# Evenementenvisie Valkenswaard

2018 - 2022

December 2017

# Samenvatting

De evenementenvisie is onderdeel van strategisch beleid voor branding en positionering. De gemeente Valkenswaard staat open voor evenementen die bijdragen aan het DNA/de identiteit van Valkenswaard en wil een klimaat creëren waarin evenementenorganisatoren hun ideeën kunnen omzetten in kansen die de identiteit onderschrijven. De gemeente Valkenswaard wil daarnaast een bijdrage leveren aan een bruisend en veilig verloop van evenementen in de gemeente.

*Ambitie*
In 2025 staat Valkenswaard in de top 3 van de Brainportregio als gemeente voor vrijetijdseconomie. Kwalitatief goede evenementen dragen bij aan onze ambitie van 1 miljoen extra bezoekers per jaar per 2030.
In een jaarprogrammering zijn er minimaal 2 evenementen met bekendheid op nationaal niveau gebaseerd op de kernthema's: Natuur en Selfmade.

Om dit te bereiken streeft de gemeente Valkenswaard naar evenementen:

- met een positieve bijdrage aan de **positionering en branding** van de gemeente Valkenswaard;
    - In aansluiting op 'Het verhaal van Valkenswaard' van Valkenswaard Marketing. Hieruit kwamen de waarden '**selfmade**' en **'natuur**' en daarnaast worden **'paarden'** genoemd als nieuwe potentiële groeimarkt.
    - In aansluiting op De Groote Heide Valkenswaard, Natuurlijk Avonturen Landschap, gebiedsontwikkelingsvisie buitengebied Valkenswaard, waarin **'Actief buiten zijn'** (met een Brabants tintje) centraal staat. Binnen dit profiel is ruimte voor sportieve evenementen. Ook de **paardensport** maakt hier onderdeel vanuit.
- die met elkaar worden **verbonden** tot **één krachtige en herkenbare beleving** waardoor deze meer impact krijgen;
- met een positieve bijdrage aan de **versterking van het centrum**;
- gericht op de **doelgroep ondernemend / avontuurlijk paars en uitbundig geel**[1];
- in aansluiting op de **thematiek van Visit Brabant**;
- waarbij de **leefbaarheid, veiligheid** en **openbare orde** zoveel mogelijk gewaarborgd zijn.

Om bovenstaande visie en doelstellingen te bereiken is een verdere intensivering van de samenwerking tussen Valkenswaard Marketing, gemeente Valkenswaard en evenementenorganisatoren vereist en is het noodzakelijk dat er keuzes gemaakt worden. Op basis van de evenementenpiramide wordt gekozen welke evenementen we op welke manier ondersteunen. We onderscheiden:

**Beeldbepalende evenementen** (on-brand evenementen) die volledig aansluiten bij de citymarketingstrategie van Valkenswaard en daar ook mede invulling aan geven. De evenementen dragen de gemeentelijke of regionale identiteit, hebben een economische spin-off voor de regio en versterken het imago van Valkenswaard in (inter)nationaal verband. Ze vormen een reden om Valkenswaard te bezoeken en trekken veel bovenregionaal publiek aan. Daarnaast kunnen er speciale evenementen zijn, die een speciale aanleiding hebben en niet behoren tot de terugkerende evenementen. On

[1] Zie bijlage 1 voor doelgroep definities.

brandevenementen worden ondersteund door Valkenswaard Marketing. In eerste fase zijn dit de on-brand evenementen;

- Bloemencorso;
- Vogelverschrikkerfestival;
- Outdoor (sport) gerelateerde evenementen.

- Middensegment van **brand ondersteunende evenementen** die zich vooral richten op eigen inwoners en de regio. Deze evenementen leveren een positieve bijdrage aan één of meer van de volgende punten: de versterking van het centrum, zijn hippische evenementen, zijn gericht op doelgroep ondernemend / avontuurlijk paars en uitbundig geel of sluiten aan bij de thematiek van Visit Brabant.
- Een brede basis van **sociaal / maatschappelijke evenementen** (off-brand evenementen) die niet primair onder de citymarketingstrategie vallen, maar wel voorzien in de lokale behoefte.

De evenementen visie als onderdeel van strategisch beleid voor branding en positionering vraagt om budgettaire inspanningen van de gemeente en slimme cofinanciering en betrokkenheid van private partijen. We ondersteunen de evenementen op basis van de evenementenpiramide met subsidie en met diensten en materialen. Evenementen dragen bij aan het imago en de aantrekkelijkheid van de gemeente. We laten daarom graag zien wat er allemaal gebeurt in de gemeente Valkenswaard en ondersteunen evenementen dan ook via promotie, waarbij we ons richten op de on brand en brand ondersteunende evenementen.

Buiten de positieve kanten aan evenementen, kunnen evenementen ook overlast veroorzaken (geluid, muziek, verkeersproblemen of –omleidingen, etc.), wat de leefbaarheid voor een bepaalde groep inwoners tijdelijk aantast. Ook dient er veel geregeld te worden met het oog op openbare orde en veiligheid. Er moet dus gezocht worden naar een zo goed mogelijke balans tussen de positieve kanten en de keerzijde van evenementen. Naast positief gestimuleerd, moeten evenementen dan ook gereguleerd worden en dient er goed geïnformeerd te worden.

Voor het verhogen van de leefbaarheid, veiligheid en openbare orde en de bescherming van de volksgezondheid, zullen we de volgende sporen volgen:

- Opstellen van locatieprofielen met aantal evenementen en geluidsnormen;
- Regeling en motivatie in het bestemmingsplan;
- Veiligheid verhogen;
- Duidelijkheid in regels, controleren, handhaven en evalueren;
- Alcoholmatigende maatregelen;
- Toegankelijkheid evenementen;
- Tijdige duidelijke informatie.

De evenementen visie Valkenswaard dient als kader. Op basis van dit kader zullen er diverse zaken nader uitgewerkt worden en zullen er door de burgemeester beleidsregels geformuleerd worden.

# Inhoudsopgave

**Hoofdstuk 1: Inleiding** ..... 5
1.1 Algemeen ..... 5
1.2 Nieuw beleidskader ..... 6
1.3 Relevante beleidskaders & programma's ..... 6
1.4 Leeswijzer ..... 7
**Hoofdstuk 2: Visie op evenementen** ..... 8
2.1 Waar staan we nu? ..... 8
2.2 Wat willen we bereiken? ..... 9
2.2.1 Branding en positionering ..... 9
2.2.2 Doelgroep ondernemend / avontuurlijk paars en uitbundig geel ..... 11
2.2.3 Thema's VisitBrabant ..... 13
2.3 Hoe gaan we dit bereiken? ..... 13
2.3.1 Beeldbepalende evenementen (on-brand evenementen) ..... 13
2.3.2 Brand ondersteunende evenementen ..... 14
2.3.3 Sociaal/maatschappelijke evenementen (off-brand evenementen) ..... 15
**Hoofdstuk 3: Betrokken partijen** ..... 16
3.1 Evenementenorganisatoren ..... 16
3.2 Gemeente ..... 16
3.3 Evenementencoördinator ..... 17
3.4 Valkenswaard Marketing ..... 17
3.5 VVV Valkenswaard ..... 18
3.6 Stichting Centrummanagement Valkenswaard ..... 18
3.7 Subsidie AdviesCommissie Evenementen, Sport en Cultuur ..... 19
3.8 Omwonenden en omliggende bedrijven ..... 19
3.9 Hulpdiensten en overige partners ..... 19
**Hoofdstuk 4: Evenementenlocaties** ..... 20
4.1 Het centrum: De Markt, De Statie, het kernwinkelgebied en het Hofnarplein ..... 20
4.2 Dorpskernen Dommelen en Borkel en Schaft / winkelcentrum De Belleman ..... 21
4.3 Buitengebied: Sportpark Den Dries ..... 21
4.4 Buitengebied: Paardenboulevard ..... 21
4.5 Buitengebied: Eurocircuit en ruime omgeving ..... 21
4.6 Buitengebied: Overig ..... 21
4.7 Bewegende evenementen ..... 21
**Hoofdstuk 5: Inzet van middelen zoals subsidie, diensten en materialen** ..... 22
5.1 Hoe ondersteunen we evenementen financieel? ..... 22
5.2 Hoe ondersteunen we evenementen met diensten en materialen? ..... 23
5.3 Hoe promoten we evenementen? ..... 24
5.4 Met welke kosten heeft de gemeente bij evenementen te maken? ..... 24
**Hoofdstuk 6: Verhogen leefbaarheid, veiligheid en openbare orde** ..... 25
6.1 Evenementenkalender ..... 25
6.2 Evenementen en bestemmingsplan ..... 26
6.3 Veiligheid ..... 27
6.4 Alcohol en evenementen ..... 29
6.5 Toegankelijkheid ..... 29
6.6 Informatie ..... 29
**Hoofdstuk 7: Slot** ..... 30
**Bijlage 1: Leefstijlprofielen** ..... 31

# Hoofdstuk 1: Inleiding

## 1.1 Algemeen

Evenementen vormen op diverse vlakken een belangrijk strategisch instrument:

Citymarketing:
- Een essentieel strategisch instrument om in de merkpositionering van Valkenswaard geconcentreerde media aandacht te genereren (focus in exposure, maar ook trots);

Economisch:
- Impuls in directe besteding tijdens het evenement maar ook creëren van loyaliteit voor herhaalbezoek;

Maatschappelijk:
- Evenementen maken Valkenswaard een bruisende en aantrekkelijke verblijfsgemeente en dragen, mits in goede balans, bij aan de leefbaarheid. Daarnaast voorzien evenementen in de behoefte aan ontspanning en vermaak;
- Creëren van sociale cohesie en betrokkenheid op inhoud van bewoners.

Buiten deze positieve kanten aan evenementen, hebben zij echter ook een keerzijde. Een evenement kan ook overlast veroorzaken (geluid, muziek, verkeersproblemen of –omleidingen, etc.), wat de leefbaarheid voor een bepaalde groep inwoners tijdelijk aantast. Ook dient er veel geregeld te worden met het oog op openbare orde en veiligheid. Er moet dus gezocht worden naar een zo goed mogelijke balans tussen de positieve en negatieve kanten van evenementen. Het is om deze reden dat evenementen gereguleerd en positief gestimuleerd dienen te worden.

De evenementenvisie stelt de koers van gemeente Valkenswaard vast op het gebied van evenementen en bakent af wat we wel of wat we niet willen. In de, door de burgemeester vast te stellen, beleidsregels wordt deze koers verder geconcretiseerd. Deze beleidsnota laat zien wat de visie van Valkenswaard is specifiek op het gebied van evenementen. Deze visie zoekt aansluiting met de toekomstvisie en met de gekozen toeristisch –recreatieve profilering ‘Natuur’ en ‘Selfmade’ en ‘Actief buiten zijn’.

Belangrijk is het onderscheid te duiden die een gemeente vervult in de realisatie van evenementen.
- Wettelijke rol:
  De burgemeester is eindverantwoordelijk voor de openbare orde en veiligheid en binnen dat kader ook het bestuursorgaan wat de vergunning verleend voor een evenement. Hierbij ondersteund door diverse adviseurs en hulpdiensten. De gemeentelijke organisatie vervult hierin een essentiële coördinerende regierol.
  Binnen deze context stelt de burgemeester op basis van dit beleidsdocument nadere beleidsregels op waarin elementen op gebied van veiligheid en overlast worden vastgelegd.

- Maatschappelijk ondersteunende rol:
  De gemeente beoogt beleidsmatig met evenementen resultaat te bereiken (binnen haar gestelde ambities) en wil dit ondersteunen met financiële en/of uitvoerende ondersteuning van mogelijke diensten.
  De gemeente vervult dus met name een ondersteunende en faciliterende rol.

Het evenementenbeleid heeft betrekking op álle evenementen waar een vergunning voor dient te worden aangevraagd. Dit betreft de evenementen zoals gedefinieerd in de APV, inclusief braderieën en de kermis.

## 1.2 Nieuw beleidskader

Sinds de vaststelling van het beleidskader 'op weg naar een veelzijdig evenementenaanbod' in 2013 zijn er verschillende ontwikkelingen geweest die het noodzakelijk maken het beleidskader te actualiseren. Zo is de veiligheid bij evenementen steeds belangrijker geworden. Lokaal is de Algemene Plaatselijke verordening (APV) in de tussentijd op onderdelen aangepast, Centrummanagement en Valkenswaard Marketing zijn opgericht en er zijn door raad en college verschillende beleidskeuzes gemaakt die invloed hebben op het evenementenbeleid.

In dit nieuwe beleidskader komen alle aspecten rondom evenementen samen. Van subsidie en ondersteuning, tot vergunningen, veiligheid  en promotie.

## 1.3 Relevante beleidskaders & programma's

Het voorliggende kader is een integraal kader en hangt samen met het beleid op verschillende terreinen:

- **Toekomstvisie 'Ambitie & Kwaliteit':** deze benadrukt de cruciale rol van de vrijetijdseconomie. Vrijetijdsvoorzieningen zijn noodzakelijk om een aantrekkelijk leef – en woonklimaat te behouden en te versterken. Maar Valkenswaard kijkt verder dan de behoeften van de (potentiële) bewoner, ook de bezoeker staat centraal;
- **Vrijetijdsbeleid:** Evenementen hebben een aantrekkingskracht voor toerisme en bieden een recreatiemogelijkheid;
- **Economisch beleid:** vrijetijdseconomie als economisch speerpunt, streven naar een lage werkloosheid en het verbeteren van het vestigingsklimaat voor bedrijven;
- **Masterplan Centrum:** in het Masterplan Centrum zijn plannen uitgewerkt die de toekomstige aantrekkelijkheid en aantrekkingskracht van ons winkelcentrum moeten helpen behouden. Het plan omvat de aanpak van de leegstand, beter circulatie, meer beleving en aantrekkingskracht ten behoeve van het behoud van de regio functie;
- **Veiligheids- en handhavingsbeleid:** ordelijk verloop van evenementen, veilige evenementen, tegengaan en beperken van overlast, verkeersveiligheid, toezicht en handhaving;
- **Ruimtelijk beleid:** het bestemmingsplan is het belangrijkste publiekrechtelijke instrument voor het regelen van het toegestane gebruik van bepaalde locaties (gebieden waar evenementen wel en niet plaats kunnen vinden);
- **Milieubeleid**: tegengaan geluidshinder en beheersing afvalstromen;
- **Gezondheidsbeleid**: alcoholmatiging en bevorderen (sociale) hygiëne bij evenementen;
- **Beheer en onderhoud van de openbare ruimte:** evenementen vinden plaats in de openbare ruimte. Een goede inrichting in combinatie met goed onderhoud en goed beheer van de openbare ruimte is (mede) bepalend voor het sfeerbeeld en de leefbaarheid.

Daarnaast hangt het samen met de volgende programma's:

- **Valkenswaard Marketing**
  Om Valkenswaard in de beeldvorming beter te positioneren, investeert Valkenswaard in citymarketing. De Stichting Valkenswaard Marketing heeft de citymarketing taken overgenomen van de gemeente. De gemeente Valkenswaard heeft een faciliterende rol. De Stichting Valkenswaard Marketing kan een belangrijke bijdrage leveren aan de ambities op gebied van evenementen in het topsegment. De stichting zal geen leidende rol in het breedteaanbod spelen. Bij de on brand en brand-ondersteunende evenementen zal de stichting een regisserende rol vervullen. In de geformuleerde ambitie zal hun rol verder kunnen worden ontwikkeld, mits er ook daadwerkelijk een impuls in financiële zin (beleidsmatig) wordt gerealiseerd.

  Inhoudelijke programmalijnen van Valkenswaard Marketing op het gebied van evenementen:
  - Duurzame samenwerkingsverbanden;
  - Ontwikkelen merkboek en regie op media;
  - Dorpsaankleding en gastvrijheid;
  - Support voor on brand evenementen en de brandondersteunende evenementen en analyse voor versterking aanbod.
  Evenementen vormen dus een belangrijke pijler binnen de positionering van Valkenswaard. In hoofdstuk 2.5 wordt nader ingegaan op de rol van Valkenswaard Marketing.

- **Het programma Vrijetijdseconomie/Gebiedsontwikkeling** levert, samen met de programma's Masterplan Centrum en Bereikbaar Valkenswaard, een belangrijke impuls voor de invulling van de Toekomstvisie 2030 die door de gemeenteraad is vastgesteld. De programma's dragen bij aan de identiteit en positionering van Valkenswaard en zijn daardoor onlosmakelijk met elkaar verbonden. Valkenswaard gaat zich actief ontwikkelen als leisuregemeente, met het profiel 'Actief buiten zijn'. Dit past precies in de lijn van Valkenswaard Marketing die Valkenswaard op de kaart zet als een gemeente waar het 'actief wonen en recreëren is in sterk leisure aanbod'. Een sterk profiel in de markt zetten, gaat niet vanzelf en is een kwestie van een lange adem. De integrale gebiedsvisie voor ons buitengebied, staat ook niet op zichzelf. De gebiedsvisie haakt aan bij diverse documenten, waarvan de Toekomstvisie 2030 de belangrijkste is. In deze Toekomstvisie 2030 is namelijk de ambitie verwoord dat Valkenswaard in 2030 een extra 1 miljoen bezoekers wil aantrekken -bovenop de huidige jaarlijkse 1 miljoen bezoekers. Evenementen kunnen hierbij een rol spelen.

## 1.4 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 komt de visie op evenementen aan bod. Waar staan we nu? Waar streven we naar en hoe gaan we dit bereiken.
Bij het organiseren van een evenement spelen verschillende partijen een rol. In hoofdstuk 3 worden de verschillende partijen, hun rol en verantwoordelijkheden besproken.
Voor de keuze welke evenementen in Valkenswaard op welke locatie kunnen plaatsvinden, maken we gebruik van locatieprofielen. Deze komen in hoofdstuk 4 aan bod.
De wijze waarop we evenementen stimuleren met inzet van middelen zoals subsidie, diensten en materialen wordt beschreven in hoofdstuk 5. In hoofdstuk 6 komt het reguleren van evenementen en het verhogen van de leefbaarheid, veiligheid en openbare orde ter sprake.

# Hoofdstuk 2: Visie op evenementen

## 2.1 Waar staan we nu?

Om de doelstellingen uit het beleidskader 'Op weg naar een veelzijdig evenementenaanbod 2013-2017 te realiseren is in 2013 gestart met het Zomerprogramma (later Evenementenprogramma Centrum). Dit programma was bedoeld voor het aanjagen van een aantal nieuwe, kwalitatief goede evenementen en het versterken van bestaande initiatieven.

Uit de komst van een aantal nieuwe evenementen, zoals het Statie Sneeuwspektakel, het Vliegerfestival, De Nacht van de Dakar Pre-Proloog, Foodstock, Driving Valkenswaard International, Wandelweek Valkenswaard, Op herhaling, Previous en de komst van AVROTROS Sterren Muziekfeest op het plein, blijkt dat Valkenswaard zich weer steeds meer als evenementendorp profileert. Maar hieruit blijken geen heldere positionering en keuzes.

We ervaren wel dat de open houding van de gemeente richting evenementen hierin positief heeft gewerkt. Er is een evenementen coördinator aangesteld en daarnaast is een onafhankelijke Subsidie Adviescommissie kamer Evenementen, Sport en Cultuur ingesteld, wat tot een objectivering van toewijzing van subsidies heeft geleid.

De komst van Valkenswaard Marketing en de gebiedsontwikkelingsvisie buitengebied Valkenswaard bieden kansen voor evenementen om een bijdrage te leveren aan de profilering van de gemeente. De samenwerking binnen De Groote Heide biedt kansen om elkaar te versterken.

Hieronder is een SWOT analyse te vinden van de sterktes, zwaktes, kansen en bedreigen van en voor evenementen in Valkenswaard.

**SWOT analyse**

| **Sterk** | **Zwak** |
|---|---|
| Nationaal en internationaal bekende sportaccommodaties | Weinig samenwerking verschillende sectoren |
| Grote inzet en betrokkenheid vrijwilligers | Marketing & positionering van evenementen |
| Sociale Cohesie, groot aanbod van evenementen op alle niveaus van de piramide | Evenementen met internationale aantrekkingskracht hebben weinig weerslag op het dorp |
| Subsidie Advies Commissie kamer Evenementen, Sport en cultuur | Evenement parkeren (o.a. Paardenboulevard) |
| Evenementencoördinator | |
| Evenementenbeleid als onderdeel van strategisch beleid voor branding en positionering | |
| **Kansen** | **Bedreigingen** |
| Gebiedsontwikkelingsvisie buitengebied Valkenswaard | Sponsoring vanuit bedrijven neemt af |
| Natuurgrenspark De Groote Heide | Concurrentie met andere gemeenten |
| Valkenswaard Marketing | Leefbaarheid versus levendigheid |
| Visit Brabant programmalijnen | |
| Doelgroep gezinnen met kinderen is bovengemiddeld vertegenwoordigd binnen de Brabantse vrijetijdssector | |
| Paardensport | |
| Doorontwikkeling Eurocircuit en ruime omgeving | |

## 2.2 Wat willen we bereiken?

***Ambitie:***
In 2025 staat Valkenswaard in de top 3 van de Brainportregio als gemeente voor vrijetijdseconomie. Kwalitatief goede evenementen dragen bij aan onze ambitie van 1 miljoen extra bezoekers per jaar per 2030.
In een jaarprogrammering zijn er minimaal 2 evenementen met bekendheid op nationaal niveau gebaseerd op de kernthema's: Selfmade en Natuur.

Om dit te bereiken streeft de gemeente Valkenswaard naar evenementen:

- met een positieve bijdrage aan de **positionering en branding** van de gemeente Valkenswaard (zie 2.2.1);
    - In aansluiting op 'Het verhaal van Valkenswaard' van Valkenswaard Marketing. Hieruit kwamen de waarden '**selfmade**' en **'natuur**' en daarnaast worden **'paarden'** genoemd als nieuwe potentiële groeimarkt.
    - In aansluiting op De Groote Heide Valkenswaard, Natuurlijk Avonturen Landschap, gebiedsontwikkelingsvisie buitengebied Valkenswaard, waarin **'Actief buiten zijn'** centraal staat. Binnen dit profiel is ruimte voor sportieve evenementen. Ook de **paardensport** maakt hier onderdeel vanuit.
- die met elkaar worden **verbonden** tot **één krachtige en herkenbare beleving** waardoor deze meer impact krijgen;
- met een positieve bijdrage aan de **versterking van het centrum** (zie 2.2.1);
- gericht op de **doelgroep ondernemend / avontuurlijk paars en uitbundig geel** (zie 2.2.2);
- in aansluiting waar mogelijk op de **thematiek van Visit Brabant** (zie 2.2.3);
- waarbij de **leefbaarheid, veiligheid** en **openbare orde** zoveel mogelijk gewaarborgd zijn (zie hoofdstuk 6).

### 2.2.1 Branding en positionering

De evenementenvisie is onderdeel van strategisch beleid voor branding en positionering. De gemeente Valkenswaard staat open voor evenementen die bijdragen aan het DNA/de identiteit van Valkenswaard en wil een klimaat creëren waarin evenementen-organisatoren hun ideeën kunnen omzetten in kansen die de identiteit onderschrijven.

*Selfmade*
Daarnaast komt uit 'Het verhaal van Valkenswaard' van Valkenswaard Marketing de waarde 'Selfmade'. Hierbij kan gedacht worden aan de subcriteria actief zelf doen, maken, creatie, samen in groepsverband. Denk hierbij aan evenementen zoals het Bloemencorso, waarbij door de corsobuurtschappen maanden gewerkt wordt aan de corsowagen en het Vogelverschrikkersfestival, wat om het jaar mensen in het Van Bestpark samenbrengt, om hen samen te laten creëren en te laten verrassen, een totaalfestijn met 100 zelfgemaakte vogelverschrikkers als decor. Maar ook samen zingen en muziek maken (Ameezing, Valkenswaard Volkoren) valt hieronder.

*Natuur*
Gemeente Valkenswaard wil zich onderscheiden met het profiel 'actieve buitenrecreatie' en 'natuur', conform Het verhaal van Valkenswaard' van Valkenswaard Marketing en in aansluiting op De Groote Heide Valkenswaard, Natuurlijk Avonturen Landschap, gebiedsontwikkelingsvisie buitengebied Valkenswaard.

Voor het organiseren van evenementen die passen bij het profiel 'actieve buitenrecreatie' willen we de ruimte geven om die te ontwikkelen. Binnen de te ontwikkelen gebied/ locatieprofielen wordt dit verder gedetailleerd.

Voor het organiseren van evenementen die passen bij dit profiel zijn er talloze mogelijkheden. Naast de Wandelweek Valkenswaard, bieden meer avontuurlijke sportevenementen kansen.
Hierbij valt te denken aan sportieve evenementen als:

- De Groote Heide Marathon;
- Survivalrun;
- Adventures races;
- Mud Sweat Trails (hardloopwedstrijden op onverharde paden);
- Citymountainbike;
- Het WK veldrijden.

Of de doorontwikkeling van reeds bestaande sportevenementen zoals (niet limitief) de HolaPress Valkenloop met de HolaPress Wandeling en De Groote Heide Trail.

*Paardenthema versterkende evenementen*
'Paarden' zijn tevens een nieuwe potentiële groeimarkt. De ontwikkelingen rond paarden in het buitengebied zijn op dit moment nog vrij solitair en dragen weinig bij aan de herkenbaarheid van Valkenswaard. Het draagt echter de potentie in zich om een belangrijk speerpunt te worden in de toekomstige profilering.
Het thema kan versterkt worden door hippische activiteiten / evenementen te organiseren en mede uit te dragen onder het groene logo van Valkenswaard en deze activiteiten breed te verbinden met aanvullende activiteiten vanuit de Valkenswaardse samenleving. De naamsbekendheid van Valkenswaard in de paardensport is stijgende en kan nog verder worden versterkt door meer evenementen voor paardenliefhebbers te organiseren. Een voorbeeld hiervan is de Pinksterrit.

*Centrum versterkende evenementen*
Valkenswaard streeft naar evenementen die kunnen bijdragen aan het versterken van het centrum. Hierbij gaat het om de meerwaarde die het evenement heeft op verschillende fronten: economische spin-off, sociale cohesie enzovoort. Een bezoeker aan een evenement in Valkenswaard moet bij thuiskomst niet alleen positieve associaties met het betreffende evenement hebben, maar ook met Valkenswaard.

Dit kan bereikt worden door bijvoorbeeld een samenwerking tussen verschillende sectoren, denk aan horeca, detailhandel en de cultuursector en door het evenement zichtbaar te maken op meerdere plaatsen in het dorp. Bij dit laatste kan men bijvoorbeeld denken aan het gebruik van vlaggen, banieren, inrichtingen van etalages, aangepaste menu's in de horeca en speciale arrangementen in de verblijfsaccommodaties. Door activiteiten met elkaar te verbinden, ontstaat een krachtige en herkenbare beleving, waardoor deze meer impact krijgen. Bezoekers besteden meer, blijven langer en komen wellicht nog een keer terug. Evenementen zijn niet alleen een doel op zich, zij zijn ook een middel om andere sectoren te ondersteunen en te versterken.

### 2.2.2 Doelgroep ondernemend / avontuurlijk paars en uitbundig geel

Leefstijl bepaalt het gedrag van bezoekers. Doelgroepen moeten dan ook gekozen worden op basis van leefstijlprofiel (zie bijlage 1: Leefstijfprofielen). Om het leisureprofiel van Valkenswaard echt te kunnen versterken moet je niet alleen weten wie je bent, maar vooral ook weten voor wie je wat te bieden hebt. Een duidelijke doelgroep kiezen geeft je een heldere focus in je marketing en ontwikkeling van je gebied. Het geeft richting bij het bepalen wat je in je etalage moet zetten en wat niet. Eén van de doelstellingen uit de Toekomstvisie 2030 is om actief in te zetten op het aantrekken van jongeren en gezinnen met kinderen. Om het dorp ook economisch gezond te houden, wil men ook graag hoger opgeleiden die werkzaam zijn in Brainport zich hier laten vestigen. Een belangrijke factor bij keuze voor vestiging is het leefklimaat, dat ook bepaald wordt door de omgevingskwaliteit, bereikbaarheid en mogelijkheden voor vrijetijdsbesteding.

Valkenswaard heeft op dit moment een (evenementen)aanbod dat bij verschillende leefstijlen past: het buitengebied kent veel sportieve voorzieningen (geel) en in het dorp is een gezellig centrum waar men komt voor saamhorigheid zoals de markt, evenementen, horeca en winkelen (lime). Daarnaast zijn rondom natuur en rustgebieden om in te wandelen en fietsen (groen). De evenementen op de paardenboulevard kenmerken zich tot nu toe door een kapitaalkrachtige maar vooral ook heel gesloten groep, die houdt van luxe maar ook erg op zichzelf is, 'ons kent ons' (blauw profiel).

Wanneer we kijken naar de gewenste doelgroepen, jongeren en jonge gezinnen en dit relateren aan het leefstijlmodel van Smart Agent, dan zien we dat dit een hele diverse groep is van wie het vrijetijdsgedrag niet in één leefstijlprofiel te vatten is. Jongeren en jonge gezinnen komen in alle kleuren voor, dus alleen op deze demografische kenmerken valt geen onderscheidend leefstijlprofiel

te benoemen waarop ingezet zou moeten worden. Hoogopgeleide creatievelingen die in Brainport werken, hebben wél een duidelijk kleurprofiel. Deze mensen zijn vooral paars: ondernemend/avontuurlijk of aqua: ingetogen/teruggetrokken. Technische expats uit Brainport zijn in hun vrijetijd meestal sportief bezig met activiteiten zoals hardlopen of fietsen, ze sporten graag even hun hoofd leeg. Veel technici willen ook graag rust in hun vrijetijd, in dat geval hebben ze een meer aqua profiel (ingetogen en teruggetrokken). Naast alleenstaande hoogopgeleide kenniswerkers vestigen zich ook veel expats met hun gezin in Brainport. In gezinsverband laten zij vaak ander gedrag zien en kunnen zij evengoed horen bij de gele, lime of groene groep, net als veel andere (Nederlandse) gezinnen. In een onderzoek onder de expatgezinnen in Brainport, gaven zij aan dat Valkenswaard een leuke plek is om in het bos te gaan wandelen met de kinderen (groen/lime).

***Uitbundig Geel:***
*De kernwoorden open, sociaal, zorgzaam, gezelligheid en harmonie vertegenwoordigen mensen uit de gele belevings-wereld. Het zijn spontane, sociale mensen waarbij het gezin vaak centraal staat. Beschikken over iets meer budget dan gemiddeld. Gezelligheid is in de gele belevingswereld een belangrijke factor. Evenementen die bezocht worden door gele mensen moeten vooral gezellig zijn en een leuke belevenis zijn. Mensen uit de gele belevingswereld weten vooraf precies wat er te doen is.*

Geel en paars bieden kansen voor Valkenswaard en De Groote Heide. Bij de keuze voor ontwikkeling van een nieuwe koers of het aanboren van een nieuwe markt, is het verstandig voor leefstijlgroepen te kiezen die goed bij je passen, je dichterbij je doelstellingen brengen en die dichtbij veel voorhanden zijn. In het geval van Valkenswaard is dat vooral de gele leefstijlgroep. Het profiel van de gele doelgroep sluit goed aan op het aanbod van Valkenswaard en het vrijetijdsgedrag dat haar inwoners typeert. Bovendien zijn geel en lime van oudsher ook de grootste groep bezoekers die Brabant al aantrekt door haar bourgondische imago. Door versterking van het leisureaan-bod op het gele kleurprofiel blijft het gebied dicht bij zijn eigen DNA en imago. Dit zal sneller tot een beter resultaat leiden. Er ligt echter ook een grote kans om meer bestedingen te genereren door in te zetten op de leefstijlgroepen van de hoogopgeleide en kapitaalkrachtige mensen die werkzaam zijn in Brainport Eindhoven. Dus naast het ontwikkelen van een geel profiel is het van belang om in te zetten op een alternatieve strategie om Valkenswaard interessant te maken voor tech-werkers uit Brainport. Hierbij ligt de keuze voor inzet op een paars leefstijlprofiel het meest voor de hand. De paarse doelgroep, getypeerd door ondernemend en avontuurlijk gedrag, past beter bij de actieve en sportieve gele types dan de ingetogen aqua leefstijlgroep die ook veel voorkomt onder de technici. Daarbij is dit sowieso een interessante niche; in Nederland zijn relatief weinig interessante plaatsen voor recreanten met een paars profiel. Hierop zou Valkenswaard en De Groote Heide ook in de landelijke profilering veel meer kunnen inspelen. Bij evenementen moet daarom ook de avontuurlijke en ondernemende expat voor ogen gehouden worden als doelgroep. Dit betekent dat evenementen avontuurlijker mogen worden gemaakt en dat het aanbod een hoge kwaliteit moet hebben, uitdaging moet bieden en verrassend en onderscheidend moet zijn.

***Ondernemend / Avontuurlijk 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. Vaker mensen van middelbare leeftijd, 35-54 jaar. Met name één en tweepersoons-huishoudens. Voorkeur voor individuele activiteiten.*

### 2.2.3 Thema's VisitBrabant

VisitBrabant zet zich in om Brabant te promoten om meer bezoekers, meer bestedingen en meer banen te realiseren. Dit doen ze onder andere door iconen te gebruiken die een bijzonder aspect van Brabant laten zien en daarmee een aantrekkende werking hebben op (inter)nationale gasten. VisitBrabant werkt met verschillende doorlopende thema's die blijven bijdragen aan het vermarkten van Brabant. Van Gogh, Design en Family Fun zullen vooral het gezicht van Brabant bepalen en daarom altijd extra aandacht krijgen. Niettemin zullen bepaalde thema's in bepaalde jaren hoogtepunten hebben en intensief onder de aandacht worden gebracht. Zo stond in 2015 Vincent van Gogh centraal, in 2016 Jheronimus Bosch en in 2017 Mondriaan tot Dutch Design. In 2018 zal het thema We Are Food centraal staan en in 2019/2020 zal logischerwijs WOII een themalijn zijn die veel aandacht zal krijgen. Daarnaast zal ook in 2018 Van Gogh weer een opleving krijgen en werkt Visit Brabant aan een programmalijn inzake FamilyFun, de familiemarkt. Die waarschijnlijk in 2020 groots gelanceerd wordt. Het geeft zo een impuls aan de uitstraling van Brabant en aan de arrangement- en productontwikkeling van ondernemers.
Om vooral de internationale bezoeker te verleiden een bezoek te brengen aan Valkenswaard is goed ook met evenementen aansluiting te zoeken bij VisitBrabant en haar programmalijnen.
Hierin zal in eerste aanleg vanuit stichting Valkenswaard Marketing (i.s.m. VVV Valkenswaard) de bestaande samenwerking met Visit Brabant worden uitgebouwd.

VISIT BRABANT

## 2.3 Hoe gaan we dit bereiken?

Om bovenstaande visie en doelstellingen te bereiken is het noodzakelijk dat er keuzes gemaakt worden.

We onderscheiden:

- Beeldbepalende evenementen (on-brand evenementen) (2.3.1);
- Brand ondersteunende en centrumevenementen (2.3.2);
- Sociaal/maatschappelijke evenementen (off-brand evenementen) (2.3.3).

### 2.3.1 Beeldbepalende evenementen (on-brand evenementen)

Een top van beeldbepalende evenementen. De on-brand evenementen. 'Brand evenementen' zijn evenementen die volledig aansluiten bij de citymarketingstrategie van Valkenswaard en daar ook mede invulling aan geven. De evenementen dragen de gemeentelijke of regionale identiteit, hebben

een economische spin-off voor de regio en versterken het imago van Valkenswaard in (inter)nationaal verband. Ze vormen een reden om Valkenswaard te bezoeken en trekken veel bovenregionaal publiek aan. Deze terugkerende evenementen steunen we waar nodig financieel, functioneel (met diensten en materiaal) en promotioneel. Daarnaast kunnen er speciale evenementen zijn. Dit zijn evenementen die een speciale aanleiding hebben en niet behoren tot de terugkerende evenementen.

De gemeente Valkenswaard heeft een aantal specifieke kenmerken en kernkwaliteiten, die voor een ieder herkenbaar zijn en tot ieders verbeelding spreken. Deze kenmerken leveren een bijdrage aan de profilering van de gemeente Valkenswaard. Natuur en selfmade zijn de kernwaarden uit de citymarketingstrategie. Naast Valkenswaard Marketing draagt het programma De Groote Heide Valkenswaard bij aan een belangrijke impuls voor de invulling van de Toekomstvisie 2030. Binnen dit programma gaat Valkenswaard zich actief ontwikkelen als leisuregemeente, met het profiel 'Actief buiten zijn'. Dit past precies in de lijn van Valkenswaard Marketing die Valkenswaard op de kaart zet als een gemeente waar het 'actief wonen en recreëren is in een sterk leisure aanbod'. On-Brand evenementen sluiten hier bij aan.

De evenementen die georganiseerd worden binnen Valkenswaard zouden ondersteunend moeten zijn aan de eerder genoemde kernthema's van de gemeente Valkenswaard en bijdragen aan een positieve profilering van de gemeente. Daarnaast kent Valkenswaard traditiegetrouw belangrijke en mooie evenementen en speelt sociale cohesie een belangrijke rol.

On-brandevenementen:

- zijn wisselend van uitstraling en aantrekkingskracht (gericht op groei en minimaal bovenregionale aantrekkingskracht);
- ondersteuning bepaalt de gemeente op maat, afhankelijk van het type evenement;
- worden ondersteund door Valkenswaard Marketing.
  Valkenswaard Marketing ondersteunt in eerste fase de on-brand evenementen en organisaties:
    - Bloemencorso;
    - Vogelverschrikkersfestival;
    - Outdoor (sport) gerelateerde evenementen.

### 2.3.2 Brand ondersteunende evenementen

Daarnaast kennen we een middensegment van brand ondersteunende evenementen. Evenementen die zich vooral richten op eigen inwoners en de regio. Deze evenementen ondersteunt de gemeente beperkt financieel wanneer ze bijdragen aan één van de doelstellingen zoals in 2.2 beschreven. Deze evenementen leveren een positieve bijdrage aan de **versterking van het centrum,** zijn gericht op **doelgroep ondernemend / avontuurlijk paars en uitbundig geel.**

### 2.3.3 Sociaal/maatschappelijke evenementen (off-brand evenementen)

We willen een brede basis van sociaal/maatschappelijke evenementen, de 'Off-brand evenementen'. Dit zijn evenementen die niet primair onder de citymarketingstrategie vallen (de etalage), maar wel voorzien in een noodzakelijke lokale behoefte (de winkel). Lokale verenigingen, stichtingen en particulieren, organiseren een evenement ter bevordering van de sociale cohesie en of ter ondersteuning van hun sport / cultuurvereniging. Dit zijn evenementen die de leefbaarheid in dorpen en wijken bevorderen. Deze evenementen hebben een lokale uitstraling en zijn voornamelijk voor de lokale bevolking, (sport en cultuur) verenigingen en middenstand van betekenis. Deze evenementen kunnen voor ondersteuning een beroep doen op het sport- of cultuurfonds. Denk hierbij aan de intocht van Sinterklaas en carnaval. Het onderscheidend vermogen en de toeristisch – recreatieve uitstraling is beperkt.

*Afsluitende opmerkingen:*
De evenementen die geen evenementenvergunning nodig hebben, zoals buurt- en wijkfeesten worden niet meegenomen in dit beleid.

Voor het waarborgen van de leefbaarheid maken we onder andere gebruik van locatieprofielen (zie hoofdstuk 4). In hoofdstuk 6 is nog meer te lezen hoe we de leefbaarheid, veiligheid en openbare orde proberen te waarborgen.

# Hoofdstuk 3: Betrokken partijen

Bij het organiseren van een evenement spelen verschillende partijen een rol. Allereerst de organisator (vergunningaanvrager), die het proces opstart door het indienen van een aanvraag. Tijdens het gehele proces kunnen verschillende afdelingen van de gemeente betrokken worden bij de besluitvorming. Daarnaast spelen ook de bewoners, Valkenswaard Marketing, Subsidie Advies Commissie, hulpdiensten en toezichthouders een rol. In dit hoofdstuk zullen de verschillende partijen, hun rol en verantwoordelijkheden besproken worden.

## 3.1 Evenementenorganisatoren

De rol van evenementenorganisaties richt zich op de kerntaak van het organiseren van evenementen, het zorgdragen voor de vereiste vergunningen en het uitvoeren van evenementen overeenkomstig de verleende vergunning. Een organisator is primair verantwoordelijk voor een ordelijk en veilig verloop van een evenement en het beperken / voorkomen van overlast en effecten in de omgeving binnen de wet- en regelgeving. Dit geldt zowel op openbaar terrein als in binnenlocaties. De organisator is verantwoordelijk voor het treffen van de noodzakelijke voorzieningen (zowel facilitair als beheersmatig) en de bijbehorende kosten.

## 3.2 Gemeente

De gemeente is op meerdere vlakken betrokken bij de organisatie van evenementen. Gemeente Valkenswaard heeft de publiekrechtelijke taak tot vergunningverlening, moet waken over de openbare orde, veiligheid, volksgezondheid en bescherming van het milieu. De gemeente neemt ook verschillende activiteiten voor haar rekening, waardoor de komst van evenementen gestimuleerd wordt en het voor organisatoren mogelijk gemaakt wordt hun evenement goed te organiseren. In Hoofdstuk 5: Inzet van middelen zoals subsidie, diensten en materialen, vindt u hier de nadere uitwerking van. Hieronder is in het kader van evenementen een overzicht te vinden van taken en bevoegdheden van gemeenteraad, burgemeester en het college van burgemeester en wethouders.

*Gemeenteraad*

De gemeenteraad is bevoegd kaders te stellen ten aanzien van alle zaken die spelen binnen de gemeente Valkenswaard. Het is aan het college van burgemeester en wethouders respectievelijk de burgemeester om daaraan uitvoering te geven. Instrumenten die de gemeenteraad ter beschikking staan zijn kaderstellende beleidsnotities (zoals deze Evenementenvisie ), de begroting en verordeningen.

*Burgemeester*

Artikel 2:25 van de Algemene plaatselijke verordening Valkenswaard 2017 (APV) bepaalt dat het verboden is om een evenement te houden zonder vergunning van de burgemeester (ingevolge artikel 2:25, lid 4 van de APV is het organiseren van een klein evenement geheel vergunningsvrij, kleine evenementen zijn echter geen onderdeel van dit beleidskader).
Het artikel over evenementen is opgenomen in hoofdstuk 2 van de APV, dat handelt over zaken aangaande de openbare orde. Het evenementenartikel is dan
ook bedoeld om overlast te beperken en de openbare orde en veiligheid te beschermen. De burgemeester heeft de bevoegdheid om beleidsregels, zoals bedoeld in artikel 1:3 en volgens artikel 4:81 van de Algemene wet bestuursrecht, vast te stellen voor vergunningverlening en handhaving van evenementen.
Kortom: het verlenen van een evenementenvergunning is de bevoegdheid van de burgemeester. Voor de uitvoering zal de burgemeester beleidsregels vaststellen.

*College van burgemeester en wethouders*
Het college is op grond van de Algemene Subsidieverordening Valkenswaard (ASV) bevoegd tot het verlenen van subsidie (artikel 4 van de ASV) en tot het stellen van nadere regels met betrekking tot het bepaalde in de ASV (artikel 5 van de ASV). Andere regels die op basis van dit kader worden uitgewerkt hebben onder meer betrekking op de 'nadere regel evenementen, sport en cultuur', werkwijze en samenstelling van de Subsidie Advies Commissie kamer Evenementen, Sport en Cultuur

Daarnaast spelen diverse teams binnen de gemeente een belangrijke rol. Zij adviseren, faciliteren of ondersteunen. Klantcontacten Omgeving (KCO) richt zich op de wettelijke taken, namelijk vergunningverlening en meldingen. KCO en Toezicht en Handhaving worden belast met de uitvoering van toezicht en handhaving bij evenementen en Beheer en Uitvoering is belast met het beheer van het openbaar gebied.

## 3.3 Evenementencoördinator

Voor de helderheid naar de organisator toe is er één front-office waar organisatoren terecht kunnen. De evenementencoördinator is aanspreekpunt voor organisatoren en is de spil tussen gemeente (zowel ambtelijk als bestuurlijk) en externe partijen op het gebied van evenementen. De evenementen coördinator werkt nauw samen met de stichting Valkenswaard Marketing om op die wijze de eenduidige coördinatie te borgen.

Tot de taken behoren:

- Gesprekken met evenementenorganisatoren (eerste aanspreekpunt organisatoren, oriënterende gesprekken met nieuwe organisatoren);
- Aanjagen van gewenste evenementen op basis van signalen;
- Begeleiden organisatoren bij (gemeentelijke) procedures;
- Eerste toetsing aan evenementenkalender, evenementenbeleid en criteria;
- Beantwoorden (of uitzetten) van vragen over evenementen;
- Leggen van dwarsverbanden;
- Overleg met o.a. KCO (cluster vergunningen), centrummanagement, weekmarkt, horeca en centrumbewoners;
- Evalueren evenementen.

## 3.4 Valkenswaard Marketing

Valkenswaard Marketing is verantwoordelijk voor de regie van alle 'brandevenementen' op gebied van marketing en productontwikkeling.

Valkenswaard Marketing heeft als doel het eenduidig en gecoördineerd versterken van het 'merk (brand)' van Valkenswaard, zowel op inhoud als in verhaallijnen, zodat het in een gerichte product / markt strategie wordt overgebracht op de relevante doelgroep.

De rollen en taken zijn hierin als volgt:

- Valkenswaard Marketing is verantwoordelijk voor de analyse en productontwikkeling voor on brand positionering en houdt zich daarnaast bezig met brand ondersteunende evenementen die het centrum versterken;
- Valkenswaard Marketing ondersteunt in de begeleiding van complexe subsidie/fondsen trajecten;
- Valkenswaard Marketing geeft begeleiding aan evenementen die brand ondersteunend en / of beeldbepalend zijn voor het imago van Valkenswaard, zogenaamde spraakmakende icoonprojecten die de eenduidige uitstraling van Valkenswaard versterken;
- Zij wil dit mede bereiken door activiteiten in en rond Valkenswaard met elkaar te verbinden tot één krachtige en herkenbare beleving waardoor deze meer impact krijgen. Enkele voorbeelden zijn Valkenswaard in Hemelse sferen en Valkenswaard Volkoren.

Aangezien de stichting Valkenswaard Marketing intensief met een deel van het aanbod van evenementen inhoudelijk en ondersteunend aan de slag gaat is deelname aan de Subsidie AdviesCommissie Evenementen, Sport en Cultuur gewenst. De rollen en taken van de Subsidie Adviescommissie zijn te lezen paragraaf 3.7.

## 3.5 VVV Valkenswaard

De belangrijkste taak van de VVV is om Valkenswaard als aantrekkelijke vrijetijdsbestemming onder de aandacht te brengen van inwoners en bezoekers. Het promoten van evenementen is daar uiteraard een onderdeel van.

Naast de VVV-winkel, prominent op de Markt, gebruikt de VVV diverse multi-media toepassingen (website, social media, digitale borden e.d.) om evenementen onder de aandacht te brengen van inwoners en bezoekers. De VVV zorgt er in samenwerking met de gemeente voor, dat alle evenementen in kaart worden gebracht en zodoende tijdig kunnen worden gepresenteerd zowel in een analoge als digitale evenementenkalender.

Ook zorgt de VVV voor een actieve ondersteuning van evenementen, bijvoorbeeld door kaartverkoop, verkoop van evenement gerelateerde artikelen e.d.

## 3.6 Stichting Centrummanagement Valkenswaard

Stichting Centrummanagement Valkenswaard werkt nauw samen met ondernemers in het centrum en streeft naar het vergroten van de aantrekkelijkheid en uitstraling van het centrum van Valkenswaard met als doel versterking van het economisch functioneren van de winkels, horeca en dienstverlening.

Op gebied van evenementen houdt Centrummanagement zich bezig met:

- Organiseren, coördineren en realiseren van kwalitatief goede evenementen die het centrum van Valkenswaard op de kaart zetten en die potentiële klanten trekken;
- Aansluiting vinden op bestaande evenementen (Corso, Valkenswaard on Ice, etc.) om het belang van de ondernemers te behartigen;
- In samenwerking met gemeente, Valkenswaard Marketing, VVV en Horeca promoten van de evenementenkalender en die opnemen in de centrale database online en offline;
- Optimaliseren van branding centrum via off- en online media;
- Promoten van activiteiten in (het centrum van) Valkenswaard.

## 3.7 Subsidie AdviesCommissie Evenementen, Sport en Cultuur

De Subsidie AdviesCommissie Evenementen, Sport en Cultuur bestaat uit ten minste 3 leden waarvan een voorzitter. De leden worden door het college benoemd voor maximaal 4 jaar. Zij behoren niet tot het gemeentelijk bestuur maar zijn (ervarings)deskundig. Hun taak is advies uitbrengen aan het college over subsidieaanvragen.

De werkzaamheden wat betreft evenementen houden in:

- Het vooraf lezen en beoordelen van subsidieaanvragen;
- Het deelnemen aan vergaderingen en het geven van deskundig oordeel over de uitvoering van de gesubsidieerde evenementen;
- Samen met andere commissieleden in overleg treden met de aanvragers over de wensen en eisen van de subsidieverlener en de mogelijkheden die de aanvrager kan bieden;
- Als gesprekspartner van de gemeente fungeren over de beleidsvorming- en uitvoering van de betreffende beleidsterreinen;
- De Subsidie AdviesCommissie Evenementen, Sport en Cultuur wordt vooraf om advies gevraagd en dit advies weegt mee bij de uiteindelijke beoordeling. De uiteindelijke toekenning van een bijdrage aan een evenement is een bevoegdheid van het college.
-

## 3.8 Omwonenden en omliggende bedrijven

Diegene die rechtstreeks in zijn of haar belang (leefomgeving) wordt geraakt is een belanghebbende. Hierbij kan het gaan om (geluid)hinder, economisch nadeel of bereikbaarheid. Uiteraard worden deze belangen meegewogen in de beslissing op een aanvraag om evenementenvergunning. Een belanghebbende kan bezwaar maken tegen een verleende evenementenvergunning. Alle omwonenden en andere direct belanghebbenden moeten door de organisator zelf, tijdig (minimaal 2 weken voor aanvang van het evenement) worden geïnformeerd over de activiteiten en mogelijke overlast. Dit kan bijvoorbeeld door middel van een brief of flyer. Hierin dient o.a. het telefoonnummer van de contactpersoon voor en tijdens het evenement te zijn opgenomen. Dit biedt de gelegenheid om, wanneer er sprake is van overlast of klachten, in overleg met elkaar een oplossing te vinden.

## 3.9 Hulpdiensten en overige partners

Hulpdiensten adviseren de gemeente over de vergunningverlening bij evenementen. Daarbij wordt er, met inachtneming van ieders specifieke verantwoordelijkheid, waar mogelijk middels het veiligheidsoverleg integraal geadviseerd. Zij adviseren op het gebied van geneeskundige hulpverlening, brandveiligheid, verkeersveiligheid en openbare orde en veiligheid.
De hulpdiensten zijn verantwoordelijk voor het uitvoeren van de wettelijke taken en verantwoordelijkheden (openbare orde en veiligheid, brandveiligheid, gezondheid, etc.). Zij reserveren capaciteit op basis van de regionale evenementenkalender en adviseren het bevoegd gezag over de veiligheid van een evenement. De gemeente vraagt advies aan de politie en de Veiligheidsregio Brabant-Zuidoost (VRBZO). Hierin zitten brandweer en de Geneeskundige Hulpverleningsorganisatie in de Regio(GHOR). De VRBZO brengt een integraal advies uit en de politie adviseert zelf. Bij evenementen met een hoog risico voor openbare orde etc. (zogenaamde C evenementen) wordt het overleg opgeschaald. Er volgt een multidisciplinaire advisering en planvorming met aanvullend regionaal advies. Waar relevant consulteren de gemeente, brandweer, politie en/of GHOR andere bedrijven of instellingen ten behoeve van de advisering en operationele voorbereiding op een evenement, bijvoorbeeld de Provincie, Rijkswaterstaat en het Waterschap.

# Hoofdstuk 4: Evenementenlocaties

Om de vraag te beantwoorden welke evenementen op welke locaties geschikt zouden zijn, zijn er locatieprofielen opgesteld. Het is niet aan de gemeente om bij voorbaat precies aan te geven welke evenementen geschikt zijn voor een locatie. De evenementenbranche is namelijk bijzonder trendgevoelig en het is niet te voorspellen welke evenementen er de komende jaren aan worden gevraagd. We kunnen echter wel per meest aangevraagde locatie een profiel schetsen en hiermee de koers aanreiken wat betreft de aard van de evenementen. Deze profielen moeten ook niet als een blauwdruk worden beschouwd, maar als een kompas dat meehelpt de doelstellingen van de gemeente Valkenswaard te bereiken. In dit hoofdstuk staan per deelgebied de kaders beschreven. Op deze locaties kunnen binnen de geldende voorwaarden evenementen worden georganiseerd. Voor deze locaties zal de burgemeester, in overleg met de belanghebbenden, beleidsregels vaststellen met daarin onder meer de kenmerken van de locatie, een maximering van het aantal evenementen per jaar, geluidsnormen en eindtijden. Met het stellen van voorwaarden en regels aan evenementenlocaties, streven we er naar mogelijkheden te bieden voor het organiseren van evenementen, waarbij de overlast voor de inwoners van de gemeente zoveel mogelijk beperkt blijft.

Dit betekent niet dat hiermee alle mogelijke locaties in beeld zijn gebracht. Een organisator kan binnen de gemeente Valkenswaard in principe voor elke locatie een vergunning aanvragen. Of andere locaties binnen de gemeente geschikt zijn, voor het organiseren van een evenement wordt per geval bekeken. Hierbij wordt rekening gehouden met het soort evenement, de geluidsproductie, omvang, duur, aantal bezoekers, de risico's voor het verkeer, de openbare orde, de veiligheid en de volksgezondheid en de wens om evenementen in de gemeente te spreiden.

Naast het vinden van de juiste locatie is het ook noodzakelijk dat het juiste moment in tijd wordt gekozen. Hier wordt in de beleidsregels nadere invulling aan gegeven. Dit geldt tevens voor alle overige vergunningsvoorwaarden.

De volgende locaties worden in dit hoofdstuk besproken:
1. Centrum: De Markt, De Statie, het kernwinkelgebied, Hofnarplein
2. Dorpskernen: Dommelen, Borkel & Schaft
3. Buitengebied: Sportpark Den Dries
4. Buitengebied: Paardenboulevard
5. Buitengebied overig
6. Gebiedsoverschrijdend (bewegend evenement)

## 4.1 Het centrum: De Markt, De Statie, het kernwinkelgebied en het Hofnarplein

Het centrum is het visitekaartje, het levendige hart van Valkenswaard. Het is hier waar onder andere de winkels, de horeca en het cultuurcentrum te vinden zijn. Deze levendigheid moet bewaard blijven en dit is mede mogelijk dankzij de verschillende evenementen die georganiseerd worden. Ook is het voornamelijk hier dat evenementen een toegevoegde economische meerwaarde hebben voor de overige sectoren (horeca, detailhandel, cultuur) uit het vrijetijdsdomein. Het centrum is daarnaast één van de dichtstbevolkte gebieden van Valkenswaard, dat overlast kan ondervinden van de evenementen. De afweging leefbaarheid en levendigheid geldt met name in het centrumgebied. Evenementen die passend zijn, zijn gevarieerd, van kermis en carnaval tot optochten en live muziek, tot culinaire en 'doe activiteiten' tot de finishplaats van sportwedstrijden. Wenselijk zijn evenementen die een brede doelgroep bedienen, een 'familiair' karakter hebben, gericht zijn op de doelgroep ondernemend en avontuurlijk paars en uitbundig geel. Niet passend zijn evenementen op het gebied van dance, vechtsporten etc.

Op de Markt mogen geen muziekevenementen plaatsvinden waar entree voor wordt geheven. Voor het Hofnarplein zijn culturele manifestaties, zoals Val-Val-D'rie geschikt.
Evenementen in het centrum dienen in overeenstemming te zijn met de doelstellingen van Centrummanagement en Valkenswaard Marketing. Voorbeelden hiervan zijn evenementen die koopzondagen ondersteunen of het evenement Valkenswaard in Hemelse sferen.

## 4.2 Dorpskernen Dommelen en Borkel en Schaft / winkelcentrum De Belleman

De dorpskernen van Oud Dommelen en Borkel en Schaft kenmerken zich door hun landelijke karakter en dorpse gemoedelijkheid. De evenementen die plaatsvinden in deze kernen moeten deze kernwaarden ondersteunen. Kermissen, carnaval en andere volksfeesten passen prima in deze kernen. Ook evenementen die het landelijk karakter van deze dorpen en de kernwaarde 'Natuur' benadrukken passen hier goed. Denk aan evenementen op het gebied van streekproducten. Het winkelcentrum de Belleman kent een andere dynamiek, hier vindt men winkels en bedrijvigheid. De gemeente Valkenswaard wil daarnaast een bijdrage leveren aan bestaande en nieuwe initiatieven rond het winkelcentrum De Belleman en Sport- en Ontmoetingscentrum De Belleman om deze bruisend en veilig te laten verlopen.

## 4.3 Buitengebied: Sportpark Den Dries

In het buitengebied zijn diverse locaties waar sinds jaar en dag evenementen worden georganiseerd. Eén van deze locaties is Sportpark Den Dries. Het Sportpark is uitermate geschikt voor sport gerelateerde evenementen.

## 4.4 Buitengebied: Paardenboulevard

De Paardenboulevard met internationale bekende sportaccommodaties waaronder Tops International Arena en Exell Equestrian (particuliere terreinen) aan de Maastrichterweg, huisvesten internationaal bekende evenementen op het gebied van de paardensport. Deze locaties zijn uitermate geschikt voor hippische evenementen die bijdragen aan de naamsbekendheid van Valkenswaard in de paardensport.

## 4.5 Buitengebied: Eurocircuit en ruime omgeving

Voor het Eurocircuit beogen we het conserveren van het huidige wettelijk, toegestane gebruik en in de toekomst een duurzame transformatie.

## 4.6 Buitengebied: Overig

Het buitengebied vormt de groene zone om de gemeente Valkenswaard. Een gebied dat zich kenmerkt door een rijke natuur en veel mogelijkheden voor extensieve recreatie (fietsen, wandelen, waterrecreatie). De natuurlijke kwaliteiten van het buitengebied dienen beschermd te worden. Dit betekent echter niet dat het totale buitengebied niet geschikt is voor evenementen. Integendeel, verschillende evenementen hebben al vaker plaatsgevonden in het buitengebied.
Denk aan de Wandelweek, het evenement 'kwalleballen' en de activiteiten van de Katholieke Plattelands Jongeren (KPJ). Evenementen die passen bij het profiel 'natuur' en 'actief buiten zijn', passen hier dan ook goed.

## 4.7 Bewegende evenementen

Verscheidene evenementen bewegen zich over de verschillende hierboven genoemde locaties. Denk aan optochten, hardloop- en wielerwedstrijden. Met het toelaten van dergelijke evenementen in het dorp geldt met name de afweging wat de impact is op de bereikbaarheid van het dorp.

# Hoofdstuk 5: Inzet van middelen zoals subsidie, diensten en materialen

De evenementenvisie als onderdeel van strategisch beleid voor branding en positionering vraagt om budgettaire inspanningen van de gemeente en slimme cofinanciering en betrokkenheid van private partijen. In dit hoofdstuk wordt besproken hoe we evenementen ondersteunen met subsidie, met diensten en materialen en promotie.

## 5.1 Hoe ondersteunen we evenementen financieel?

Evenementen organiseren kost veel geld. In sommige gevallen kan een organisator in aanmerking komen voor gemeentelijke subsidie. Bij het organiseren van een publieksevenement is de gemeentelijke subsidie aanvullend en niet het vertrekpunt voor de organisatie. De evenementensector moet ook op zoek naar nieuwe verdienmodellen. Evenementen kunnen ook een subsidie krijgen, omdat ze een onrendabele top hebben maar van groot economisch belang zijn voor de gemeente. Immers, bezoekers van evenementen zorgen voor bestedingen in de gemeente, evenementen dragen bij aan de profilering van Valkenswaard en een aantrekkelijke, verrassende en levendige gemeente trekt nieuwe bedrijven/ werknemers en bewoners, die op hun beurt weer voor bestedingen zorgen.

Uiteraard geldt dat een evenement allereerst aan alle vergunningsvoorschriften en veiligheidseisen moet voldoen om een plekje te kunnen krijgen op de kalender. Voor toekenning van incidentele subsidie dient de organisatie en/of het evenement aan voorwaarden te voldoen, die uitgewerkt zijn in de Subsidieverordening en de Nadere Regel evenementen, sport en cultuur. Naar aanleiding van dit beleidskader zal deze nadere regel aangepast en verder uitgewerkt worden.

Evenementen die in aanmerking kunnen komen voor financiële ondersteuning zijn evenementen:

- met een positieve bijdrage aan de positionering en branding van de gemeente Valkenswaard;
  - In aansluiting op 'Het verhaal van Valkenswaard' van Valkenswaard Marketing. Hieruit kwamen de waarden '**selfmade**' en **'natuur'** en daarnaast worden '**paarden'** genoemd als nieuwe potentiële groeimarkt en / of;
  - In aansluiting op De Groote Heide Valkenswaard, Natuurlijk Avonturen Landschap, gebiedsontwikkelingsvisie buitengebied Valkenswaard, waarin '**actief buiten zijn'** (met een Brabants tintje) centraal staat. Binnen dit profiel is ruimte voor **sportieve evenementen**. Ook de **paardensport** maakt hier onderdeel vanuit en / of;
- die met elkaar worden verbonden tot **één krachtige en herkenbare beleving** waardoor deze meer impact krijgen en / of;
- met een positieve bijdrage aan de **versterking van het centrum** en / of;
- gericht op de doelgroep **ondernemend / avontuurlijk paars** en **uitbundig geel** en / of ;
- in aansluiting op de **thematiek van Visit Brabant**;

In de Subsidieverordening wordt omschreven op welke manier een aanvraag dient te worden ingediend en hoe de subsidie wordt vastgesteld. Op basis van de evenementenpiramide wordt gekeken of een evenement in aanmerking komt voor subsidie uit het evenementenfonds, zo niet mogelijk wel voor andere subsidies.

We stellen een evenementenfonds in waarin we alle subsidiebedragen voor de verschillende beeldbepalende en brand ondersteunende evenementen samenvoegen. Voor een periode van 4 jaar

kennen we daaruit subsidies toe aan evenementen voor hun bijdrage aan de ambitie van Valkenswaard.
Dit heeft een aantal voordelen:

- Het biedt kansen aan nieuwe initiatieven, doordat we elke 4 jaar een nieuwe afweging maken;
- Het geeft een prikkel aan organisatoren van bestaande evenementen om te blijven vernieuwen en / of verbeteren;
- Het geeft de mogelijkheid om een (nieuw) evenement een subsidie te geven die ze in vier jaar afbouwen zodat het onafhankelijkheid en het zoeken naar andere inkomsten stimuleert;
- Eenmalige bijzondere evenementen kunnen ook subsidie ontvangen vanuit deze pot. Hiervoor reserveren we een deel van het subsidiebedrag.

Cluster sport heeft mogelijkheden tot bijdragen aan sportevenementen. Cluster cultuur kent het cultuurfonds, waaruit verschillende projecten worden gefinancierd, zoals theaterprojecten, wisseltentoonstellingen, maar ook culturele evenementen.

Het evenementenfonds is erop gericht om de doelstellingen (paragraaf 2.2) te behalen. Het evenementenfonds richt zich dan ook op de beeldbepalende en brand ondersteunende evenementen. De toekenning van middelen vanuit het evenementenfonds wordt gedaan door het college, waarbij zij wordt geadviseerd door de Subsidie Adviescommissie Evenementen, Sport en Cultuur en Valkenswaard Marketing.

Een subsidie is altijd aanvullend en is niet het vertrekpunt voor de organisatie van een evenement. Om die reden kijkt de Adviescommissie bij de beoordeling van subsidieaanvragen naar de verhouding tussen kosten en baten van een evenement. De maximale bijdrage die een evenement kan krijgen vanuit het evenementenfonds is € 15.000. De gevraagde subsidie mag in de regel maximaal 50% van de begroting bedragen. De Subsidie Adviescommissie Evenementen, Sport en Cultuur adviseert het college in deze. De werkwijze en samenstelling van de Subsidie Adviescommissie Evenementen, Sport en Cultuur en de voorwaarden voor bijdragen zijn te vinden in de subsidieverordening en de nadere regel Evenementen, Sport en Cultuur. Indien de gemaakte kosten achteraf lager blijken te zijn, stelt de gemeente de bijdrage in verhouding ook lager vast. Alleen voor beeldbepalende (on-brand) evenementen kan de gemeente hier van afwijken.

## 5.2 Hoe ondersteunen we evenementen met diensten en materialen?

De gemeente ondersteunt evenementen ook door het leveren van diensten en materialen. Denk bijvoorbeeld aan het uitlenen van dranghekken, het weghalen van de hockers op de Markt en het leveren van stroom. Materialen, zoals dranghekken en afvalbakken, zijn gratis te gebruiken door organisatoren van evenementen wanneer zij deze zelf halen en brengen.

Uitgangpunten:

1) De gemeente blijft het afzetten van de weg uitvoeren en zal de kosten daarvoor niet doorbereken aan de organisatoren. In geval van afsluiting van de provinciale weg N69 betaalt de organisator wel leges aan de provincie. In overleg kan een organisatie de wegafsluitingen ook zelf regelen. De organisator is verantwoordelijk voor het instandhouden van de wegafzetting tijdens het evenement.
2) Alle organisatoren dienen het gebruikte terrein schoon op te leveren.
3) Organisaties dienen zoveel mogelijk de objecten in de openbare ruimte te integreren in hun evenement. Deze worden alleen verplaatst (op kosten van organisatie) indien dit echt noodzakelijk en redelijkerwijs uitvoerbaar is. Dit in verband met de waarborging van (verkeers) veiligheid en de openbare orde.

4) Voor de objecten op de Markt specifiek (hockers en paaltjes) geldt dat indien het noodzakelijk is dat deze verplaatst moeten worden, de kosten door de gemeente worden gedragen.
5) Bij de vergunningaanvraag dient reeds helder te zijn welke activiteiten er van de gemeente worden verwacht en wie hier de kosten voor dient te dragen. Voor de te nemen verkeersmaatregelen en reservering van het benodigde afzetmateriaal dient de organisator contact op te nemen met de coördinator onderhoud en ondersteuning.

## 5.3 Hoe promoten we evenementen?

Evenementen dragen bij aan het imago en de aantrekkelijkheid van Valkenswaard en aan de promotie van de gemeente. Daarom laten we graag zien wat er allemaal gebeurt in de gemeente Valkenswaard.

Bij oprichting van de stichting Valkenswaard Marketing is de verantwoordelijkheid voor out of home media en de brede citymarketing bij de stichting ondergebracht.

De gemeente en Stichting Valkenswaard Marketing vervullen elk een rol bij de communicatie over en promotie van evenementen. De gemeente verzorgt de overheidscommunicatie (publicatie vergunningen en verkeersmaatregelen) via de pagina gemeentenieuws in het Valkenswaards Weekblad en via persberichten op haar website.
Valkenswaard Marketing verzorgt de communicatie op het gebied van marketing en productontwikkeling.
De gemeente promoot ook evenementen via haar social media (Facebook en Twitter). Waar mogelijk deelt zij posts van Valkenswaard Marketing voor een eensluidende berichtgeving.

## 5.4 Met welke kosten heeft de gemeente bij evenementen te maken?

Evenementen kunnen op verschillende manieren een meerwaarde hebben voor het dorp, maar evenementen brengen ook kosten met zich mee. Deze kosten zijn als volgt te verdelen:

1) Vergunningverlening
2) Gebruik openbare ruimte en de hiervoor benodigde werkzaamheden

**1) Vergunningverlening**
De gemeente maakt kosten om een vergunning te toetsen en te verlenen. Deze kosten worden grotendeels gedekt door de leges. De hoogte van de leges staat in de legesverordening.

**2) Gebruik openbare ruimte en de hiervoor benodigde werkzaamheden**
Het gebruik van de openbare ruimte en de hiervoor benodigde werkzaamheden brengen kosten met zich mee. Hierbij kan gedacht worden aan:

- Wegafzettingen en verkeersomleidingen
- Verplaatsen en/of tijdelijk wegnemen van objecten in de openbare ruimte
- De reiniging van de openbare ruimte waarop het evenement heeft plaatsgevonden
- Stroom en watervoorziening
- Overige van gemeentewege te leveren voorzieningen

Het is niet mogelijk om bij voorbaat aan te geven wat de kosten hiervoor zijn. Dit komt omdat elk evenement een andere opzet met bijbehorend kostenplaatje heeft.

# Hoofdstuk 6: Verhogen leefbaarheid, veiligheid en openbare orde

Buiten de positieve kanten aan evenementen, kunnen evenementen ook hinder veroorzaken (geluid, muziek, verkeersproblemen of –omleidingen, etc.), wat de leefbaarheid voor een bepaalde groep inwoners tijdelijk aantast. Ook dient er veel geregeld te worden met het oog op openbare orde en veiligheid. Er moet dus gezocht worden naar een zo goed mogelijke balans tussen de positieve kanten en de keerzijde van evenementen. Naast positief gestimuleerd (hoofdstuk 5), moeten evenementen dan ook gereguleerd worden en dient er goed geïnformeerd te worden.

Voor het verhogen van de leefbaarheid, veiligheid en openbare orde en de bescherming van de volksgezondheid, zullen we de volgende sporen volgen:

- Opstellen van een evenementenkalender (6.1)
- Regeling en motivatie in het bestemmingsplan (6.2)
- Veiligheid verhogen (6.3)
- Duidelijkheid in regels, controleren, handhaven en evalueren (6.3)
- Alcoholmatigende maatregelen (6.4)
- Vergroten toegankelijkheid (6.5)
- Tijdige duidelijke informatie (6.6)

## 6.1 Evenementenkalender

Gemeente Valkenswaard wenst zich te profileren als een prettige woongemeente en een aantrekkelijk gebied voor toeristen en recreanten. Evenementen zijn er voor zowel de bewoner als de bezoeker. Het verschil is alleen dat de bezoeker slechts op het moment van het evenement aanwezig is en de bewoner het totaalaanbod aan evenementen ervaart (al dan niet als bezoeker). Evenementen hebben altijd impact op de leefomgeving, qua geluid, verkeersstromen, wegafzettingen et cetera. Of die impact als overlast ervaren wordt, is deels subjectief, deels meetbaar. Ervaringen van de afgelopen jaren, laten zien dat overlast volledig elimineren niet mogelijk is, omdat er altijd mensen zijn die de impact als overlast zullen ervaren. Maar overlast dient zoveel mogelijk beperkt te worden.

In de beleidsregels evenementen zal concreet per locatie aangegeven worden welke (soort) evenementen, onder welke voorwaarden, wanneer toegestaan zijn. Dit betekent verder dat er gewerkt wordt met een evenementenkalender, waarin álle zoals in deze nota geformuleerde evenementen worden meegenomen. In hoofdstuk 4 (locatieprofielen) is op hoofdlijnen aangegeven welke evenementen toegestaan zijn voor de verschillende locaties. In de beleidsregels evenementen en bestemmingsplannen zal dit verder uitgewerkt worden .

Zowel een goede spreiding voor wat betreft de locaties, als het aantal toegestane evenementen is van belang om de hinder die evenementen veroorzaken te beperken. Weliswaar worden de activiteiten georganiseerd door diverse organisatoren en op diverse data, toch ervaren de diverse omwonenden dit als één ergernis. De meeste evenementen worden immers georganiseerd in het evenementenseizoen. Dit heeft tot gevolg dat de hinder zich in die periode concentreert.

We zien echter ook mogelijkheden om regels te vereenvoudigen en te verminderen, door vrij te laten wat kan. Door goed te kijken naar de evenementen zoals die nu georganiseerd worden. In plaats van alle mogelijke toekomstige evenementen vooraf te willen regelen of beperken. En door een beroep te doen op de eigen verantwoordelijkheid van organisatoren. We focussen daarbij op het beperken van de veiligheidsrisico’s. We streven er naar mogelijkheden te bieden voor het organiseren van evenementen waarbij de hinder voor de inwoners van de gemeente zoveel mogelijk beperkt blijft.

## 6.2 Evenementen en bestemmingsplan

Voor het bepalen of een evenement ruimtelijk relevant is kan onderscheid worden gemaakt in verschillende situaties:

1. Incidenteel, kortdurend, maximaal een paar keer per jaar (verschillende) evenementen
2. Op jaarbasis incidenteel, maar wel terugkerend, meerdere evenementen
3. Regulier grote evenementen

De eerste categorie evenementen zal weinig effect hebben op de leefomgeving. De beide andere categorieën zijn wel ruimtelijk relevant. Daarbij is overigens ook de locatie van belang (in een woonomgeving zijn eerder negatieve effecten te verwachten dan op een bedrijventerrein).

Reguliere evenementen kunnen in het bestemmingsplan geregeld worden. Als een evenement voorzien is op een locatie waar evenementen volgens het bestemmingsplan niet mogelijk zijn, moet ook beoordeeld worden of het evenement ruimtelijk relevant is. Bij deze beoordeling zullen eventuele andere evenementen op die locatie die op een ander tijdstip in het jaar plaatsvinden betrokken moeten worden. In die gevallen kan het zijn dat naast de evenementenvergunning ook een omgevingsvergunning afwijken gebruiksbepalingen nodig is.

In de ruimtelijke ordening is er een onderscheid tussen:

- evenementen behorende bij een inrichting:
  Het gaat hierbij in het algemeen om evenementen bij een horecagelegenheid of bij leisure (specifieke evenementenlocatie). Voor deze functies wordt in het bestemmingsplan een afweging gemaakt of deze passend zijn in de omgeving. Geluid en verkeersaantrekkende werking zijn hierbij vaak de maatgevende aspecten.
- evenementen in de openbare ruimte

In beide gevallen kunnen evenementen ruimtelijk relevant zijn. Bij het opstellen van een bestemmingsplan moet er een afweging plaatsvinden over de aanvaardbaarheid van die evenementen ten opzichte van de omgeving.

Bij de afweging in het bestemmingsplan of een inrichting passend is in de omgeving, moeten ook eventuele evenementen worden meegewogen. In een rustige woonomgeving kunnen evenementen (ook al zijn het er maximaal 12 per jaar) onwenselijk zijn, terwijl een dergelijke functie in een gemengd gebied vaak eerder zal passen. In de afweging spelen geluidhinder, bereikbaarheid van de locatie en voldoende beschikbare parkeergelegenheid een belangrijke rol.

Ook evenementen in de openbare ruimte kunnen hinder opleveren voor de omgeving door bijvoorbeeld verkeers- of geluidshinder. Veelal is er voor een evenement een vergunning nodig op basis van de Algemene Plaatselijke Verordening (APV). De vergunning op basis van de APV heeft betrekking op openbare orde en veiligheid. De APV vormt geen toetsingskader voor de ruimtelijke aanvaardbaarheid. Daarom kan het nodig zijn in een bestemmingsplan dat evenementen toestaat aanvullende regels op te nemen voor evenementen. Ook kan het nodig zijn voor een evenement een omgevingsvergunning afwijken van het bestemmingsplan te verlenen, als het evenement ruimtelijk relevant is en niet mogelijk is op basis van het bestemmingsplan.

Evenementen zijn er in verschillende soorten en maten. Dit geldt ook voor locaties waar evenementen gehouden worden. Een straatfeest (kortdurend en incidenteel) is anders dan 2 weken kermis (langere termijn, veel bezoekers en luide muziek). Per geval verschilt ook het effect op de omgeving. Bij doorgaans kleine evenementen met een kortdurend en incidenteel gebruik van een perceel is het bestemmingsplan in de regel geen belemmering. Een dergelijk evenement heeft geen structurele invloed op de woonkwaliteit. De opname van een evenementenregeling hiervoor in het bestemmingsplan of een omgevingsvergunning afwijken bestemmingsplan kan achterwege blijven.

Bij niet incidentele en/of langdurende evenementen moet er een regeling in het bestemmingsplan worden opgenomen. In ieder geval moeten evenementen expliciet mogelijk worden gemaakt in het bestemmingsplan. Staat een bestemmingsplan evenementen toe? Dan moet het bestemmingsplan een motivering omvatten over de aanvaardbaarheid van de evenementen in relatie tot de omgeving. Hierbij gaat het om de volgende aspecten:

- Verkeersaantrekkende werking (is het verkeer goed af te wikkelen?)
- Parkeren (zijn er voldoende parkeerplaatsen beschikbaar?)
- Geluidhinder

Het aantal en de duur van de evenementen kan mede bepalend zijn voor de aanvaardbaarheid. Een evenementenlocatie zal in het levendige centrum van een gemeente over het algemeen beter in inpasbaar zijn dan midden in een woonwijk. Bij een ruimtelijke onderbouwing bij een omgevingsvergunning afwijken gebruiksbepalingen zijn dezelfde aspecten van belang.

Afhankelijk van het soort evenement en de locatie kan het noodzakelijk zijn volgende zaken in het bestemmingsplan te regelen:

- het aantal evenementen
- het soort evenementen
- de duur van de evenementen

Op grond van de bepalingen in de APV kunnen aan een evenementenvergunning voorschriften worden verbonden ten aanzien van verkeer en geluid. Beleidsregels op basis van APV zijn niet voldoende. De APV is namelijk gericht op regels voor een specifiek evenement. Terwijl het bestemmingsplan in moet gaan op de ruimtelijke aanvaardbaarheid van een evenementenlocatie ten opzichte van de omgeving.

Met de inwerkingtreding van de Omgevingswet vervalt het bestemmingsplan, maar daarvoor zal het omgevingsplan in de plaats komen. Anders dan in een bestemmingsplan waarin gemeenten expliciet gebruik moeten toelaten, kan de gemeenteraad in een omgevingsplan expliciet een verbodsbepaling met beperkingen opnemen, waarin bijvoorbeeld algemene regels kunnen worden opgenomen waaraan evenementen moeten voldoen, of een vergunningsplicht voor bijvoorbeeld grotere evenementen. De gemeenteraden zijn vrij, zoals nu het geval is, om zelf af te wegen welke beperkingen in een omgevingsplan moeten worden opgenomen en bijvoorbeeld welke geluidhinder wordt toegelaten. Vanuit de invoering van de Omgevingswet zullen deze onderwerpen bij het opstellen van het omgevingsplan worden besproken.

De evenementenvisie en de nog op te stellen (nieuwe) beleidsregels evenementen kunnen ondersteunend zijn voor de regeling en motivatie in het bestemmingsplan / omgevingsplan.

## 6.3 Veiligheid

Een ander cruciaal onderdeel van evenementen is veiligheid. Ieder jaar doen zich incidenten voor bij publieksevenementen, soms met dramatische gevolgen. Het spreekt voor zich dat van dit soort incidenten kan en moet worden geleerd. Maar het leren begint of eindigt niet bij incidenten met een dergelijke fatale afloop. Ook van evenementen waarbij het net niet fout gaat of van evenementen die juist vlekkeloos verlopen, valt te leren. Leren met als doel de veiligheids- en gezondheidsrisico's bij publieksevenementen zo veel mogelijk te beperken. De gemeenten zijn verantwoordelijk voor de beoordeling van aanvragen voor een evenementvergunning. De organisator van een evenement dient op basis van een (digitaal) aanvraagformulier een aanvraag in. Er zijn diverse indieningsvereisten en veiligheidseisen waaraan voldaan moet worden. Denk hierbij aan het indienen van brandveiligheidscertificaten, technische gegevens van constructies en het veiligheidsplan.
De vergunningsvoorwaarden gesteld door de burgemeester moeten helder zijn voor de organisator en deze moeten ook worden nageleefd. Tevens is het controleren van deze regels en het handhaven

ervan een cruciaal onderdeel. Een negatieve evaluatie kan gevolgen hebben voor een eventuele nieuwe aanvraag of leiden tot verscherpt toezicht.

De Inspectie voor de Gezondheidszorg en de Inspectie Veiligheid en Justitie zijn gezamenlijk nagegaan hoe gemeenten aanvragen om evenementvergunningen behandelen en hoe zij daarbij met risico's op veiligheids- en gezondheidsgebied omgaan. Op basis van de resultaten van het rapport 'Meer aandacht nodig voor veiligheid en gezondheid bij publieksevenementen' en de vergelijking met de resultaten van het inspectieonderzoek van 2012 stellen de Inspecties vast dat de gemeenten nog steeds veel stappen hebben te zetten. De Inspecties begrijpen dat publieksevenementen voor een gemeente meerdere belangen kunnen dienen. De Inspecties zijn van oordeel dat ongeacht deze belangen de aandacht van veel gemeenten meer moet komen te liggen op de veiligheids- en gezondheidsrisico's bij alle publieksevenementen. Alleen dan kunnen de gemeenten voorkomen dat burgers onnodig risico lopen.

Op basis van hun onderzoek komen de Inspecties tot de volgende conclusies:

1. Door het ontbreken van concrete doelstellingen geeft het beleid van gemeenten onvoldoende houvast voor het toetsen van aanvragen om evenementvergunningen en van voorgestelde veiligheids- en gezondheidsmaatregelen;
2. Het proces van de behandeling van aanvragen om een evenementvergunning bevat teveel onvolkomenheden en vrijheden. Daardoor is niet gewaarborgd dat de risico's voor veiligheid en gezondheid bij evenementen voldoende aandacht krijgen;
3. Gemeenten betrekken de hulpverleningsdiensten en/of de veiligheidsregio onvoldoende bij het proces van de behandeling van vergunningaanvragen;
4. Er is onvoldoende afstemming en uitwisseling van kennis tussen de afdelingen vergunning-verlening en de afdeling toezicht en handhaving;
5. De opzet, de uitkomsten en het gebruik van evaluaties bij gemeenten hebben nauwelijks een toegevoegde waarde in het reduceren van de risico's voor veiligheid en gezondheid bij publieksevenementen;
6. Op basis van bovenstaande stellen de Inspecties vast dat veel gemeenten bij publieks-evenementen nog steeds te weinig oog hebben voor de veiligheids- en gezondheidsrisico's. Gemeenten moeten hier meer aandacht aan besteden om te voorkomen dat burgers onnodig risico lopen.

De Inspecties doen *de gemeenten* de volgende *aanbevelingen*:

1. Stel voor publieksevenementen beleid vast waarin:
    a. concrete doelstellingen voor de veiligheid en de gezondheid zijn beschreven;
    b. de afwegingen op het punt van de beperking van risico's voor veiligheid en gezondheid inzichtelijk zijn gemaakt;
    c. de rol en de verantwoordelijkheid van de organisator zijn omschreven.
2. Scherp instrumenten en afspraken aan zodat deze leiden tot zorgvuldige en transparante afwegingen op het punt van veiligheid en gezondheid bij de beoordeling van aanvragen om een vergunning voor een publieksevenement.
3. Betrek bij de vergunningprocedure nadrukkelijk het advies van de hulpverleningsinstanties en/of de veiligheidsregio.
4. Zorg voor een goede afstemming tussen de gemeentelijke processen toezicht en handhaving enerzijds en vergunningverlening anderzijds, en borg daarbij de wederzijdse uitwisseling van kennis en ervaringen.
5. Zorg voor kwalitatief goede evaluaties van evenementen en voor het breed delen van de uitkomsten.

De gemeente Valkenswaard vindt veiligheid belangrijk en heeft dan ook als doelstelling de risico's voor bezoekers en burgers zoveel mogelijk te reduceren dan wel te voorkomen.

Bovenstaande aanbevelingen zullen nader uitgewerkt worden in de beleidsregels.

## 6.4 Alcohol en evenementen

Bij de toekenning van vergunningen voor verstrekken van alcohol zoals bij evenementen, vraagt de gemeente aandacht voor praktische uitwerking van alcoholmatigende maatregelen, vooral om het schenken van alcohol aan jongeren (18-) te voorkomen.

## 6.5 Toegankelijkheid

Aan elk evenement nemen mensen met beperkingen deel zoals ouderen en gehandicapten. Kleine aanpassingen kunnen al een groot verschil maken. Bij elke evenementenvergunning zal dan ook een checklist verstuurd worden naar organisatoren met zaken die de toegankelijkheid voor mensen met beperkingen kunnen vergroten.

## 6.6 Informatie

De gemeente heeft als taak de bewoners van Valkenswaard vroegtijdig te informeren over de aankomende evenementen en welke impact dat op de leefomgeving zal hebben (verkeers-maatregelen, wegafzettingen etc.) Deze informatievoorziening zal plaatsvinden via de voor de gemeente beschikbare mediakanalen.
Uiterlijk twee weken van te voren dient de organisator omwonenden en omliggende bedrijven te informeren over het evenement en de impact op de leefomgeving.

# Hoofdstuk 7: Slot

De evenementenvisie  is onderdeel van strategisch beleid voor branding en positionering. De gemeente Valkenswaard staat open voor evenementen die bijdragen aan het DNA/de identiteit van Valkenswaard en wil een klimaat creëren waarin evenementenorganisatoren hun ideeën kunnen omzetten in kansen die de identiteit van Valkenswaard onderschrijven. De gemeente Valkenswaard wil een bijdrage leveren aan een bruisend en veilig verloop van evenementen in de gemeente en evenementen moeten bijdragen aan de groei van de economische betekenis van de sector.

De evenementenvisie dient als kader. Op basis van dit kader zullen diverse zaken nader uitgewerkt worden, hierbij kan gedacht worden aan:

- Beleidsregels evenementen, met o.a. evenementenlocaties, hoeveelheid evenementen, geluidsnormen), een veiligheidsparagraaf, beleidsregels circussen;
- De voorwaarden voor bijdragen uit het evenementenfonds, nadere regels subsidie;
- De evenementenvisie  en de nog op te stellen beleidsregels evenementen kunnen ondersteunend zijn voor de regeling en motivatie in het bestemmingsplan / omgevingsplan.
- Banierenbeleid door Valkenswaard Marketing;
- Het eenmalig vaststellen door het college van een indicatief overzicht waarin is weergegeven waar gekende / bestaande evenementen zich positioneren in de piramide. Waarbij ten minste voor de On Brand Evenementen in algemene zin is aangegeven wat van de organisaties wordt verwacht en wat deze van ons mogen verwachten.

# Bijlage 1: Leefstijlprofielen

In de vrijetijdseconomie worden tegenwoordig doelgroepen gesegmenteerd op basis van leefstijlen en belevingswereld met behulp van het BSR/Smartagent model. Daarbij wordt uitgegaan van de intrinsieke motivatie (beleving) van de recreant en niet langer van de gezinssamenstelling, opleiding of leeftijd. Die factoren zijn niet allesbepalend meer voor ons vrijetijdsgedrag.

Smart Agent heeft vanuit sociologie en psychologie (intrinsieke drive) een aantal assen benoemd die leidend zijn in het keuzegedrag van de leisureconsument:

- Actief zijn tegenover ontspannen/tot rust komen (verticale as)
- Activiteit centraal tegenover gezelschap centraal (horizontale as)

Dit levert vier kwadranten op die verschillende motivatie uitstralen: vitaliteit, harmonie, zekerheid en controle. Op de grens van de kwadranten zijn dan ook nog enkele stijlen te benoemen. Dit wordt gedaan met behulp van onderstaande kleurensystematiek.

Niet alle kleurgroepen zijn even kapitaalkrachtig. De groepen die bereid zijn meer geld uit te geven aan vrijetijd, zijn vooral te vinden bij blauw (status/aanzien) en geel (genieten/verwennen). Daar tegenover staat de groene groep, die vooral introvert en extensieve vormen van recreatie onderneemt en daarbij zeer prijsbewust is; denk aan de fietsers die hun boterhammen van thuis meenemen. In de rode groep is vaak ook bereid om te investeren in de vrijetijdsbesteding maar – afhankelijk van de achtergrond van de personen – is de mogelijkheid niet altijd aanwezig. Bijvoorbeeld mensen die werkzaam zijn in de cultuursector hebben meestal een rood profiel, echter niet altijd de middelen om veel geld aan vrijetijd uit te geven. In rood vind je ook relatief veel jongeren en studenten, maar dit is niet de enige kleur waar ze in te vinden zijn.