

Onderwerp Evaluatie editie 1 en vooruitblik editie 2 Wintergoud
Ter informatie

De leden van de raad van de gemeente Groningen
te
GRONINGEN

Telefoon 050 367 76 48 Bijlage(n)

Ons kenmerk 84787-2025

Datum 26-3-2025 Uw brief van

Uw kenmerk

Geachte lezer,

Afgelopen winter vond in Groningen de eerste editie van *Wintergoud* plaats. In onze eerdere brief¹ met planvorming zegden we u een evaluatie en vooruitblik toe, en ook wethouder Bloemhoff zegde u in reactie op mondelinge vragen een evaluatie toe. In deze brief werken we de terug- en vooruitblik verder uit. Conclusies trekken we onderaan deze brief.

Dat Wintergoud een groot succes was blijkt uit de vele enthousiaste reacties vanuit het in grote getale toegestroomde publiek naar *Winterstad* op de Grote Markt en *WinterWelVaart*. Maar Wintergoud was meer dan dat. Omdat deze eerste editie gezien kan worden als een pilot staan we langer dan gebruikelijk stil bij wat we allemaal gezien en geleerd hebben. Er zijn daarbij drie hoofdthema's: evaluatie van het gehele (geïntegreerde) programma, evaluatie van losse programmaonderdelen en ten slotte een financiële terugblik.

Evaluatie thema 1: herkenbaar en geïntegreerd winterprogramma

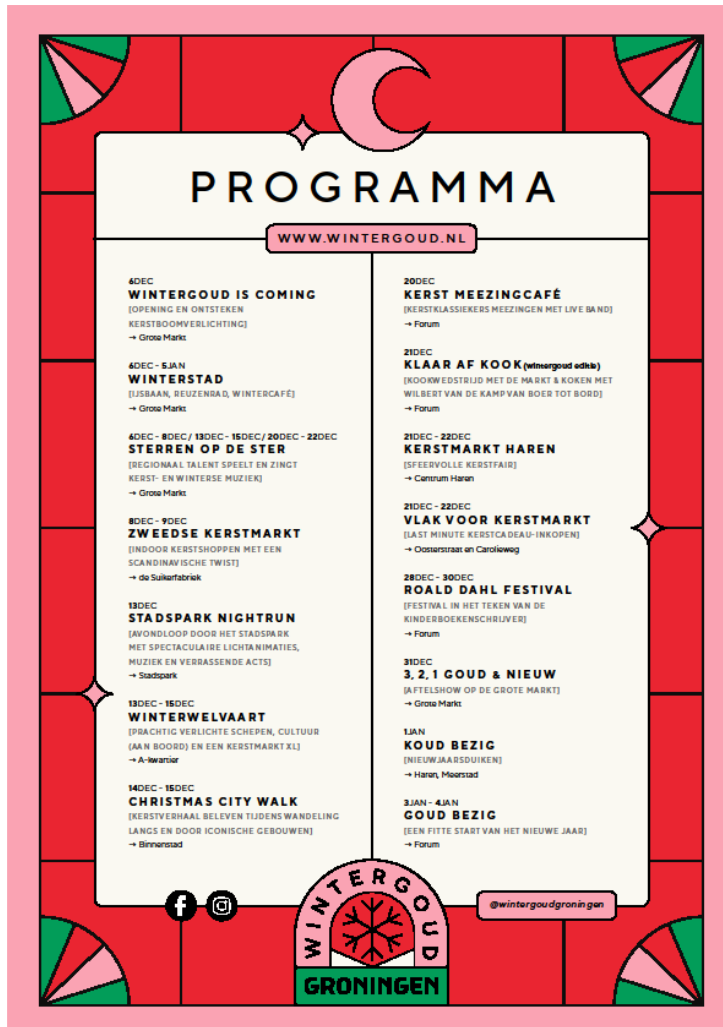
Doel van Wintergoud was het bieden van een geïntegreerd, herkenbaar en breed toegankelijk programma van winterse evenementen in de periode na Sinterklaas tot en met de kerstvakantie. Subdoelen zijn het bijdragen aan een veilige jaarwisseling. Extra aandacht is gevraagd voor activiteiten in wijken en dorpen.

Om deze doelen te bereiken is om te beginnen een gemeentelijk projectteam opgericht. Dit team stelde de Groningse identiteit voorop, onder meer door Wintergoud te positioneren als een platform voor lokaal talent en realisatiekracht. Hieruit ontstond een groep van partners die allen bereid waren mee te denken en mee te organiseren. Deze partners kregen de naam *de makers van Wintergoud*. Het smeden van dit netwerk bleek relatief gemakkelijk. Het leek of iedereen zat te wachten totdat de gemeente de regierol zou oppakken. De meerwaarde van

¹ <https://gemeenteraad.groningen.nl/Documenten/Vooruitblik-editie-1-Wintergoud-en-beantwoording-motie-Baby-youre-a-firework.pdf>

Volgvel 1

samenwerking werd alom erkend. Ook de mensen van iederz deden mee, zij timmerden houten chaletjes en kerstboom-statafels voor op de kerstmarkten. Van Hulley zorgde voor kraamversiering.



Aldus is het programma ontstaan voor de eerste echte editie van Wintergoud. Dit programma laat zien hoe de spreiding in tijd is uitpakkt en hoe verschillende doelgroepen en sectoren zijn bediend. Een foto impressie van het programma is [hier](#) te zien. De verschillende onderdelen komen inhoudelijk aan bod in het tweede evaluatiethema hieronder.

Herkenbaarheid is bevorderd door een hechte samenwerking met Marketing Groningen. Er is aanvullende expertise ingezet gericht op publieksinformatie. Eén naam en één huisstijl dienden als paraplu voor de programmaonderdelen. De nieuwe huisstijl werd erg gewaardeerd: “mooi, herkenbaar, beetje eigenwijs zoals past bij Groningen”².

(Potentiële) bezoekers konden via één geïntegreerde set van Wintergoud-kanalen

informatie over het programma krijgen. Het opbouwen van publieksbereik kost tijd en is een zaak van lange adem. Toch zijn er al fraaie resultaten geboekt:

- 53.291 weergaves van de wintergoudwebsite (sub-site van Visit-Groningen, Marketing Groningen);
- 4.700 weergaves op Facebook, 650 volgers;
- 282.400 weergaves op Instagram, 1.954 volgers;
- niet gespecificeerd bereik via media deelnemende partners.

Alhoewel hiermee een goede communicatie-start is gemaakt geven veel partners aan dat ze meer communicatie-inspanningen verwachten. Van onze partners zagen we dat de Stichting Winterstad Groningen (exploitant *Winterstad* op de Grote Mark) het zichtbaarst was in de (social)media. Ook TikTok werd door de stichting succesvol als kanaal gebruikt. Deze zichtbaarheid was van grote waarde voor het gehele Wintergoudprogramma. Wel gaven veel mensen aan het verschil tussen Wintergoud en Winterstad niet goed te begrijpen. In z'n algemeen is het publicitaire beeld dat er bijzonder veel aandacht was voor Winterstad en WinterWelVaart, maar dat de overige Wintergoudonderdelen hierdoor enigszins in de

² Aldus een bezoeker tijdens de presentatie van *Wintergoud* voor buurtbewoners.

Volgvel 2

verdrukking kwamen. Dit zal verderop aan de orde komen bij de terugblik op de overige programmaonderdelen.

Publiekswaardering

Tijdens de evenementen in het centrum is door middel van enquêtes de waardering van Wintergoud gemeten³. De resultaten zijn als volgt:

- een 8,3 was het gemiddelde rapportcijfer van geënquêteerde bezoekers;
- de Net Promoter Score is 32. Dit valt binnen de categorie “zeer goed”. Een aanzienlijk deel van ondervraagde bezoekers (rapportcijfer 9 of 10) beveelt een bezoek aan *Wintergoud* waarschijnlijk aan;
- 56% van de ondervraagde bezoekers kwam uit de gemeente Groningen, 36% van elders in Nederland en 8% kwam uit het buitenland (waarvan 63% uit Duitsland);
- er is gevraagd naar mogelijke verbeterpunten. De trend in de antwoorden is overduidelijk: men wenst groter en meer aanbod.

Bezoekersaantallen

Het aantal bezoekers per evenement komt in het volgende deel aan bod. Hieronder kijken we naar bezoekers aan de binnenstad in de Wintergoud periode. Er zijn twee betrouwbare bronnen die in dezelfde richting wijzen.

In de eerste plaats is dit de Nationale Bezoekers Index⁴. Deze index geeft inzicht in het aantal bezoekers aan centrumgebieden in de laatste vijf weken van 2024. Daar waar de zes grote steden een gemiddelde daling van 0,7% lieten zien, telde Groningen in 2024 een toename van maar liefst 12,8%. Groningen als “runner-up” stond te lezen in de publicatie van dit landelijke overzicht. Deze aanzienlijke toename is in lijn met de eigen tellingen van onze gemeente⁵. De sensor op de hoek Herestraat-Grote Markt telde in de hele wintergoudmaand een toename van 25% in de passeerbewegingen ten opzicht van 2023. Opvallend hierbij is de spreiding: alle weekenden lieten een verhoogd bezoekersaantal zien.

Navraag bij horecaondernemers in de binnenstad leert dat de toename van het aantal bezoekers zich vertaalt in hogere omzetcijfers. In het centrumgebied van *Wintergoud* wordt een positieve impact gemeld. Een uitzondering hierop vormen ondernemers in de A-straat, zij ervaarden een negatieve impact.

Betrekken omwonenden

De grootste impact van de nieuwe opzet ondervonden de bewoners in het A-kwartier, langs de route Turftorenstraat, Kromme Elleboog, Zwanestraat en een stuk van de Grote Markt. Dit was de route van de kerstmarkt die tijdens *WinterWelVaart* vanaf de Hoge der A tot aan de Grote Markt liep. Er is vooraf overlegd met de bewonersorganisatie en achteraf zijn alle inwoners bevestigd. Uit de respons blijkt een unanieme, grote waardering voor de kerstmarktroute door de eigen straat. “*Ik vond de kerstmarkt in deze vorm een succes. Meer spreiding, minder gedrang. Heel gezellig het geroezemoes onder mijn raam*”.

De bewoners langs de route van de veel kleinere kerstmarkt in het laatste weekend door de Oosterstraat en een stukje Carolieweg zijn niet apart bevestigd. Wel is er vooraf overlegd en na afloop geëvalueerd met winkeliersverenigingen over deze route.

³ <https://publicaties.oisgroningen.nl/wintergoud-groningen-2024>

⁴ <https://nationalebezoekersindex.nl/tijdens-de-feestdagen-5-meer-bezoekers-in-nederlandse-centrumgebieden-grote-steden-blijven-achter/>

⁵ <https://publicaties.oisgroningen.nl/wintergoud-groningen-2024>

Evaluatie thema 2: terugblik per evenement

Het overzicht hierboven laat een programma zien met 15 onderdelen, verspreid over de Wintergoudperiode en verspreid over locaties. De eerder genoemde [foto-impressie](#) geeft van ieder onderdeel een beeld. Hieronder gaan we in het kort nader in op wat we, per onderdeel, gezien hebben.

Opening: Wintergoud is Coming



Waar vroeger enkel de verlichting van de kerstboom op de Grote Markt werd ontstoken was er nu een indoor programma voor de meest betrokkenen bij *Wintergoud*. Hiertoe werkte de gemeente nauw samen met de GCC, die als vanouds de kerstboom aan de stad aanbiedt. Wethouder Bloemhoff (EZ) opende op de ijsbaan *Wintergoud* met een toespraak en het ontsteken van de verlichting van de kerstboom. Er was een onder meer schaatsdemonstratie van Gronings talent. Omdat *Winterstad* tegelijkertijd opende was er meteen een grote aanloop van publiek met meteen een enorme exposure op social media.

Winterstad

Drie ondernemers vormden samen de Stichting Winterstad, de exploitant van *Winterstad*. Wij zijn deze stichting dankbaar voor de manier waarop zij haar nek heeft uitgestoken door een forse investering te doen en de exploitatie voor eigen rekening te nemen. De gemeente had extra wensen en heeft hiervoor bij de stichting diensten ingekocht. Het gaat hier om samenwerking met betrekking tot het aanbod (plek voor maatschappelijk initiatief⁶, goede doelen) en ruimte voor sub-programmering. Samen met de Stadspas is een couponkaart verkocht aan pashouders. Er is veel gebruik van gemaakt: 850 van de 1.000 kaarten zijn uitgereikt. Daarnaast brachten circa 2000 kinderen met hun schoolklas een bezoek aan de schaatsbaan tegen een zeer sterk gereduceerd bedrag.

Er is alom enorme waardering voor wat is neergezet. De sfeer en samenstelling was prachtig en werd door het publiek van binnen en buiten Groningen zeer gewaardeerd. Maar er waren ook verbeterpunten:

- de op- en afbouw duurde lang en binnenstadbezoekers wisten aanvankelijk niet waartoe dit allemaal diende. De lange tijd is te verklaren doordat de eerste keer alles nog afgetimmerd en in elkaar gezet moest worden;
- ondanks genoemd aanbod via de Stadspas, schooljeugd en Social Deal gaf een deel van de bezoekers aan de prijzen op *Winterstad* hoog te vinden;
- de gemeente had een maximum gesteld op het aantal kermisattracties: sommigen vonden deze leuk en passend, anderen vonden het 'kermiskarakter' te hoog. Op de vraag welk aanbod men mistte kwam vaak het antwoord: meer verkoopkraampjes en meer typisch kerstmarkthapjes;
- mede door de gedeeltelijke afhekkering (om redenen van veiligheid en bewaking) kende winterstad veel 'achterkant'. Dit leidde onder meer tot een dode hoek achter het reuzenrad richting Forum/Nieuwe Markt en Oosterstraat;
- binnenstadondernemers en bezoekers geven aan dat wat hen betreft *Winterstad* wel een weekje eerder open mag. Ondanks dat we dan vlak voor Sinterklaas zitten wordt vertier in de binnenstad in deze week gemist. De op- en afbouw periode werd als te lang ervaren.

De stichting zelf geeft aan in volle tevredenheid op de eerste editie terug te kijken. Het liefst wil ze meer ruimte ter beschikking krijgen om een grotere editie 2 neer te kunnen zetten.

⁶ Dit jaar is vanuit de gemeente gestuurd op maatschappelijke deelname van o.a. de studentenverenigingen, Oekraïense inwoners, FC Groningen, De Groningen Store, en de kerstactie van het Dagblad van het Noorden.

Sterren op de Ster



Amateur musici (koren, bands, singer-songwriters) zijn benaderd voor een optreden op de windroos op de Grote Markt. Hiertoe werkten we samen met Bij Vrijdag in de Buurt. De belangstelling was groot en het repertoire was prachtig, passend bij de wintersfeer. Er waren onvoldoende financiële middelen om de windroos van een overkapping te voorzien. Daardoor was er een slecht weer-scenario: verhuizen naar het Forum. Helaas bleek dat vaak nodig. Er waren nog twee verbeterpunten. In de eerste plaats bleek het optreden op de ster (windroos) zich teveel in een dode hoek te bevinden. In de tweede plaats werden de wat meer ingetogen optredens overstemd voor het geluid van Wintergoud. De musicerende deelnemers en de producent geven aan dit onderdeel graag te willen continueren, maar dan met inachtneming van genoemde verbeterpunten.

Stadspark Nightrun

In 2023 namen 1.500 sportieve mensen deel aan dit sprookjesachtige loopevent in het Stadspark. Tijdens de overgang naar Wintergoud editie 1 steeg dit aantal naar 2.500 lopers. De organisator ziet hier met tevredenheid op terug, maar ziet ook verbetermogelijkheden in de publiekscommunicatie. Desalniettemin zal de *Stadspark Nightrun* als redelijk op zichzelf staand evenement ook graag weer deel uitmaken van Wintergoud editie 2.

Zweedse Kerstmarkt

Ook dit jaar was er weer de tweedaagse *Zweedse Kerstmarkt* in het zeefgebouw op het Suikerterrein. Circa 8.5000 mensen kochten een kaartje voor deze sfeervolle indoormarkt. ER reed een veel gebruikte pendelbus vanaf het transferium Hoogkerk, veel bezoekers kwamen van buiten de gemeente. De zaterdag was uitverkocht. Hiermee zit deze markt dicht aan tegen het maximum aantal bezoekers.

WinterWelVaart en kerstmarkt XL

Er is nauw samengewerkt met de organisator (Museum aan de A) van *WinterWelVaart*. De ervaring uit voorgaande jaren leerde dat overcrowding dreigt: te veel mensen in een te klein stukje stad. Daarom is in overleg gekozen voor het laten vervallen van de markt kraampjes langs de Lage der A. In plaats daarvan is de markt via de Turftorenstraat doorgetrokken naar *Winterstad* op de Grote Markt. Dit pakte goed uit. De volgende ervaringen kunnen we optekenen:

- *WinterWelVaart* en *Winterstad* bleven onverminderd goed bezocht. Bezoekers bewogen zich in beide richtingen over de verbindende kerstmarkt. Kritische situatie als gevolg van overcrowding bleven uit;
- er zijn in totaal een kleine 100 kramen en verkoopchalets verhuurd. De huurders reageerden positief op de bezoekersaantallen, sfeer en route. Ze gaven aan in de toekomst graag weer te willen deelnemen;
- deelname (met korting) aan de kerstmarkt door lokale ondernemers leverde een wisselend beeld op. Sommige winkeliers deden mee door een kraam in hun straat te huren en hun winkel langer op te houden. Anderen wilden of konden hier geen tijd en ruimte voor vrijmaken. Navraag leverde een ietwat afwachtende houding op: “eerst maar even zien wat het wordt”. Met name in de Zwanestraat vielen hierdoor enkele onbenutte plekken op;
- bezoekers gaven aan de verbinding met de Vismarkt (en de warenmarkt en kramen daarop) te missen;
- omwonenden van de uitgebreide kerstmarkt zijn na afloop individueel per brief bevraagd. De uitkomst hiervan vermelden wij reeds bij bovenstaand thema.

Volgvel 5

Christmas City Walk

De Stadkerk organiseerde de *Christmas City Walk*, een wandeling langs bijzondere binnenlocaties. Hier werd steeds een klein deel van het kerstverhaal verteld door onder meer muziek, toneel en dans. Dit jaar liep de route van de A-kerk, via Huize Maas, Stadhuis, Forum, Martinikerkhof, Academiegebouw naar het Harmoniegebouw. In de A-kerk werden gedurende de twee dagen van het evenement 14.000 bezoekers geteld. De inhoudelijke waardering van deelnemers was groot. De organisatie zelf wil de volgende editie graag wat compacter maken. De wandeling kan korter met minder stops, zodat er meer ruimte is om van de optredens en voorstellingen langs de route te genieten.

Kerst Meezingcafé

Het *Kerst meezingcafé* in het Forum is inmiddels een gewaardeerde traditie. Inwoners worden uitgenodigd om uitgedost met kerstmuts of anderszins kerstclassics mee te zingen op de trappen in het Forum. Dit jaar zongen 250 mensen mee, hetgeen een overvolle tribune opleverde (zie foto-impressie). Ook het Forum wil dit onderdeel graag weer organiseren bij editie 2 van *Wintergoud*.

Klaar af Kook

Horeca Groningen organiseerde een kook en voedsel event in het Forum. Met producten ingekocht op de warenmarkt bereiden chef-koks live een kerstmaaltijd. In de middag werden lokale producten verkocht, rechtstreeks geleverd door Groningse boeren. We stelden vast dat het en inhoudelijk fraai en bij Groningen passend programma was. De publieke belangstelling viel echter tegen. De verkoop van lokale producten liep goed.

Kerstmarkt Haren

De kerstmarkt in Haren wordt vanouds erg gewaardeerd en trekt een aanzienlijk deel bezoekers van buiten Haren. Om deze reden is de samenwerking met Ondernemend Haren (organisator kerstmarkt) gezocht. Het idee is om deze wat intiemere kerstmarkt ook onder vlag van *Wintergoud* in de etalage te zetten. Dit met name voor bezoekers die een kleinschaliger opzet en het lokale aanbod van Haren waarderen. Ondanks het bar en boze weer waren en wederom veel bezoekers die genoten van de prachtige sfeer. Ook Ondernemend Haren wil graag de samenwerking met *Wintergoud* voortzetten.

Vlak voor Kerstmarkt

Samen met de winkeliers van Lutje Lokaal en de ondernemers in de Oosterstraat en Carolieweg is het concept Vlak voor Kerstmarkt ontwikkeld. Een relatief kleine kerstmarkt met als doel mensen hun last-minute kerstinkopen in Groningen te komen doen. Deelname van standhouders was matig en het weer was op beide dagen meer dan verschrikkelijk (storm, hevige regen). Hierdoor was er weinig publiek en hielden sommige standhouders het voor gezien.

De (visuele) verbinding tussen het Oosterkwartier en *Wintergoud* op de Grote Markt kwam door de plaatsing van het reuzenrad in de verdrukking.

De kleinere kerstmarkt zal volgende jaar niet in deze vorm terugkomen.

Ondernemers geven aan één kerstmarkt (qua inzet menskracht) voldoende te vinden. Ook zal er in 2025 geen weekend meer tussen *WinterWelVaart* en Kerst zitten.

Roald Dahl Festival

Dit al meerder jaren bestaande festival in het Groninger Forum vindt plaats in de laatste dagen van december, midden in de schoolvakantie. De doelgroep is met name schooljeugd. Dit jaar telde het festival 29.355 bezoekers.



3, 2, 1 Goud & Nieuw

Met de Grote Markt als centraal punt voor de jaarwisseling kozen we voor samenwerking met de exploitanten van *Winterstad*. Een aantal verkoopchalets maakte plaats voor glazen containers, waaruit acts en muziek werden gebracht. Dit zorgde voor een festivalopstelling met doorlopende programmering, waarbij de eerste acts al in de vroege avond startten. Hoewel het pas tegen twaalven echt druk werd, telden uiteindelijk zo'n 5.000 bezoekers gezamenlijk af naar het nieuwe jaar. De relatief late toestroom van publiek kan deels worden verklaard door de weersomstandigheden: eerst code geel, en vanaf middernacht code oranje. Dit had mogelijk invloed op de bereidheid van mensen om vroeg op de avond naar de binnenstad te komen. Opvallend was het grote aandeel internationale bezoekers.

Deze opzet bood kansen, maar ook leerpunten. De vroege programmering trok minder publiek dan verwacht, en tijdens het aftellen werd de gezamenlijkheid – met één duidelijk middelpunt – gemist. Daarnaast gaf de exploitant van *Winterstad* aan dat het weghalen van een deel van de opstelling een negatieve impact had op de sfeer in de januariweek. Positief is dat het evenement in een ontspannen en veilige sfeer verliep. Er deden zich geen incidenten voor en de binnenstad bleef tijdens en na het aftelmoment rustig. Rond middernacht werd het evenement deels overstemd door vuurwerk dat in de omliggende straten werd afgestoken, wat een aandachtspunt blijft voor de beleving van het aftelmoment. De toekomst van dit evenement zal nauw samenhangen met besluitvorming over een eventueel verbod op het afsteken van consumentenvuurwerk.



Koud Bezig (nieuwjaarsduik)

Een nieuwjaarsduik mag in Wintergoud niet ontbreken. Het liefst hadden we meerdere lokale duiken in wijken en dorpen gezien. Er is hiertoe geprobeerd samen te werken met meerdere potentiële organisatoren op wijkniveau. Het werven van vrijwilligers voor een klus op nieuwjaarsdag bleek echter een te groot obstakel. Dit gold echter niet voor de mensen van Thuisbasis Veteranen in Eelde. Zij organiseerden al eerder een nieuwjaarsduik en werkten graag met *Wintergoud* samen. Vanwege de veiligheid is gekozen voor een nieuwe locatie: het Hoornsemeer bij Kaap Hoorn. Ondanks het zeer slechte weer doken er 400 mensen het meer in, meer dan de 250 deelnemers van vorig jaar. Bij evaluatie stelden we vast dat de samenwerking en de nieuwe plek goed zijn bevallen. De Thuisbasis Veteranen werkt ook bij editie 2 graag samen met *Wintergoud* en ziet ruimte om dit evenement verder te laten groeien.



Goud Bezig



Het idee van *Wintergoud* is dat we in de decembermaanden de focus leggen op lekker eten en drinken, genieten van de binnenstad met fraaie versiering, inkopen doen en elkaar ontmoeten. In januari verleggen we subtiel de focus naar goede voornemens, met name het op een fijne manier in beweging blijven. Rondom dit thema is op 3 en 4 januari in en rond het Forum een programma aangeboden: BMX, rolstoelhockey, gamen, etc. De samenwerking hiertoe met Sport 050 en Huis van de Sport is goed en plezierig verlopen en het programma werd inhoudelijk door deelnemers en bezoekers gewaardeerd. Het aantal toekijkende bezoekers was aan de lage kant. Verbeterpunt is ook hier de publiekscommunicatie.

Volgvel 7

Wijkprogramma

Wintergoud omvat ook onderdelen die specifiek op bewoners van wijken en dorpen gericht zijn. De beschikbare middelen hiervoor zijn ingezet op continuering van goed gewaardeerde, bestaande initiatieven.

Dit jaar was er opnieuw *Op z'n Gronings*, uitgevoerd door Wij Groningen en gefinancierd vanuit het budget voor winterevenementen van de gemeente. Het oorspronkelijke doel is het voorkomen van vernielingen en overlast door middel van het aanbieden van activiteiten in de kerstvakantie. Jeugdwerkers stellen samen met wijkjeugd een programma op met gezamenlijke activiteiten in de kerstvakantie. In totaal waren er 9 activiteiten met 1.708 deelnemende jeugdige wijkbewoners. Voorbeelden van activiteiten zijn gezamenlijke maaltijden, sportactiviteiten, een dancebattle en gezamenlijke bezoeken aan winter-evenementen. Meer informatie over de inhoud van het programma staat in het eindeverslag *Op z'n Gronings 2024-2025*⁷.

Ook werd, net als in voorgaande jaren, financieel bijgedragen aan evenementen rond de jaarwisseling in Ten Boer. De organisatie is in handen van lokale verenigingen. Er was dit jaar opnieuw een feesttent bij het Dorpshuis waarin circa 1.500 inwoners oud & nieuw vierden. De vuurwerkshow is vanwege het slechte weer verplaatst naar zaterdag 4 januari om 20:00 uur. Er waren 800 bezoekers: jong en oud uit Ten Boer en omstreken. Er is veel lokale waardering voor beide evenementen, en de indruk is dat deze aanpak mede bijdraagt aan een veilige jaarwisseling.

Tenslotte is er in samenwerking met het Groninger Forum een de actie *Liefs uit Groningen* georganiseerd in alle bibliotheken van de gemeente. Daar stonden Wintergoud-stations waarin bezoekers een kaart konden schrijven aan mensen in verzorgingshuizen en kerstcadeautjes konden achterlaten voor mensen met een smalle beurs.



Evaluatie thema 3: financiën

Wintergoud editie 1 is tot stand gebracht door de beschikbare (structurele) budgetten voor winterse evenementen en activiteiten vanuit verschillende beleidsterreinen samen te brengen. Het programma is binnen dit budget gerealiseerd met twee gemeentelijke aanvullingen: incidentele dekking van het tekort op *321 Goud & Nieuw* en een incidentele gemeentelijke cultuurbijdrage aan *Sterren op de Ster*. Veel makers van Wintergoud hebben in natura een bijdrage geleverd, soms door een geheel evenement voor eigen rekening te nemen. De Groninger City Club heeft, naast de kerstboom, een algemene financiële bijdrage voor Wintergoud beschikbaar gesteld.

Conclusie

We kunnen terugkijken op een zeer geslaagde eerste editie van Wintergoud. Het programma trok een breed en zeer divers samengesteld publiek. Bezoekers hebben genoten van het aanbod en het algehele bezoek aan de binnenstad is behoorlijk gestegen, hetgeen leidt tot een positieve spin-off voor ondernemers in de binnenstad. De publiciteit was enorm en dit droeg bij aan het in rap tempo gebouwde imago van Groningen als 'the place to be' in de periode rondom Kerst. In het bijzonder werd de koppeling tussen *WinterWelVaart* en *Winterstad* door publiek, omwonenden en organisatoren erg gewaardeerd. De koppeling leidde inderdaad tot de gewenste spreiding. Ook zagen we dat alle (extern) betrokkenen de regierol vanuit de gemeente als essentieel waardeerden.

De grootste verbeterpunten die we zagen zijn breed gewenste groei in omvang en het aanscherpen van de communicatie richting publiek, omwonenden en ondernemers.

⁷ <https://check050.nl/Eindverslag-OpznGronings-24-25.pdf>

Hoe nu verder? Lijnen richting de toekomst

1. Voor editie 2 van Wintergoud continueren we op hoofdlijnen de huidige opzet: *Wintergoud* biedt een platform waarop verschillende doelen en lokale partners samenwerken onder regie van de gemeente. Dit resulteert in een integraal winterprogramma vanuit een Groningse identiteit dat verschillende doelgroepen bedient;
2. Benutten van (naar het lijkt aanzienlijk) economisch potentieel door Groningen te positioneren als kerst- of winterhoofdstad van het noorden. We ontwikkelen hiertoe samen met Marketing Groningen en onze ondernemers een strategie passend binnen ons beleid met betrekking tot vrijetijdseconomie. Hiertoe willen we een beheerste uitbreiding realiseren van *Winterstad* en de Kerstmarkt van *WinterWelVaart* richting de Grote Markt. We onderzoeken of de opening van *Winterstad* vervroegd kan, mits dit past binnen de vergunningsvoorwaarden en mits de op- en afbouwtijd met een week wordt teruggebracht. Voorwaarde is dat de viering van Sinterklaas⁸ in de eerste week een stevige plek in de aankleding en programmering krijgt. Echt volop Kerst vieren doen we pas als Sinterklaas het land uit is;
3. We werken met een gelijkblijvend budget dat evenals editie 1 vanuit verschillende beleidsterreinen bijeen wordt gebracht. Daarbij gaan we op zoek naar een oplossing voor het financiële knelpunt t.b.v. *321 Goud & Nieuw*. Ook zullen we in de aanloop naar editie 2 onderzoeken of financieel meer bijgedragen kan worden door derden;
4. We intensiveren de communicatie-inzet richting stakeholders, omwonenden, publiek en bezoekers van buiten, evenals het marketingtechnisch positioneren van Groningen als kersthoofdstad van het Noorden. Waar mogelijk werken we dit uit binnen de afspraken die met Marketing Groningen zijn gemaakt;
5. We plaatsen *Wintergoud* van portefeuille van de burgemeester naar die van de wethouder EZ. Openbare orde en veiligheid is een zeer belangrijke voorwaarde (zeker rondom de jaarwisseling). De grootste uitdagingen en kansen liggen echter op het vlak van benutting economisch potentieel en het stimuleren van de vrijetijdseconomie. Het betrekken van en samenwerken met de verschillende groepen ondernemers is hiervoor essentieel.

Vervolg

Na bespreking in de raad zal het regieteam samen met ‘de makers’ het definitieve programma voor *Wintergoud* editie 2 uitwerken. In het vroege voorjaar van 2026 zullen we opnieuw een evaluatie aan u aanbieden met wederom een vooruitblik op editie 3.

Voor aanstaande winter hopen we dat onze inwoners en bezoekers opnieuw in winterse sferen kunnen genieten van al het moois dat onze gemeente te bieden heeft!

We vertrouwen erop u hiermee voldoende te hebben geïnformeerd.

Met vriendelijke groet,
burgemeester en wethouders van Groningen,

locoburgemeester,
Mirjam Wijnja

secretaris,
Christien Bronda

Deze brief is elektronisch aangemaakt en daarom niet ondertekend.

⁸ Dit staat los van de intocht die ruim voor de opening plaatsvindt.