordtse evenementenbeleid). Alle activiteiten zijn bedacht in Dordrecht en uitgevoerd door Dordtse organisatoren. Aankleding is door de initiatiefnemers zelf bedacht en sluit aan bij de stad. Alle activiteiten zijn gratis en daarmee toegankelijk voor alle Dordtenaren (ook een belangrijk uitgangspunt Dordtse evenementenbeleid).
- Ondernemers hebben in de binnenstad een groot aandeel gekregen in de decemberprogrammering. De ondernemers (POBD) hebben samen met DM&P aan de basis gestaan van het evenement. Deze brede samenwerking leidde tot een grotere betrokkenheid van en verbinding met de binnenstadondernemers.
- Ondernemers die bevraagd zijn geven aan tevreden te zijn met de omzet. DDD heeft omzettechnisch ook voor de gewenste spreiding gezorgd met minder druk op de weekenden. Uit retailcijfers blijkt dat in de 1^e week van januari het bezoekersaantal in de binnenstad van Dordrecht hoger was dan de benchmark. Op basis van deze gegevens kan worden geconcludeerd dat de doelstelling 'realiseren omzetverhoging bij ondernemers' is geslaagd.
- Volgens het onderzoek van OCD heeft de DDD bij een groot deel van de bezoekers bijgedragen aan de beslissing om de binnenstad te bezoeken.

- Naast het bezoeken van DDD-activiteiten ondernemen bezoekers andere activiteiten, zoals horeca- en winkelbezoek.
- DDD heeft het herhaalbezoek aan Dordrecht positief gestimuleerd.
- De bekendheid van de DDD onder bezoekers van de binnenstad en inwoners van de Drechtsteden is na 3 edities opvallend hoog.
- DDD richt zich op bewoners van Dordrecht en inwoners van Drechtsteden. Met een aandeel van 75% is het evenement ten aanzien van die doelstelling geslaagd.
- De sfeerverlichting in de binnenstad hing begin december al, dat werkte sfeerverhogend.

Zwakke punten:

- DDD is in 2020 ingestoken als coronaproof 'evenement'. De uitgangspunten van de post-corona editie van 2022 zijn echter niet aangepast.
- De brede samenwerking op DDD had ook een keerzijde. De keuzes lagen daardoor mogelijk soms teveel bij het 'pleasen' van ondernemers. Daarom ook de keuze van de houten huisjes op sommige plekken. Dat is ten koste gegaan van het concept.
- De (post-corona) 2022-editie van DDD ontbeert ook een duidelijk concept. Het zijn te veel losse onderdelen, de samenhang van de activiteiten ontbreekt. Dat was tijdens de corona-edities ook al zo, maar dat viel toen minder op, want er was verder niets te doen.
- Een te groot aantal activiteiten die deel uitmaken van DDD zijn onvoldoende gewaardeerd. Sommige activiteiten die wel werden gewaardeerd, werden door te weinig mensen bezocht.
- DDD wordt als niet verrassend genoeg ervaren, ook niet door de stakeholders zelf. Dit is mede omdat verwachtingen na de 1^e twee (corona-edities) hoog waren (o.a. door de kwalitatief hoge videoprojectie van Mothership in 2020).
- De periode van 4 weken is als te lang ervaren en de activiteiten waren bovendien over te veel locaties uitgespreid. Daardoor is het niet gelukt om continu urgentie ('must visit') te creëren waardoor er te veel stille dagen waren.

- Het lukte niet om iedere dag voldoende activiteiten te organiseren. Dat leidde tot teleurgestelde bezoekers. Door de spreiding van de activiteiten, de voor het gevoel sobere opzet van sommige activiteiten en het gebrek aan samenhang werd de verwachte sfeer volgens velen niet gerealiseerd en bleef het verrassingselement beperkt.
- Budget DDD is te laag om 4 weken lang elke dag voldoende kwalitatieve activiteiten te kunnen programmeren.
- Evenement mist een dedicated projectleider (regisseur) die tijdig kan beginnen met het evenement, die beter kijkt naar de kwaliteitsbewaking en de samenhang bewaakt en bevordert.
- DDD heeft meer mensen nodig. Vooral capaciteit voor uitvoering van activiteiten op straat was onvoldoende (tekort aan vrijwilligers). Daarnaast gaat er relatief veel tijd zitten in onderlinge afstemming tussen de organisatoren en met betrokken partners (o.a. culturele instellingen en ondernemers).
- Inhoud van de marketinginspanningen en de werkelijkheid van DDD moet overeenkomen. Dat was niet altijd het geval en dat leidde tot teleurstellingen bij betrokkenen en bezoekers.

Kansen:

- DDD heeft de potentie om als platform te fungeren, waar meerdere binnen- en buitenactiviteiten aan gekoppeld kunnen worden. Daarvoor is echter wel een sterk concept als basis nodig en moet de inhoud centraal staan.
- DDD heeft de potentie om de middenlaag van de piramide (evenementen met regionale uitstraling) te versterken.
- Ondernemers kunnen meer ambassadeur van het evenement worden als er in de aanloop meer wordt gedaan om ze mee te krijgen.
- De meerderheid van de bezoekers, inwoners en ondernemers ziet de potentie, maar de editie 2022 is wel tegengevallen.
- Kwalitatieve videoprojecties (waar wel een aanzienlijk kostenplaatje mee is gemoeid) die de verhalen van Dordrecht vertellen (zoals die van

Mothership/Blauwe Uur op het stadhuis in 2020) dragen bij aan een hogere publiekswaardering van DDD.

- Uit het OCD-onderzoek komen de volgende suggesties: kleinschalige kwalitatieve kerstmarkt, bewegende beelden bij Dwaalspoor, meer (live)muziek, een ijsbaan, meer kerstsfeer/aankleding in het algemeen en van de winterpleinen in het bijzonder.

Bedreigingen:

- De wens om rekening te houden met de belangen van alle ondernemers is schadelijk voor het concept en daarmee een bedreiging voor een succesvol evenement.
- Licht kost heel veel geld, zeker als je een kwaliteitsproduct wilt neerzetten. Dat is een grote hap uit het beschikbare budget.
- In de decembermaand is er inmiddels veel concurrentie van andere winterevenementen, ook in de buurt van Dordrecht (o.a. Rotterdam, Schiedam, Den Haag en Vlaardingen).
- Evenementen als DDD hebben de participatie van ondernemers nodig om het evenement groter te maken. Het blijkt echter lastig om ondernemers actief te laten bijdragen met eigen activiteiten of te participeren in de activiteiten die door Dordrecht Marketing & Partners en POBD worden georganiseerd. Dit is ook de ervaring van de organisatoren van winterevenementen in de benchmark-gemeenten Nijmegen, Eindhoven en Deventer.
- De huidige editie van DDD wordt door bezoekers van het evenement onvoldoende aanbevolen bij anderen (lage NPS-score).
- In december kan het – gezien de tijd van het jaar – weer ongunstig uitpakken. Dat was tijdens de december 2022 -editie van DDD ook het geval. Daardoor komen bepaalde activiteiten niet goed uit de verf en komen er minder mensen.

5.2 Kerstmarkt Dordrecht

Sterke punten:

- De Kerstmarkt was tot en met 2018 de grootste van Nederland, dat zorgde voor een boost van de bekendheid en het imago van Dordrecht.
- Hoge economische betekenis en spin-off voor de stad, vanwege het relatief hoge percentage bezoekers van buiten Dordrecht.
- Een op de drie ondernemers (vooral horeca) gaf aan een duidelijk hogere omzet te hebben, dankzij de Kerstmarkt.
- Kerstmarkt duurt 3 dagen en heeft daarmee een natuurlijke urgentie ('nu bezoeken, anders mis je het').
- Bezoekers waarderen de totale sfeer in de binnenstad tijdens de Kerstmarkt.
- Ondernemers merken meer herhaalbezoek (lange termijneffect) door de kerstmarkt, vooral door de toegenomen bekendheid van Dordrecht.
- De Kerstmarkt zorgt voor relatief weinig overlast bij bewoners en ondernemers. De overlast die er wel is gaat over bereikbaarheid en parkeren.
- De Kerstmarkt vond al jaren plaats, met als resultaat een goede en geoliede samenwerking met diverse lokale partijen in de organisatie van het evenement, onder centrale regie en eindverantwoordelijkheid van Dordrecht Marketing & Partners.
- Door de beperkte duur in tijd was het gemakkelijker (dan bij de DDD) gebruik te maken van externe 'hulptroepen' (o.a. organisatoren van onderdelen, EHBO, bouwteam, catering, etc.). Ook lukte het goed om voldoende vrijwilligers op de been brengen.

Zwakke punten:

- De Kerstmarkt in de huidige opzet is relatief 'recht-toe-recht-aan', ook door de beperkte duur (3 dagen). De omzet uit de kramen is daarbij een belangrijke financieringsbron, dus afleiding door andere activiteiten is daarom ook niet gewenst. Het concept biedt mede daardoor weinig mogelijkheden om andere partijen te laten aanhaken.

- De diversiteit van de kramen en de kwaliteit van de spullen wordt laag gewaardeerd. De oorzaak zou kunnen liggen in het feit dat door kostenstijgingen en gelijkblijvende inkomsten de organisatie en exploitatie onder druk kwamen te staan.
- Ondernemers dragen financieel onvoldoende bij aan de totstandkoming van het evenement en zien het als hun recht om er van te kunnen profiteren.

Kansen:

- De kerstmarkt biedt met z'n omvang (marketing)kansen om Dordrecht 'in the picture' te zetten.

Bedreigingen:

- Een deel van de inwoners/bezoekers vindt de Kerstmarkt te massaal, te commercieel, te veel braderie.
- Het organiseren van een grote buiten kerstmarkt leidt in toenemende mate tot een strijd om de openbare ruimte met o.a. horeca (terrassen versus kramen).
- Het realiseren van een kerstmarkt met uitsluitend kerstgerelateerde producten is niet mogelijk. De spoeling van unieke producten is (te) dun.
- Sommige mensen stellen dat Dordrecht de Kerstmarkt niet persé meer nodig heeft om (inter)nationale bezoekers naar de stad te trekken. Inmiddels profiteert de stad van gestegen (inter)nationale bezoekers van de riviercruises, meer bezoekers uit België en weten dag- en verblijfbezoekers uit eigen land Dordrecht steeds beter te vinden.
- Het altijd al weerbarstige vergunningstraject van de Kerstmarkt, zal met het oog op de toegenomen wet- en regelgeving op o.a. veiligheid en duurzaamheid, nu nog ingewikkelder zijn.
- Toenemende kostenstijgingen (o.a. veiligheid en duurzaamheid) maken een gezonde exploitatie zeer moeilijk. Het evenement is alleen haalbaar als de gemeente meer bijdraagt.

6. Een analyse van winter evenementen

6.1 Definitie/afbakening

De Dordtse December Dagen en de Kerstmarkt Dordrecht vallen in het genre 'winter evenementen'. Om de ontwikkelingen in dit genre overzichtelijk weer te geven, hebben we - naast de standaard criteria van Respons - de volgende afbakening aangebracht:

- ✓ Evenementen vinden plaats in Q4 en/of Q1.
- ✓ Evenementen in het onderzoek spelen in meer of mindere mate in op het thema 'feestdagen' of 'kerst'.
- ✓ Ondanks dat de focus van het onderzoek op evenementen in de openbare ruimte ligt, kijken wij ook naar binnenevenementen omdat dergelijke activiteiten vaak deel uitmaken van de totale december- cq winterprogrammering binnen een gemeente. De verhouding van alle winter evenementen in 2022 is: 20% binnen, 80% buiten of beide (Tabellenboek Winter evenementen).

Toepassing van de criteria/afbakening op de database van Respons levert verschillende evenementen die hieronder zijn beschreven. Een deel van de typologie is speciaal voor dit onderzoek gecreëerd. Sommige typen evenementen overlappen elkaar deels ('blurring') en/of kunnen in meerdere categorieën ondergebracht worden, zo bevatten sommige winterfestivals ook een ijsbaan en/of een kerstmarkt.

In deze rapportage onderscheiden we de volgende typen winter evenementen:

- Kerstmarkt
- Winterfestival
- Ijsbaan
- (Straat)theaterfestival
- Kerstcircus
- Licht(kunst)festival

- Muziekfestival (klassiek, koor, pop)
- Parade/optocht
- Vuurwerkshow
- Kermis

Een toelichting op deze evenemententypen staat opgenomen in bijlage 1.

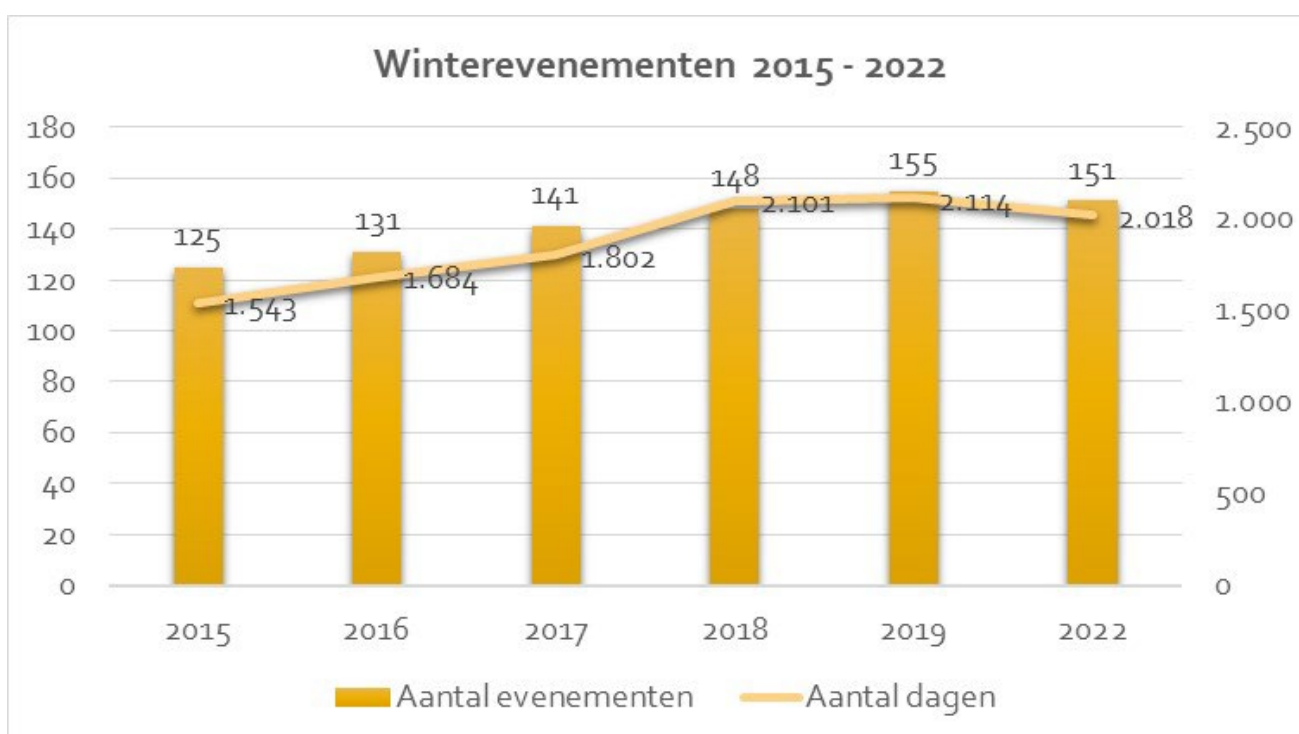
6.2 Winterevenementen: cijfers en ontwikkelingen

In de periode 2015 tot en met 2022 (m.u.v. de coronajaren 2020 en 2021) nam het aantal winterevenementen met ruim 20% toe. In 2022 lag het aantal, mede door corona, net iets onder het niveau van 2019.

Bij het vergelijken van het post-coronajaar met de pre-coronajaren moet rekening worden gehouden met enkele algemene ontwikkelingen die van invloed zijn op de interpretatie van de uitkomsten van de vergelijking:

- Evenementen hebben in 2022 veel meer last van de toegenomen maatschappelijke weerstand tegen evenementen in binnensteden ('nimby'-effect).
- Evenementen hebben in toenemende mate te maken met strengere landelijke wet- en regelgeving op het gebied van veiligheid en duurzaamheid.
- De enorme kostenstijgingen die post-corona op de sector zijn afgekomen, zorgen ervoor dat voor veel organisatoren het financiële risico van het organiseren van evenementen (te) groot is geworden. Tekortschietende indexaties van subsidies, tegenvallende sponsorinkomsten en achterblijvende consumentenbestedingen versterken het risico.
- De dreiging (en realiteit) van extra kosten door stikstofmaatregelen en/of de onzekerheid van stikstofmaatregelen, zorgen voor een rem op (nieuwe) evenementen.
- De invoering van de omgevingswet en de onzekerheid van de gevolgen voor de evenementensector, hebben een remmend effect op het herstel na covid.

De stijging in het aantal dagen kwam in de periode 2015-2022 uit op +31%. Gemiddeld duurt een winterevenement in 2022 13,4 dagen (12,3 dagen in 2015). In 2018 en 2019 kwam het gemiddeld aantal dagen (resp. 14,2 en 13,6) hoger uit dan in 2022. Dit is waarschijnlijk een na-effect van corona in combinatie met de hoge energiekosten in het afgelopen jaar.



Bezoekaantallen

De bezoekaantallen in 2022 liggen ca 250.000 boven het niveau van 2015. Maar als we 2022 vergelijken met 2018 en 2019 komen we uit op resp. -/-9% en -/-7%. Een aantal oorzaken van de dalingen in bezoekaantallen in 2022 ten opzichte van 2018 en 2019:

- Fijne Feestdagen Festival in Eindhoven (650.000 bez. in 2019) vond in 2019 voor het laatst plaats;
- Kerstmarkt Dordrecht had in 2018 de laatste grote editie (375.000 bez.) en vond in 2019 (100.000 bez. vanwege storm) voor het laatst plaats;

- Drijvende Kerstmarkt Leiden kreeg in 2022 een andere opzet en trok de helft (80.000) van het bezoekaantal van 2019 en eerdere jaren;
- Bosch' Winterparadijs (60.000 bez. in 2019) vond in 2022 niet plaats;
- Het Nationale Vuurwerk in Rotterdam (86.000 bez. in 2019) vond in 2022 niet plaats (door storm afgelast);
- SBS 6 Kerstparade heeft na 2018 niet meer plaatsgevonden.



Kalenderspreiding

In 2022 vond net iets minder dan 80% van de winterevenementen in december plaats, of startte in december. Procentueel is dat wat minder dan in 2015, toen het percentage nog boven de 80% lag. In 2022 startten 6 evenementen niet in december, maar dat kan een gevolg zijn van het na-effect van corona.

Kalenderspreiding*	2015	2016	2017	2018	2019	2022
<i>Kwartaal 4</i>						
oktober	1					1
november	22	21	26	27	31	27
december	102	110	115	120	124	118
<i>Kwartaal 1</i>						
januari						2
februari				1		3
Totaal	125	131	141	148	155	151

* Op basis van startdatum

Geografische spreiding

Circa 20% van de winterevenementen vindt in provincie Zuid-Holland plaats en deze provincie was met +6 evenementen ook de grootste stijger. In de periode 2015-2022 groeide het aantal dagen met 40% en bezoekaantallen met 21%. Winterevents in Noord-Holland trokken met 1,7 miljoen in 2022 de meeste bezoeken, met het Amsterdam Light Festival met 900.000 bezoeken als voornaamste. In 2015 kenden 86 gemeenten winterevenementen. Daar zijn inmiddels 20 andere gemeenten bijgekomen (zie Tabellenboek Winterevents).

Ontwikkelingen typen winterevenementen

- Alle typen tonen van 2015 tot 2022 een stijging in aantallen evenementen met uitzondering van parades/optochten, winterkermis (beide gelijk) en kerstmarkten (lichte afname).
- Bij alle typen is er in de periode 2015 – 2022 een stijging van het aantal dagen met uitzondering van de kerstmarkten (lichte afname)
- Meerdere typen tonen tussen 2015 en 2022 een afname van bezoekaantallen. Deels lijkt die afname structureel, deels incidenteel (o.a. door weersomstandigheden).

Hieronder volgt een analyse van de typen 'winterfestivals' (de DDD-categorie) en 'kerstmarkten' (de Kerstmarkt Dordrecht-categorie). Een overzicht van trends en ontwikkelingen bij de overige typen winter evenementen is opgenomen in bijlage 2.

Winterfestivals

De belangrijkste conclusies voor dit genre, waarbij de beschrijving van ontwikkelingen de periode 2015 – 2022 betreft:

- ✓ Bijna 60% van de winterfestivals is vrij toegankelijk;
- ✓ Circa 75% vindt (hoofdzakelijk) buiten plaats;
- ✓ Het aantal winterfestivals nam per saldo met 4 toe (er verdwenen ook festivals);
- ✓ Het gemiddeld aantal bezoekers per dag was stabiel met ca 3.800;
- ✓ Zo'n 60% van de winterfestivals duurt korter dan 10 dagen, gemiddeld 3,2 dagen. 40% duurt langer dan 10 dagen, met een gemiddelde duur van 29,9 dagen.
- ✓ De meeste entreeheffende winterfestivals zijn van midden tot eind november.
- ✓ Vrij toegankelijke festivals van ca 31-32 dagen beginnen het weekend na sinterklaas en lopen door tot en met het einde van de kerstvakantie.
- ✓ 3-weken durende festivals beginnen een week voor kerst en pakken de kerstvakantie mee.
- ✓ Vrijwel alle winterfestivals zijn gedurende de looptijd iedere dag open.
- ✓ Winterfestivals zijn een relatief jong evenementenggenre waarvan bijna 60% in 2022 niet ouder is dan 10 jaar.

Onderdelen die wij bij meerdere winterfestivals tegenkomen:

- Licht(kunst)route
- Wintermarkt/-kerstmarkt of losse kramen
- Tijdelijke ijs-/schaatsbaan (met o.a. schaatsen, curling)
- Straattheater & muziek (vaak ook koren)
- Een selfieplek/fotomoment (bijv. met de kerstman op de foto)
- Horecapaviljoen (vaak in combinatie met ijsbaan)
- Koppeling met het kerstcircus

- Reuzenrad
- Carrousel
- Koppeling met inzameling/goed doel
- Quiz of puzzelroute

Top 5 winterfestivals 2022 (bron: Respons)

Evenement	Bezoekaantal 2022
Magisch Maastricht Vrijthof	450.000
Het Amsterdamse Winterparadijs (e)	290.000
Dordtse December Dagen	150.000
Winterfestijn Arnhem	100.000
Wentjerdrum Sittard	100.000

(e) = entreeheffend

Kerstmarkten

De belangrijkste conclusies voor dit genre in de periode 2015 – 2022:

- ✓ Driekwart van de kerstmarkten is vrij toegankelijk;
- ✓ Het grootste deel vindt buiten plaats. De kerstmarkten in Valkenburg aan de Geul zijn een uitzondering vanwege de combinatie van entreeheffend én indoor in de ondergrondse grotten wat 350.000 bezoeken per jaar oplevert;
- ✓ Het aantal kerstmarkten is licht afgenomen (-/-2%);
- ✓ Het gemiddeld aantal dagen per kerstmarkt is met 5% toegenomen;
- ✓ De gemiddelde duur is gestegen van 7,3 dagen naar 7,8 dagen.
- ✓ De bezoekaantallen lagen in 2022 op ongeveer hetzelfde niveau als in 2015. In een aantal tussenliggende jaren (2017 en 2018) lagen de bezoekaantallen beduidend hoger (zie bijlage 2).
- ✓ Het gemiddelde bezoekaantal van een kerstmarkt in 2022 is 40.000.
- ✓ De meeste kerstmarkten zijn kortdurend (1 tot 4 dagen). Een beperkt aantal duurt langer.
- ✓ Na 2016 zijn er geen nieuwe kerstmarkten bijgekomen (die voldoen aan de criteria van Respons).

Top 5 kerstmarkten 2022 (bron: Respons)

Evenement	Bezoekaantal 2022	Bezoekers per dag (gem.)
Royal Christmas Fair	400.000	25.000
Kerstmarkt Haarlem	220.000	73.000
Kerstmarkt Gemeentegrot Valkenburg (e)	180.000	4.200
Kerstmarkt Fluweelengrot Valkenburg (e)	120.000	2.800
De Grootste Kerstmarkt van het Oosten	100.000	100.000

(e) = entreeheffend

Het feit dat steden een grote kerstmarkt hebben, betekent nog niet dat iedereen daar blij mee is. Zo vinden in Den Haag (Royal Christmas Fair) sommige standhouders 16 dagen te lang en wordt er geopperd om de (stille) maandag te schrappen. In Arnhem gaat het over de scheve verhouding tussen de verkoop van kerstgerelateerde en overige artikelen, iets wat ook bleek uit het OCD-onderzoek naar de Kerstmarkt Dordrecht 2018. In Haarlem klinken er kritische geluiden van ondernemers over de slechte bereikbaarheid van de binnenstad tijdens de kerstmarkt. En er werden in Haarlem raadvragen gesteld over de hoogte van de bijdrage van de gemeente aan de kerstmarkt (€ 250.000 in 2022).

Kerstmarkt geslaagd, wel zorgen over bereikbaarheid centrum en kostbare prijskaartje voor Haarlem

Door [Ton de Groot](#) — 20 januari 2023

////////

Bijlagen



Bijlage 1: Typen winterevenementen

Type winter-evenement	Definitie/afbakening
Kerstmarkt	Markten en fairs (binnen en buiten) met kramen/stands als hoofdactiviteit, met een selectie van omliggende activiteiten zoals optredens, een parade, straattheater en lichtkunst. De Kerstmarkt Dordrecht was in deze categorie een van de grootste evenementen.
Winterfestival	Evenementen met meerdere activiteiten, waarbij niet één centraal onderdeel benoemd kan worden. Ze vinden vaak in december en/of begin januari over meerdere weken plaats. Onder de activiteiten treffen we ook elementen van de andere typen aan, zoals een kerstmarkt, kermis, ijsbaan, optocht, straattheater en muzikale omliggingsing. De Dordtse December Dagen valt in deze categorie.
Ijsbaan	De tijdelijke ijsbaan als voornaamste activiteit, vaak met horeca, zonder noemenswaardige andere activiteiten. Een tijdelijke ijsbaan is vaak onderdeel van een totaalprogrammering.
(Straat)theater-festival	Evenementen in de winterperiode die zich concentreren door een of meerdere theatervoorstellingen/-optredens, vaak in de openbare ruimte zoals Dickens Festijn Deventer en Kerst in Oud Kampen. In de omliggingsing treffen we vaak elementen van de andere typen aan, zoals een ijsbaan, kerstmarkt, parade/optocht en een (kleine) kermis.
Kerstcircus	Binnen- en buitencircussen die tijdens de kerst-/winterperiode plaatsvinden, zoals wintercircus Royal in Dordrecht.
Licht(kunst) Festival	Festivals in de winter die licht(kunst) als thema hebben en daar activiteiten omheen programmeren zoals GLOW Eindhoven, Amsterdam Light Festival. Dit segment groeit snel.
Klassiek/Koor/ Muziekfestival	Muziekfestivals en -optredens in kerst-/wintersfeer zoals 3FM Serious Request/Glazen Huis, Kerst met André Rieu en Kerstsamenzang Grote Markt Haarlem. Ook zien we vaak elementen van andere typen winterevenementen.
Parade/optocht	Optochten in kerstsfeer, zoals Christmas Parade Valkenburg, Fakkeltocht Eindhoven. Vaak gecombineerd met bijvoorbeeld optredens, straattheater en soms een (kleine) kerstmarkt en lichtkunst.
Vuurwerkshow	Evenementen rond oud en nieuw met diverse randactiviteiten zoals optredens zoals het Nationale Vuurwerk Rotterdam, Vuurwerkshow Hofvijver.
Kermis	In-/outdoor kermis in kerstsfeer, zoals Kerstplaza Groningen.

Bijlage 2: Trends & ontwikkelingen overige typen winter evenementen

Aantal winter evenementen (>=5.000 bezoeken)

Evenementtype	2015	2016	2017	2018	2019	2022	% 2015-2022
Kerstmarkt	41	39	43	43	44	40	-2%
Winterfestival	24	25	26	29	27	28	17%
Ijsbaan	17	20	24	26	28	24	41%
Straattheaterfestival	12	13	13	15	15	15	25%
Kerstcircus	9	10	10	9	11	12	33%
Lichtkunst Festival	7	8	8	9	10	14	100%
Klassiek/Koor/muziekfestival	6	7	6	5	8	8	33%
Parade/optocht	5	5	6	6	6	5	0%
Vuurwerkshow	3	3	3	5	5	4	33%
Kermis	1	1	1	1	1	1	0%
Eindtotaal	125	131	140	148	155	151	21%

Bezoekaantallen winter evenementen (>=5.000 bezoeken)

Evenementtype	2015	2016	2017	2018	2019	2022	% 2015-2022
Ijsbaan	713.500	850.400	946.000	1.156.613	1.269.126	1.198.000	68%
Kermis	14.000	15.000	10.000	10.000	10.000	10.000	-29%
Kerstcircus	143.500	124.500	160.000	150.979	142.979	187.979	31%
Kerstmarkt	1.613.566	1.683.714	1.728.889	1.833.595	1.670.000	1.621.858	1%
Klassiek/Koor/muziekfestival	763.000	686.755	631.500	95.500	109.500	104.500	-86%
Lichtkunst Festival	1.633.500	1.702.000	1.695.000	1.698.500	1.728.000	1.845.000	13%
Parade/optocht	111.000	111.000	209.600	150.000	125.000	107.500	-3%
Straattheaterfestival	433.000	489.000	381.000	489.500	511.000	554.000	28%
Vuurwerkshow	68.000	74.000	80.000	81.000	123.500	34.500	-49%
Winterfestival	1.269.271	1.665.716	1.804.602	2.067.501	1.911.503	1.371.701	8%
Eindtotaal	6.762.337	7.402.085	7.646.591	7.733.188	7.600.608	7.035.038	4%

- ✓ **Lichtkunstfestivals** zijn in 7 jaar tijd in aantal verdubbeld en qua dagen met ruim 50% toegenomen. De publieke belangstelling nam 'maar' 13% toe, de nieuwkomers zijn relatief klein. GLOW Eindhoven en Amsterdam Light Festival zijn in 2022 verantwoordelijk voor 80% van alle bezoeken in deze

categorie. Recentelijk kwamen er lichtkunstfestivals in Sneek, Dordrecht, Houten en Alkmaar.

- ✓ **Kerst-/wintercircussen** nemen in populariteit weer toe met de start van enkele nieuwe kerstcircussen en de terugkeer van het wintercircus, waaronder in Dordrecht.
- ✓ Van 2015 tot en met 2019 steeg het aantal tijdelijke **ijsbanen** jaarlijks. In 2022 zien we een daling veroorzaakt door het na-effect van corona en de hoge energiekosten. De gemiddelde duur is gestegen van 36 dagen in 2015 naar 38 in 2022. Het gemiddelde bezoekaantal per dag steeg van 1164 in 2015 naar 1322 in 2022. De tijdelijke ijsbanen zijn een ontwikkeling van de afgelopen 15 tot 20 jaar. Twee derde van de ijsbanen is in 2022 ouder niet dan 10 jaar.
- ✓ Het bekendste **wintertheaterfestival** in Nederland is ongetwijfeld het Dickens Festijn in Deventer dat in 2022 z'n 30e editie beleefde. Het trekt in 2 dagen tijd circa 135.000 bezoeken. Inmiddels hebben meer plaatsen in Nederland ingespeeld op het winterse 'Dickens'-thema. Bijna de helft van de winterse (straat)theaterfestivals in 2022 spelen zich af rond dit thema en niet overal even succesvol. Over het geheel neemt het aantal festivals in dit genre toe en kan rekenen op grote publieke belangstelling.
- ✓ Met Kerst met André Rieu in het MECC Maastricht) en The Christmas Show in de Ziggo Dome zien we iets meer entreeheffende winterprogramming op **muziekgebied**. Voor de grote accommodaties is het een welkome 'vulling' van de ruimte die er door kerst in de verder volle agenda's.
- ✓ Het aantal **parades/optochten** blijft vrij stabiel. Het zijn vooral de jaarlijks terugkerende evenementen met een vast publiek. Zoals de "Landal Christmas Parade" in Valkenburg, die 2x in de week, van half november tot begin januari, zo'n 75.000 bezoeken trekt. De "SBS 6 Kerstparade" vond van 2007 t/m 2013 jaarlijks in steeds een andere Nederlandse plaats. In 2017 (Eindhoven) en 2018 (Amstelveen) was de parade weer even terug in Nederland.
- ✓ Georganiseerde **vuurwerkshows** groeien langzaam in aantal en krijgen steeds meer aankleding, o.a. met optredens van artiesten. Met het oog op het groeiend aantal gemeenten met een particulier vuurwerkverbod, is de

verwachting dat het aantal evenementen in dit genre de komende jaren zal toenemen.

- ✓ Nederland kent maar één (indoor) **winterkermis** (die voldoet aan de criteria van Respons) en dat is Kerstplaza in Martiniplaza Groningen. Het evenement bestaat al jaren en trekt ieder jaar ongeveer hetzelfde bezoekaantal.

Cijfers 2015 – 2022 over typen winterevenementen staan opgenomen in het Tabellenboek Winterevents.

Bijlage 3: Begroting doorontwikkeling Dordtse December Dagen

Voor het opstellen van de verschillende begrotingsvarianten voor de doorontwikkeling van de Dordtse December Dagen is onder andere gebruik gemaakt van de begroting/realisatie DDD 2022, begroting Kerstmarkt Dordrecht 2018/2019 en de begroting IJsbaan Dordrecht 2015. Daarbij is rekening gehouden met prijsverhogingen.

De minimale variant lijkt het meest op de DDD-begroting van 2022. Het totale programmabudget is wel verhoogd vanwege te verwachten kostenstijgingen in 2023 en kwalitatieve verbeteringen. Omdat we ook in deze variant uitgaan van een zwaardere bezetting, is een hoger uitvoeringsbudget opgenomen. In de beide andere varianten liggen de kosten aanzienlijk hoger, omdat hier een (commerciële) ijsbaan in het programma is opgenomen. In de ideale variant is er ruim een ton meer beschikbaar voor de verschillende programmaonderdelen. Uitvoerings- en marketingkosten liggen in deze variant ook hoger. In de financiering wordt uitgegaan van een stijging van de private inkomsten in de tussen- en ideale variant. De bijdrage van de overheid (gemeente) neemt in de drie varianten relatief gezien af (ten opzichte van de private inkomsten).

DORDTSE DECEMBER DAGEN 2023 e.v.	Minimale variant	Tussen-variant	Ideale variant
Uitgaven			
Programmaonderdelen			
Dwaalspoor	€ 60.000	€ 60.000	€ 70.000
Christmas Sing-a-Long	€ 15.000	€ 15.000	€ 15.000
Sfeerverlichting binnenstad	€ 25.000	€ 25.000	€ 25.000
Lichtprojecties	€ 0	€ 0	€ 50.000
Kerstmarkt (houten chalets)	€ 0	€ 20.000	€ 30.000
Ijsbaan (op commerciële basis)	€ 0	€ 125.000	€ 150.000
Muziek en (straat)theater	€ 45.000	€ 45.000	€ 50.000
Overige programmaonderdelen	€ 30.000	€ 30.000	€ 40.000
Programmabegroting	€ 175.000	€ 320.000	€ 430.000
Algemene kosten	€ 20.000	€ 20.000	€ 20.000
Marketing	€ 30.000	€ 35.000	€ 40.000
Uitvoering	€ 65.000	€ 75.000	€ 100.000
Projectleider/regisseur			
Coördinator productie			
Overige uitvoeringskosten			
TOTAAL	€ 290.000	€ 450.000	€ 590.000
Inkomsten			
Gemeente Dordrecht (basis)	€ 250.000	€ 250.000	€ 260.000
Gemeente Dordrecht (ijsbaan)	€ 0	€ 20.000	€ 50.000
POBD-bijdrage	€ 35.000	€ 40.000	€ 50.000
Kaartverkoop ijsbaan	€ 0	€ 80.000	€ 100.000
Horeca ijsbaan	€ 0	€ 15.000	€ 20.000
Verhuur Chalets kerstmarkt	€ 0	€ 10.000	€ 25.000
Sponsoring/events en overige bijdragen	€ 5.000	€ 15.000	€ 85.000
TOTAAL	€ 290.000	€ 430.000	€ 590.000

Bijlage 4: Stedenbenchmark

Steeds meer gemeenten bieden evenementen in de decemberperiode en het aantal activiteiten neemt toe in gemeenten die al decemberprogramming hebben. Dit blijkt vooral te gebeuren vanuit de wens meer sfeer en beleving te creëren en om door middel van extra bezoek hogere bestedingen voor de ondernemers te realiseren. Om de algemene analyse te verscherpen zoomen we in op de december-/feestdagen programming van de volgende gemeenten:

- Nijmegen (Nijmeegse Winterweken)
- Deventer (Dickens Festijn, Deventer Kerstmarkt)
- Eindhoven (Fijne Feestdagen Festival)
- Gent (Gentse Winterfeesten)

Nijmegen

Nijmegen kent sinds 2018 in de decembermaand de Nijmeegse Winterweken, als opvolger van het Mariken Winterfestival dat van 2005 t/m 2017 in december plaatsvond. De organisatie is in handen van ACBN Evenementenbureau Nijmegen, de organisatie achter de Vierdaagsefeesten in Nijmegen. ACBN is de uitvoerende partij onder regie van de gemeente en Huis voor de Binnenstad (= ondernemersvereniging).

Nijmeegse Winterweken	
Datum jaargang	17 december 2022 t/m 8 januari 2023 15 ^e editie
Duur periode	23 dagen week voor kerst t/m einde kerstvakantie
Bezoekaantallen	Ca. 60.000 (schatting ACBN)
Begroting	€ 234.000
Financiering	Gemeente / Huis voor de Binnenstad

Bron: ACBN



Omschrijving: een drie weken durend vrij toegankelijk binnen- en buitenevenement met een wandelroute langs indrukwekkende lichtsculpturen als basis en verbindend element. Verder is er een muziekquiz, voorstellingen en concerten in de Stevenskerk, activiteiten bij lokale ondernemers, live muziek op diverse buitenlocaties, straattheater, bierproeverijen en X-Mas Selfiehouse. De route langs de lichtsculpturen kan de hele periode elke dag tussen 12.00 en 23.00 uur gewandeld worden. Op de luwe dagen (vooral aan het begin van de week) is er laagdrempelige programmering (aankleding van de stad, lichtsculpturenroute). De wintermarkt stond er 9 dagen (aan het begin van de periode). De (muziek)optredens in de Stevenskerk waren op de laatste 13 dagen geprogrammeerd en het straattheater vond op vier dagen meerdere keren per dag plaats. Alle activiteiten worden georganiseerd door ACBN en/of in samenwerking met lokale partners. Regie van het evenement lag bij de gemeente en bij Huis van de Binnenstad, ACBN voerde uit.

Doelstellingen: enerzijds voor het economische belang van de binnenstad, dus bezoek waarbij bestedingen worden gedaan bij ondernemers in cultuur, horeca, retail en evenementen. En anderzijds voor het op de kaart zetten van Nijmegen in de Winterperiode, liefst regionaal met als uiteindelijke doel ook landelijk bezoekers naar de stad te trekken. De Winterweken in Nijmegen is een groeimodel, op

uiteindelijk te komen tot een 'light' versie van de Vierdaagsefeesten: ondernemers maken de Winterweken, stimulering om activiteiten en programma op te pakken.

Doelgroepen: 20 / 30 jarige festivalgangers, actieve 55+ plussers en gezinnen met kinderen.

Opmerkingen en aandachtspunten naar aanleiding van de editie 2022/2023:

- ✓ Winterweken worden steeds bekender bij de ondernemers en die worden er steeds enthousiaster over.
- ✓ Programmering door ondernemers komt moeilijk van de grond: te druk, moeite met personeel, kosten etc. Daardoor is de beoogde groei van het evenement (in bezoekaantallen en waardering) in 2022 niet gehaald.
- ✓ Wintermarkt (16 t/m 24 december, 9 dagen): niet volgens vooraf ingediend plan; te klein, te kostbaar, uitstraling triest door o.a. te weinig verkopers en een organisator die de organisatie heeft onderschat.
- ✓ Slecht weer heeft het evenement in negatief opzicht parten gespeeld.
- ✓ Variatie aanbrenge in lichtsculpturen (binnen 1 editie) om bezoekurgentie te verhogen en herhaalbezoek te stimuleren. Nijmegen streeft daarbij naar samenwerking met andere winterfestivals om lichtsculpturen met elkaar te ruilen.
- ✓ Budget is voor het huidige niveau goed, maar als het doel is om kwaliteit te verhogen, dan moet het budget meegroeien.
- ✓ Evenement veel beter koppelen aan citymarketing (oudste en bruisende stad).
- ✓ Meer en beter gebruik maken van thematiek, door verhalen over Nijmegen te vertellen. Voorbeeld: Marieke van Nimwegen (en de duivel). Rond dat verhaal onderdelen inrichten (lichtjesroute, kwis, menu, etc.). Voor jongeren: 'dance with the devil'.
- ✓ Het projectteam moet volgend jaar eerder starten (mei ipv juli). Er is meer tijd nodig om het goed te organiseren, en vooral ook om ondernemers mee te kunnen krijgen. In de huidige vorm van het evenement voldoet een

projectleider, maar met de wens om het evenement meer thematisch te laden, wordt de roep om een regisseur/curator luider.

- ✓ Om Nijmegen in de Winterweken écht op de kaart te zetten is het als organisatie (en/of gemeente) van belang om overkoepelende regie te hebben over het gehele evenemententerrein. Om te kunnen werken aan één thema en uitstraling is het van belang om alles wat er georganiseerd wordt binnen dat thema te laten passen en alle deelorganisatoren aan bepaalde voorwaarden te laten voldoen.

Hier staat misschien wel de droevigste kerstmarkt van Nederland: 'Wat een treurnis'

MET VIDEO 'De droevigste kerstmarkt ever'. De eerste Wintermarkt op het bekendste binnenstadsplein van Nijmegen krijgt forse kritiek. Terecht? „Sommigen verwachten Duitse toestanden.”

Mitchel Suijkerbuijk 24 dec. 2022 Laatste update: 24-12-22, 08:15

Deventer

In Deventer wordt in december sinds 1991 het Dickens Festijn georganiseerd. Tijdens en rondom het evenement zijn er tal van andere kerstactiviteiten in de stad. Kerstmarkten, sfeervolle koopavonden en speciale Dickens-voorstellingen die worden vermarkt onder de titel 'Deventer Kerststad'. Het Dickens Festijn wordt georganiseerd door Events dEVENTer, die ook verantwoordelijk is voor Deventer op Stelten en de Deventer Boekenmarkt. De activiteiten worden afgestemd met binnenstadsmanagement en Deventer Marketing, om het als één geheel te presenteren.

Dickens Festijn

Datum jaargang	10 december 2022 t/m 11 december 2022 30 ^e editie
Duur periode	2 dagen medio december (tussen sinterklaas en kerst). Kerststad Deventer duurde langer (ca 21 dagen)
Bezoekaantallen	Ca. 135.000 (schatting organisatie)
Begroting	€ 200.000
Financiering	Gemeente Deventer (40%) / provincie Overijssel (30%) / ondernemersvereniging/overige sponsors (30%)

Bron: Events Deventer



Omschrijving: Voor het Dickensfestijn wordt Deventer omgetoverd in negentiende eeuwse sfeer. Het evenement laat haar bezoekers de romantische sfeer en de tijd waarin Dickens leefde herleven en is dé gelegenheid om een groot aantal hoofd- en bijpersonen uit de boeken van Dickens te ontmoeten. Het Dickens Festijn is onderdeel van Deventer Kerststad. Dit evenement bestaat verder uit o.a. de Dickens Walk (6 t/m 30 december), kerstmarkt in de Lebuinuskerk met 70 kramen (10 & 12 december), Koopzondag Deventer (12 december) en diverse concerten en voorstellingen in kerken en de schouwburg in hetzelfde weekend. De meeste activiteiten worden door Events Deventer georganiseerd, maar er worden ook activiteiten georganiseerd door anderen. Events Deventer stemt af om inhoud en

kwaliteit te beoordelen, zeker als ze meegenomen willen worden in de uitingen. Regie ligt daarvoor bij Events Deventer, de activiteit bij de organisator.

Events Deventer heeft een fulltime projectleider en productieteam vanaf april op Dickens, en vanaf september zit het hele team van het bureau erop. Voor de uitvoer worden 150 medewerkers en 60+ beveiliging ingezet.

Doelstellingen: primair om Deventer te positioneren als dé stad om de Decembermaand in te komen beleven. Daarnaast de samenwerking om als stad gezamenlijk een aantrekkelijk programma te kunnen presenteren. Het Dickens Festijn fungeert als kapstok voor meerdere activiteiten in de decembermaand (Deventer Kerststad). Het Dickens Festijn en de andere activiteiten van Deventer Kerststad moeten leiden tot extra bezoek en bestedingen.

Doelgroepen: Dickens Festijn is vooral een evenement voor de niet Deventenaar (van alle evenementen komen hier de minste lokale bezoekers).

Opmerkingen en aandachtspunten naar aanleiding van editie 2022:

- ✓ Het is voor Events Deventer noodzakelijk om de overkoepelende regie in handen te hebben, om zodoende de stad echt als kerststad neer te kunnen zetten.
- ✓ Tijdens de drukke weekenden moet alles goed worden overzien (crowd management) en er bijvoorbeeld ook rekening worden gehouden met andere activiteiten in de stad, spreiden van drukte maar ook delen van kennis, kunde en inzet medewerkers waar nodig.
- ✓ Ondernemers in Bergkwartier (locatie Dickens) haken goed aan op de activiteiten, maar wel met het doel om omzet te draaien. De inhoudelijke kant van de evenementen speelt bij hen veel minder en behoeft meer aandacht.
- ✓ Events Deventer heeft voor Dickens een vaste poule van vrijwilligers die al jaren meedraaien. Dat wordt aangevuld met nieuwe mensen via de scouting en vrijwilligers die zich aanmelden om mee te helpen. Maar het bestand

vergrijst en de aanwas van nieuwe vrijwilligers gaat niet hard genoeg. Dit vraagt om professionalisering van het vrijwilligersbeleid.

Eindhoven

Het Fijne Feestdagen Festival (FFF) vond van 2012 t/m 2019 vier weken lang in de Eindhovense binnenstad plaats. Het evenement was de opvolger van Eindhoven Winterstad dat in de jaren daarvoor plaatsvond. FFF werd georganiseerd door Eindhoven 247 BV.

Fijne Feestdagen Festival

Datum jaargang	16 november 2019 t/m 5 januari 2020 8 ^e editie
Duur periode	51 dagen medio november tot en met de kerstvakantie.
Bezoekaantallen	Ca. 650.000 (schatting organisatie)
Begroting	€ 400.000
Financiering	Gemeente Eindhoven € 100.000. Exploitatie derden €75.000. Rest: bijdrage BIZ & overige sponsors.

Bron: Eindhoven 247 BV



Omschrijving: Een sfeervolle winterperiode met uiteenlopende activiteiten. De intocht van de Sint medio november was het startschot van de Fijne Feestdagenperiode die duurde tot het einde van de kerstvakantie. Programmering van tenminste 3 weken is noodzakelijk om het te laten beklijven en voldoende urgentiemomenten in te bouwen. Belangrijk onderdeel was de open schaatsbaan op de Markt waar je vanaf de terrassen vrij zicht op had. De hele baan werd omlijst met een lichtkunstwerk waardoor een link was met GLOW, één van de beeldbepalende evenementen van Eindhoven. De meeste activiteiten werden georganiseerd door EHV247 BV. Voor sommige onderdelen werd gebruikt gemaakt door derden (o.a. kerstmarkt).

Doelstellingen: stimuleren van koopgedrag door met activiteiten zo dicht mogelijk op de kerstvakantie zitten. Activiteiten in de kerstperiode zijn cruciaal voor Eindhoven in de concurrentiestrijd met andere binnensteden. Daarvoor is een zelfontwikkeld eigen concept nodig, omdat het anders niet beklijft. Extra (ingekochte) activiteiten zoals de SBS kerstparade, passen daar prima bij, maar alleen als toevoeging op de eigen basis

Doelgroepen: door middel van seizoenthema-activiteiten zoals een FFF, communiceert Eindhoven met z'n doelgroepen over o.a. de kwaliteit van het winkelaanbod. Eigen inwoners waren de belangrijkste doelgroep voor FFF. Daarbij

fungeerde o.a. de ijsbaan als een soort 'community center' (ontmoetingscentrum) voor de doelgroep internationals (expats).

FFF is tijdens corona stopgezet en komt niet meer terug:

- ✓ Te complex om te organiseren. Kostencomponenten stegen (energie, veiligheid) en problemen met het op de been brengen van voldoende vrijwilligers (voor o.a. horeca, ijsbaan). Het financiële risico werd te groot.
- ✓ Er zijn minder (lokale/regionale) partijen beschikbaar die een langer lopend evenement als dit kunnen organiseren. Door corona is daar versnelling in gekomen.
- ✓ De BIZ als financier & partner is een vloek en een zegen. Zegen: er is structureel geld, vloek: grote bewegingen, grote beslissingen nemen is moeilijk voor detaillisten. Dat bleek een grote hindernis om een evenement als FFF met de noodzakelijke kwaliteit neer te kunnen zetten. Grote verschillen van inzicht ten aanzien van o.a. sfeerverlichting, decoratie, openingstijden, etc.

Gent

Gent organiseert in december sinds 2013 de Gentse Winterfeesten, de winterse variant van de Gentse Feesten, op het moment dat er weinig tot geen grootschalige evenementen in de binnenstad zijn, met uitzondering van een loopwedstrijd. Drie van de grootste pleinen van het historisch centrum worden gebruikt. De Gentse Winterfeesten wordt georganiseerd door Look i Like, een commerciële organisatie die in 2020 de door de stad uitgeschreven aanbesteding won. Het bureau betaalt de Stad Gent € 60.000 per jaar voor de concessie. Deze wijze van 'gunnen' is een uitzondering in Gent, normaliter zijn commerciële partijen uitgesloten van het organiseren van evenementen in de openbare ruimte. Sec gezien heeft de stad Gent het concept dus ingekocht, maar wel onder (strakke) voorwaarden.

Gentse Winterfeesten

Datum jaargang	8 december 2022 t/m 31 december 2022 8 ^e editie
Duur periode	24 dagen Na sinterklaas t/m einde van het jaar
Bezoekaantallen	Ca. 2.500.000 (schatting organisatie)
Begroting	€ 1.500.000 (circa)
Financiering	Horeca / stands / attracties / sponsors

Bron: Stad Gent



Omschrijving: evenement bestaat uit verschillende winterse attracties en evenementen waaronder als vereiste: een kerstmarkt, ijspiste, winterkermis, reuzenrad en diverse (muzikale) optredens in het hart van Gent. De stad, en het centrum in het bijzonder, is in kerstsferen gehuld. Met o.a. kraampjes op diverse pleinen, het enorme reuzenrad op de Korenmarkt en de ijsbaan deels onder de stadshal. Op het St. Veerleplein staat Kasteel Gravensteen dat omgetoverd is tot winterkasteel en een volledige kerstuitdossing krijgt.

Doelstellingen: het aantrekken van extra publiek ten behoeve van horeca en winkels. Er komen jaarlijks meer dan 2 miljoen bezoekers die hotels en restaurants hoogtijdagen bezorgen.

Doelgroepen: primair de Gentenaar, maar ook bezoeker van buiten de stad (toeristen uit binnen- en buitenland).

Bijlage 5: Overzicht gesprekspartners

Stakeholders Dordrecht

Naam	Organisatie
Maarten Burggraaf	Wethouder gemeente Dordrecht
Gerben Baaij	Dordrecht Marketing & Partners
Remco Gravendijk	POBD
Rick Naaktgeboren	Gemeente Dordrecht
Judith Frederiks	Gemeente Dordrecht

Externen

Naam	Organisatie
Martijn Westerbrink	Events Deventer (directeur)
Joris Bouwmeister	ACBN Nijmegen (directeur)
Eric Boselie	Eindhoven 247 BV (directeur)
Jeroen de Schuyteneer	Stad Gent (directeur Dienst Feestelijkheden)
Philippe Hes	4PM Entertainment / Amsterdam Winterparadijs (directeur)
Willem-Jan Brabers	Ticketsplus / ICE Amsterdam (directeur)

Over Respons

Respons is een onderzoek- en adviesbureau gevestigd in Amsterdam en gespecialiseerd in evenementen, toerisme en citymarketing. We verzamelen al jarenlang evenementendata die we onderzoeken, verrijken en analyseren. Uitkomsten publiceren we in onafhankelijke rapportages (monitoren) die maatgevend zijn in de sector. Daarnaast zijn de data beschikbaar voor afnemers die er naar behoefte informatie uit kunnen halen. Verder voeren we (maatwerk) expertise en onderzoeksopdrachten uit in onze specialismen evenementen, toerisme en citymarketing. Voorbeelden zijn benchmarks, quick scans, beleidsontwikkeling, gebiedsmarketing, evenementpositionering, management & organisatie vraagstukken en interim management. Ons bureau kent een brede en trouwe klantenkring met o.a. overheden, eventorganisatoren, marketing organisaties, evenementlocaties, branche organisaties en onderwijsinstellingen.

Over Lex Kruijver

Lex Kruijver is oprichter en partner van Respons. Hij geldt als autoriteit op het gebied van evenementen. Daarnaast is het een ervaren specialist citymarketing. Hij werkt ruim 25 jaar als adviseur op deze vakgebieden en is inhoudelijk verantwoordelijk voor de diverse onafhankelijke Respons onderzoeken (monitoren) voor de evenementenbranche. Hij voert opdrachten uit als kwartiermakerschap, organisatorisch advies en (praktische) promotie- en marketing-opdrachten. Hij geeft regelmatig presentaties.

Over Eduard Pieter Oud

Eduard Pieter Oud is partner bij Respons en een zeer ervaren specialist in toerisme, cityhospitality, destinatie- en citymarketing. Hij werkte ruim 25 jaar in managementfuncties bij VVV's, Destinatie- en Citymarketing organisaties. Hij was 15 jaar actief in Noord-Holland en 10 jaar zakelijk directeur in Amsterdam voor eerst het Toerisme en Congresbureau en later Amsterdam Marketing. Hij voert opdrachten uit als interim management, organisatie- en strategisch advies, samenwerkings- of fusietrajecten en wordt regelmatig gevraagd input te leveren of presentaties te geven.