

Beleidsregel van de gemeenteraad van de gemeente Harderwijk houdende regels omtrent evenementen

Hoofdstuk 1: Inleiding

1.1 Introductie

Harderwijk is een toeristische trekpleister op de Veluwe en aan de Randmeren. Naast het Dolfinarium, de historische Hanzestad, de podiumkunsten, het bioscoop, diverse winkels, een uitgebreid aanbod aan horeca, een belangrijke haven aan de Randmeren en diverse recreatiemogelijkheden worden er jaarlijks circa 90 evenementen georganiseerd dankzij de inzet van veel vrijwilligers. De bekendste Harderwijkse evenementen zijn de Aaltjesdagen, Harderwijk Winterstad, Harderwijk Live, Lalaland en Veluwade.

In de stad wordt onderkend dat evenementen belangrijk zijn voor de economie en het imago (marketing) van Harderwijk. Behalve de economische effecten blijken ook de sociaal-maatschappelijke effecten essentieel. Evenementen vergroten de aantrekkingskracht van Harderwijk en zorgen voor levendigheid in de stad. De afgelopen jaren vonden in Harderwijk diverse ontwikkelingen plaats op het gebied van evenementen, zoals een toename van het aantal evenementen en een clustering van evenementen in de winterperiode.

De laatste nota evenementenbeleid dateert van 2008 ('Samen aan de slag met een aantrekkelijke evenementenbeleid'). Sindsdien is er veel veranderd in de verhoudingen tussen de overheid en de maatschappij. Het initiatief ligt nu meer bij de inwoners en ondernemers. De rol van de overheid bestaat voornamelijk uit stimuleren, faciliteren en reguleren. In het kader van deze nieuwe verhoudingen is een nieuw evenementenbeleid nodig.

Met dit nieuwe beleid willen wij werken aan een nog betere positionering van Harderwijk als regionale en (inter)nationale toeristische trekker (met internationaal bedoelen we met name bezoekers uit de buurlanden). Naast het evenementenbeleid werken we op dit moment ook aan andere projecten die bijdragen aan het profiel van Harderwijk. Deze projecten zijn:

- 'Stad als podium' (invulling van de podiumkunsten in Harderwijk)
- 'Visie op een andere binnenstad' (invulling en functies van de binnenstad)
- 'Visie over Harderwijk Hanzestad' (in ontwikkeling)

Bij het opstellen van het evenementenbeleid zoeken we afstemming met de bovengenoemde beleidsstukken (zie ook bijlage 1).

1.2 Het belang van evenementen

De laatste jaren zien we een groei van het aantal evenementen in Harderwijk: van 57 in 2009 naar 90 in 2016 (volgens de gemeentelijke evenementenkalender: http://www.harderwijk.nl/vrije-tijd/evenementen_3133/kalender/2016/10/). De is vooral te merken in de binnenstad van Harderwijk. Naast de traditionele evenementen zoals de Aaltjesdagen, Sinterklaasintocht, de Halve Marathon, Harderwijk live, UIT Harderwijk, Veluwade en diverse rommelmarkten zijn er de laatste jaren veel nieuwe evenementen

bijgekomen, zoals Lalaland festival¹, Blije Bietjes, Culihippen, Lichtfestival WAUW, Donkere Dagen Festival, het Podiumspektakel en Harderwijk Winterstad (cluster van evenementen in de winter).

Wat opvalt is dat meeste evenementen met ruim voldoende commitment zijn georganiseerd. Ze zijn niet achter een ambtelijk bureau bedacht, maar zijn ontstaan uit een enthousiast initiatief van een liefhebber, vaak eigenzinnig en gebruikmakend van de ruimtelijke kwaliteiten. Evenementen zoals Lalaland, het Donkere Dagen Festival, het Podiumspektakel en andere culturele evenementen dragen bij aan de ontwikkeling en het in stand houden van het culturele klimaat in de stad. Deze evenementen zijn daarom van belang voor cultuurdeelname van de inwoners en de verbreding daarvan. Sportevenementen zijn daarnaast van groot belang voor de sportdeelname in Harderwijk.

Verder hebben evenementen een belangrijke economische betekenis voor de stad. Een groot aantal bedrijven, stichtingen en verenigingen houdt zich bezig met het organiseren van evenementen en

1) Festival: een georganiseerde, tijdelijke gebeurtenis, bijgewoond door een verzameling mensen, die zich daarvoor binnen of buiten op een terrein bevindt of beweegt. Een festival kenmerkt zich doordat een aantal (tenminste twee) evenementenvormen, zoals een voorstelling, markt en een optocht - opeenvolgend en/of gelijktijdig - onder één noemer worden gepresenteerd (www.repons.nl). Festival en evenement wordt vaak synoniem gebruikt.



trekken daarmee bezoekers naar de stad die vervolgens geld uitgeven en koopkracht toevoegen. Dit levert een economische spin-off voor de stad.

Tot slot kunnen evenementen in het algemeen bijdragen aan het (positieve) imago en de aantrekkingskracht van de stad, bijvoorbeeld voor het vestigingsbeleid van bedrijven en instellingen.

Landelijke ontwikkelingen op het gebied van evenementen

Evenementen worden steeds belangrijker voor het imago van de stad. Landelijk neemt het aantal evenementen toe. Vanuit een onderzoek van Respons voor het *Tendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2015* blijkt dat er in 2014 een landelijke stijging was van 5,6% ten opzichte van 2013. Vooral het aantal festivals nam snel toe. Landelijk telde Respons 801 festivals (2014). Deze trokken gezamenlijk 14,3 miljoen bezoekers. Met een gemiddelde entreprijs van € 23 namen de bestedingen van de bezoekers toe met € 445 miljoen. De bijdragen vanuit rijk, provincies en gemeenten gingen omhoog naar € 44,3 miljoen euro. De bruto recettes stegen met 7,2% tot € 178 miljoen. Evenementen ontvingen de meeste publieke bijdragen vanuit de lokale overheid (€ 24,9 miljoen euro). De private bijdragen kwamen voor het grootste deel van bedrijven en instanties (€ 21,2 miljoen). In 2014 waren de grootste sponsors Jupiler, Heineken, Grolsch, Coca-Cola en Bavaria.

1.3 Tegenstrijdige belangen

Evenementen kunnen echter ook (over)last veroorzaken voor bewoners en ondernemers: (over)last die voortkomt uit geluidshinder, invloed op de bereikbaarheid van woning of bedrijf, parkeeroverlast door wegafzettingen, maar ook op vervuiling van de openbare ruimte. Woningen, winkels en horeca bepalen in grote mate het stadsbeeld van Harderwijk. De belangen die hiermee samenhangen, en waar met name in de binnenstad sprake van is, zijn onder andere de volgende:

- horecabedrijven en een deel van de winkeliers hebben baat bij evenementen die meer bezoekers trekken, maar zij willen bovenal een goede bereikbaarheid;
- bewoners en omwonenden willen een leefbaar woonklimaat, maar kiezen er ook voor om in een bruisende binnenstad te wonen;
- de gemeente Harderwijk hecht veel waarde aan een positieve uitstraling en aantrekkingskracht van de binnenstad, waarbij evenementen een grote rol spelen, maar vindt de leefbaarheid van de stad ook van groot belang;
- de gemeente Harderwijk hecht belang aan een veelzijdig aanbod van evenementen die het profiel van de stad versterken en ook de cohesie bevorderen, maar wil ook veilige evenementen die voldoen aan alle regels.

1.4 Proces

Deze nota is opgesteld in samenwerking met evenementenorganisatoren en ambtenaren vanuit de betrokken beleidsvelden (cultuur, verkeer, vergunningverlening). Er zijn in het voorjaar 2016 twee bijeenkomsten georganiseerd met een werkgroep waar de wensen en ideeën van de organisatoren en de ambtenaren zijn geïnventariseerd. Bij het opstellen van de concept-nota is zoveel mogelijk rekening gehouden met deze inbreng. De concept-nota is vervolgens gedeeld met de werkgroep en de deelnemers konden hun reacties geven.

Als aanvullende input op deze nota is een rapport opgesteld door Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd waarin een analyse is gemaakt van vraag en aanbod van evenementen en waarin een advies is gegeven over kansrijke ontwikkelrichtingen².

1.5 Leeswijzer

Hoofdstuk 1 geeft inzicht over het belang van evenementen en het proces van dat voorafgaand is gegaan aan het maken van deze nota. In hoofdstuk 2 is de huidige situatie op gebied van evenementen in Harderwijk weergegeven. Ook is er een SWOT analyse gemaakt. In hoofdstuk 3 zijn de ambities en de doelstellingen van de stad gepresenteerd. Op basis hiervan en de bevindingen van de SWOT analyse zijn ook de strategische keuzes gemaakt. Hoofdstuk 4 gaat op de uitvoering in. De belangrijkste punten zijn hier uitgewerkt. Aansluitend hierop volgt een actieprogramma. In de bijlagen is de relevante achtergrond informatie te vinden zoals trends en ontwikkelingen, toelichting op leefstijlen, meest gebruikte locaties voor evenementen in Harderwijk, etc.

2) Bron: rapport 'Kleur bekennen voor het Harderwijkse evenementenbeleid'. Het rapport is te downloaden op de gemeentelijke website: <http://www.harderwijk.nl/vrije-tijd>



Hoofdstuk 2: Het evenementenaanbod van Harderwijk

In dit hoofdstuk definiëren wij wat een evenement is, geven wij een overzicht van het huidige evenementenaanbod en maken wij een analyse van de sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen (SWOT-analyse) van het huidige aanbod.

2.1 Definitie evenement en huidige situatie

In het evenementenbeleid hanteren wij de volgende definitie:

“Evenementen zijn publiektoegankelijke (kosteloos dan wel tegen betaling), speciaal georganiseerde gebeurtenissen van recreatieve en/of toeristische aard en met een tijdelijk karakter, die van lokale, regionale of (inter)nationale betekenis zijn en die georganiseerd worden voor een relatief groot aantal bezoekers”

De definitie wijkt af van de definitie in de Algemene Plaatselijke Verordening (APV, art. 2:24). Deze veel ruimere definitie is als volgt: het geheel van activiteiten dat plaatsvindt bij elke voor publiek toegankelijke verrichting van vermaak (zie voor de uitgebreide definitie bijlage 2). Deze definitie in de APV heeft een juridische insteek (wetgevende regeling op gemeentelijk niveau) met als doel de gemeente netjes en leefbaar te houden voor iedereen. Het evenementenbeleid en de daarin gehanteerde definitie van evenementen heeft andere doelstellingen, zoals economische, promotionele en/of sociaal-maatschappelijke doelen (zie verder hoofdstuk 3, doelstellingen van het evenementenbeleid).

Huidige situatie

Volgens de evenementenkalender van de gemeente Harderwijk vinden in 2016 binnen de gemeente 90 evenementen plaats (zie http://www.harderwijk.nl/vrije-tijd/evenementen_3133/kalender/2016/10/).

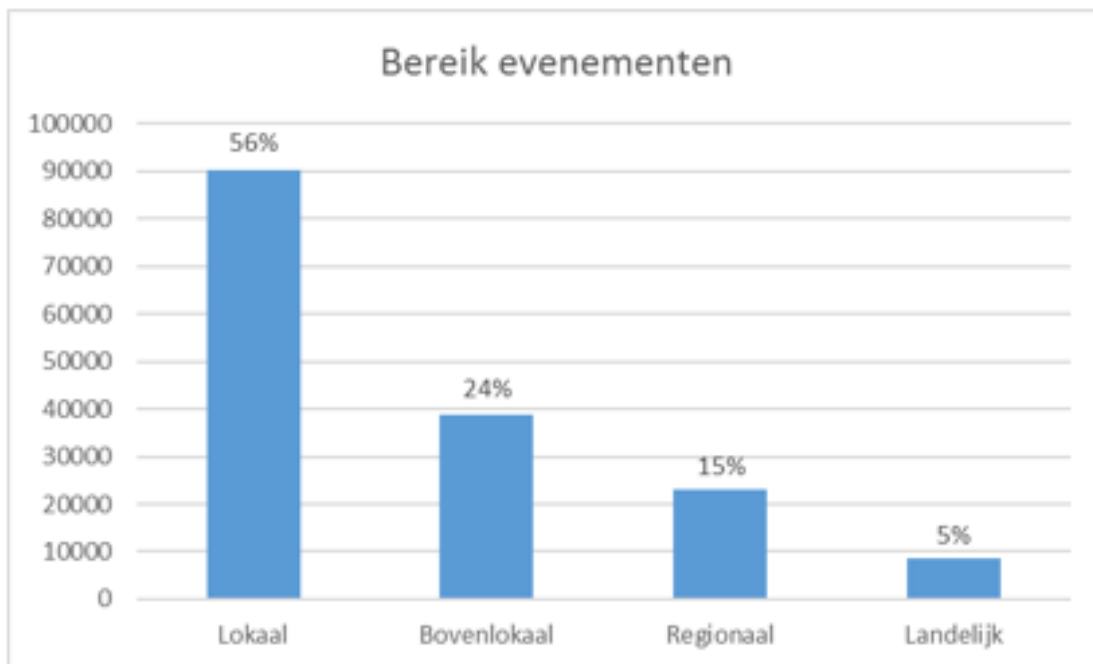
In het rapport ‘Kleur bekennen voor het Harderwijkse evenementenbeleid’ (zie ook bijlage 1 en bijlage 3 voor uitleg van de leefstijlen) is het aanbod van evenementen onderzocht. Er is gewerkt met een representatieve steekproef van 45 evenementen (betreft een indicatie, cijfers, bereik), waaronder de Aaltjesdagen, Lalaland Festival, Harderwijk Live en Harderwijk Winterstad. Daarin is ook een selectie van kleinere en middelgrote evenementen meegenomen. In dit nieuwe evenementenbeleid werken we met deze steekproef.

De top 5 evenementen in Harderwijk (op basis van bezoekersaantallen) zijn:

1. Aaltjesdagen – 50.000 bezoekers
2. Harderwijk Winterstad – 39.250 bezoekers³ (dit is exclusief de intocht van Sinterklaas die ook in deze periode plaatsvindt en circa 15.000 bezoekers trekt)
3. Harderwijk Live – 20.000 bezoekers
4. Lalaland festival – 12.000 bezoekers
5. Veluwade – 8.000 bezoekers

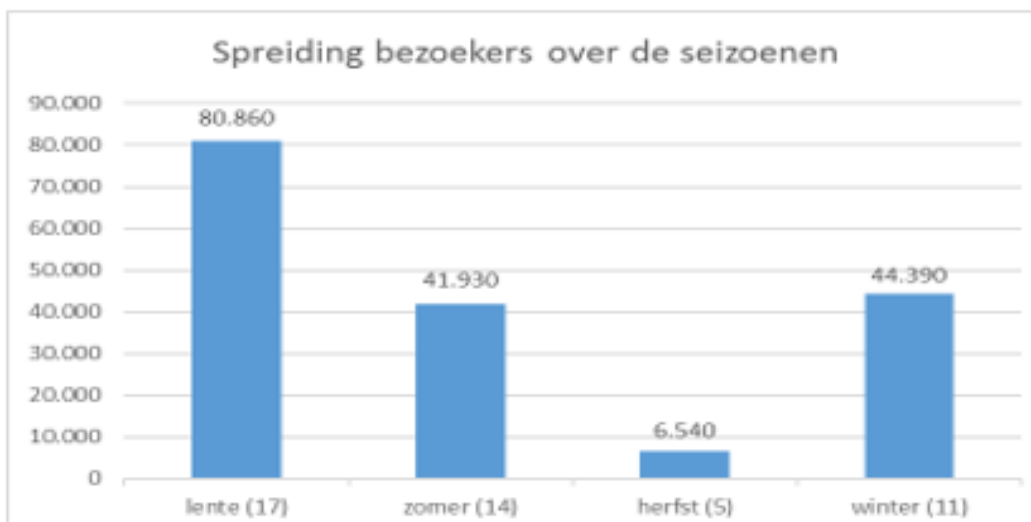
Uit het rapport blijkt dat meer dan de helft van de evenementen in Harderwijk georganiseerd wordt voor de lokale bezoeker. De meeste bezoekers komen voor muziek- en culturele festivals en thema-evenementen.

3) Harderwijk Winterstad is een paraplu voor diverse evenementen in de wintermaanden en is mede tot stand gekomen dankzij de financiële ondersteuning van de provincie Gelderland.



Er is ook geïnventariseerd voor welke type bewoners en bezoekers (op basis van leefstijlen, zie voor uitleg leefstijlen bijlage 3) de evenementen in Harderwijk aantrekkelijk zijn. Daaruit blijkt dat er voor de leefstijlen 'Creatief en inspirerend rood' en 'Uitbundig geel' een goed aanbod is. Voor de 'gele leefstijl' zijn thema-evenementen voor de hele gezin geschikt, sportieve evenementen en activiteiten die zich richten op entertainment, muziek en cultuur. Voor de 'rode leefstijl' is er ook een aantrekkelijk aanbod van inspirerende, kleinschalige, niet-commerciële en vernieuwende evenementen. Voor de leefstijlen 'Stijlvol en luxe blauw', 'Ondernemend paars' en 'Ingetogen aqua' is het aanbod onvoldoende. Hier liggen kansen voor nieuwe evenementen.

Verder is gekeken naar de spreiding van de bezoekers van evenementen over de seizoenen van het jaar. Hieruit blijkt dat de meeste bezoekers in de lente komen, gevolgd door de winter. Het kleinste aantal bezoekers komt in de herfst naar Harderwijk.



2.2 SWOT-analyse

In Harderwijk worden talloze evenementen georganiseerd. Er zijn veel vrijwilligers en verschillende profit- en non-profit organisaties bij betrokken. Harderwijkse evenementen trekken ook veel bezoekers uit andere steden, maar er is ruimte voor verdere ontwikkeling en een nog betere positionering, ook in het licht van een snel toenemende concurrentie tussen steden.

In dit hoofdstuk maken wij een analyse van de sterke en zwakke punten van evenementen in Harderwijk en de kansen en bedreigingen. De analyse is opgesteld op basis van bijeenkomsten met de evenementenorganisatoren en bronnen over trends en ontwikkelingen in de evenementensector.

Sterkten

- Evenementen en festivals in Harderwijk versterken de sociale cohesie en de trots van de bewoners, en brengen kunst, innovatie en cultuur dicht bij de bewoners en bezoekers.
- Evenementen en festivals kunnen het beeld van de stad positief versterken wat invloed kan hebben op de keuze om in Harderwijk te wonen, werken en recreëren.
- Festival Lalaland (sinds 2012) en het Blije Bietjes festival (sinds 2015) bieden een vernieuwend en interessant aanbod en trekken steeds meer bezoekers.
- In Harderwijk is er een breed scala van evenementen voor verschillende doelgroepen. De veelzijdigheid van het aanbod is de kracht van Harderwijk.
- Harderwijk is rijk aan verenigingen, evenementenorganisaties en vrijwilligers die veel activiteiten en evenementen organiseren.
- De organisatoren weten elkaar steeds beter te vinden en te versterken (bijvoorbeeld Winterstad).
- Veel evenementenorganisatoren zijn ambitieus: ze willen hun evenement naar een hoger kwaliteitsniveau brengen, van een eendaags een meerdaags evenement maken en nieuwe doelgroepen aanboren (onder andere Aaltjesdagen, Sinterklaasintocht).
- De gemeente staat open voor nieuwe initiatieven en laat een proactieve houding zien.
- De gemeente ondersteunt evenementen niet alleen met subsidies, maar ook in faciliterende zin door bijvoorbeeld kosteloos hekken te leveren, locaties schoon te maken, stroomkasten op locaties te plaatsen en uren in te zetten voor ondersteuning bij het organiseren van het evenement.

Zwakten

- In het voorjaar en het begin van de zomer zijn er veel evenementen waaronder de grootste en ook veel kleine evenementen. Ieder evenement staat vooral op zichzelf en zet nog weinig in op samenwerking.
- Volgens de analyse van Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd is de vraag- en aanbodverhouding van evenementen in Harderwijk nog niet in balans. Voor de 'gele' en de 'rode' doelgroep is het aanbod voldoende. Voor de overige doelgroepen is het aanbod nog beperkt.
- De (financiële) continuïteit voor beeldbepalende evenementen is niet geborgd.
- De criteria bij het verlenen van evenementensubsidies zijn op dit moment technisch van aard waardoor de inhoudelijke bijdrage van het evenement onderbelicht blijft.
- De evenementen worden op dit moment onvoldoende gepromoot, met name buiten Harderwijk.
- Het evenementenaanbod van Harderwijk wordt nog te weinig onder de aandacht gebracht van het toeristische bedrijfsleven zoals hotels, recreatieparken, etc.
- Sommige organisatoren van evenementen missen kennis en ervaring met betrekking tot de verdere professionalisering van hun evenement. Ook missen sommigen het benodigde netwerk.
- De evenementenorganisatoren geven aan dat bij de vergunningverlening en het overleg tussen de hulpdiensten en de organisatoren nog ruimte is voor verbetering.
- Er ontbreekt een coördinatie/verbindingpunt om samenwerkingen te faciliteren tussen evenementenorganisatoren en andere partners.
- Er zijn onvoldoende evenemententerreinen met de benodigde faciliteiten.
- Er zijn op dit moment geen locatieprofielen voor de verschillende evenemententerreinen⁴. Dat maakt het proces van vergunningverlening voor alle betrokkenen ingewikkeld(er).

Kansen

- Er zijn diverse ontwikkelingen in de stad, zoals het project Waterfront, de 'Visie op een andere binnenstad' en 'Stad als podium'. Door het project Waterfront ontstaan er meer mogelijkheden voor evenementen op en aan het water. De 'Visie op een andere binnenstad' bevordert de samenwerking van alle betrokken partijen in de binnenstad waardoor evenementen verder versterkt kunnen worden.
- Sinds begin 2015 heeft de stichting Verhaal van de Stad de toeristische promotie van Harderwijk opgestart onder de naam 'Heerlijk Harderwijk'. De samenwerking met de stichting biedt ook voor evenementen kansen om een breder publiek te bereiken.
- Duurzaamheid speelt in de maatschappij steeds grotere rol. Ook de gemeente Harderwijk heeft hiervoor beleid opgesteld met als doel de CO2 uitstoot in 2031 te verminderen met 45%. Ook evenementen kunnen daaraan een bijdragen leveren en zich daarmee profileren.
- In Harderwijk is nog ruimte voor nieuwe evenementen, met name in de tweede helft van de zomer en de herfst.

4) Een uitzondering hierop is de Parkweg waar jaarlijks zes evenementen gehouden mogen worden.



- Na het succes van de landelijke intocht van Sinterklaas in 2009 is het gemeentebestuur van overtuigd dat een landelijk evenement kansen biedt om nog meer bezoekers naar Harderwijk te trekken en Harderwijk te profileren als een aantrekkelijke toeristische stad.
- Het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC) introduceerde in 2016 de campagne 'Holland City' om de internationale bezoekers kennis te laten maken met Nederland. 'Holland City' bestaat uit denkbeeldige metrolijnen door heel Nederland. Harderwijk ligt aan de Hanzelijn, de culinaire lijn en Mondriaan to Dutch Design lijn. Dat biedt kansen om meer buitenlandse bezoekers naar Harderwijk en de Harderwijkse evenementen te trekken.
- Op landelijk niveau is er sprake van een groeiend bezoekersaantal aan evenementen. Dit biedt mogelijk ook kansen voor de evenementen in Harderwijk.
- Het publiek is steeds veeleisender en is op zoek naar bijzondere, authentieke en betekenisvolle ervaringen. Daarvoor is men in toenemende mate bereid te reizen.
- Er liggen kansen voor nieuwe evenementen voor de leefstijlen 'Stijlvol en luxe blauw', 'Ondernemend paars' en 'Ingetogen aqua'.

Bedreigingen

- De financiële positie van de meeste evenementen in Harderwijk is niet sterk (afhankelijkheid van overheidssubsidies, giften en sponsors). Ook kunnen hogere eisen van de overheid aan de evenementen organisaties (bijvoorbeeld op gebied van veiligheid) een bedreiging vormen.
- Door de groei van het aantal evenementen en de veranderende functies in de binnenstad van Harderwijk zal er meer rekening gehouden moeten worden met de verschillende belangen.
- Het aantal evenementen op landelijk niveau neemt toe. Dat heeft een toenemende concurrentie tussen de steden als gevolg.
- Het publiek verandert continu van omvang, samenstelling en behoeftes. Het is belangrijk om daarop in te blijven spelen.
- Door ernstige incidenten zoals in Hardenberg worden de veiligheidseisen strenger. Dat legt meer druk op de evenementenorganisatoren.

Hoofdstuk 3 Ambitie en doelstellingen

Harderwijk is een stad met een en veelzijdig aanbod van evenementen. De evenementen worden gedragen door de Harderwijkers en vertellen het verhaal van Harderwijk⁵.

Harderwijk wordt op regionaal en nationaal niveau bekend gemaakt als een dynamische, middelgrote, culinaire Hanzestad met een historische binnenstad aan het water, met de Veluwe als achtertuin en het Dolfinarium als nationaal bekende attractie die zich in de toekomst meer ontwikkelt in de richting van een waterpark. De evenementen profileren Harderwijk regionaal en (inter)nationaal als stad met een veelzijdig aanbod waar het prettig wonen, werken en verblijven is.

3.1 Ambitie van de stad

In de afgelopen jaren zijn gemeentelijke plannen ontwikkeld die gericht zijn op het verbeteren van de kwaliteit van het leven in de stad en deze kwaliteit van leven beter onder de aandacht te brengen bij een regionaal en (inter)nationaal publiek (betere positionering van Harderwijk).

In de Stadsvisie 2031, het coalitieakkoord en het collegeprogramma 'Vernieuwing door verandering 2014-2018' zijn voor evenementen de volgende uitgangspunten geformuleerd:

- Evenementen zijn belangrijk voor een sterke toeristische sector. Er wordt ingezet op een samenwerking met en tussen evenementenorganisaties. Evenementen moeten uitgroeien tot gebeurtenissen met (boven)regionale, landelijke en internationale bekendheid.
- Er is een wil om meer nadruk te leggen op de kwaliteit en het verduurzamen van het leven in de stad. Dit is zowel van belang voor bewoners als voor bedrijven en mensen die overwegen zich in Harderwijk te vestigen.
- Het is van belang om Harderwijk te positioneren als een aantrekkelijke nationale en internationale toeristische trekpleister.
- Er is daarbij sprake van een herontdekking van de potentie die de stad heeft: versterken van wat goed is en daarop doorbouwen.

Bovenstaande punten creëren een kader voor het evenementenbeleid. De Harderwijkse evenementen kunnen een krachtige bijdrage leveren aan deze aspecten.

3.2 Doelstellingen

De doelstellingen van het evenementenbeleid zijn:

5) Het toeristische profiel van Harderwijk bestaat uit de volgende pijlers: water, bos, Dolfinarium, historische binnenstad, culinaire Hanzestad



- a) Het vergroten van de bekendheid van de gemeente Harderwijk, teneinde de aantrekkelijkheid voor bewoners en bezoekers te verhogen (promotionele doelstelling).
- b) Het bijdragen aan de leefbaarheid/aantrekkelijke woonomgeving en sociale inclusiviteit (sociaal-maatschappelijke doelstelling).
- c) Het stimuleren van de lokale economie (economische doelstelling).

Om te kunnen meten of de doelstellingen al dan niet zijn behaald, dienen deze SMART te worden gemaakt: Specifiek, Meetbaar, Acceptabel, Realistisch en Tijdgebonden. Het resultaat van de metingen is echter een indicatie omdat er geen één-op-één relatie gelegd kan worden met de gemeentelijke inspanningen. Wat betreft de meetindicatoren gaat het om:

Voor doelstelling a: het mediabereik/mediawaarde van de evenementen

Voor doelstelling b: de waardering van de bewoners voor Harderwijk als woongemeente (wordt onder andere in beeld gebracht via de woningmarktanalyse)

Voor doelstelling c: het aantal (nieuwe) evenementen, het aantal meerdaagse evenementen en het aantal bezoekers aan deze evenementen.

In 2020 willen we evalueren en kijken of we de volgende resultaten hebben bereikt:

- het aantal evenementen (een- en meerdaags) met bovenregionale/landelijke aantrekkingskracht is gegroeid;
- het aantal bezoekers (ook van buiten Harderwijk) is gestegen;
- de waardering van de bewoners als een aantrekkelijke woonplaats is vasthouden/ toegenomen.

3.3 Strategische keuzes

Wat betreft evenementen wil de gemeente primair een faciliterende en stimulerende rol spelen. Uitgaande van de doelstellingen en het huidige aanbod maken wij voor de komende jaren de volgende strategische keuzes:

Ten aanzien van het evenementenaanbod:

- het bestaande evenementenaanbod behouden, voor zover de evenementen passen bij de identiteit en het (toeristische) profiel van de gemeente;
- naast de bestaande ook nieuwe evenementen/festivals stimuleren met vernieuwend aanbod dat aansluit op trends en ontwikkelingen
- in de komende jaren streven naar meer focus en meer kwaliteit in het evenementenaanbod;
- zorgen voor een goede balans van evenementen. Dat betekent een goede balans tussen de reuring die evenementen met zich meebrengen en de leefbaarheid in de stad in het algemeen en voor de omwonenden in het bijzonder;
- inzetten op evenementen die sterk verbonden zijn met Harderwijk en die jaarlijks terugkeren;
- aantrekken van een nieuw evenement met landelijke aantrekkingskracht, passend bij de identiteit en de infrastructurele mogelijkheden (bos, water, centrale ligging, goede bereikbaarheid) van Harderwijk;
- versterken van de onderlinge verbinding tussen evenementen en evenementenorganisatoren om zo de spreiding in de tijd te verbeteren, de onderlinge onderscheidenheid tussen evenementen te bevorderen, van elkaar te leren en de kwaliteit van het aanbod te verhogen;
- in 2017/2018 met alle relevante partijen de mogelijkheden voor het duurzamen van evenementen in Harderwijk nader uitwerken. Dit in het kader van ons duurzaamheidsbeleid 'De Energieke Stad'.

Ten aanzien van de promotie:

- Verbeteren van de promotie van het evenementenaanbod, met name buiten Harderwijk. Ook wordt ingezet op meer samenhang in het aanbod door evenementen te bundelen onder een overkoepelend thema, om daarmee de bekendheid en herkenbaarheid van evenementen in Harderwijk te verhogen. Een voorbeeld hiervan is Harderwijk Winterstad. De samenwerking met de toeristische promotiestichting van Harderwijk is hierbij essentieel.

Ten aanzien van de uitvoering:

- Inzetten op een efficiëntere samenwerking tussen de gemeente en evenementen organisatoren;
- herschikken van evenementensubsidies en kijken naar de meerwaarde die het evenement levert voor de stad;
- verduidelijken van de procedure voor het organiseren van evenementen in de gemeente;
- eenduidige regels en criteria opstellen en toepassen bij het aanvragen van subsidies;
- vernieuwing in het evenementenaanbod stimuleren door subsidies gericht in te zetten;



- de betrokkenheid van en de samenwerking tussen de evenementen organisatoren en andere publieke en private partijen stimuleren en faciliteren met als doel dat de evenementen nog dieper wortelen in de stad en nog meer spin-off leveren.

Ten aanzien van evenementenlocaties:

- wegnemen van de fysieke belemmeringen bij de belangrijkste evenementenlocaties;
- opstellen van locatieprofielen voor de evenementenlocaties die inzicht geven in de mogelijkheden die de betreffende locaties bieden. Doelen van de locatieprofielen zijn:
 - het beter kunnen sturen op de juiste match tussen locatie en evenement,
 - spreiding van evenementen in tijd en ruimte,
 - duidelijkheid bieden aan evenementenorganisatoren en omwonenden wat wel en wat niet kan op een evenementenlocatie.

Hoofdstuk 4: Uitwerking en actieprogramma

De doelstellingen van het evenementenbeleid van Harderwijk zijn in het vorige hoofdstuk uiteengezet. In dit hoofdstuk worden de acties uitgelicht die we nodig vinden om de gestelde doelen te bereiken. De aandacht gaat uit naar de volgende acties:

4.1 Clusteren van evenementen: Harderwijk Zomerstad opstarten

Door de werkgroep is een wens geformuleerd om het evenementenaanbod in de zomer te clusteren onder de naam Harderwijk Zomerstad. Er worden in het voorjaar en het begin van de zomerperiode veel evenementen georganiseerd, zowel grote als kleinere. Door betere onderlinge samenwerking en gezamenlijke communicatie/programmering/promotie kunnen de volgende doelstellingen bereikt worden:

- een grotere regionale en (inter)nationale uitstraling,
- meer publiek,
- realiseren van besparingen,
- herkenbaarheid voor Harderwijk.

Het afstemmen van de programmering levert meerwaarde voor bewoners, bezoekers, instellingen en ondernemers. Het initiatief voor het vormen van het cluster ligt bij de organisatoren van evenementen. De gemeente gaat de samenwerking stimuleren en faciliteren.

4.2 Verduurzamen van evenementen

Vanuit het beleidsplan 'De Energieke Stad' wordt gewerkt aan het verminderen van de CO₂-uitstoot met 45% in 2031. Alle activiteiten binnen een stad dragen bij aan de uitstoot van CO₂, dus ook evenementen. Echter, steeds meer organisatoren nemen hun verantwoordelijkheid en gaan aan de slag met duurzaamheid, energiebesparing en het verminderen van de CO₂-uitstoot bij hun evenementen en festivals. In 2017 willen wij samen met alle relevante partijen de mogelijkheden voor het verduurzamen van evenementen in Harderwijk nader uitwerken.

4.3 Marketing en promotie van evenementen versterken: Evenementenkalender

Om de aantrekkingskracht van Harderwijk voor bewoners en bezoekers te verhogen, is er sterkere promotie nodig. Samenwerking op het gebied van promotie levert een grotere impact en een groter bereik. Wij stimuleren de samenwerking tussen de evenementenorganisaties en de promotie- en marketingorganisatie van Harderwijk vertegenwoordigd door Heerlijk Harderwijk. Op dit moment worden al de eerste gezamenlijke projecten uitgevoerd. Meer en krachtigere promotie blijkt ook buiten de gemeentegrenzen nodig. Heerlijk Harderwijk en de Harderwijkse evenementen onderzoeken samen de mogelijkheden hoe de promotie van de evenementen nog verder versterkt kan worden. Op het gebied van regionale en (inter)nationale promotie werken wij samen met partners als Visit Veluwe, Coöperatie Gastvrije Randmeren en Hanzemarketing. Actievere promotie van de evenementen via deze kanalen zorgt voor een groter bereik van het Harderwijkse aanbod. De evenementenkalender is ook een middel om het programma van de stad in de etalage te zetten. De kalender zal steviger dan tot nu toe worden gebruikt als sturingsinstrument voor het realiseren van slimme verbindingen op inhoud, tijd en locatie tussen evenementen, attracties, binnenstad, cultuur, film en podia. Goede spreiding en het bundelen van evenementen leiden tot een beter resultaat (kwaliteit, cross-overs).

4.4 Meer samenwerking stimuleren: Evenementenplatform opzetten

Voor een effectief evenementenbeleid is een betere en tijdige afstemming tussen alle partijen nodig. Ook is meer afstemming tussen de verschillende evenementen onderling en de gemeente vereist. Een instrument dat we hiervoor gaan inzetten is een evenementenplatform. Dit is een platform waar alle stakeholders elkaar ontmoeten en gezamenlijk afspraken maken (coördinatiepunt). Dit platform wordt geïnitieerd en gefaciliteerd vanuit de gemeente en zal de behoeftes inventariseren. Het doel is om in



eerder stadium ideeën met elkaar uit te wisselen, ondernemers van verschillende sectoren bij elkaar brengen, partners uit de culturele, sportieve en onderwijssector te betrekken, programmering af te stemmen maar ook de verschillende veiligheids- en hulpdiensten te betrekken. Op deze manier ontstaat meer onderling begrip en dat leidt, mede op basis van ondernemerschap, tot lange-termijn-keuzes en een meer draagvlak. We letten hierbij ook op een goede verbinding met de nieuwe binnenstadorganisatie (nog in ontwikkeling) en de organisatie voor de podiumkunsten (ook nog in ontwikkeling).

4.5 Subsidies herschikken en efficiënter inzetten

Subsidies dienen ingezet te worden als motor om de doelstellingen van het evenementenbeleid te bereiken (zie hoofdstuk 3). Dat betekent dat er voldoende ondersteuning en stimulering moet zijn van innovatie en creativiteit bij bestaande en nieuwe evenementen en evenementen die Harderwijk op de kaart zetten als toeristische trekpleister. Er zijn eenduidige regels en criteria bij het verlenen van subsidies voor evenementen nodig. Door subsidies gericht in te zetten kunnen wij vraaggerichte ontwikkeling van nieuwe evenementen stimuleren (zie subsidiecriteria). In de gesprekken met de evenementenorganisatoren kwam ook duidelijk de wens naar voren om de gemeentelijke financiële stromen voor evenementen te herschikken. Er is behoefte aan een eenduidig subsidiebeleid waarin keuzes gemaakt worden. Om het proces overzichtelijker te maken en te werken aan het bereiken van onze doelstellingen doen we hieronder een voorstel hoe de budgetten en criteria aan te passen.

Werkwijze subsidiering

Jaarlijks is er op dit moment een evenementenbudget beschikbaar van € 60.000,-. De werkwijze voor de verdeling van het huidige evenementbudget is als volgt:

- Het college stelt jaarlijks het subsidieplafond vast.
- De aanvragen worden ingediend bij de beleidsadviseur subsidies.
- Deze adviseur verzamelt alle aanvragen en maakt een voorstel voor de verdeling van het budget na overleg met de betrokkene sectoren (toerisme en recreatie, cultuur en vergunningverlening).
- Alle subsidieaanvragen worden naast de criteria van de deelverordening subsidies Evenementen gelegd.
- Het voorstel wordt voorgelegd aan de budgetverantwoordelijke en de betreffende wethouder.
- Op basis van deze bespreking wordt de definitieve verdeling vastgesteld.
- Dat gebeurt een keer per jaar in het begin van het kalenderjaar.

Continuïteit borgen

Wij willen continuïteit voor bestaande evenementen in Harderwijk borgen. Daarom ondersteunt de gemeente evenementen jaarlijks met subsidies en daarnaast ook facilitair door bijvoorbeeld het beschikbaar stellen van een mobiele podium en/of dranghekken, het schoonmaken van de terreinen, de ondersteuning door stadtoezicht, etc.

Om evenementen of clusters van evenementen met (inter)nationale allure beter te kunnen ondersteunen denken we aan meerjarige afspraken zodat er meer zekerheid komt. Deze afspraken worden zoveel mogelijk SMART geformuleerd. Evenementen die in aanmerking komen zullen aan voorwaarden moeten voldoen zoals:

- meer dan 10.000 bezoekers trekken
- publiek vanuit buiten Harderwijk aantrekken
- vaste waarde voor de stad hebben (het evenement wordt al enkele jaren georganiseerd; het evenement laat een stijgende lijn zien voor wat betreft bezoekers en publiciteit)

Het voorstel is een ondersteuning voor een periode van drie jaar, waarna de resultaten geëvalueerd worden. Het doel is om deze evenementen te versterken door zekerheid te bieden. Tegelijkertijd wordt ook aangegeven dat de gemeente verwacht dat deze periode ook gebruikt wordt om andere geldbronnen in beeld te brengen zodat deze evenementen op termijn minder afhankelijk worden van overheidssubsidies. Tegenwoordig zijn er diverse mogelijkheden om dat te bereiken (zie hieronder crowdfunding).

Crowdfunding is meer dan alleen geld inzamelen. Middels een crowdfundingcampagne wordt ook gecheckt of er animo is voor een nieuw evenement, of er vrijwilligers zijn die zich aan het evenement willen verbinden, en of er organisaties zijn die hulp en faciliteiten willen bieden. Door crowdfunding kan direct support bij de crowd worden gehaald wat tevens een band schept tussen de 'investeerders' en de organisatie. Er wordt een community gecreëerd van mensen die in het initiatief geloven. De informatie en feedback die deze community aan de organisatie biedt is minstens zo waardevol als het geld dat opgehaald wordt.

Vernieuwing stimuleren

Om nieuwe initiatieven en nieuw aanbod te stimuleren willen we een stimuleringsbudget voor evenementen invoeren. Door te investeren in innovatie en creativiteit willen we het Harderwijkse evenementenaanbod naar een hoger niveau brengen. Nieuwe initiatieven verbreden het aanbod van evenementen



en bieden de mogelijkheid voor het aantrekken van nieuwe doelgroepen (als kansrijke ontwikkelingen worden in het rapport van Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd de volgende thema's genoemd: water, Hanze, food, etc.).

Naast subsidies van de overheid speelt ook draagvlak in de maatschappij een belangrijke rol. Een van de mogelijkheden om draagvlak te creëren is het gebruik van crowdfunding, een inmiddels populaire manier om een initiatief geheel of gedeeltelijk te financieren.

Beschikbare budgetten bundelen

Het beschikbare budget voor evenementen is € 60.000. Daarnaast zijn er nog twee andere subsidiepoten die onder andere bestemd zijn voor het ondersteunen van eenmalige evenementen/ activiteiten, te weten:

- Subsidie Culturele impuls (ondersteuning van culturele evenementen) en
- Eenmalige activiteitensubsidie welzijn, sport, cultuur en zorg (ondersteuning van sport- en cultuurevenementen)

Jaarlijks worden vanuit de twee laatstgenoemde budgetten circa € 40.000,- voor eenmalige of nieuwe evenementen gebruikt. Om meer overzicht en efficiency bij het aanvragen van subsidie te verkrijgen gaan we de beschikbare budgetten bundelen: € 60.000,- evenementensubsidie wordt aangevuld met € 40.000,- van de subsidie Culturele impuls en de Eenmalige activiteitensubsidie welzijn, sport, cultuur en zorg. Daarmee ontstaat een subsidiebudget voor evenementen van € 100.000,-

Aanvullend budget nodig voor vernieuwing

Naast het budget voor de ondersteuning van bestaande evenementen willen we ook inzetten op vernieuwing en nieuwe evenementen. Nieuwe innovatieve, creatieve en kleinschalige evenementen kunnen het aanbod verbreden en nieuwe doelgroepen bereiken. Om dit te kunnen realiseren stellen we voor om een aanvullend budget beschikbaar te stellen van € 30.000,- Het effect van de inzet van deze aanvullende middelen willen we in 2020 evalueren.

Nieuwe evenementen die in aanmerking komen voor dit budget worden minder streng beoordeeld op de subsidiecriteria (subsidiecriteria van de Algemene Subsidie Verordening zijn verplicht). De initiatieven hebben de mogelijkheid om maximaal twee jaar gebruik te maken van deze 'aanmoedigingsubsidie'. Daarna doen ze mee met de reguliere evenementen en kunnen ze 'gewone' evenementensubsidie aanvragen.

Subsidiecriteria

Hieronder geven we de lijst van criteria waarop bij de toekenning van subsidie getoetst zal worden. We hebben hierbij gekozen voor hoofdlijnen op basis van de doelstellingen die de gemeente heeft met evenementen (en niet op gedetailleerde criteria).

Het evenement:

- sluit aan bij de doelstellingen en de strategische keuzes van het evenementenbeleid;
- past in de evenementenkalender qua tijdstip, soort evenement en locatie;
- is voor iedereen toegankelijk.

De organisator:

- is een rechtspersoon;
- beschikt over de vereiste vergunning(en)/ontheffing(en) voor het evenement.

De begroting:

- is transparant en kostenefficiënt opgesteld. Er moet inzicht zijn in de inkomsten (ook van andere financiers) en uitgaven het evenement;
- laat duidelijk blijken dat er een financiële noodzaak is voor het aanvragen van subsidie;
- laat zien dat tenminste 75% van de inkomsten uit andere bronnen afkomstig is dan de aangevraagde subsidie.

Meerwaarde:

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

- media-aandacht tenminste regionaal bij voorkeur nationaal (promotionele doelstelling)
- relatief hoge bezoekersaantallen
- gericht op samenwerking met ondernemers en/of organisaties en/of onderwijs in Harderwijk.

Marketing en communicatie:

Een goed marketing- en communicatieplan is essentieel voor een succesvol evenement. Bij de beoordeling van aanvragen wordt dit dan ook meegewogen. Belangrijke aspecten zijn onder andere:

- samenwerking met de lokale marketing en promotie stichting van Harderwijk;



- verhouding van het marketing- en communicatiebudget tot de totale begroting van het evenement
- de samenwerking met mediapartners en welke dat zijn

4.6 Versterken van de relatie tussen evenementenbeleid en vergunningsbeleid

De gemeente Harderwijk is samen met de organisatoren verantwoordelijk voor de veiligheid, de openbare orde en het regelen van het verkeer bij evenementen. De groei van het aantal evenementen en de nieuwe landelijke en regionale inzichten met betrekking tot veiligheid vereisen een nieuwe houding van de ambtelijke organisatie en extra inspanningen. Een evenement dat niet goed of veilig is georganiseerd, kan het imago van de stad schaden, waardoor Harderwijk op langere termijn bestedingen en werkgelegenheid kan verliezen. Eenduidig beleid en heldere normen gecombineerd met toezicht en handhaving van het beleid en de gestelde normen zijn dan ook voor alle betrokkenen van belang. De randvoorwaarden voor evenementen zijn erop gericht om tot een zo evenwichtig mogelijke balans te komen tussen alle, vaak tegengestelde, belangen. Uit het oogpunt van duidelijkheid van het beleid worden alle evenementen op gelijke wijze getoetst.

In het kader van dereguleren en optimaliseren van de vergunningverlening bij evenementen wordt op dit moment het proces geoptimaliseerd. Het doel is vergunningen tijdig in behandeling te nemen en sneller te verstrekken, procedures te vereenvoudigen, de organisatoren beter te faciliteren en efficiënter overleg met de brandweer en politie te voeren. Kleine evenementen kunnen volstaan met een melding en er worden meerjarige vergunningen geïntroduceerd voor grote evenementen die in dezelfde setting worden georganiseerd en voldoende kwaliteit en professionaliteit laten zien. Verder stelt de gemeente modellen beschikbaar voor veiligheidsplannen die organisatoren kunnen aanpassen aan hun evenement. In niet-voorzienbare bijzondere gevallen (bijvoorbeeld een kampioenschap of huldiging) kan door het bevoegd gezag, de burgemeester, van de vastgestelde beleidsregel worden afgeweken. Dit kan in beginsel alleen wanneer volgens het oordeel van de burgemeester de toegevoegde waarde van het evenement groter is dan de te verwachten overlast.

4.7 Locatieprofielen opstellen

Locatieprofielen zijn de basis voor een goede samenwerking met zowel organisatoren als omwonenden. Ze dragen bij aan 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. Bij het opstellen van deze profielen zal rekening worden gehouden met de gewenste programmering, het profiel qua omgeving (bijv. woon of winkelgebied), de fysieke kenmerken van het terrein, veiligheidsaspecten, eventuele regels rond de natuurwetgeving en het bestemmingsplan, het akoestisch profiel (geluid), parkeren en verkeer en de informatieverbreiding naar omwonenden. De profielen zullen zo worden opgesteld dat ze voor de evenementenorganisatoren en de omwonenden vooraf helderheid bieden wat er wel en niet kan. Het opstellen van locatieprofielen is opgenomen in het actieprogramma. Incidentele uitzonderingen op de bepalingen in de locatieprofielen zullen mogelijk blijven, maar deze zullen apart, per geval beoordeeld worden.

In de toekomst houden wij rekening met de ontwikkelingen van het project Waterfront waar ook mogelijkheden ontstaan voor het organiseren van evenementen (watergerelateerde evenementen), maar ook ruimte verdwijnt die wordt teruggegeven aan het water. Op korte termijn ontstaat een tijdelijke locatie op het parkeerterrein op de Havendijk. Ook de Boulevard en de havens lenen zich in de toekomst als potentieel evenemententerrein.

We gaan wijkbewoners en organisatoren betrekken bij het opstellen van de locatieprofielen en bij het uitvoeren van het actieprogramma. In verschillende contacten met de bewoners is vastgesteld dat ook omwonenden veel waardering hebben voor de kwaliteit en diversiteit van ons evenementen aanbod, maar daarnaast ook aandacht vragen voor de overlast die zij soms ondervinden. Die overlast bestaat vooral uit geluidsoverlast en parkeerdruk.

Bij de beoordeling of een locatie een geschikt decor is voor een bepaald evenement, wordt gekeken naar de risico's op het gebied van openbare orde en veiligheid, de impact op de omgeving en de eventuele gevolgen voor het verkeer. Het publieksprofiel (bijvoorbeeld aantal en type bezoekers), het ruimtelijk profiel (bijvoorbeeld de locatie van het evenement, de toegankelijkheid van aan- en afvoerwegen) en het activiteitenprofiel (bijvoorbeeld het soort evenement, de duur van het evenement) zijn hier heel belangrijk. Wat betreft evenementen in de binnenstad dient er met name aandacht te worden besteed aan het specifieke karakter van de historische binnenstad. Alleen al de kleinschaligheid hiervan (met uitzondering van de Markt, het Kloosterplein en het Hortuspark), de monumentale uitstraling en de relatief beperkte ruimte op straten en pleinen geeft een beperking in mogelijkheden wat betreft aard en omvang van evenementen. Het is daarnaast van belang dat - als er verschillende evenementen plaatsvinden op dagen zoals de intocht van Sinterklaas of Aaltjesdagen - de verschillende evenementonderdelen op een goede manier op elkaar zijn afgestemd. Uitgangspunt bij dergelijke gebeurtenissen

is het in acht nemen van de balans tussen de verschillende evenementonderdelen om zo te voorkomen dat bepaalde evenementonderdelen, gezien de aard, schaal en controleerbaarheid van bezoekersstromen van deze onderdelen, deze balans kunnen verstoren. Dit is voor de uitstraling van het totale evenement onwenselijk. Het bovenstaande leidt er toe dat voor bijvoorbeeld (grootschalige) muziek-evenementen in de sfeer van muziekfestivals en concerten geldt dat locaties als de Stille Wei en de Markt geschikt zijn. Voor (culturele) evenementen zoals de boekenmarkt, het Podiumspektakel en de UIT- markt geldt dat juist het decor van de binnenstad hiervoor prachtig is (zie in de bijlage 5 overzicht evenementenlocaties).

4.8 Actieprogramma

Hieronder geven we in een tabel de beoogde acties voor de komende jaren weer met daarin een voorstel voor de te betrekken partijen, de projectleider en een tijdpad.

Acties	Betrokkenen	Projectleider	Tijdpad
Evenementterreinen aanwijken en locatie profielen opstellen	Gemeente, Omgevingsdienst Noord-Veluwe, veiligheidsdiensten, bewoners, evenementenorganisaties	Planoloog domein Ruimte	2017
Nieuwe subsidiecriteria invoeren	Domein Samenleving/ subsidieverstrekkers, adviseur toerisme en recreatie	Domein Samenleving	2017
Budgetten 'Eenmalige activiteiten welzijn, cultuur, zorg en sport', 'Culturele impuls' en 'Evenementen' bundelen	Domein Samenleving	Domein Samenleving	2017
Innovatie- en stimuleringsbudget met criteria opzetten	Domein Samenleving, adviseur recreatie en toerisme	Adviseur recreatie en toerisme	Q3 2017-Q1 2018
Harderwijk Zomerstad opstarten	Evenementenorganisaties, centrummanagement, adviseur recreatie en toerisme	Adviseur recreatie en toerisme	2017-2018
Duurzaamheid bij evenementen concretiseren en samen met organisatoren een plan ontwikkelen	Evenementenorganisaties, adviseur duurzaamheid	Adviseur duurzaamheid	2017-2018
Evenementenplatform opstarten	Evenementenorganisaties, klantmanager/adviseur evenementen, adviseur recreatie en toerisme	Klantmanager Evenementen, adviseur toerisme/ recreatie	2017

Bijlagen

BIJLAGE 1

Bronnen en betrokkenen

Bronnen

Deze nota neemt als vertrekpunt het huidige evenementenbeleid en als kader de Structuurvisie Harderwijk 2031, de 'Visie op een andere binnenstad', de visie over podiumkunsten 'Stad als Podium' en sluit aan bij de ontwikkelingen van de toeristische promotie van Heerlijk Harderwijk. Hieronder wordt een beknopte samenvatting gegeven van de belangrijkste bronnen, gevolgd door een lijst van overige bronnen.

Coalitieakkoord en collegeprogramma Vernieuwing door verandering 2014-2018

Structuurvisie Harderwijk 2031, december 2012

- De kernboodschap in de visie is "Harderwijk is een ondernemende stad met een open, menselijk karakter waar men op een ontspannen wijze kan wonen, werken en genieten".
- Harderwijk wilt zijn functie in de regio versterken aan de hand van veelbelovende bouw en ontwikkelprojecten, maar ook aan de hand van tal activiteiten en evenementen op gebied van uitgaan, sport, natuur en cultuur.
- In Harderwijk investeren wij in het versterken van de beleveniseconomie. Dat kan gezien worden als een proces van culturele verandering. Mensen willen veel "beleven". Dat vertaalt zich onder andere in een sterke behoefte aan evenementen en een breed aanbod aan recreatieve voorzieningen.
- Harderwijk zet zich in voor een breed voorzieningsniveau behorend bij een centrumstad. Het gaat om breed aanbod aan cultuur, sport, onderwijs, detailhandel, evenementen etc.

Stad als podium – Visie Podiumkunsten, in ontwikkeling

- Deze visie zet in op een toegankelijk en verrassend aanbod van podiumkunsten en de onderscheidende aanbod van Harderwijk. De aanwezigheid van veel muziek-, theater verenigingen en evenementen organisatoren getuigen van een grote creatieve kracht en potentie.
- Door een totaalprogrammering voor de stad te ontwikkelen voor podiumkunsten en andere vormen van cultuur en vrijetijdsbesteding komt er meer reuring in de stad en wordt sfeer gecreëerd.
- Een museum, schouwburg of concertzaal is niet altijd meer de "logische" plek voor mensen die kunst of erfgoed willen zien. Festivals bieden een eigentijdser podium. Ze zijn vaak in de openbare ruimte, waar een groot en gemêleerd publiek op afkomt.

Visie op een andere binnenstad – visie met een actieprogramma voor de binnenstad van Harderwijk (het college van B&W en de raad hebben in juni 2016 kennis genomen van de visie. Het actieprogramma wordt uitgevoerd met uitzondering van het onderwerp koopzondag)

- De binnesteden bieden nog sterkere diversiteit aan functies: variatie aan winkels en vermaak, horeca, cultuur, evenementen, werkgelegenheid en wonen. Flexibiliteit in denken en handelen moet gekoppeld worden aan flexibiliteit van bestemming.
- Harderwijk positioneert zich steeds meer als gastvrije, recreatieve stad. Evenementen hebben daar een zekere rol in met de aantrekkingskracht voor bezoekers en positief invloed op de aanbod. Evenementen zijn een verbindende factor tussen bewoners, bezoekers, ondernemers, cultureel aanbod.
- Rekening houden met de mix van functionaliteiten van de stad door geschikte evenemententerrein aan te wijzen.

Heerlijk Harderwijk – Stichting voor promotie en marketing van toeristisch Harderwijk

- De hoofddoel van de stichting is: meer bezoekers naar Harderwijk trekken die langer verblijven en meer besteden.
- De stichting promoot het toeristische aanbod van Harderwijk en werkt daarbij ook samen de gemeente met andere marketing organisaties zoals Visit Veluwe, Coöperatie Gastvrije Randmeren en NBTC.

Actieplan toerisme, januari 2014

Een van de top vijf acties is het versterken van evenementen en het bevorderen van de samenwerking onderling om de evenementen kwalitatief te verbeteren en beter op de kaart te zetten.

Kleur bekennen voor het Harderwijkse evenementenbeleid, Beleidsondersteunend leefstijladvies, Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd, juli 2016

Als ondersteuning van het evenementenbeleid is een vraag en aanbod analyse van de bestaande evenementen uitgevoerd door Bureau voor Ruimte & Vrije Tijd. In het rapport is in kaart gebracht welke doelgroepen in Harderwijk en de regio wonen, voor welke doelgroepen de evenementen in Harderwijk aantrekkelijk zijn en voor welke doelgroepen onvoldoende aanbod is. Aan de hand hiervan zijn kansen en doelstellingen geschetst.



De doelstellingen zijn:

1. Vergroten van het bereik in de regio
2. Vergroten van de toeristische bekendheid
3. Economische spin-off van de bezoekers

Om invulling te geven aan de bovengenoemde doelstellingen wordt aanbevolen om:

1. Nieuw aanbod van evenementen te ontwikkelen – richten op leefstijlen stijlvol blauw, ondernemend paars en ingetogen aqua.
2. Promotie en marketing verbeteren van evenementen – meer promotie en marketing naar de regio richting de bezoeker

In het rapport is gewerkt met een representatieve streekproef van 45 evenementen. De volgende evenementen zijn meegenomen:

1. Aaltjesdagen	2. Athlos Cross
3. Blije Bietjes	4. Bluesroute
5. Broekhuis Halve Marathon Harderwijk	6. Buitenrommelmarkten
7. CityGolf	8. Culihoppen
9. Donkere Dagen Festival	10. Festival De Nieuwe Hanze
11. GOK IJsseldelta	12. Harderwijk Live
13. Harderwijk op IJs	14. Harderwijker Nieuwjaarsduik
15. Haringparty HK'16	16. Huttenfeest
17. Iedema Sypel Run	18. Jazz on the Corner
19. Kermis	20. Kinderwinterwonderland
21. Kunstmarkt	22. LaLaLand
23. Lichtfestival WAUW	24. Maximaloop
25. Motorspektakel	26. NC Oriënteren
27. Pasar Malam Harderwijk	28. Passieconcerten CC&O
29. Pietenhuis	30. Podiumspektakel
31. Regionale Veteranendag	32. Noordwest-Veluwe
33. Rommelmarkt Hierden	34. Rommelroute Frankrijk
35. Rommelroute Wijk Wittenhagen	36. Science Café Harderwijk
37. Swingin' Harderwijk	38. Theaterfestival
39. Triasfeest	40. UIT Harderwijk
41. Veluwade	42. Vischmarkt Papierentheater Festival
43. Waterfronttour Harderwijk	44. Wielerevenementen
45. Wintercompetitie MTB	46. Zuiderzeestraatweg-run



Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2015, CELTH, CBS, NBTC, NRIT media, oktober 2015

Betrokkenen

Evenementenorganisatoren

- Bert Kaaschieter, Stichting 'Vrienden van Sinterklaas'
- Fred Kappers, Podiumspektakel
- Marijke Licher, Roelinka Schouwstra, Tim Smit, Cultuurkust
- Esther Roozeboom, Catch-on
- Gervin Tromp, Stichting 'Underground'
- Jannet Granneman, Sportvereniging 'Athlos'
- Marcel Schipper, Stichting 'Harderwijk op ijs'
- Willant Bakkenes, Altjesdagen
- Ronald Zuidgeest, Veluwade

Medewerkers gemeente

- Reinout van Drunen
- Jan Klein Nagelvoort
- Greet Smink
- Hanneke Annink



BIJLAGE 2

Definitie evenement volgens de Algemene plaatselijke verordening (APV) Harderwijk

AFDELING 7. EVENEMENTEN

ARTIKEL 2:24 APV BEGRIPSBEPALING

1. In deze afdeling wordt onder evenement verstaan het geheel van activiteiten dat plaatsvindt bij elke voor publiek toegankelijke verrichting van vermaak, met uitzondering van:
 - a. bioscoopvoorstellingen;
 - b. markten als bedoeld in artikel 160, eerste lid, onder h, van de Gemeentewet en artikel 5:22 van deze verordening;
 - c. kansspelen als bedoeld in de Wet op de kansspelen;
 - d. het in een inrichting in de zin van de Drank en Horecawet gelegenheid geven tot dansen;
 - e. betogingen, samenkomsten en vergaderingen als bedoeld in de Wet openbare manifestaties;
 - f. activiteiten als bedoeld in artikel 2:9 en 2:39 van deze verordening;
 - g. niet commerciële rommelmarkten, fancy-fairs, voorstellingen en tentoonstellingen die in een gebouw gehouden worden;
 - h. regelmatig terugkerende sportwedstrijden voor zover deze plaatsvinden onder auspiciën van een bij de NOC*NSF aangesloten sportbond.

2. Onder evenement wordt mede verstaan:
 - a. een herdenkingsplechtigheid;
 - b. een braderie of een markt, met uitzondering van markten als bedoeld in artikel 160, eerste lid onder h, van de Gemeentewet en artikel 5:22 van deze verordening;
 - c. een optocht, niet zijnde een betoging als bedoeld in artikel 2:3 van deze verordening, op een openbare plaats;
 - d. een feest, muziekvoorstelling of wedstrijd op een openbare plaats;
 - e. een klein evenement.



BIJLAGE 3

Toelichting op 'Leisure Leefstijlen'

De leefstijlsegmentatie onderscheidt zeven leefstijlen, met allemaal een eigen kleur. Elke kleur staat voor een specifiek vrijetijdsprofiel. Hieronder geven we per 'Leisure Leefstijl' een korte beschrijving.

Uitbundig Geel

Echte levensgenieters. Houden van samen met anderen actief en sportief recreëren. Vaak jonge gezinnen. Zoeken graag de gezellige drukte op, recreëren is lekker eten, genieten en leuke dingen doen. Beschikken over iets meer budget dan gemiddeld.

Gezellig Lime

Recreëren is lekker vrij zijn, rust en ontspanning. Zijn gericht op het eigen gezin, de directe leef-omgeving. Het gemiddeld inkomen ligt wat lager, zij zijn prijsgevoelig. Een braderie of rommelmarkt is gezellig, je komt er altijd wel iemand tegen. Veel gezinnen met wat oudere kinderen en oudere tweepersoons-huishoudens.

Rustig Groen

Rustige recreanten. Geen grote wensen, houden van privacy en rust. Vaak één en tweepersoons-huishoudens in de oudere leeftijdscategorie. Willen de drukte vermijden en gaan daarom dus niet graag naar evenementen en grote attracties. In de eigen omgeving is genoeg moois te zien en te ontdekken, je hoeft er niet ver voor te reizen. Doe maar gewoon dan doe je al gek genoeg.

Ingetogen Aqua

Rustige, geïnteresseerde recreanten. Zoeken inspirerende activiteiten. Gaan vaak samen met hun partner op stap. Waarderen sportieve en culturele mogelijkheden. Willen meedoen met de maatschappij en alle veranderingen die zij daarin zien.

Sportief en Avontuurlijk/ Ondernemend Paars

Laten zich graag verrassen en inspireren, met name door cultuur. Nieuwe dingen zien, ontdekken en beleven. Het gewone is vaak niet goed genoeg, op zoek naar een bijzondere ervaring. Cultuur, activiteit en sportiviteit. Ontspannen door sauna of een wellness arrangement. Vaker mensen van middelbare leeftijd, 35-54 jaar. Mat name één- en tweepersoonshuishoudens. Voorkeur voor individuele activiteiten.

Comfort en luxe / Stijlvol en luxe Blauw

Zelfverzekerd. Vinden dat ze in hun vrijetijd wel wat luxe en stijlvolle ontspanning verdienen. Zakelijk en intelligent. Houden van stijl en klasse, meer gericht op exclusievere vormen van recreatie. Recreëren is ontspanning en afstand nemen van de dynamiek van alledag. Actief sporten en aandacht besteden aan het sociale netwerk (ons soort mensen). Jonge één en tweepersoonshuishoudens en huishoudens met oudere kinderen.

Cultureel/Creatief en inspirerend Rood

Creatief, op zoek naar uitdagingen en inspirerende ervaringen. Bewegen zich graag buiten de gebaande paden. Vaak hoogopgeleid, maar door het grote aandeel jongeren nog niet altijd een hoog inkomen. Recreatie betekent naast sportiviteit en ontspanning ook het zoeken naar vernieuwende stromingen, moderne kunst en andere culturen.



BIJLAGE 4

Relevante trends en ontwikkelingen op het gebied van evenementen

De wereld van evenementen en festivals is continue in beweging. De volgende trends en ontwikkelingen kunnen de komende jaren van invloed zijn:

- Combinaties van evenementen onder een collectief thema (bijvoorbeeld Warme Winterweken Arnhem, Zomerfestivals Rotterdam).
- Naam van evenement wordt steeds belangrijker (het moet iets zeggen over het evenement of het moet juist uniek zijn van soort)
- Kwaliteit gaat voor kwantiteit en een evenwichtige kalender in soort, tijd, locatie en doelgroep blijft noodzakelijk, maar gastvrijheid, kwaliteit en belevingswaarde worden meer benadrukt (eventueel ten koste van het aantal evenementen).
- Steden zetten in op een aantal pijlers uit de evenementenkalender. Deze pijlers zijn festivals met een economisch rendement, nadrukkelijk verbonden met een stedelijk thema en nergens anders kunnen plaatshebben dan in die stad (onderscheidend vermogen). Ze zijn daarnaast voelbaar en zichtbaar in de stad en dragen een grote mate van sympathie bij inwoners. Voorbeelden: Wereldhavendagen in Rotterdam, Afterslag in Groningen en Gay Pride in Amsterdam. Bij de keuze van de pijlers wordt ook weer gelet op spreiding, soort, economisch rendement en imago.
- Bezoekersaantallen voor stedelijke festivals blijft toenemen.
- Er zijn steeds meer medioren en senioren die 'jong van geest' zijn, veel vrije tijd en geld hebben. Tendens in kwaliteitsevenementen die service en comfort bieden.
- Steeds meer eisen in veiligheidsplannen, sponsoring plannen, etc. Er wordt steeds meer verwacht in professionaliteit van de organisatie.
- Opkomst van meer wijk gerelateerde evenementen/gebiedsontwikkeling (Witte de With festival Rotterdam, Jordaanfestival Amsterdam, Int. Fashionweek Westergasterrein Amsterdam) met eigen profiel.
- Gemeenten werken meer en meer met locatieprofielen door beperktheid van beschikbare locaties. Een locatieprofiel geeft de gewenste programmering in een bepaald gebied en bevat daarnaast beheers aspecten en fysieke eigenschappen van de locaties.
- Ondanks dat er grote festivals zullen blijven bestaan, is er ook een tendens naar kleinere, intiemere festivals. Daarbij speelt locatie een belangrijke rol en bestaat het festival uit cross-overs zoals muziek in combinatie met kunst. Voorbeelden: Into the woods festival in Amersfoort, Into the Great Wide Open in Vlieland.
- Het aantal laagdrempelige festivals blijft gelijk. Festivalonderdelen en evenementen in de openbare ruimte blijven waar mogelijk gratis en toegankelijk.
- Duurzaamheid wordt een steeds belangrijker aandachtspunt.
- Bij steeds meer overheden wordt gewerkt met een integraal evenementenbeleid
- Naast verrassingswaarde in een evenement is er ook een tegentrend: Vernieuwingsmoeheid. Hang naar overzichtelijkheid, geborgenheid en authentieke waarden, het 'oude vertrouwde'.
- Overheden vinden evenementen steeds belangrijker, niet alleen vanwege hun intrinsieke belang maar ook vanwege de neveneffecten: sociale aspecten, verwachte economische betekenis en de positieve invloed op het imago en de verwachte identiteitsvorming van de stad.

BIJLAGE 5

Evenementenlocaties in Harderwijk

Hieronder worden de meest gebruikte locaties voor evenementen op een rij gezet, naast de nieuwe mogelijkheden die ontstaan door het project Waterfront. Om de terreinen geschikter te maken als evenementenlocaties moeten deze geoptimaliseerd worden. Voor de investering worden de ontwikkelingen van het project 'Stad als podium' gevolgd. Afhankelijk van de ontwikkelingen wordt ingeschat hoe de maatregelen gefinancierd kunnen worden.

Vischmarkt

Een prachtig plein waar tevens hoogwaardige horeca gevestigd is. Het terrein is geschikt voor kleinschalige evenementen. Het heeft een harde ondergrond en de fontein kan worden omgebouwd tot podium.

Parkweg

Dit is het enige terrein in Harderwijk met bestemming 'evenemententerrein'. Op dit terrein mogen maximaal zes evenementen plaats vinden, waarvan drie meerdaagse. Het terrein is goed bereikbaar.

Stille Wei/IJsbaan

Dit is een groot terrein waar grote evenementen (kunnen) plaatsvinden. Deze locatie heeft echter een drassige ondergrond waardoor het gebruik beperkt blijft. Het noordelijk gelegen gedeelte van de Stille Wei is een droog stuk waardoor het geschikter is voor evenementen. Het terrein ligt bij het water en biedt de mogelijkheid voor water gerelateerde evenementen.

Plantagepark

Het Plantagepark is aangelegd op een deel van de gedempte stadsgracht. Het zit ingeklemd tussen de zeebeer en de stadsmuur. De Plantage is aangelegd in 1761 op het voormalige bastion de Corten Doodt. Het park krijgt in de komende jaren een kwaliteitsimpuls. Het park fungeert als verlengstuk van de Boulevard, de Stille Wei en de IJsbaan en is geschikt voor het organiseren van evenementen.

De Markt

De Markt heeft een kleiner oppervlak dan de Vischmarkt, maar er kunnen meer bezoekers terecht. Dat heeft te maken met de vrije rijbaan die de Vischmarkt in tweeën deelt. De markt heeft een harde ondergrond en wordt gebruikt door veel terrassen. Wanneer er een evenement plaatsvindt worden de terrassen in het midden verwijderd. Het bordes van het oude stadhuis is te combineren met een (mobiel) podium. De Markt is van oudsher een plein waar evenementen plaatsvinden, maar door de veranderende functies van de binnenstad dient er ook rekening te worden gehouden met omwonende.

Kloosterplein

Dit plein fungeert nu als parkeerterrein en daarnaast vindt er de zaterdagmarkt plaats. Er is een aantal culturele instellingen gevestigd die mogelijk het Kloosterplein kunnen gebruiken als evenemententerrein, naast andere evenementenorganisatoren. Recent is de marktverordening aangepast waardoor er nu de mogelijkheid gecreëerd is om er twee keer per jaar evenementen ook op zaterdag te organiseren.

Voetgangersgebied- winkelstraten, centrum

Dit gebied is het centrale winkelgebied van Harderwijk. Het is een goede locatie voor evenementen die het winkelen en horecabezoek stimuleren (zoals kleine muziek-/theateroptredens, het neerzetten van kraampjes). Deze locatie heeft geen potentie voor grootschalige evenementen. Bij een clustering van verschillende evenementenlocaties tot één evenement kunnen de winkelstraten goed gebruikt worden als route. Het is op dit moment verboden om in dit gebied gemotoriseerde voertuigen te gebruiken. Er wordt wel gekeken of het in de toekomst mogelijk is om tijdens een evenement wel gemotoriseerde voertuigen te gebruiken (bijvoorbeeld een foodtruck, promotie camper, barista wagentje, etc).

Hortuspark

Het Hortuspark is een mooi groen park met een aantal smalle ingangen. Het is een geschikt park voor kleinschalige evenementen. In de winter wordt het park gebruikt voor het opbouwen van de glijbaan die onderdeel is van de IJsbaan en Harderwijk Winterstad.

Strandeiland

Direct aan de Boulevard ligt het Strandeiland. Een echt stadsstrand waar jong en oud zich lekker aan de waterkant kunnen vermaken. Voor een periode van vijf jaar krijgt het Strandeiland een tijdelijke invulling. Door het aanbieden van een gevarieerde programmering en afwisselende activiteiten, kan het Strandeiland groeien naar de wensen en de behoeften van de inwoners en bezoekers van de stad. In 2016 is Walhalla geopend. De horecagelegenheid op het strandeiland heeft een doorlopende evene-



mentenvergunning gekregen. Het doel is door minder regulering in te spelen op de behoeftes van de maatschappij en vernieuwing te stimuleren.

De havens van Harderwijk en Waterfront

Bij de ontwikkelingen van het Waterfront verandert de kustlijn van Harderwijk. Het parkeerterrein aan de Boulevard dat gebruikt werd voor evenementen verdwijnt en op plaats daarvan ontstaat een lange wandelpromenade met aantrekkelijke havens met horeca en detailhandel.

Strandboulevard, Stadshaven en Strandhaven

Dit terrein is gelegen aan de Randmeren en is onderdeel van het project Waterfront. In de komende twee jaren (2017 en 2018) wordt het terrein volledig omgebouwd. De nieuwe Boulevard, tweemaal zo lang, rijgt oude en nieuwe parels aaneen (vanaf 2019). Geparkeerde auto's verdwijnen uit het zicht en bezoekers kunnen weer genieten van een echte wandelpromenade aan het water. Een nieuwe binnenhaven en passantenhaven bieden ruimte aan watersportrecreanten om een boot nabij het historische centrum aan te meren. In het hoogseizoen is langs de stadsmuur ruimte voor terrassen en activiteiten als thematische markten, visserijdagen (watergerelateerde evenementen) kleinkunst of een mini kermis. Er ontstaan meer mogelijkheden om watergerelateerde en evenementen op het water te organiseren.

Vissershaven

De Vissershaven is een gemeentehaven. De haven is kleinschalig. Aan de Havendam die onderdeel uitmaakt van de Vissershaven, zijn de Vischafslag, molen "De Hoop" en Veluvia gevestigd. Tijdens fase 2 van de ontwikkelingen van het Waterfront wordt het terrein (fase 3) tijdelijk gebruikt voor parkeren van de bezoekers aan het Dolfinarium en de Boulevard. Op het terrein dat bestemd is voor tijdelijk parkeren ontstaan in de komende paar jaar mogelijkheden voor tijdelijke initiatieven, waaronder gebruik voor evenementen. De plannen voor de invulling van de tijdelijke functies worden samen met ondernemers en bewoners gemaakt.

Het parkeerterrein aan de Dorpshuisweg in Hierden

Op dit terrein wordt jaarlijks gebruikt voor het organiseren van de Veluwade.