

DE LEVENDIGE STAD

EVENEMENTENBELEID APELDOORN



Inhoud

1. Inleiding	2
2. Trends	3
3. Analyse Apeldoorn	4
4. Strategische doelen centraal	5
5. Citymarketing Evenementen	6
6. Topsport evenementen	7
7. Cultuur en evenementen	8
8. Betere Afstemming	9
9. Samenwerken en verbinden	11
10. Subsidie & financiën	13
11. Criteria	14

Deel: Dienstverlening, geluid en veiligheid

Deel: Locatieprofielen

1. Inleiding

1.1 Evenementen belangrijk

Evenementen zijn het visitekaartje van Apeldoorn en ommeland. Apeldoorn is een uitstekende woonplek voor jonge gezinnen, heeft een solide economie met een veelzijdig aanbod aan werkgelegenheid, en is de grootste stad van de Veluwe.

Apeldoorn heeft een uitgebreid vrijetijdsaanbod. Naast theater, film, eten en uitgaan, winkelen, sport en recreatie zijn er jaarlijks om en nabij de 550 evenementen als de allerkleinste ook worden meegeteld.

De bekendste Apeldoornse evenementen zijn het Drakenbootfestival, de Wandelvierdaagse, Lumido, Jazz in the Woods en het Bierfestival Bruisend Apeldoorn (evenementenonderzoek I&O Research, januari 2015)

Evenementen zorgen voor levendigheid en hebben economische en maatschappelijke betekenis. Evenementen dragen ertoe bij dat de stad aantrekkelijk is om in te wonen, te werken en te bezoeken. Daarbij leveren evenementen een positieve bijdrage aan het stadsimago. Daarom ondersteunt de gemeente Apeldoorn ongeveer eenderde van alle evenementen met subsidies. Tweederde draait op eigen kracht.

1.2 Bijstelling nodig

Uit recent onderzoek blijkt dat de publiekswaardering voor de meest bekende evenementen hoog is. Toch is het tijd voor een bijstelling van het evenementenbeleid.

Er zijn twee centrale aanleidingen voor bijstelling van het evenementenbeleid:

1. Er kan meer maatschappelijke en economische betekenis worden gehaald uit evenementen.
2. De coördinatie en samenhang van de evenementenkalender, subsidieverdeling, de dienstverlening en vergunningen kan worden verbeterd.

Deze nota biedt een analyse om te komen tot een optimaal evenementenklimaat, met oog voor balans tussen de lusten en de lasten.

Deze nota neemt als vertrekpunt het huidige evenementenbeleid, zoals dat wordt uitgevoerd door Stichting Apeldoorn Promotie, en sluit aan bij de ontwikkeling van de nieuwe citymarketingstrategie voor Apeldoorn en Topsport evenementen.

1.3 Dienstverlening, geluid en veiligheid

Naast de beleidsmatige aspecten gaan wij in het 2^e deel van deze nota meer specifiek in op dienstverlening, geluid en veiligheid in relatie tot (evenementen)vergunningen.

2. Trends

De trends in evenementenland laten twee grote ontwikkelingen zien: grotere invloed van kritisch publiek, en meer gebruik door de overheid van evenementen voor sociaal-, maatschappelijke, economische en marketing doeleinden.

Economisering

Steden zetten evenementen steeds meer in voor economische doelen en citymarketing. Dit, door de evenementen met grote economische en marketing effecten voorrang te geven. De (inter) nationaal bekende evenementen moeten meestal worden ingekocht.

Vermaatschappelijking

Festivals worden meer ingezet voor sociale cohesie in wijken en dorpen. Deze festivals worden vanuit de overheid gestimuleerd, maar door de wijkbewoners of verenigingen zelf georganiseerd.

Professionalisering

Er wordt meer verwacht van de professionaliteit van organisatoren als het gaat om veiligheid en sponsorwerving.

Festivallisering

Het podiumaanbod verschuift van de binnenpodia naar de grotere buitenpodia. Al

langere tijd groeien de buitenpop- en dancefestivals. Grote sportevenementen vinden spreiding ook buiten nationale grenzen of buiten de randstad.

Juridificering

Tot voor kort werden evenementenlocaties niet in het bestemmingsplan geregeld. Thans eist de jurisprudentie dat wel. Er is sprake van een toenemende juridificering.

Intimiteit

Binnen de grote festivals en binnen het totale aanbod ontstaan kleine plekken voor kleine programmering. Er worden steeds meer side-events georganiseerd. Dit, ter versterking en verankering van het grotere evenement, en de wens van het publiek dat specifiekere ervaring zoekt.

Nieuwe locaties

Er ontstaan steeds meer initiatieven op onbekende of ongewone terreinen. Dit speelt in op de wens van het publiek naar nieuwe vormen van beleving, maar ook door de evenementendruk op grotere locaties.

Social Media

Door de social media is het meer en meer mogelijk om de wensen van bezoekers te betrekken (crowdsourcing), bijvoorbeeld op het gebied van concept-ontwikkeling, de programmering en aanvullende

voorzieningen. Het gebruik van social media speelt ook een grote rol voor de promotie voor, tijdens en na evenementen.

Sponsoring

Sponsorship en merkverbinding van evenementen neemt een vlucht. Bedrijven zien steeds meer de marketingwaarde van evenementen. Dit, omdat evenementen en uiting van lifestyle nagenoeg één zijn.

Leeftijd

Er ontstaan meer evenementen voor senioren en kinderen, de leeftijdsgrens breekt aan twee kanten open. Evenementen spelen hierop in door service en comfort.

Kalender

Het zomerfestivalseizoen begint steeds vroeger, en er wordt meer ingezet op seizoensspreiding.

3. Analyse Apeldoorn

3.1 Wat gaat goed

Het gaat op vele gebieden goed met evenementen in Apeldoorn. Dit beeld wordt onder andere ondersteund door een onderzoek van I&O Research (januari 2015) over de publiekswaardering en het aanbod van evenementen in Apeldoorn.

Apeldoorn heeft een compleet en breed programma voor verschillende publieksgroepen. Het aantal grote, middelgrote en kleine evenementen zit rond de 550, dit is veel! Meer is niet nodig.

Wij kiezen nadrukkelijker voor kwaliteit en eigenheid boven kwantiteit.

Over het algemeen zijn bezoekers van evenementen in Apeldoorn tevreden over het totaalaanbod. Ook worden de evenementen zelf uitgesproken positief gewaardeerd.

De meerderheid van de inwoners en bezoekers vindt dat er genoeg voor alle leeftijden wordt georganiseerd. Voor het aanbod voor de leeftijdsgroep tussen 18 en 30 jaar zijn er wel wensen, en voor muziek- en culinaire evenementen bestaan er ook wensen. Er is veel initiatief en ondernemerschap voor evenementen in Apeldoorn. Apeldoorn kent

een bloeiend verenigingsleven en een sterke sociale samenhang. Daarnaast heeft Apeldoorn een groot aantal vrijwilligers en ondernemers die grote evenementen voor de stad organiseren. Het merendeel van de evenementen wordt geheel op eigen kracht en zonder gemeentelijke subsidie georganiseerd.

Er zijn meerdere evenementen met goede potentie om door te groeien naar evenementen met bovenlokale uitstraling.

Wij gaan de 'potentials' helpen bij doorgroei naar bovenlokale uitstraling.

De afstemming tussen Stichting Apeldoorn Promotie, organisatoren en de gemeente (vergunningen en subsidie) verloopt goed.

3.2 Wat kan beter

Er zijn ook duidelijke verbeteringen aan te wijzen voor bijstelling van het huidige evenementenbeleid. Evenementen worden onvoldoende scherp ingezet als stimulans voor maatschappelijk en economisch rendement en citymarketing, terwijl hier grote kansen voor zijn.

De gemeente stuurt met drie strategische doelen op een optimaal klimaat voor wonen, werken en recreëren. Extra accent wordt

gelegd op de binnenstad en duurzaamheid. Evenementen kunnen een belangrijke bijdrage leveren aan deze strategische doelen van Apeldoorn. Hier wordt op dit moment niet actief op gestuurd.

Er is onvoldoende monitoring en onderzoek vooraf, tijdens en na afloop van evenementen. Zeker voor grote evenementen, die apart worden ingekocht (bijvoorbeeld topsport) is het belangrijk om een goede analyse te hebben van potentiële kosten en maatschappelijke en economische baten. Dit is belangrijke strategische kennis voor beleid, programmering, evaluatie en bijstelling.

Er zijn veel evenementen, maar dit wordt onvoldoende regionaal en landelijk verkocht en de binding met de toeristische sector kan beter. Het publiek waardeert het aanbod, maar Apeldoorn weet het aanbod/zichzelf te weinig in de etalage te zetten. Een duidelijke marketingstrategie ontbreekt. En doorgroei van succesvolle evenementen naar grotere uitstraling wordt bemoeilijkt, want in de huidige subsidieverordening staat dat de subsidie in drie jaar moet worden afgebouwd.

Apeldoorn heeft vele organisatoren van evenementen, maar de samenwerking met en tussen andere stakeholders kan meer en beter. Er is nog weinig omvang van

ondersteuning voor sponsoring, evenementencoördinatie en marketing. Ook komt de samenwerking met (culturele) instellingen mondjesmaat tot stand.

Stichting Apeldoorn Promotie (evenementencoördinatie) heeft met relatief weinig mankracht, weinig middelen en weinig kader goede prestaties geleverd, maar is te klein en kwetsbaar om optimaal te presteren. De centrale advieskracht en overall-organisatie tussen de verschillende externe en interne gemeentelijke disciplines verdient verbetering. Er is sprake van late besluitvorming en het ontbreken van vaste organisatorische patronen, waardoor kansen voor synergievoordelen worden gemist.

Vanuit deze analyse pakken wij de volgende verbeterpunten op:

- *Strategische doelen centraal*
- *Verbinding met citymarketing*
- *Aandacht voor duurzaamheid*
- *Monitoring nodig*
- *Regionaal en nationaal in de etalage*
- *Doorgroei evenementen verbeteren*
- *Meer samenwerking nodig*
- *Kwetsbaarheid centrale advieskracht en evenementencoördinatie*

4. Strategische doelen centraal

4.1 Prioriteit

De strategische doelen van Apeldoorn rond wonen, werken en recreëren zijn er op gericht de aantrekkelijkheid van de gemeente voor inwoners, ondernemers en bezoekers te vergroten. Het evenementenbeleid stelt deze strategische doelen centraal en helpt bij het realiseren van de daaruit voortvloeiende opgaven.

Bij de subsidieverlening en opstellen Jaarkalender Evenementen wordt op deze doelen getoetst en geprioriteerd.

4.2 Onze opgave

Aan de drie strategische doelen zijn een aantal stevige opgaven verbonden. De opgaven zijn:

Comfortabele familie Stad (wonen)

- Het behouden van een levendige, plezierige, sociale omgeving voor de inwoners van Apeldoorn
- Vasthouden en aantrekken van jonge bewoners
- Vitaliteit dorpen en wijken behouden
- Het versterken van het culturele en sportieve klimaat

Ondernemende Stad (werken)

- Bedrijven en (de juiste) werknemers vasthouden en aantrekken
- Versterken van Apeldoorn als ondernemende stad

Toeristisch Toplandschap (recreëren)

- Het versterken van de toeristische aantrekkingskracht van Apeldoorn
- Het genereren van extra bestedingen voor de (binnen-)stad

Wij kiezen er voor evenementen te laten bijdragen aan het realiseren van de opgaven vanuit de drie strategische doelen.

Organisatoren moeten in hun plan aangeven hoe het evenement deze bijdrage levert. Bij de subsidieverlening en het opstellen van de Evenementen Jaarkalender wordt hierop getoetst en geprioriteerd. Hiermee wordt afscheid genomen van het systeem 'die het eerst komt het eerst maalt'.

4.3 Duurzame evenementen

Duurzaamheid is een belangrijke rode draad in het Apeldoornse strategische beleid. Daarom hebben wij de ambitie om de evenementen waar mogelijk te verduurzamen. Het verduurzamen van evenementen staat nog in de kinderschoenen. In 2016 willen wij samen

met alle relevante partijen de mogelijkheden voor verduurzamen verkennen en nader uitwerken.

Wij gaan samen met onze partners in 2016 de mogelijkheden tot verduurzamen in beeld brengen.

5. Citymarketing Evenement

5.1 Evenementen & citymarketing

Aan evenementen die sterk bijdragen aan het imago en positionering van Apeldoorn wordt de status Citymarketing Evenement toegekend. Deze evenementen hebben minimaal regionale focus en sluiten aan op tenminste één van onderstaande citymarketing thema's:

Thema: Actief & ontspannen recreëren

Apeldoorn als oase op de Veluwe, aandacht voor actief buitenleven, sportief en gezond ontspannen. Relatie (top-)sport, toeristische attracties en verblijfslocaties en de kwaliteiten van de stad Apeldoorn.

De verbinding natuur & cultuur is een kans met meer dynamiek/bruis in het imago van Apeldoorn, maar wel passend bij het DNA van de stad. Cultuur, Erfgoed, Koninklijk, gecombineerd met natuur en landschap.

Thema: Toepassingsgericht & vaardig werken

Apeldoorn als stad van hoogwaardige maakindustrie en toegepaste innovatie. (Inter)nationale topbedrijven & nieuwe ambachtelijkheid. Vakmanschap, dienstbaarheid en toepassingsgerichtheid staan centraal.

Thema: Groen en toegankelijk wonen

Apeldoorn als aantrekkelijke woonstad, waar ruim en groen wonen met stadsvoorzieningen (cultuur, onderwijs, zorg) mogelijk is. Daarnaast biedt Apeldoorn goede bereikbaarheid, volop werkgelegenheid en een prettige samenleving.

Evenementen die aansluiten bij de thema's van de citymarketingstrategie in relatie tot de strategische doelen krijgen de status Citymarketing Evenement.

5.2 Ondersteuning

Citymarketing Evenementen krijgen ondersteuning vanuit de Citymarketing met als doel:

- Meer regionale en (inter)nationale PR
- 'On brand' maken (side events, netwerkactiviteiten)
- Effect voor, tijdens en na het evenementen
- Fondsenwerving ter ondersteuning bestaande initiatieven en acquisitie ingekochte evenementen
- Doorgroei van succesvolle lokale evenementen naar nationale uitstraling
- Mogelijk maken van grote ingekochte evenementen met (inter)nationale uitstraling zoals Serieus Request, The Passion en WK atletiek.

Citymarketing Evenementen krijgen ondersteuning ter versterking van het imago en de positionering van Apeldoorn.

5.3 Citydressing

Citydressing is een effectief middel om de stad op de kaart te zetten. De uitstraling van de openbare ruimte is het visitekaartje van de stad. De zichtbaarheid van evenementen is daarin een belangrijke factor.

Apeldoorn heeft de ambitie om Citymarketing Evenementen beter zichtbaar te maken. Vooral als het gaat om de buitenschil van het stedelijk gebied en de toegang tot de stad.

In 2016 zal een plan voor citydressing worden uitgewerkt.

Wij kiezen voor citydressing bij Citymarketing Evenementen. In 2016 wordt hiervoor een plan uitgewerkt.

6. Topsport evenementen

6.1 Evenementen & topsport

Apeldoorn heeft uitstekende faciliteiten en een prima staat van dienst op het gebied van topsport. Apeldoorn zet zich de laatste jaren in om topsportevenementen te krijgen. In het bijzonder richt Apeldoorn zich op de kernsporten volleybal, (baan)wielrennen, indoor atletiek en tennis.

Voor de aansluiting met toerisme zijn er kansen op het gebied van topsportevenementen in relatie tot de buitensporten: fietsen (wielrennen, mountainbiken), wandelen en hippische sport.

Om de stroom op gang te houden is een goede acquisitie en per evenement een goede projectorganisatie nodig. Verder wordt bij de topsportevenementen steeds een passend breedtesport aanbod gezocht.

Omnisport draagt bij aan de topsport in Apeldoorn. Geconstateerd wordt dat de (topsport-)faciliteiten van Omnisport intensiever gebruikt kunnen worden.

6.2 Ook citymarketeing

Topsportevenementen dragen bij aan imago en positionering van Apeldoorn en hebben

daarom ook de status van Citymarketing Evenement, inclusief de daarbij behorende aanvullende ondersteuning vanuit de citymarketingorganisatie.

Deze aansluiting van Topsportevenementen op de Citymarketing wordt versterkt door de in paragraaf 6.3 genoemde beoordelingscriteria.

6.3 Meerwaarde topsport

Topsportevenementen moeten voldoende meerwaarde hebben. Aan de hand van onderstaande criteria wordt beoordeeld of er sprake kan zijn van een topsportevenement:

- Dragen bij aan het (top)sportklimaat van Apeldoorn.
- Richten zich op de kernsporten volleybal, (baan)wielrennen, indoor atletiek en tennis of op de buitensporten die toeristisch kansrijk zijn.
- Zijn gericht op het aantrekken van veel bezoekers.
- Hebben minimaal regionale focus.
- Sluiten aan bij de breedtesport (o.a. side-events).
- Passen bij de Citymarketingstrategie .

Wij kiezen er voor topsportevenementen te blijven inzetten ter versterking sportklimaat, imago en profilering van Apeldoorn. Daarbij ligt de focus op zowel de vier kernsporten als de buitensporten die aansluiten op het toeristische product van Apeldoorn.

7. Cultuur en evenementen

7.1 Evenementen & cultuur

Cultuurfestivals dragen in hoge mate bij aan bewonerstevredenheid (onderzoek Brand Consultancy, 2015) en imago en positionering van de stad. Het is mede daarom interessant om de kansen voor de verdere ontwikkeling van cultureel evenementenaanbod serieus te nemen. De buitenruimte is het grootste podium van de stad.

Evenementen en festivals zijn belangrijke publiekstrekkingen. Een belangrijke trend in cultuurland is de festivallisering van het aanbod. Buitenevenementen worden meer en meer bezocht.

7.2 Breed aanbod

In Apeldoorn is er een breed cultureel evenementenaanbod: bijvoorbeeld de Theaterstraat Ugchelen, de Culturele Pleinmarkt, programmering Muziektent Oranjepark, Theater op 't Zand, de Gelderse Muziekwinter, Kanaalconcerten, 4everGreen, Roots in the Woods, Jazz in the Woods, het Drakenbootfestival met popprogrammering, de Stationsdance en Summerlovers, de Open Monumentendag, enzomeer. Deze evenementen hebben vooral bereik bij inwoners van Apeldoorn & directe regio, maar nauwelijks daarbuiten.

De podia zijn met particuliere organisaties de belangrijkste organisatoren van evenementen. Stichting Gigant is het podium voor pop, dance en arthouse-film. Gigant is met de JT Bioscoop de verbinding van het Cultuurkwartier naar het uitgaansgebied, en is mede daarom van belang voor de levendigheid in de binnenstad. Gigant organiseerde met allerlei andere partners in 2014 voor de eerste maal het succesvolle evenement Stadsoase (relatief jong publiek, ouders met kinderen), helpt bij de inkoop van artiesten Drakenboot-festival en Roots in the Woods. Gigant is bezig 'Gigant-Events' op te zetten, voor programmering én verhuur van mens/materiaal.

Ook Orpheus levert een bijdrage aan het evenementenaanbod en zakelijke events. Orpheus is de grootste schouwburg in oostelijk Nederland. Daarnaast heeft Orpheus een groot netwerk van culturele producenten (effectief bij boekingen) en zeer veel know-how m.b.t. hospitality.

7.3 Potentie

De relatie cultuur en natuur heeft potentie. Voorbeelden hiervan zijn evenementen rond Paleis het Loo, Roots in the Woods, Theater op 't zand, openluchtbioscoop Berg&Bos. Ook de relatie met kunst en cultureel erfgoed biedt grote kansen. Zie Zwitsallocatie, Radio Kootwijk, Nettenfabriek (Triënnale 2007), de

kunstcollectie met meer dan 100 beelden in de openbare ruimte (vaak thematisch verbonden met natuur).

Voor openluchttheater is er veel ruimte, maar het aanbod hiervan is bescheiden. Wel valt op dat veel vernieuwing in het aanbod vanuit het culturele veld ontstaat. Zo is er De Lopende Band geweest op het Zwitsalterrein, een nieuw dance-event Zinloos, activiteiten rond het 2021 gebouw en nieuwe programmering op het Cultuurplein.

7.4 Een opgave

De kans van de buitenruimte als het grootste podium moet beter benut worden. Dit kan alleen door een steviger samenwerking tussen de culturele instellingen en vernieuwende cross-overs met andere sectoren.

Wij hebben de ambitie om ook culturele evenementen een belangrijke bijdrage te laten leveren aan het imago en positionering van Apeldoorn. Daarbij zal ook gebruik worden gemaakt van de potentie cultuur – natuur. Wij willen deze ambitie betrekken bij de ontwikkeling van onze nieuwe cultuurnota 2017-2020 die in 2016 wordt opgesteld.

Wij willen ook culturele evenementen een grotere bijdrage laten leveren aan imago en positionering van de stad.

8. Betere afstemming

8.1 Meer afstemming nodig.

Voor een effectief evenementenbeleid is een betere en tijdige afstemming tussen alle partijen nodig. Ook is er meer afstemming tussen de verschillende evenementen vereist. Twee instrumenten dienen hiervoor als basis.

Wij gaan voor betere afstemming met de partners uit de verschillende sectoren.

8.2 Strategisch Meerjaren Evenementen Programma

Wij kiezen voor een nieuw instrument en wel het Strategisch Meerjaren Evenementen Programma. Hierin formuleren gemeente, ondernemende, culturele, sportieve en onderwijs partners samen de strategische keuzes voor de komende jaren. Dat leidt tot een mede op basis van ondernemerschap samengesteld meerjarig programma van zowel ingekochte evenementen voor Citymarketing en Topsport als terugkerende Apeldoornse evenementen met grote promotionele waarde.

Het Strategisch Meerjaren Evenementen Programma maakt een evenwichtige en strategische lange termijn programmering mogelijk als samenwerkingsproduct van alle

relevante partijen. Daarmee is het ook de basis voor acquisitie en fondsenwerving zodat pro-actief en meer planmatig evenementen ingekocht kunnen worden op basis van vooraf verkregen steun vanuit sponsors. Ook krijgen daardoor de 'dragende' Apeldoornse evenementen meerjarige zekerheid waardoor het ook sponsors zich makkelijker aan een evenement kunnen binden.

Wij willen een grotere inbreng op de programmering van onze ondernemende partners en maatschappelijk partners in de stad. Daarom vervangen wij de ambtelijke advisering op de programmering door een 'Adviesgroep evenementen' samengesteld uit ondernemende, culturele, sportieve en onderwijs partners. Deze adviesgroep geeft economische en maatschappelijke input aan de coördinator evenementen t.b.v. de advisering en programmering.

Wij kiezen voor een strategische meerjaren programmering met een belangrijke rol voor onze ondernemende en maatschappelijke partners.

8.3 Jaarkalender evenementen

Het tweede instrument is de Jaarkalender Evenementen. Dit al bestaande instrument zal steviger dan tot nu toe worden gebruikt als

sturingsinstrument voor het realiseren van slimme verbindingen op inhoud, tijd & locatie tussen evenementen, attracties, binnenstad, cultuur, film, podia. Goede spreiding van soorten evenementen en het bundelen en schakelen als dit leidt tot meerwaarde voor het beoogde resultaat (kwaliteit, cross-overs, betere businesscase). Van de evenementencoördinatie wordt hierin een sterke regisserende rol verwacht.

Bij opstellen Jaarkalender Evenementen wordt naast uitstraling evenementen, bereiken doelgroepen en verantwoord gebruikt locaties, ook gekozen voor:

- Een helder onderscheid tussen zomer- en winterprogrammering.
- Kleine sfeerbepalend evenementen als randprogrammering

De Jaarkalender Evenementen gaan wij meer inzetten als sturingsinstrument. De evenementencoördinatie heeft een sterke regisserende rol om evenementen te verbinden en te versterken.

9. Samenwerken en verbinden

9.1 Integraal proces

Nieuw: de overall-coördinatie en samenwerking wordt verbeterd door invoering van een één-loket-systeem (één front-office) voor alle procedures en vragen van organisatoren. Deze wordt belegd bij de evenementencoördinatie.

Wij kiezen voor een integraal proces evenementen op basis van 1 loket principe.

9.2 Krachten bundelen

Omdat er lange tijd geen duidelijke (city)marketingstrategie voor Apeldoorn was, werd het goeds van de stad te weinig over het voetlicht gebracht. Daarbij kan er, gelet op de analyse uit het begin van deze nota, meer economisch en sociaal profijt gehaald worden uit evenementen.

Met relatief weinig mankracht en middelen presteert Stichting Apeldoorn Promotie naar beste kunnen. Tegelijkertijd heeft de stichting aangegeven dat er meer mogelijk is met evenementen en promotie. In het kader van de Citymarketing komt eind 2015 een organisatievoorstel waarin de krachten

worden gebundeld van evenementen, citymarketing en VVV/gastheerschap.

De activiteiten van deze nieuwe organisatie bestaan uit het opzetten van promotiecampagnes, sponsorstrategieën, het verzorgen van persbezoeken, het ondersteunen van Apeldoornse initiatieven, het ontwikkelen van de Evenementen Jaarkalender, adviseren op het gebied van de strategische meerjarenprogrammering, marketing en communicatie. De organisatie vervult een brugfunctie tussen overheid, de evenementensector, sponsors en publiek.

Deze activiteiten dragen bij aan de versterking van de stedelijke kwaliteiten op het gebied van sport en cultuur, economie, winkelen, horeca, toerisme en recreatie.

Wij kiezen voor bundelen van kracht door één organisatie voor Evenementen, VVV/gastheerschap en Citymarketing

9.3 Rolverdeling

De verantwoordelijkheden voor evenementen worden als volgt belegd:

Organisator

- Veiligheid bezoekers en omwonenden
- Communicatie, verkeer, overlastbeperking

Gemeente

- Toezicht veiligheid & vergunningen
- Gemeentecommunicatie
- Beheer openbare ruimte
- Evenementenbeleid
- Lobby, subsidieverlening/vaststelling
- Vaststellen Meerjaren Evenementen Programma
- Vaststellen Jaarkalender Evenementen

Evenementencoördinatie

- Coördinatie evenementenbeleid
- Ontwikkelen evenwichtige jaarkalender evenementen
- Professionalisering en verbetering kwaliteit aanbod
- Samenwerking stimuleren
- Advisering college B&W over evenementensubsidies, strategische programmering en jaarkalender
- Overall marketing & communicatie
- Advisering en ondersteuning citymarketing evenementen

Adviesgroep evenementen

- Adviseert de evenementencoördinator bij de uitvoering van het beleid m.b.t. subsidie, programmering en extra ondersteuning.

De gemeente is opdrachtgever voor het 'wat', de externe organisatie is verantwoordelijk voor het 'hoe'.

9.4 Monitoring nodig

Onderzoek helpt te bepalen of huidige of toekomstige evenementen veelbetekenend zijn voor Apeldoorn of dat kunnen worden.

Goed onderzoek vooraf, tijdens en na afloop geeft inzicht in de potentiële/daadwerkelijke publiekswaardering, de maatschappelijke en economische betekenis en de imagowaarde (het beoogd resultaat). Het levert belangrijke informatie voor de evaluatie en uit te voeren verbeterpunten.

Onderzoek kan ook helpen bij de prioritering binnen subsidieafwegingen, afwegingen rondom grote beeldbepalende evenementen, acquisitie en cofinanciering / sponsorwerving. Goed onderzoek verdient zichzelf terug.

Apeldoorn kiest er voor om evenementen regelmatig te monitoren. Daarbij is het belangrijk om meer samenwerking met onderwijsinstellingen rondom haalbaarheids- en effectonderzoek aan te gaan.

Evenementen worden periodiek onderzocht als basis van evaluatie en bijsturing en gaan daarbij samenwerken met het onderwijs..

9.5 Locatieprofielen

Locatieprofielen zijn de basis voor een goede samenwerking met zowel organisatoren als omwonenden. Het leidt tot een meer passende evenementenprogrammering in de buitenruimte, meer variatie in het aanbod, een omgevingsbelasting die aansluit bij het karakter van de locatie en het bevorderen van veiligheid en bereikbaarheid.

Deze profielen houden rekening met de fysieke omstandigheden van de locatie, het akoestisch profiel, de nabijheid van woningen of andere voorzieningen, de aanwezigheid van kwetsbare natuur, et cetera. In het profiel wordt ook rekening gehouden met het aantal en het type evenementen, de duur of het aantal tussenliggende dagen. Ook worden in het profiel regels opgenomen rondom geluidstechniek, opstelling van podia en afstemming van muziekinstallaties.

De profielen zijn zo opgesteld dat ze ook behulpzaam zijn aan de organisatoren van evenementen en vooraf helderheid bieden aan omwonenden. De locatieprofielen zijn uitgewerkt in het 'Vergunningen en procedures' deel van deze nota.

Wij willen een transparant evenwicht tussen levendigheid en leefbaarheid door het vaststellen van locatieprofielen.

10. Subsidie & financiën

10.1 Vernieuwing stimuleren

Met subsidie voor maximaal 3 jaar worden nieuwe innovatieve, creatieve, kleinschalige evenementen ondersteund. In deze experimentele fase hoeft niet aan alle criteria te worden voldaan. Deze vernieuwende evenementen kunnen eventueel uitgroeien naar een regulier evenement.

10.2 Continuïteit borgen

Voor de overige evenementen wordt de maximale subsidietermijn van 3 jaren losgelaten. De prioriteit wordt gelegd op initiatief en/of aanbod dat in hoge mate aansluit bij de strategische doelen en/of aanbod dat zeer waardevol is voor de Citymarketing.

10.3 Werkwijze subsidiering

Jaarlijks is er voor de reguliere evenementen ongeveer € 300.000,- beschikbaar. De werkwijze voor de verdeling van dit evenementenbudget is als volgt:

- Het college stelt jaarlijks het subsidieplafond vast.
- De aanvragen worden ingediend bij de evenementencoördinatie en om advies voorgelegd aan de 'Adviesgroep Evenementen' waarin vertegenwoordigd

zijn de sectoren ondernemen, cultuur, sport, onderwijs en citymarketing.

- De 'Adviesgroep Evenementen' adviseert op basis van de doelen uit dit beleid en de criteria van de subsidieverordening.
- Dit leidt tot een definitief advies aan het college voor de verdeling van het evenementenbudget en de evenementen jaarkalender.
- Dit gebeurt in twee rondes voor periodes 1 januari tot 1 juli en 1 juli tot 1 januari.
- Het college stelt op basis van dit advies de subsidiebedragen en de Jaarkalender Evenementen vast.

Wij willen vernieuwende evenementen stimuleren (maximaal 3 jaar)

Wij kiezen bij de overige evenementen voor continuïteit en schaffen daarom hiervoor maximale subsidietermijn van 3 jaar af.

Ambtelijke advisering bij subsidiering en programmering wordt vervangen door 'Adviesgroep Evenementen' met stakeholders

10.4 Beschikbaar budget

Hoewel het overgrote deel van de kosten voor evenementen worden betaald door sponsoren is gemeentelijk budget voor subsidie en inkoop/acquisitie onmisbaar. Hiervoor is thans het volgende budget beschikbaar:

Subsidiebudget	€ 300.000,--
Topsportevenementen	€ 200.000,--
Inkoop grote evenementen	€ 0,--

Het subsidiebudget van € 300.000,-- is vergeleken met andere gemeenten zoals Arnhem laag. Maar gezien de huidige beperkte financiële mogelijkheden kiezen wij er voor dit budget nu niet te verhogen. Zodra de begrotingspositie van Apeldoorn is verbeterd zal dit uitgangspunt worden heroverwogen.

Het budget voor topsport is voldoende om regelmatig in Apeldoorn een evenement met (inter)nationale uitrustings te organiseren.

Nieuw budget nodig

Toch is er meer budget nodig. Naast beter vermarkten en meer monitoring is er budget nodig voor de Apeldoornse ambitie regelmatig grote evenementen met nationale uitstraling zoals Serious Request te organiseren. Om dit te kunnen realiseren is een budget nodig van € per jaar.

Er is een extra budget nodig van €-

11. Criteria

In dit hoofdstuk staan de criteria waaraan bij de uitvoering wordt getoetst. Er is niet gekozen voor een strak keurslijf van gedetailleerde criteria maar voor hoofdlijnen op basis van doelen. Daardoor blijft er voldoende ruimte voor een evenwichtige en afgewogen toetsing door de coördinator evenementen in samenspraak met de 'Adviesgroep Evenementen' waarin onze (ondernemende) partners vertegenwoordigd zijn.

Met uitzondering van de citymarketing-, topsport- en vernieuwende evenementen worden de plannen ten behoeve van de subsidieverlening en opstellen Jaarkalender Evenementen getoetst aan onderstaande criteria.

Het evenement:

- Sluit aan bij de strategische doelen, bijbehorende thematiek en doelgroepen.
- Past in evenwichtige Jaarkalender Evenementen in tijd, doelgroep, soort en locatie
- Is voor iedereen toegankelijk

De organisator:

- Is een rechts- of natuurlijke persoon

- Beschikt over de vereiste vergunning(en)/ontheffing(en) voor het evenement

De begroting:

- Is transparant en kostenefficiënt opgesteld. Duidelijk moet zijn welke opbrengsten (ook van andere financiers) en uitgaven het evenement met zich meebrengt.
- Laat duidelijk blijken dat er een financiële noodzaak tot een subsidieaanvraag is.
- Laat zien dat ten minste 60% van de inkomsten uit andere bronnen dan de aangevraagde subsidie wordt gehaald.

Meerwaarde:

Het evenement heeft meerwaarde voor tenminste voor één van de volgende doelen:

- Promotie en positionering Apeldoorn (media aandacht tenminste regionaal bij voorkeur (inter)nationaal.
- Grote bezoekersaantallen (verbinden met binnenstad).
- Hoger bestedingspatroon bezoekers (voorkeur meerdaagse evenementen)
- Aantoonbare maatschappelijk en/of economische rendement.
- Bevorderen participatie & cohesie (ook op buurtniveau).
- Hoge bezoekerstevredenheid.
- Gastvrijheid & randprogramma ter versterking van een groter evenement.

Samenwerking:

- Het evenement is gericht op samenwerking met andere organisaties/ondernemers, daar waar dit inhoudelijk of voor de Jaarkalender Evenementen meerwaarde biedt.

Stimuleren:

- **Potentials stimuleren**
Op voordracht van Coördinator Evenementen kunnen evenementen aangewezen worden als 'potential'. Dit zijn evenementen met de potentie door te groeien naar bovenlokale uitstraling. Aan 'potentials' kan tijdelijk extra ondersteuning worden gegeven in natura en/of financieel.
- **Vernieuwing stimuleren**
Nieuwe innovatieve, creatieve, kleinschalige evenementen kunnen op voordracht van Coördinator Evenementen voor maximaal 3 jaar worden gesubsidieerd en/of in natura ondersteund.

Dienstverlening, geluid en veiligheid

PM