

Evaluatie The Passion

Roermond 1 april 2021



Vooraf

Na het besluit dat The Passion 2020 geen doorgang kon vinden, kwamen direct de vragen op tafel: Wat willen we in 2021 met The Passion en wat kan er in 2021 met The Passion? Deze vragen hebben uiteindelijk geleid tot een besluit van het college om The Passion op 1 april 2021 in Roermond te laten plaatsvinden in een variant die aan de dan geldende Coronamaatregelen kon voldoen.

In deze evaluatie kijken we terug op “The Passion 2021” ten behoeve van een ambtelijke en bestuurlijke verantwoording en ten behoeve van het opmaken van de balans. In deze evaluatie wordt ingegaan op:

- The Passion algemeen
- De impact van Corona
- De Roermondse editie op 1 april 2021
- De Roermondse aanpak
- Sociale verbinding en campagne
- Financiën
- The Passion in cijfers
- Evaluatie met externe partijen
- Conclusie

The Passion algemeen

The Passion is de, inmiddels zeer bekende, moderne hervertelling van de laatste uren uit het leven van Jezus Christus. Tijdens een groot live cultureel popevenement zingen in verschillende scènes acteurs en artiesten als Bijbelse hoofdpersonen bekende nummers van Nederlandse bands en popartiesten. Zo geven zij een moderne invulling aan het eeuwenoude lijdens- en sterfverhaal van Jezus. Het betreft normaliter een evenement dat op een of meerdere pleinen wordt uitgevoerd en daarbij door een groot publiek wordt bezocht. Naast de uitvoering op het plein, wordt te doen gebruikelijk ook een processie georganiseerd en wordt tijdens het evenement en in de periode er omheen invulling gegeven aan een sociaal-maatschappelijk thema. The Passion is door aard en opzet een sociaal-maatschappelijk evenement en geen commercieel evenement met een sterke economische spin-off. De bezoekers zijn in hoge mate lokaal en regionaal en verblijven relatief kort in de gaststad. Op de dag dat het evenement plaatsvindt is de economische spin-off relatief beperkt hoewel wel sprake kan zijn van een aanzienlijk aantal hotelovernachtingen. De economische winst dient in de periode erna verzilverd te worden doordat de gaststad de mogelijkheid heeft zich te tonen aan een miljoenenpubliek. De uitvoering wordt live uitgezonden op NPO 1, Radio 2 en in de dagen erna meerdere keren herhaald op nader te bepalen momenten op de publieke netten. Als “spin-off” van The Passion worden enkele andere TV-programma’s vanuit de gaststad uitgezonden.

De impact van Corona

De impact van het Coronavirus op The Passion editie 2020 is bekend maar het virus en de bijbehorende maatregelen hebben ook aanzienlijk effect gehad op de mogelijkheden om het evenement in 2021 te organiseren; niet alleen op de uitvoering, maar ook op de voorbereiding die grotendeels via de digitale weg, zonder fysieke bijeenkomsten heeft

plaatsgevonden. Het effect van Corona is overigens niet uitsluitend negatief. Een aantal effecten benoemen we hier (geen uitputtend overzicht).

- De op ieder moment in de voorbereiding geldende Corona-maatregelen en het ontbreken van duidelijkheid over de situatie op 1 april heeft voor onzekerheid gezorgd. Tot kort voor genoemde datum is onzeker gebleven wat er exact mogelijk was en met welke beperkingen en mogelijkheden rekening gehouden diende te worden. Zo is bijvoorbeeld op 8 maart bekend gemaakt dat de terrassen met ingang van 31 maart weer open zouden kunnen hetgeen impact zou hebben op de terrassen aan/op het Munsterplein en dus ook op de opbouwwerkzaamheden op het plein en op de uitzending. Op 23 maart heeft het Kabinet vervolgens besloten dat deze versoepeling nog niet door kon gaan vanwege te hoge bezettingscijfers in de ziekenhuizen. Dit neemt niet weg dat er in de voorbereiding, vanaf 8 maart geanticipeerd is op openstelling van terrassen om dit scenario vanaf 23 maart weer overboord te gooien.
- De onduidelijkheid heeft het noodzakelijk gemaakt om te werken met scenario's. Dit heeft een beroep gedaan op de creativiteit van alle betrokken partijen maar met name van de organisatie. Alle partijen hebben getracht zo lang als mogelijk de maximale variant (met publiek) overeind te houden. Op het moment dat de deadline voor het aanvragen van een evenementenvergunning zich aandiende was helder dat deze vergunning op dat moment niet afgegeven zou kunnen worden vanwege een landelijk verbod op het organiseren van evenementen. Hiermee kwamen alle varianten met publiek te vervallen en bleven slechts scenario's over die binnen de geldende restricties toegelaten waren. Ook op de uitvoering van de processie, wat zelfstandig wordt aangemerkt als "evenement", had dit invloed.
- The Passion biedt miljoenen mensen niet alleen vermaak maar ook hoop en perspectief in een tijd dat de samenleving onder hoogspanning staat. Nederland zat eind maart/begin april nog volop in de Corona-maatregelen (avondklok was van kracht, horeca volledig gesloten, winkels beperkt open, ontvangst van bezoekers slechts zeer beperkt toegestaan). Veel mensen voelden zich eenzaam, mensen verkeerden in grote onzekerheid over hun zaak of hun baan en de saamhorigheid en solidariteit stond onder druk. Juist op dat moment is een verhaal van verbinding, hoop en perspectief hard nodig.
- Bij het organiseren van The Passion editie 2020 is veel tijd en aandacht gegaan naar veiligheid en dan met name ten aanzien van "dreiging van buitenaf". Hierbij waren vele instanties betrokken en een groot aantal maatregelen en voorzieningen noodzakelijk. Bij de organisatie van editie 2021; een uitvoering zonder publiek in een periode dat nog sprake was van een avondklok, heeft dit aspect nauwelijks een rol gespeeld. Hiervoor is overigens wel een ander soort veiligheid (bescherming volksgezondheid) voor in de plaats gekomen, maar de impact op de organisatie en op de kosten was vele malen kleiner.
- The Passion is georganiseerd als "televisie-evenement" binnen de kaders die daarvoor op dat moment van toepassing waren. Werkzaamheden ten behoeve van professionele TV-producties worden door de overheid aangemerkt als reguliere bedrijfsactiviteiten en konden op dat moment worden voortgezet met in achtneming van het Covid-19 Protocol

Audiovisuele Sector. De productie is daarbij gerealiseerd in een zogenaamde veilige “bubble” wat een aantal voorzieningen en maatregelen noodzakelijk heeft gemaakt.

- The Passion met publiek vraagt om aanzienlijke verkeersmaatregelen. The Passion zonder publiek vraagt slechts om een beperkt aantal maatregelen.
- Als The Passion met publiek wordt uitgezonden worden beelden en shots van de gaststad getoond maar gaat tijdens de uitzending de meeste aandacht uit naar de artiesten/acteurs op een podium en naar het publiek. Het scenario zonder publiek laat veel meer ruimte om beelden van de stad, de omgeving en het plein te tonen, om meer scenes in de stad op te nemen en om te investeren in aankleding en visuele technieken.
- In 2020 waren er diverse activiteiten voorzien in de vorm van side-events en pre- en afterparty's. Met The Passion als middel waren er mogelijkheden om mensen bij elkaar te brengen met het oog op maatschappelijke verbinding, maar bijvoorbeeld ook in het kader van public affairs. Met diverse partijen uit het maatschappelijk middenveld, zorgorganisaties, horeca, kerken werden bijeenkomsten georganiseerd om informatie uit te wisselen, initiatieven te delen en zaken af te stemmen.
De in de voorbereiding op editie 2021 geldende restricties maakten het onmogelijk om bijeenkomsten te organiseren en mensen bij elkaar te brengen om zaken af te stemmen. Iets waar ook geen grote behoefte aan was omdat de geldende maatregelen en de onzekerheid over hetgeen op 1 april mogelijk zou zijn de initiatieven vroegtijdig de kop indrukte. Daar waar in 2020 alles op alles werd gezet om het evenement maximaal toegankelijk te maken voor mensen die normaliter, om wat voor reden dan ook, moeilijk een evenement kunnen bezoeken, waren het juist dit soort initiatieven die door het virus (en als afgeleide daarvan de maatregelen) onmogelijk werden gemaakt.
- Editie 2020 zou voor een belangrijk deel bekostigd dienen te worden door het (Roermondse) bedrijfsleven en de gemeenteraad had het college daarbij feitelijk een taakstelling van € 210.000 meegegeven. Om hier invulling aan te geven is De Vrienden van The Passion ingesteld; een groep mensen uit zorg, onderwijs, bedrijfsleven en bancaire sector die zich bereid hebben getoond om het bedrijfsleven te benaderen voor sponsorbijdragen. Wij hebben De Vrienden van The Passion opnieuw benaderd met de vraag hoe ze de mogelijkheden zagen en of ze zich opnieuw zouden willen inzetten voor dit doel. De reactie van “De Vrienden” was uitermate begrijpelijk en kwam er in het kort op neer dat veel Roermondse bedrijven moeilijke en onzekere tijden doormaakten waarmee het niet het moment was om sponsorverzoeken in te dienen. Daarnaast lagen de sponsorbare elementen met name in de sociaal-maatschappelijke context en deze elementen waren niet uitvoerbaar en ook verder was er potentiële sponsors niets meer te bieden. Hiermee is besloten slechts een klein bedrag aan sponsorgelden in de begroting op te nemen en verder waar mogelijk te bezuinigen op de uitgaven.

De Roermondse editie op 1 april 2021

The Passion is op 1 april 2021 uitgevoerd op en uitgezonden vanaf het Munsterplein in Roermond. De uitzending bestond in fysieke zin uit een aantal samenhangende onderdelen.

- In de stad zijn in de weken voorafgaand aan 1 april op diverse locaties (o.a. bij de Maria Theresiabrug, Banketbakkerij In de Kroon, De Stadsfriterie, De Oranjerie, de

Teekenschool, de Vlindertuin in het Baco-gebouw, de parkeergarage van het DOC en de stuw bij De Weerd) opnames gemaakt. Deze opnames zijn op 1 april tijdens de liveshow “ingemonteerd”.

- Een live event op het Munsterplein. Hierbij is het gehele plein ingezet met de bestaande gevels en de Munsterkerk als decor en de kiosk als belangrijk element.
- Een processie, waarbij een groep mensen een groot verlicht kruis hebben “gedragen” vanaf de Markt naar het Munsterplein.
- Interviews op locaties in de stad (bijvoorbeeld bij het Laurentius ziekenhuis, Het Godshuis en de Brandweerkazerne) waarbij Roermondse mensen een eigen verhaal vertellen wat relatie heeft met het sociaal-maatschappelijk thema “Ik ben er voor jou” en vragen beantwoorden van een reporter.

De cast bestond in 2021 o.a. uit Anita Witzier (Verslaggever), Rob Dekay (Judas), Leo Alkemade (Petrus), Freek Bartels (Jezus), Trijntje Oosterhuis (Maria), Humberto Tan (Verteller) en Tygo Gernandt (Pilatus).

Het swingkoor was voor een belangrijk deel samengesteld uit zangers en zangeressen uit Roermond en de regio.

Het centrale thema van editie 2021 is “Ik ben er voor jou”. Een thema waarmee de organisatie ingespeeld op de actualiteit. Tijdens de coronacrisis kunnen mensen laten zien voor wie ze er echt zijn en wat we voor elkaar kunnen betekenen. Hoe we naar elkaar omkijken en wat we als mens kunnen doen om voor elkaar het verschil te maken.

De Roermondse aanpak

The Passion 2020 is geannuleerd aan het begin van de Corona-pandemie. Op dat moment was niet duidelijk hoe lang deze zou duren, wat over een langere periode (richting 1 april 2021) de Corona-maatregelen zouden zijn en wat daarvan de impact zou zijn op evenementen. Het is daarmee lange tijd onzeker geweest of het überhaupt nog mogelijk zou zijn om in 2021 een editie van The Passion te organiseren.

In 2020 is de organisatie van The Passion beschouwd als project waarvoor een projectorganisatie is ingericht en waarbij de rollen en verantwoordelijkheden helder waren beschreven. Omdat dit goed heeft gewerkt is hier ook in 2021 voor gekozen. In de structuur is gewerkt met een stuurgroep en een kernteam. In tegenstelling tot 2020 is dit jaar niet gewerkt met werkgroepen aangezien dit na een eerste inventarisatie van noodzakelijke werkzaamheden niet nodig werd geacht. In de structuur is wethouder Waajen – Crins namens het college opgetreden als bestuurlijk opdrachtgever en de manager van het cluster Leefbaarheid en Veiligheid als ambtelijk opdrachtgever. De projectleider was als lid van de stuurgroep en als voorzitter van de kerngroep de linking pin.

Het kernteam bestond naast de projectleider uit vier medewerkers die zich gedurende een periode van ongeveer vier maanden in deeltijd hebben ingezet voor The Passion. Voor een aantal specialistische vraagstukken en werkzaamheden is op gezette tijden een beroep gedaan op collega's.

Kenmerkend voor de Roermondse aanpak is verder dat The Passion zowel is beschouwd als doel als ook als middel. Het primaire doel was daarbij:

- Om op 1 april 2021 een prachtige, goed georganiseerde show te laten plaatsvinden op het Munsterplein waarbij Roermond op een geweldige manier getoond wordt aan een miljoenen-publiek met als potentie om hier voor de langere termijn (sociaal-) economisch rendement uit te halen.
- Om op 2 april 2021 te kunnen concluderen dat alles geweldig is verlopen en dat voldaan is aan de gemaakte afspraken en de gestelde kaders.

Met het middel kiezen we er voor om The Passion in te zetten om iets anders te bereiken. Dat kan divers zijn, maar in de Roermondse situatie gaat het met name om het creëren van meer sociaal-maatschappelijke verbinding gekoppeld aan het thema van The Passion. Zoals hiervoor al beschreven bij “de impact van Corona” zijn de mogelijkheden om dit in 2021 nog verder uit te bouwen of verder te verbreden, bijvoorbeeld naar public affairs, uitermate ingeperkt. Dit heeft een beroep gedaan op de creativiteit. Hoe we invulling hebben gegeven aan het centrale thema wordt hieronder nader beschreven.

Sociale verbinding en campagne

In 2020 is de gemeente Roermond gestart met de Come Together campagne om de evenementen die dat jaar gepland waren (2020 zou hét evenementenjaar worden met een aantal grote evenementen) met elkaar te verbinden en om een verbinding te leggen tussen het sociaal maatschappelijke en het economische domein. Na de uitbraak van het Corona-virus en het afgelasten van de geplande evenementen is de campagne omgevormd tot een campagne die zorgt voor verbinding in tijden dat dit zeer noodzakelijk maar niet vanzelfsprekend is. Doel van de campagne is in essentie: mensen nader tot elkaar brengen en besloten is de campagne opnieuw in te zetten voor The Passion, een van de evenementen waarvoor de campagne oorspronkelijk is opgezet. Met de campagne is lokale invulling gegeven aan het thema van The Passion: “Ik ben er voor jou” wat vertaling heeft gekregen in één simpele boodschap: Roermond wil graag een stad zijn waar mensen naar elkaar omkijken, waar iedereen zichzelf mag zijn, waar ieder mens meetelt en iedereen meedoet. Een stad waar mensen iets doen voor elkaar, het verschil maken, hoe klein ook het gebaar.

In de periode van 22 maart tot en met 4 april is de campagne en de boodschap op diverse manieren zichtbaar geweest in de stad. Onder andere door de volgende uitingen:

- Uitingen op achterzijde (streek)bussen
- Uitingen op driehoeksborden
- Uiting op reclamemast A73
- Uitingen op Plattelborden
- Website www.cpmetogetherroermond.nl

1000 boxen

Daarnaast is een grote actie opgezet waarbij in de dagen voorafgaand aan de uitzending op 1 april, op 1000 willekeurige adressen in Roermond een zogenaamde Come Together Box is afgegeven. Dit vanuit de gedachte: als de Roermondenaren niet naar The Passion kunnen komen, dan brengen we The Passion een beetje naar de Roermondenaren toe. Indachtig het thema ‘Ik ben er voor jou’ werd de ontvanger gevraagd de box door te geven aan iemand die deze box volgens hem of haar verdiend had. Hiermee werd feitelijk een gebaar, een bedankje, een compliment of een steuntje in de rug gefaciliteerd.

De box was gevuld met producten (maar bijvoorbeeld ook vouchers te besteden bij de Roermondse horeca) om lekker van te kunnen genieten tijdens de live TV- uitzending.

De box was vervaardigd, gevuld en ondersteund door Roermondse bedrijven en ondernemers. Tientallen vrijwilligers van verenigingen, bedrijven en instellingen hebben geholpen met het inpakken en verspreiden van de boxen.

De actie heeft de nodige publiciteit gegenereerd en afgaande op de reacties op die we hebben ontvangen was de actie een groot succes en is datgene bereikt wat we voor ogen hadden.

In bijlage 1 bij deze evaluatie wordt een impressie gegeven van de onderdelen uit de campagne.

Financiën

De totale begroting van de organisatie van het evenement The Passion (Mediawater en KRO/NCRV) bedroeg in 2021 een bedrag van ongeveer € 1,2 miljoen. Deze begroting wordt gefinancierd door bijdragen van de omroep, aangevuld met bijdragen van derden waaronder de stad waar het evenement plaatsvindt. De organiserende stad heeft daarnaast een eigen begroting om te zorgen dat het “event” kan plaatsvinden en uitvoering te geven aan de voorwaarden uit gesloten overeenkomsten.

De gaststad committeert zich o.a. aan de volgende financiële uitgangspunten:

- De gaststad draagt financieel bij aan de totale productiekosten;
- De gaststad committeert zich aan het organiseren en implementeren van veiligheidsmaatregelen, verkeersmaatregelen en andere facilitaire kosten rondom het evenement.
- De eigen kosten, waaronder ambtelijke komen voor rekening van gaststad.

In 2020 is gewerkt met een budget van bijna €900.000. Dit budget was opgebouwd uit diverse componenten waaronder (aan de inkomstenkant) een subsidie van de provincie Limburg en een aanzienlijk bedrag aan nog te verwerven sponsorgelden. Aan de uitgavenkant is de bijdrage in de productiekosten een aanzienlijk bedrag. Het voor 2020 beschikbare budget werd slechts voor een beperkt deel aangesproken indien sprake was van restitutie van de betaalde bijdrage in de productiekosten.

Het besluit om ook in 2021 gaststad te zijn voor The Passion is om die reden ook genomen onder de voorwaarde van volledige restitutie van de bijdrage die in 2020 is gedaan. De gemeente Roermond maakt aanspraak op dit bedrag (€325.000) omdat in 2020, bij het aangaan van de financiële verplichting afspraken zijn gemaakt over restitutie van deze bijdrage in geval The Passion onverhoopt niet door zou gaan. De productiemaatschappij en de omroepen zijn deze afspraak nagekomen waarmee een aanzienlijk deel van het budget voor editie 2021 in principe opnieuw beschikbaar kwam.

Ook voor editie 2021 zijn namelijk de productiekosten de grootste kostenpost maar hernieuwde onderhandelingen hebben geleid tot een aanzienlijk lager bedrag (€230.000).

Een ander element is het Passion Magazine (de zogenaamde glossy). De onderhandelingen hebben er toe geleid dat er in 2021 geen magazine werd geproduceerd waarmee het hiervoor openstaande bedrag (€24.000) vrijviel in het budget.

De ervaringen die zijn opgedaan bij de voorbereidende werkzaamheden in 2020 betalen zich terug in 2021 wat maakt dat de ambtelijke kosten aanzienlijk lager konden uitvallen. Daarbij

is op basis van de ervaring uit 2020 ingeschat dat ook de facilitaire kosten op een lager bedrag kunnen worden gesteld.

Begroting The Passion 2021	
Aard kosten	
Productiekosten	€ 230.000
Facilitaire kosten	€ 145.000
Ambtelijke kosten	€ 145.000
Onvoorzien overig/PM	€ 2.000
Totaal	€ 522.000

Al met al zijn de totale kosten daarmee t.o.v. 2020 aanzienlijk lager geraamd; maar dat geldt ook ten aanzien van de inkomsten c.q. de dekkingsmiddelen.

De voor 2020 toegezegde provinciale subsidie is niet ontvangen en in het najaar van 2020 zijn opnieuw gesprekken gevoerd over een bijdrage van de provincie Limburg. Dit heeft geresulteerd in toekenning van een subsidie van 40% van de subsidiabele kosten zijnde een bedrag van maximaal €150.000.

Ten aanzien van het onderdeel sponsoring wordt hier verwezen naar hetgeen hierover vermeld wordt onder “De impact van Corona”. Hiervoor wordt slechts een beperkt bedrag opgenomen.

Het budget wordt verder gevormd door de resterende middelen uit het budget dat door de gemeenteraad voor het organiseren van The Passion beschikbaar is gesteld. Feitelijk worden uit het budget zowel de kosten van editie 2020 als de kosten van editie 2021 gefinancierd. Omdat het budget voor editie 2021 aanzienlijk lager was dan het budget voor editie 2020, was het beperken van uitgaven noodzakelijk.

Dekking	
Bijdrage Gemeente Roermond (restant 2020)	€ 342.000
Bijdrage provincie Limburg	€ 150.000
Bijdrage derden (sponsoring)	€ 30.000
Totaal	€ 522.000

Financieel resultaat

Als we de financiële balans opmaken dan zijn er ten behoeve van The Passion 2021, € 336.000 aan kosten gemaakt.

Dit bedrag is inclusief de bijdrage aan de productie, de kosten voor de Come Together campagne en een bedrag voor ambtelijke kosten. De regulier ambtelijke kosten zijn niet allemaal als zodanig op het project verantwoord aangezien het project is gerealiseerd met inzet van eigen medewerkers en grotendeels binnen de reguliere taken en uren. De kosten voor ambtelijke inzet buiten de reguliere formatie bedragen € 3.600. Om de totale kosten van The Passion inzichtelijk te maken wordt hier gerekend met een bedrag van €55.000.

Werkelijke kosten:	geraamd	gerealiseerd
Productiekosten	€ 230.000	€ 230.000
Facilitaire kosten	€ 145.000	€ 51.000
Ambtelijke kosten	€ 145.000	€ 55.000
Onvoorzien	€ 2.000	€ 0
kosten totaal	€ 522.000	€ 336.000

De aanzienlijk lagere kosten zijn te verklaren door een lagere bijdrage in de productiekosten, het wegvallen van het magazine en de aanzienlijk lagere kosten voor veiligheids- en verkeersmaatregelen wat ook direct doorwerkt in ambtelijke inzet/kosten. Daarnaast is in 2020 de nodige ervaring opgedaan met het organiseren van The Passion wat zich ook vertaalt in lagere kosten in 2021. Gelet op de voorziene lagere inkomsten en de opdracht die de raad daarbij heeft meegegeven, is het bezuinigen op de uitgaven ook nadrukkelijk tot doel gesteld.

Werkelijke dekking:	geraamd	gerealiseerd
Bijdrage gemeente Roermond (restant 2020)	€ 342.000	€ 342.000
Bijdrage provincie Limburg	€ 150.000	€ 140.000
Bijdrage derden (sponsoring)	€ 30.000	€ 10.000
dekking totaal	€ 522.000	€ 492.000

Aan inkomsten staat een bedrag van € 145.000, opgebouwd uit een subsidie van de provincie Limburg (beschikking max. €150.000 maar als voorschot overgemaakt €135.000) en sponsorinkomsten (€10.000). Aangezien er voor The Passion lagere kosten zijn gemaakt dan vooraf begroot is de kans reëel dat de provincie Limburg uiteindelijk niet het volledige subsidiebedrag zal toekennen.

Als de financiële balans wordt opgemaakt per medio juli 2021 dan resteert een positief saldo.

saldo	
dekkingsmiddelen	€ 487.000
kosten	€ 316.000
Totaal	€ 171.000

The Passion in cijfers

The Passion haalde op 1 april gemiddeld 2.580.000 kijkers en op die dag totaal 4.285.000 kijkers (6 jaar en ouder die ten minste 1 minuut aaneengesloten hebben gekeken). Hiermee was The Passion het best bekeken programma van de dag en van de week en het op twee

programma's na het best bekeken programma van de maand april. (bron: Stichting Kijkonderzoek)

Qua kijkdichtheid haalde The Passion op 1 april een percentage van 16% (percentage van de Nederlandse bevolking > 6 jaar dat gemiddeld naar het programma heeft gekeken) en een marktaandeel van 37,8% (percentage van alle kijkers op dat moment).

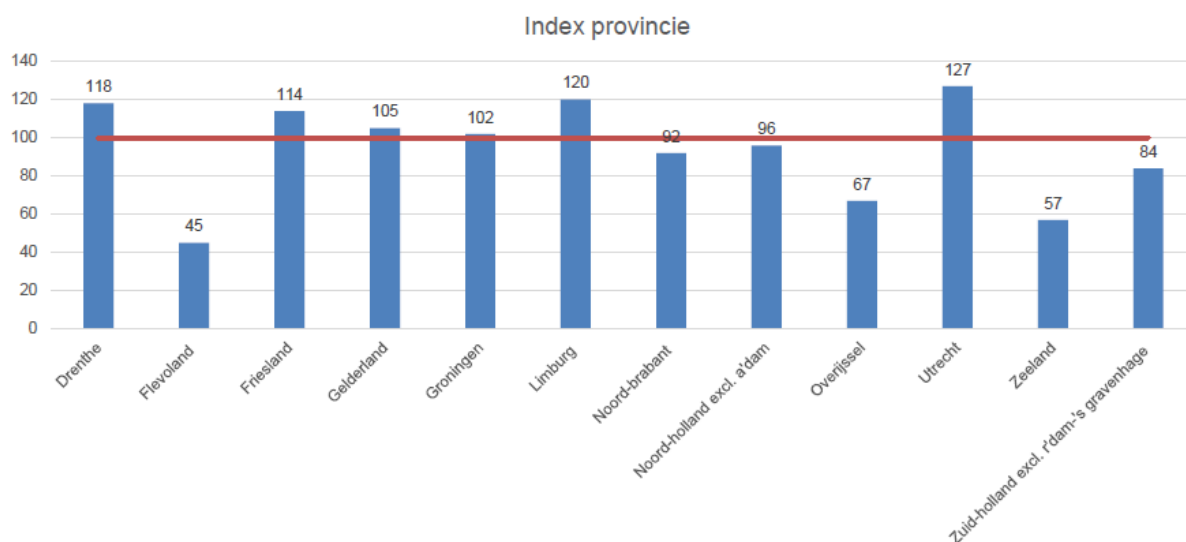
De uitzending is door 334.000 kijkers op een later moment in de week teruggekeken. Online is de stream van The Passion in de week na de uitzending 148.239 keer teruggekeken. (bron: KRO/NCRV)

	DATUM	DAG	PROGRAMMA	ZENDER	KDH	GEM *1000	MADL	TOT *1000
1	01-04-2021	do	PASSION	NPO1	16,0	2.580	37,8	4.285
2	01-04-2021	do	JOURNAAL 20 UUR	NPO1	15,8	2.553	42,8	3.465
3	30-03-2021	di	VOETBAL WK KW GIB NLD	NPO3	14,0	2.250	36,3	4.057
4	30-03-2021	di	IK VERTREK	NPO1	11,7	1.886	29,1	2.736
5	03-04-2021	za	EVEN TOT HIER	NPO1	11,7	1.877	29,1	2.866
6	29-03-2021	ma	CHATEAU MEILAND	SBS 6	10,7	1.718	25,8	2.229
7	02-04-2021	vr	BED EN BREAKFAST	NPO1	10,2	1.641	26,0	2.526
8	02-04-2021	vr	VOICE KIDS	RTL4	10,1	1.623	26,1	2.979
9	03-04-2021	za	VERRADERS	RTL4	9,7	1.567	25,4	2.304
10	04-04-2021	zo	STUDIO SPORT EREDIVISIE	NPO1	9,3	1.502	37,7	2.223

Bron: Weekoverzicht Stichting Kijkonderzoek

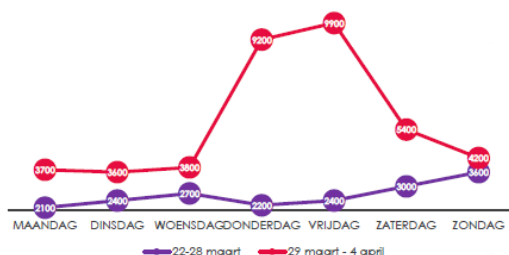
Naar leeftijdsgroep haalt The Passion 2021 erg hoge aandelen in de jonge leeftijdsgroepen 6-12 (50%) en 13-19 jaar (60%) De aandelen in de leeftijdsgroepen vanaf 20 jaar zijn vrijwel gelijk, rond de 35%. Maar omgezet naar aantallen is de categorie personen van 50+ aanzienlijk oververtegenwoordigd (bron KRO/NCRV)

Naar herkomst zijn met name kijkers uit Utrecht, Limburg, Friesland en Gelderland oververtegenwoordigd in het kijkerspubliek.



Uit onderstaande factsheet van WeAreRoermond is af te leiden dat The Passion een groot bereik heeft op de social Media-kanalen.

Factsheet



Website - paginaweergaven 1+2 april: 19.000
Gemiddelde weergaven per dag in maart: 2.500

Website - paginaweergaven The Passion 1+2 april: 6.800

Facebook - bereik 3 berichten The Passion: 46.000
Gemiddeld bereik per bericht in maart: 4.800

Instagram - bereik 3 berichten The Passion: 10.500
Gemiddeld bereik per bericht in maart: 2.200



Dit beeld is ook terug te zien in de statistieken van de website en de social mediakanalen van de gemeente Roermond.

Tijdens de campagne is de Website cometogetherroermond.nl gemiddeld 2,7 keer zo vaak bezocht dan regulier. Voor Facebook geldt dat er 6 keer zo vaak wordt gereageerd op berichten dan normaal terwijl de berichten 2 keer zo vaak gedeeld worden. De Facebookpagina is 10 keer zo vaak bezocht als regulier. Het bericht dat als terugblik is geplaatst op 2 april heeft 8662 mensen bereikt.

Het Instagram profiel is 100 keer vaker bekeken dan regulier terwijl de informatie over The Passion op de website van de gemeente Roermond over een periode van een maand 3234 keer is bekeken.

Voor en na de uitzending op 1 april heeft The Passion veel aandacht gekregen in de reguliere media. Een impressie (samengesteld door KRO/NCRV) is bijgevoegd als bijlage 2.

Evaluatie met externe partijen

Op 13 april 2021 heeft een evaluatie plaatsgevonden met de externe partijen die een grote mate van betrokkenheid hebben gehad bij de opzet van The Passion 2021. Vanuit de gemeente Roermond hebben de meest betrokken diensten aan de evaluatie deelgenomen.

De organisatie (Mediawater, omroepen, Mojo) geeft aan dat het een lange reis is geweest van bijna twee jaar en dat het werken met scenario's een uitdaging was. 2021 kon niet op de routine die in 10 jaar is opgebouwd. Maar iedereen is ontzettend tevreden en trots met/op het resultaat. De onzekerheid heeft lang boven de productie gehangen maar men is blij dat uiteindelijk de stap naar het gerealiseerde scenario is gezet. Men is heel tevreden over de uitermate coöperatieve samenwerking tussen alle betrokken partijen hetgeen als zeer prettig is ervaren. De gemeente had de noodzakelijke stukken en werkzaamheden altijd tijdig en op het afgesproken moment gereed. Omdat alles op een praktische manier werd opgelost en het gemakkelijk was om contact te krijgen en te houden is ook echt het gevoel van een teamprestatie ontstaan. Ook de samenwerking met ondernemers aan het plein was uiteindelijk heel goed. Tevreden is men ook over de ervaren gastvrijheid in de stad en over de inwoners en bezoekers die aanwijzingen altijd keurig opvolgden.

Qua kijkcijfers is men ook zeer tevreden, zeker gezien de concurrentie op de andere netten (er was op 1 april een kamerdebat over "de kwestie Omtzigt" en het vertrouwen in de Minister-President wat Live werd uitgezonden). De bijna 3 miljoen kijkers beschouwen ze als een groot succes en dat geldt ook voor de nr. 1 hit die Trijntje Oosterhuis scoort met een uitvoering van een nummer uit The Passion. Bij elkaar opgeteld beschouwen ze editie 2021 als de meest succesvolle editie van de afgelopen 10 jaar.

Het Munsterplein en de Munsterkerk waren een prachtig intiem decor waardoor het publiek niet werd gemist. Ze beschouwen de uitzending als één grote reclamespot voor de stad Roermond en dat is ook wat ze uit de rest van het land hebben teruggekregen als reactie.

Vanuit de organisatie wordt aangegeven dat ze het als een compliment aan iedereen beschouwen dat ze voor het eerst in 10 jaar The Passion geen inhoudelijke evaluatiepunten hebben om in te brengen.

Vanuit de brandweer wordt aangegeven dat de werkzaamheden dit jaar steeds minder werden. De gekozen opzet zorgde ervoor dat er geen grote problemen weer aan de orde waren en in geval van calamiteiten was de doorgang geborgd. Al met al was alles prima geregeld.

De Veiligheidsregio geeft aan dat er voldoende aandacht was voor en goed geluisterd is naar de adviezen en aanwijzingen van de veiligheidsdiensten en dat is als prettig ervaren. Het op

deze manier behandelen en benaderen van de grotere evenementen is als positief ervaren en willen ze graag op deze wijze continueren.

Vanuit de diverse gemeentelijke diensten komt het beeld naar voren dat iedereen trots is op hetgeen is neergezet en de wijze waarop alles is verlopen; zowel in de voorbereiding als in de uitvoering. Het aspect veiligheid heeft in beide edities veel aandacht gevraagd en gekregen en dat was terecht. Ook op dit onderdeel hebbend de investeringen vruchten afgeworpen.

De professionaliteit van de organisatie en de korte lijnen zijn als zeer prettig ervaren. Het afgelopen jaar veel op afstand en digitaal moeten werken dat maakt het niet altijd gemakkelijk, maar gebleken is ook dat het tijdens een enkele fysieke instructiebijeenkomst direct lastig was om aan de Coronamaatregelen te voldoen. Dit verdient blijvend de aandacht.

Overlast is tot een minimum beperkt gebleven. Geluid was geen probleem waarbij het helpt dat er goed contact is geweest met de omgeving. Tijdens de uitvoering van de productie zijn er twee klachten gekomen van inwoners die even niet naar hun woning konden of via een omweg naar de winkel moesten. Er is geen sprake geweest van verkeersoverlast. Tijdens de repetitie van de processie op dinsdag is er sprake geweest van wat “zoekverkeer” maar dit kan ook een gevolg zijn geweest van werkzaamheden aan de N280.

Ten aanzien van communicatie hebben we het centrale thema “Ik ben er voor jou” goed zichtbaar kunnen maken in de stad door dit met een campagne drie weken een boost te geven. De respons op de Come Together Boxen was geweldig.

Aan de voorkant waren er in de (social) media veel reacties over de kosten. Bij een goede analyse blijkt dat op social media om een relatief kleine groep te gaan. Tijdens en na de uitzending is de grote, stille meerderheid zich gaan uitspreken en is het negatieve sentiment overstemd.

Mensen die vooraf negatief waren roeren zich niet meer. 95% is positief en trots.

Conclusie

Geconcludeerd wordt dat The Passion 2021 op 1 april uitgezonden vanaf het Munsterplein in Roermond, hoewel uitgevoerd in een variant zonder publiek en voorbereid en georganiseerd onder bijzondere omstandigheden, aan de verwachtingen heeft voldaan en een aantal misschien wel heeft overtroffen. De uitzending is zeer goed ontvangen en kan beschouwd worden als een geweldige vorm van Roermond-promotie waarbij jammer genoeg het plukken van de economische vruchten nog even uitgesteld dient te worden.

Met de Come Together campagne is het thema “Ik ben er voor jou” op een mooie manier verbeeld en hebben Roermondenaren elkaar gesteund, bedankt en gecomplimenteerd wat de sociale interactie heeft bevorderd. Ook zijn er mooie verbindingen gelegd tussen onze sociale stad en onze economisch sterke stad.

Ten aanzien van de kosten is een prima resultaat geboekt door ruimschoots binnen het beschikbare budget te blijven. Roermond heeft zich van haar mooiste kant laten zien en getoond dat ze een event als The Passion aan kan, ook onder bijzondere omstandigheden.