



PERSBERICHT

Groningen, 22 december 2011

Jaarlijks rendement voor Groningen ruim 1,7 miljoen

Eurosonic Noorderslag goed voor 31,5 miljoen

Binnenkort barst Eurosonic Noorderslag weer los. In aanloop hier naartoe is onderzocht wat de economische waarde van het festival voor de stad Groningen is. Het jaarlijkse popevenement vertegenwoordigt voor de stad Groningen op lange termijn een maatschappelijke waarde van 31,5 miljoen euro. Ook is Eurosonic Noorderslag een sterk merk met uitzonderlijk tevreden bezoekers en stakeholders. Dit blijkt uit het uitgebreide onderzoek onder alle betrokkenen bij het evenement, door Hendrik Beerda Brand Consultancy.

Reactie van Eurosonic Noorderslag

“Ons voornaamste doel is om waardevol te zijn voor Nederlandse en Europese artiesten en muzikliefhebbers. We wisten al dat er veel extra economische activiteit was tijdens ons evenement het leek ons goed om nu ook eens te laten becijferen welke specifieke bijdrage ons evenement nu levert aan het Groninger maatschappelijk en bedrijfsleven”, zegt algemeen directeur Dago Houben. In totaal gaat er binnen de stadsgrenzen van Groningen 6,5 miljoen om tijdens Eurosonic Noorderslag. Het jaarlijkse rendement, de netto winst, voor de stad Groningen bedraagt ruim 1,7 miljoen euro.

Kosten-batenanalyse voor Eurosonic Noorderslag

Om de waarde van Eurosonic Noorderslag te kunnen berekenen zijn twee marktonderzoeken uitgevoerd en zijn de direct betrokken organisaties geïnterviewd. Daarna zijn alle kosten en baten van het festival op een rijtje gezet en is berekend wat per saldo de waarde van de toekomstige festivalédities is. De rekenmethode die merkadviseur Beerda hanteert, wordt ook toegepast bij de bepaling van het rendement van investeringen in maatschappelijke voorzieningen zoals wegen en industrieterreinen. De analyse spitst zich specifiek toe op kosten en baten die in Groningen vallen. Uitgaven buiten de stadsgrenzen, zoals een vliegticket, maar ook de inhuur van mensen en materieel van buiten Groningen, zijn hier niet in meegenomen.

Waardeberekening van het evenement

Belangrijker dan geld is dat de bezoekerswaardering voor Eurosonic Noorderslag, van zowel professionele bezoekers als festivalgangers, uitzonderlijk hoog is. De meerdaagse verblijfsduur en het hoge bestedingspatroon van de professionele bezoekers van Eurosonic Noorderslag leveren veel op voor Groningen. Daarnaast zijn sponsoring, sales en niet-lokale subsidies belangrijke baten. Ook genereert het evenement een enorme mediaexposure in binnen- en buitenland. In opdracht van Eurosonic Noorderslag berekende mediabureau Wisecrackers dat alleen al voor Nederland de mediawaarde van Eurosonic Noorderslag 3,6 miljoen euro is.

Merkonderzoek met het model BrandAlchemy™

Een tweede marktonderzoek toont aan dat Eurosonic Noorderslag een uitzonderlijk hoge Net Promotor Score heeft. Dit is de belangrijkste graadmeter van klanttevredenheid. Eurosonic Noorderslag scoort 61%, ofwel het dubbele van de waardering van het gemiddelde evenement. De mening en het gevoel van bezoekers over Eurosonic Noorderslag is dus veel positiever dan bij het gemiddelde festival. “De waardering van professionals en bezoekers is uitermate belangrijk voor ons. Hier zijn we ook in de toekomst van afhankelijk. We zijn erg trots dat we op dit punt ver boven het gemiddelde scoren en we zullen proberen hierin koploper te blijven”, aldus Houben.

Informatie over Eurosonic Noorderslag is te vinden op: www.eurosonic-noorderslag.nl.

Noot voor de redactie / Niet voor publicatie:

Voor meer informatie en vragen:

Eurosonic Noorderslag, algemeen directeur, Dago Houben, dago.houben@noorderslag.nl,
06 – 54 75 81 03

Gemeente Groningen, woordvoerder college van B&W, Arda Klijnsma, arda.klijnsma@groningen.nl,
050 – 367 76 51 of 06 – 46 26 11 20