



Vlissingen Ambitieuze Evenementenstad

Evenementenvisie Vlissingen 2030

De ambities van de evenementenvisie

Gemeente Vlissingen wil bewoners, studenten (bollebozen), bedrijven en bezoekers aantrekken en behouden. Evenementen dragen hieraan bij. Daarom koersen we op een evenementenaanbod met kwaliteit, passend bij de stad.

Deze evenementenvisie schept daarvoor het kader; de visie geeft ambitie, stimuleert en enthousiasmeert om Vlissingen te versterken als dé evenementenstad van Zeeland.

Voorafgaand aan deze visie voerden wij een gedegen evaluatie uit van het evenementenbeleid en vroegen we naar de mening van onze eigen inwoners en bezoekers van Vlissingse evenementen. We doorliepen een uitgebreid participatietraject met stakeholders zoals organisatoren en horecaondernemers. Een goede balans tussen leefbaarheid en levendigheid, en het verbinden van onze trotse inwoners vormden de uitgangspunten van de nieuwe evenementenvisie. Mede op basis van de input van de stakeholders stellen we de ambitie voor de komende jaren vast en komen we tot vier strategielijnen.

Ambitie (op basis van de Strategische Visie 2040):

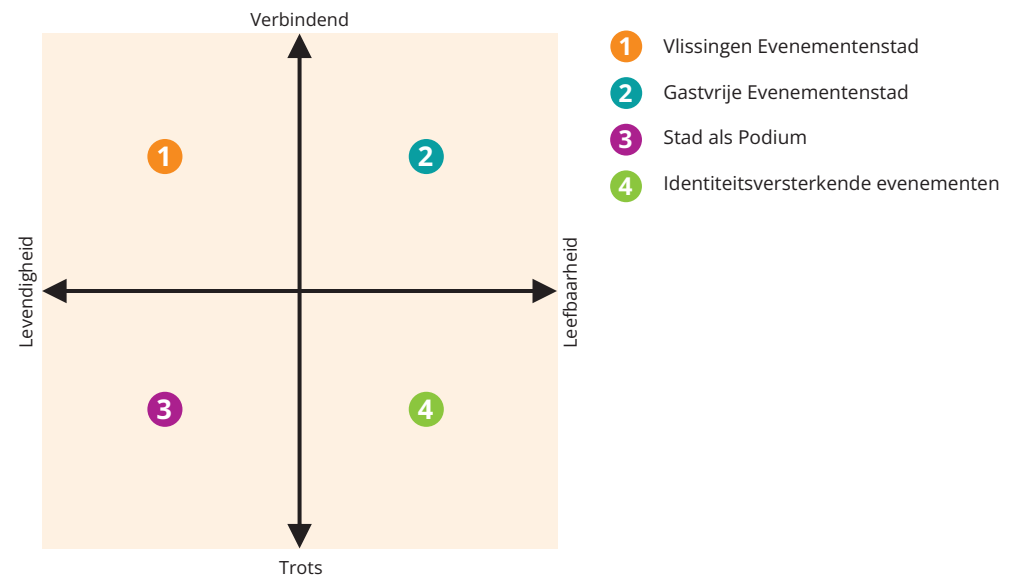
Vlissingen is de bruisende evenementenstad van Walcheren en Zeeland

De 4 strategielijnen van de evenementenvisie:

1. **Vlissingen Evenementenstad;** jaarrond vindt in Vlissingen een breed palet aan evenementen plaats op diverse buiten- en binnenlocaties. Inwoners zijn tevreden, er is voor vele doelgroepen een evenement. Vlissingen Evenementenstad werkt regionaal en lokaal samen, stemt af en deelt kennis.

2. Als **Gastvrije Evenementenstad** ontvangt Vlissingen nieuwe en bestaande evenementen gastvrij. De gemeentelijke organisatie stemt af, ondersteunt en faciliteert organisatoren.
3. Evenementorganisatoren benutten de **Stad als Podium** en zetten gebieden in de schijnwerpers. (Toekomstige) bewoners, en bezoekers komen in aanraking met onverwachte plekken en hebben een unieke ervaring.
4. Het aantrekken, ondersteunen en faciliteren van **Identiteitsversterkende evenementen**. Deze evenementen ondersteunen de identiteit van Vlissingen en sluiten aan op de kernwaarden maritiem, stoer en innovatief.

In hoofdstuk 4 werken we deze 4 strategielijnen uit.



Inhoudsopgave

| | |
|--|----|
| De ambities van de evenementenvisie | 3 |
| Inhoudsopgave | 4 |
| 1. Inleiding | 5 |
| 2. Waarom evenementen in Vlissingen? | 8 |
| 2.1 Evenementen zorgen voor levendigheid & leefbaarheid | 9 |
| 2.2 Evenementen hebben een positieve invloed op economische vitaliteit | 10 |
| 2.3 Evenementen zorgen voor trots en imago (als evenementenstad van Zeeland) | 10 |
| 2.4 Evenementen zetten de binnenstad op de kaart | 10 |
| 2.5 Evenementen versterken doelen op andere gebieden | 10 |
| 3. Hoe zijn we tot de nieuwe evenementenvisie gekomen? | 12 |
| 3.1 Hoofdconclusies uit de evaluatie evenementenbeleid | 13 |
| 3.2 Participatietraject - Wie zijn betrokken? | 13 |
| 3.3 Afstemming en aansluiting met gemeentelijke beleidsvelden | 14 |
| 3.4 Landelijke ontwikkelingen | 14 |
| 4. De evenementenstrategie | 17 |
| 4.1 Strategielijn 1: Vlissingen Evenementenstad | 18 |
| 4.2 Strategielijn 2: Gastvrije Evenementenstad | 21 |
| 4.3 Strategielijn 3: Stad als podium | 22 |
| 4.4 Strategielijn 4: Identiteitsversterkende evenementen | 23 |
| 5. Financieel kader | 24 |
| 5.1 Evenementensubsidies | 25 |
| 5.2 Evenementen Kennisfonds | 25 |
| Colofon | 26 |

Inleiding

1





1. Inleiding

De gemeente Vlissingen is een fijne plek om te wonen, werken, leven, recreëren en te studeren. Vlissingen wil dit ook in de toekomst blijven, met een juiste balans tussen werken en wonen en recreëren. Vlissingen wil aantrekkelijk zijn voor haar eigen inwoners én de buitenwereld. En als we Vlissingen zeggen bedoelen we natuurlijk ook Oost- en West-Souburg, Groot Abeele en Ritthem. Een goed aanbod van evenementen is daarbij een randvoorwaarde. Ondernemers, bewoners, bedrijven en bezoekers: allemaal hebben ze profijt van evenementen. Evenementen stimuleren de economie, houden de stad vitaal en zorgen voor sociale cohesie.

Ons vertrekpunt is de Strategische visie 2040, waarin evenementen een prominente rol spelen. De Delta-hotspot - die Vlissingen graag wil zijn - krijgt mede vorm door bijzondere evenementen op het water en doordat evenementen gedurende het hele jaar plaatsvinden. De ambitie: Vlissingen staat in 2040 bekend als de bruisende evenementenstad van Walcheren en Zeeland.

Vlissingen is momenteel volop in ontwikkeling. Zo bouwen we aan de Kenniswerf, het Stationsgebied, het Scheldekwartier, het Arsenaalgebied, de Spuikom en niet te vergeten de boulevards. Evenementen kunnen actief worden ingezet als middel om een gebieds-

ontwikkeling in gang te zetten en om het gebied bekendheid te geven. Ze kunnen een nieuwe betekenis en identiteit geven aan een plek en werken als katalysator én als laboratorium voor nieuwe ontwikkelingen en ideeën. Onder de bezoekers van een evenement zit een potentiële koper, huurder, investeerder of iemand met een idee voor de desbetreffende locatie. Er moet dus ruimte beschikbaar zijn voor evenementen, waar mogelijk gecombineerd met andere functies in de openbare ruimte.

We zijn niet de enige stad die investeert in de uitvoering van haar evenementenvisie. De concurrentieslag met andere steden en regio's wordt steeds groter. Dichtbij zetten steden al belangrijke stappen op evenementengebied. Uit de evaluatie van het vorige evenementenbeleid blijkt dat andere gemeenten meer investeren in evenementen dan Vlissingen. En iets verder weg zijn er grotere sterke concurrerende evenementen steden.

Met het oog op onze ambitie als Evenementenstad van Zeeland, is het daarom van belang ons evenementenaanbod te professionaliseren, te vernieuwen, beter te spreiden en bovendien beter voor het voetlicht te brengen. Maar de middelen zijn beperkt en dus moeten we keuzes maken; we kunnen en willen niet alles zijn.



Een **evenement** is een georganiseerde, verplaatsbare gebeurtenis, bijgewoond door een verzameling mensen, die zich daarvoor in een bepaald tijdvak en in een inrichting of op een terrein bevindt of beweegt. (Respons/VVEM, 2012)

Deze visie biedt duidelijkheid over de ambities en de kaders voor de komende jaren. De visie 'Vlissingen Ambitieuze evenementenstad 2030' beschrijft de ambities en doelen voor de komende jaren en geeft aan waarom evenementen zo belangrijk zijn voor de gemeente, nu en de komende jaren.

Waar wil Vlissingen als evenementenstad staan in 2030 en daarna? Wat gaan we doen om het jaarrond een goed en vernieuwend evenementenaanbod te krijgen? Hoe houden we ruimte in de stad voor evenementen? Hoe hebben inwoners en ondernemers profijt van evenementen en blijft de leefbaarheid gewaarborgd? In deze visie staat wat we willen bereiken en hoe we deze strategische doelen gaan bereiken.

Ook ondersteunt de visie organisatoren van evenementen - zowel professionele organisatiebureaus als de vele vrijwilligersorganisaties - bij hun gewaardeerde werk. Zij leveren een belangrijke bijdrage aan de levendigheid van Vlissingen. Deze visie is het vertrekpunt voor de samenwerking met organisatoren, ondernemers en in de regio om Vlissingen evenementenstad te laten zijn en blijven. Het college stelt vervolgens ook de uitvoeringsagenda vast, waarin wordt geconcretiseerd welke activiteiten worden ondernomen om de door de raad vastgestelde ambities en doelen te bereiken.

Daarnaast worden de regels en richtlijnen en het vergunningenproces indien nodig aangepast. De visie, uitvoeringsagenda, regels en de Nota Evenementen-vergunningen (oktober 2015) vormen tezamen het evenementen-beleid van de gemeente Vlissingen.

Deze visie is tot stand gekomen op basis van gesprekken met organisatoren, ondernemers, externe experts, via inwoners-enquêtes én onderzoek onder evenementenbezoekers bij Vlissingse evenementen. Daarnaast is er een beeldvormende raad geweest waarin de contouren van de nieuwe visie zijn besproken. De feedback van de raad is meegenomen in de visie.

Een evenement volgens de APV: het geheel van activiteiten dat plaatsvindt bij een voor het publiek toegankelijke gebeurtenis op of aan de weg of het openbaar water, met uitzondering van:

- een manifestatie in de zin van de Wet openbare manifestaties
- markten als bedoeld in artikel 160 van de Gemeentewet
- betogingen, vergaderingen en samenkomsten als bedoeld in de Wet openbare manifestaties
- activiteiten in gebouwen



Een organisator is verantwoordelijk voor een goede vergunningaanvraag en een veilig en soepel verloop van een evenement. De organisator is tevens verantwoordelijk voor het voorkomen/beperken van overlast/effecten in de omgeving binnen de kaders van het vergunningenbeleid.

De gemeente is facilitator, subsidieverstrekker, vergunningverlener en handhaver. Daarnaast heeft de gemeente een beleidsvormende rol. De gemeente is zelf geen organisator van een evenement (op een enkele uitzondering na, zoals de kermis).



2

• Waarom evenementen in Vlissingen?



Waarom evenementen in Vlissingen?

In Vlissingen wordt volop geïnvesteerd in de 'quality of life'. In het maritieme stadsdeel Scheldekwartier wordt hard gewerkt aan een nieuw, stedelijk aanbod van woningen. Met Hotel de Timmerfabriek heeft Vlissingen er een toeristische topper bij gekregen. Ook de komende jaren gaan deze investeringen op het gebied van o.a. wonen (Scheldekwartier en andere locaties) en toerisme (o.a. Grand Hotel Britannia) door.

Het gevolg: meer inwoners met een hoger besteedbaar inkomen en meer bezoekers die geld besteden in de stad. Winkels, cafés, restaurants en hotels profiteren hier direct van. Om bewoners, bollebozen (studenten & talenten), bedrijven en bezoekers aan te trekken en te behouden, zijn verleidelijke evenementen, cultuur en toeristische bezienswaardigheden belangrijk voor Vlissingen.

We willen in Vlissingen een ruim evenementenaanbod met kwaliteit, passend bij de stad en bij de wensen van diverse doelgroepen. We willen meer spreiding over de stad, mits evenementen passen bij de locatie. Over thema's als duurzaamheid, alcohol en drugsgebruik, inclusie en zeker ook veiligheid bij evenementen worden de komende jaren met evenementenorganisatoren en andere betrokken partijen afspraken gemaakt. Hiermee tillen we de uitstraling en de kwaliteit van de Vlissingse evenementen naar een hoger niveau.

2.1 Evenementen zorgen voor levendigheid & leefbaarheid

Evenementen horen bij een bruisende stad. Het maakt de stad aantrekkelijk voor velerlei doelgroepen. Nieuwe bedrijven vestigen zich daar waar het voor hun personeel ook aantrekkelijk is. Evenementen zijn ook voor de eigen inwoners van groot belang. Ruim 95% van de inwoners van Vlissingen vindt dat evenementen bijdragen aan de levendigheid van de stad (bewoners- en bezoekersonderzoek 2022). Het 'nimby'-principe ('not in my backyard') doet zich echter steeds vaker gelden. Inwoners vinden evenementen leuk, zo lang het maar niet in hun achtertuin is. In de uitvoering is een goede balans tussen leefbaarheid en levendigheid dan ook het streven. Door vooraf na te denken over het juiste evenement op de juiste plek, goede afspraken te maken met organisatoren, vergunningen vooraf goed te regelen en passende geluidsniveaus te hanteren, zorg je voor een goed evenwicht tussen levendigheid en leefbaarheid.

Evenementen stimuleren ontmoeting en verbinding en dragen bij aan een positieve beleving van de stad. Daardoor komen mensen vaker naar Vlissingen. Bezoekers van grote Vlissingse evenementen geven bij een bezoekersonderzoek (2022) aan dat zij na hun evenementbezoek vaker een bezoek aan Vlissingen brengen.

Sommige soorten evenementen kunnen niet zonder de inzet van vrijwilligers. Actieve betrokkenheid bij het organiseren van evenementen blijkt een belangrijke vrijetijdsbesteding van de bewoners. Tegelijkertijd profiteert de stad ook weer van de inzet van deze inwoners en draagt de inzet bij aan de trots van deze inwoners en wordt de stad aantrekkelijker.

2.2 Evenementen hebben een positieve invloed op economische vitaliteit

Evenementen hebben een positieve invloed op de economische vitaliteit en zorgen voor werkgelegenheid. Tijdens een evenement kunnen ondernemers in de stad meer inkomsten genereren. Organisatoren verdienen aan de kaartverkoop en krijgen inkomsten uit de verkoop van eten, drinken en merchandising. Evenementen trekken bezoekers aan die extra geld uitgeven in de stad. Ze shoppen in onze winkels, eten en drinken in onze horeca en slapen in onze hotels. Dit is goed voor Vlissingse ondernemers. Uit bezoekersonderzoek bij enkele Vlissingse evenementen in 2022, blijkt dat bovenop iedere € 1 op het evenement, € 0,60 in de stad wordt uitgegeven. Een grote meerderheid van de inwoners denkt terecht dat evenementen goed zijn voor de lokale economie en voor extra bestedingen in Vlissingen zorgen. Overigens ziet ruim 80% evenementen ook als middel om de aantrekkingskracht van Vlissingen als woonplek te vergroten.

2.3 Evenementen zorgen voor trots en imago (als evenementenstad van Zeeland)

Evenementen versterken het imago van de stad. Ruim 90% van de inwoners van Vlissingen vindt ook dat evenementen belangrijk zijn voor het imago van Vlissingen. De stad is hierdoor het hele jaar in trek bij bezoekers. Evenementen zijn belangrijk voor de citymarketing, dus worden het evenementenbeleid en citymarketing in Vlissingen met elkaar verbonden. Evenementen zetten Vlissingen op de kaart en dragen zo bij aan de versterking van de citymarketingdoelstellingen van Vlissingen. Dat levert niet alleen bezoekers op, maar geeft Vlissingers een belangrijke mogelijkheid tot identificatie, trots en binding met de stad en elkaar. Uit het onderzoek onder de inwoners blijkt dat zij het Bevrijdingsfestival Zeeland, Rescue

Vlissingen en Film by the Sea het vaakst aanbevelen bij mensen van buiten de stad.

2.4 Evenementen zetten de binnenstad op de kaart

Via 'placemaking' liggen nog veel meer mogelijkheden in Vlissingen om evenementen als instrument te benutten om mensen in aanraking te laten komen met 'nieuwe' gebieden in de stad. De stad, en specifiek de historische binnenstad, is belangrijk voor Vlissingen en ontwikkelt zich van een 'place to buy' naar een 'place to be'. Het Vlissingse centrum van de boulevards tot aan het Stationsgebied is jaarrond een podium voor aansprekende festivals en andere typen grote en kleine evenementen. Het draait er om ontmoeten, ontdekken en verbinden met evenementen als belangrijk bindmiddel. Zoals nu al in beperkte mate in het Scheldekwartier gebeurt, kunnen evenementen bijdragen aan de bekendheid van gebieden.

2.5 Evenementen versterken doelen op andere gebieden

Naast de integrale aanpak van evenementen en citymarketing, dragen evenementen bij aan doelen op andere gebieden, o.a. sport, toerisme, cultuur en in het sociale domein. Diverse huidige beleidsdocumenten onderstrepen het belang van evenementen maar doelstellingen en ambities zijn onvoldoende op elkaar afgestemd. Deze visie draagt bij aan een integraal evenementenbeleid en een grotere bewustwording van het belang van evenementen voor de stad. Het nieuwe evenementenbeleid sluit aan op de ambities van de gemeente zoals verwoord in de Strategische visie 2040, de Citymarketingstrategie, de Toeristische visie 2030 en het huidige en voorlaatste coalitieakkoord.



Evenementen zijn belangrijk voor het behouden en versterken van cultuur en sport. Ze zetten de cultuur- en sportsector in Vlissingen in de schijnwerpers en daar kan de stad van profiteren. Evenementen bieden bovendien een laagdrempelig podium om culturele uitingen zichtbaar te maken voor een groot publiek. Dit geeft een impuls aan de culturele sector, niet alleen voor gevestigde culturele uitingen, maar ook voor (de ontwikkeling van) nieuw talent en de verbinding met de inwoners.

Evenementen dragen bij aan innovatie en kennisontwikkeling. Het samenbrengen van innovaties in combinatie met o.a. kunst/cultuur en sport kan zorgen voor een grote 'kennisboost' op de voor de mainport Vlissingen belangrijke delatema's: water, maritiem, veiligheid, energie en voedsel. Evenementen zijn vaak de plek waar alle kennis (overheid, bedrijfsleven en kennisinstellingen) binnen een vakgebied samenkomt.

Dat zou onder andere goed kunnen bij een Vlissingse variant van de 'Maker Faire Eindhoven' en 'Maker Festival Enschede'. Dit zijn festivals waar maakbedrijven, kennisinstellingen en andere creatieve makers de mogelijkheid hebben hun creaties te presenteren aan een groter publiek.

Kortom, om bewoners, bollebozen (studenten & talenten), bedrijven en bezoekers aan te trekken en te behouden is het noodzakelijk in te zetten op een aantrekkelijk evenementenaanbod in de stad. Daarbij vormen een goede balans tussen leefbaarheid en levendigheid en het verbinden van onze trotse inwoners, de uitgangspunten van de nieuwe evenementenvisie.

3.

Hoe zijn we tot de nieuwe
evenementenvisie gekomen?



Hoe zijn we tot de nieuwe evenementenvisie gekomen?

De nieuwe evenementenvisie is tot stand gekomen in een proces waarbij de volgende stappen zijn doorlopen:

- Evaluatie evenementenbeleid 2016
- Onderzoek onder inwoners en bezoekers
- Participatietraject met input van:
 - stakeholders
 - ondernemers
 - evenementenorganisatoren
 - overige instanties zoals culturele instellingen, Hogeschool, Rabobank
 - interne sessies met gemeentelijke organisaties en afstemming gemeentelijke clusters en beleidsvelden
- Landelijke trends en ontwikkelingen, relevant voor Vlissingen

3.1 Hoofdconclusies uit de evaluatie evenementenbeleid

In 2022 is het evenementenbeleid uit 2016 geëvalueerd. De uitkomsten uit deze evaluatie zijn meegenomen in de nieuwe visie. Uit de evaluatie blijkt dat het festivalimago van Vlissingen sinds 2016 achteruit is gegaan. De evenementen zijn weinig divers en vernieuwend en niet onderscheidend genoeg. Er is te weinig aanbod, zeker in de winter en voorjaar, en er is nauwelijks aanbod voor jongeren. Ook is er weinig (openbare) ruimte beschikbaar voor evenementen.

Andere steden in de regio halen nog niet de bezoekersaantallen en het aantal evenementen van Vlissingen, maar hebben wel een gevarieerder aanbod en meer aanbod voor jongeren. Het gemeentelijk beleid is niet smart gedefinieerd en er wordt geen onderzoek gedaan of evaluaties naar evenementen verricht. De gemeentelijke prestaties hebben onder andere verdere profes-

sionalisering en betere afstemming tussen de beleidsvelden en organisatoren nodig.

Evaluatie evenementenbeleid gemeente Vlissingen

3.2 Participatietraject - Wie zijn betrokken?

Deze nieuwe evenementenvisie is tot stand gekomen door samenwerking tussen de verschillende gemeentelijke clusters: Binnenstad, Toerisme, Cultuur, Communicatie, VTH, Citymarketing en het Sociale domein. Daarnaast zijn evenementenorganisatoren uit Vlissingen en daarbuiten én horecaondernemers uit de stad nauw betrokken. Via meerdere online enquêtes hebben we informatie opgehaald bij inwoners. Ook culturele instellingen, Rabobank Walcheren en de Hogeschool Zeeland hebben input geleverd in gesprekken. De input en feedback van de beeldvormende raadsbijeenkomst is ook meegenomen in de visie.

De directe stakeholders (evenementenorganisatoren, horecaondernemers en winkeliers binnenstad) zijn continu betrokken geweest bij de totstandkoming van het nieuwe evenementenbeleid. Naar aanleiding van hun stevige, maar tevens opbouwende kritiek op het afgelopen beleid, was het belangrijk om samen met deze stakeholders de nieuwe visie vorm te geven. Vandaar dat met deze stakeholders op verschillende momenten voortgangsoverleg is geweest en meerdere voortgangsdOCUMENTEN met deze groep zijn gedeeld, zoals:

- De evaluatie van het evenementenbeleid
- Het rapport van de evenementenonderzoeken
- De resultaten van de bewonersenquête

Ook zijn de strategielijnen van het nieuwe evenementenbeleid als eerste met deze groep betrokken stakeholders gedeeld. Hun feedback is meegenomen in de verdere uitwerking van de strategie.

3.3 Afstemming en aansluiting met gemeentelijke beleidsvelden

Vanuit de gedachtegang van een integraal evenementenbeleid, is via diverse sessies met aanpalende gemeentelijke beleidsvelden gezorgd voor afstemming en borging van de nieuwe evenementenvisie. Hiermee streven we er naar dat:

- Evenementen geborgd zijn in de nieuwe omgevingsvisie.
- Evenementen op het netvlies staan bij de projectleiders van o.a. de stadsdelen Boulevard, Scheldekwartier, Kenniswerf, de historische binnenstad en het Stationsgebied. Het is daarbij essentieel dat er concrete ruimte is voor evenementen in de verdere uitwerking van de verschillende gebiedsplannen.
- Er aansluiting is tussen de doelen van het nieuwe evenementenbeleid en de doelen en ambities vanuit het cultuur-, sport- en toerismebeleid. We voegen de diverse budgetten voor evenementen samen tot één evenementenbudget.
- Op basis van de citymarketingstrategie van Vlissingen, zetten we in op evenementen die het verhaal van Vlissingen versterken.

3.4 Landelijke ontwikkelingen

Een aantal landelijke trends en ontwikkelingen in de evenementensector, zijn ook herkenbaar en relevant voor Vlissingen:

- De **behoefte aan beleving** neemt nog steeds toe. Om zich de komende jaren staande te kunnen houden, moeten organisatoren de 'beleving' van de bezoeker nog meer centraal stellen. Er is ook een groeiende behoefte van de evenementenconsument naar belevingen op bijzondere locaties, waar Vlissingen, o.a. met haar locaties die verwijzen naar de maritieme historie en heden, goed op zou moeten kunnen inspelen.

- Er komen steeds meer evenementen die **de aantrekkelijkheid van de stad in** de winter vergroten. Denk aan activiteiten als kerstmarkten, schaatsbanen, lichtkunsevenementen en lichtjestochten, kerstcircussen en ijssculpturenexposities. Indoor-evenementen zorgen ook voor seizoenverlenging; het ontbreekt Vlissingen echter aan een grote binnenlocatie, een locatie voor kleinere evenementen, zoals de Sint Jacobskerk is er wel. De behoefte van Vlissingen aan jaarrond gevulde evenementenkalender sluit aan op deze trend.
- **Maatschappelijke weerstand** tegen evenementen vanwege geluidsoverlast of natuurbescherming groeit. De roep om een betere balans tussen leefbaarheid en levendigheid wordt steeds sterker. Veel gemeenten beperken daarom de ruimte voor (muziek)evenementen tot een maximum. Ook in Vlissingen levert dit beperkingen op, muziekevenementen kunnen maar op een beperkt aantal locaties plaatsvinden. Het **inclusiever en toegankelijker** maken van evenementen wordt steeds belangrijker; de evenementensector dient de brede diversiteit in de samenleving te representeren en bij te dragen aan kansengelijkheid. De **maatschappelijke betrokkenheid** neemt toe, tegelijkertijd zijn Vlissingers enthousiaste bezoekers van evenementen, zo blijkt uit het bewonersonderzoek.
- De financiële situatie van organisatoren is na corona nog kwetsbaar en het **weerstandsvermogen van veel organisatoren staat onder druk**. Daar zijn de grote kostenstijgingen en achterblijvende inkomsten uit sponsoring en bezoekersbestedingen bovenop gekomen. Het wordt voor nieuwe initiatieven moeilijker om een evenement op te starten. Het is daarom belangrijk dat organisatoren elkaar beter en meer gaan helpen. Op meer plekken in het land zien we dit gebeuren, o.a. vanuit overwegingen van schaarste en om kosten te besparen.

- Er is een trend van **toenemende veiligheids- en duurzaamheids-eisen** en **verzwaring van procedures**. Het aanvragen van vergunningen voor evenementen wordt steeds complexer, dat raakt ook diverse organisatoren in Vlissingen. Voor vrijwilligersorganisaties is dit een groeiend probleem, ook met het oog op de financiële risico's. De **toegenomen landelijke regelgeving** rondom geluid, veiligheid, stikstof, natuurbescherming en duurzaamheid legt ook een grotere regeldruk op en zorgt voor aanzienlijke kostenstijgingen, dat voelen Vlissingse organisatoren ook.
- Het **aantal vrijwilligers in de uitvoering en bij besturen neemt al jaren af**. Dit heeft bij sommige evenementen directe gevolgen voor de haalbaarheid van een evenement, zoals ook speelt met het (betaalde) personeelstekort. Een lange termijn gevolg is dat ook de belangrijke doorgroei van vrijwilliger naar betaalde kracht in de evenementensector onder druk staat. Ook in Vlissingen moeten meerdere organisatoren meer moeite doen om voldoende vrijwilligers op de been te krijgen.
- Nieuwe woningen worden steeds dichter op evenementenlocaties gebouwd en binnenstedelijk, traditioneel evenementengebied, treedt verdichting op. Ook locaties buiten de stadscentra worden steeds meer bebouwd, waardoor er in tal van steden steeds **minder ruimte beschikbaar is voor evenementen**. In de Randstad **trekken organisatoren mede daarom de steden uit** en verhuizen evenementen naar andere delen van het land. Ook Vlissingen heeft te maken met een groeiend ruimtetekort, o.a. rondom de Machinefabriek in het Scheldekwartier en de Spuikom. Met het strand, de boulevard, het Bellamypark en een eventuele nieuwe locatie in het Stationsgebied heeft Vlissingen wel de potentie om evenementen meer ruimte te bieden. Door zich bij organisatoren te profileren als de evenementenstad van Zeeland kan Vlissingen mogelijk profiteren van deze ontwikkeling.



De evenementenstrategie

4



De evenementenstrategie

Vlissingen wil bewoners, bollebozen (studenten & talenten), bedrijven en bezoekers aantrekken en behouden. Evenementen dragen hieraan bij. Daarom koersen we op een evenementenaanbod met kwaliteit, passend bij de stad en voor diverse doelgroepen. Deze evenementenvisie schept daarvoor het kader; de visie geeft ambitie, stimuleert en enthousiasmeert om Vlissingen te versterken als dé evenementenstad van Zeeland.

Met deze visie richten we ons primair op de 4B's: bewoners, bollebozen (studenten & talenten), bedrijven en bezoekers. In het bijzonder richten we ons tot de evenementorganisatoren – de gemeente organiseert immers zelf geen evenementen – van binnen en buiten Vlissingen. Zij zijn als organisatoren essentieel en van harte welkom om hun creaties aan het Vlissingse publiek te tonen.

Uit de Strategische Visie 2040:

“Delta-hotspot Vlissingen is niet alleen een aantrekkelijk en dynamisch werkgebied voor studie en carrière. De levendigheid en kennis- en experimentenidentiteit klinkt ook door in het toerisme dat Vlissingen aantrekt. Bijvoorbeeld in de vele evenementen, het hele jaar door.”

In aansluiting op de “Strategische visie 2040” dragen evenementen bij aan meerdere doelen uit de visie; Vlissingen als delta-hotspot, verbetering van de “quality of life”, katalysator bij gebiedsontwikkelingen, een aantrekkelijk centrum, sterke culturele

infrastructuur en balans in de stad. Door sportevenementen wordt bijgedragen aan positieve gezondheid, inclusiviteit en de sociale samenhang. We maken nadrukkelijk de koppeling met andere beleidsvelden, zodat we elkaars doelen versterken.

De uitkomsten van de evaluatie van het evenementenbeleid, het onderzoek onder inwoners en bezoekers, het participatietraject met stakeholders en interne sessies bij de gemeentelijke organisaties vormden input voor de visie. En op basis van de uitgangspunten (leefbaarheid & levendigheid, verbinding en trots) bepaalden we de ambitie en vier strategielijnen:

De ambitie luidt: Vlissingen is de bruisende evenementenstad van Walcheren en Zeeland.

Om ambitie en doelen te realiseren, werken we vanuit vier strategielijnen:

1. Vlissingen Evenementenstad
2. Gastvrije evenementenstad
3. Stad als podium
4. Identiteitsversterkende evenementen

Deze strategielijnen staan centraal in regels en werkwijzen. We denken actief mee in mogelijkheden en zetten in op hoogwaardige, kwalitatieve evenementen die lading geven aan de ambitie. Maar allereerst willen we meer kleine en grote evenementen en festivals in Vlissingen. Om de evenementen te toetsen op hun bijdrage aan de stad en of ze in aanmerking komen voor subsidie en wenselijkheid ontwikkelen we een beoordelingskader op basis waarvan we gaan handelen. Dit beoordelingskader kent een aantal pijlers waarbij de maatschappelijke- en economische bijdragen alsmede de organisatie en veiligheid en de bijdrage aan de citymarketingdoelen de belangrijkste indicatoren vormen. Dit kader wordt in de uitvoeringsagenda nader ingevuld.

4.1 Strategielijn 1: Vlissingen Evenementenstad

In 2030 staat Vlissingen bij bezoekers en evenementenorganisatoren bekend als 'de evenementenstad van de provincie Zeeland'.

Om dat te bereiken neemt de gemeente de regie en gaan we samen met stakeholders het volgende realiseren:

- We willen een gevarieerd palet aan evenementen op het gebied van muziek, kunst, cultuur en sport dat goed inspeelt op de trend naar meer beleving en onderscheidende evenementen. We streven ernaar dat inwoners (diverse doelgroepen) tevreden blijven over het aanbod en evenementen verankerd zijn in onze stad, maar houden tegelijkertijd rekening met de afnemende maatschappelijke acceptatie van evenementen. Zo dragen we bij aan het geluk van onze inwoners en aan een vitale stad.
- Een diversiteit aan evenementen zijn belangrijk voor Vlissingen, zeker vanuit de wens bij te dragen aan welzijn en welvaart voor onze inwoners. Maar om het aanbod te bewaken, maken we keuzes met het oog op de balans en beoogde doelgroepen. De keuzes maken we met behulp van het beoordelingskader.
- In Vlissingen moeten het hele jaar evenementen op de kalender staan en dus voegen we vooral in de winterperiode evenementen aan de kalender toe. Ook voor de versterking van het toeristisch profiel en de trends van verlenging van het toeristisch en evenementenseizoen is spreiding belangrijk.
- Om de ambitie Vlissingen Evenementenstad waar te kunnen maken, is het belangrijk dat er voldoende fysieke ruimte is en blijft voor evenementen. De trend is dat er steeds minder ruimte is voor evenementen in de openbare ruimte, Vlissingen zou hier juist op in kunnen of moeten spelen door die ruimte wel te blijven bieden. De bestaande buitenlocaties op het Bellamypark, boulevard en het strand zijn daarvoor niet voldoende, mede met de wens tot spreiding van (grote) evenementen. We gaan daarom onderzoek doen naar de haalbaarheid van nieuwe evenementenlocaties op de Spuikom en in het Stationsgebied.
- Mede met het oog op de gewenste jaarronde programmering (ook vanuit de landelijke trends van seizoensverlenging en schaarse ruimte) van kleine en grote evenementen, is het tevens noodzakelijk om te kunnen beschikken over voldoende binnenlocaties, zoals de Sint Jacobskerk en de Machinefabriek. Deze ambitie wordt onderschreven in het cultuurbeleid (deelnota podiumkunsten 2012-2016) en daarom trekken we hierin samen op. Voor 2030 moeten er nieuwe binnenaccommodaties voor grote evenementen in Vlissingen zijn gerealiseerd.
- Bij de uitbreiding van het evenementenaanbod leggen we de nadruk op meer door de diverse doelgroepen gewenste muziek- en (beeldende) kunstfestivals (inspelen op trend naar meer beleving). Uit de evaluatie en vanuit de stakeholders (incl. bewoners) blijkt dat vooral daar behoefte aan is. Daarnaast hebben we samen met cultuur de ambitie om een (nieuw) kunstenfestival in 2025 of 2029 in aanmerking te laten komen voor meerjarige ondersteuning vanuit het rijk. We gaan hierover ook in gesprek met andere gemeenten in Zeeland om te kijken hoe we gezamenlijk in kunnen zetten om meer sterke festivals kans te laten maken op co-financiering door de provincie en het rijk.
- Het evenementenaanbod voor jongeren in de doelgroep 15 – 30 jaar, inclusief studenten (jongvolwassenen), moet structureel worden vergroot op basis van de behoeftes van deze doelgroep. Nieuwe evenementen gericht op deze doelgroep moeten daarbij een vaste plek op de kalender krijgen.



- Op het gebied van duurzaamheid loopt Vlissingen in 2040 voorop, zo blijkt uit de Strategische visie 2040. In het verlengde van die ambitie en de landelijke trend naar steeds meer focus op duurzaamheid, wil de gemeente dat in 2040 alle evenementen met meer dan 3.000 bezoekers duurzaam zijn. Daar gaan we met de organisatoren concrete afspraken over maken. Om ze goed te informeren en te helpen bij het verduurzamen van hun evenement, halen we kennis van buiten in huis (m.b.v. het Evenementen Kennisfonds) om te onderzoeken welke maatregelen organisatoren kunnen treffen om hun evenement te verduurzamen. In de subsidieregeling maken we de koppeling naar duurzaamheid.
- Elk evenement moet in principe toegankelijk zijn voor iedereen, zo blijkt ook uit de beschrijving van de landelijke trends. Dus ook voor ouderen en mensen met beperkingen, zoals blinden, slechthorenden en gehandicapten. We gaan kennisvergroting op dit vlak faciliteren en geven adviezen aan organisatoren.
- In het verlengde van de landelijke ontwikkelingen, gaan we meer aandacht besteden aan de thema's diversiteit en inclusie, waarbij het bieden van een veilige omgeving voor iedereen het uitgangspunt moet zijn. Ook komt er meer aandacht voor diversiteit in programmering en in de samenstelling van het organiserend personeel. Samen met organisatoren betrekken we mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt bij de organisatie van Vlissingse evenementen.

- Kennisdeling en relatiebeheer: om onze organisatoren te faciliteren, organiseren we vanaf 2024 minstens 3x per jaar themabijeenkomsten met experts van buiten. Deze bijeenkomsten zijn – naast op peil houden van kennis en expertise - bedoeld om de contacten tussen gemeente, organisatoren/ ondernemers goed te houden, mede op informeel niveau. Doel van de bijeenkomsten is het verhogen van de weerbaarheid van onze organisatoren en om de onderlinge saamhorigheid tussen de verschillende partijen te versterken.
- Als evenementenstad van Zeeland, heeft Vlissingen in 2030 het voortouw genomen in de regionale samenwerking. We gaan kijken hoe we gezamenlijk de concurrentiepositie van Zeeland kunnen versterken. Dat gaat o.a. over de volgende zaken:
 - Inhoudelijke afstemming; zie ook ambitie voor meerjarige ondersteuning door provincie en rijk.
 - Samenwerking en kennisdeling op o.a. duurzaamheid, veiligheid/ hulpdiensten en onderzoek & monitoring.
 - Versterken positie via samenwerkingsverbanden als Nort Sea Port District Economic en Cultural Board Zeeland en stad Gent (in 2030 wil Gent de Culturele Hoofdstad van Europa zijn).



4.2 Strategielijn 2: Gastvrije Evenementenstad

In Vlissingen Evenementenstad heerst een (gast)vrij en open evenementenklimaat waarin organisatoren kwalitatieve (top)evenementen organiseren waar veel mensen plezier aan beleven.

Onze strategie bij Gastvrije Evenementenstad gaat over de volgende aspecten:

- Nieuwe en bestaande evenementen worden gastvrij ontvangen met goed ontsloten informatie en een variëteit aan onderwerpen via de (digitale) vraagbaakfunctie. Dit sluit aan op onze ambitie om Vlissingen te profileren als gastvrije evenementenstad. Evenementen worden door citymarketing op de uitkalender geplaatst en waar dat past gericht meegenomen in campagnes.
- Als gastvrije evenementenstad faciliteren we organisatoren optimaal, met respect voor elkaars verantwoordelijkheden en mogelijkheden. Een evenementenorganisator is verantwoordelijk voor zijn eigen taken. Als gemeente gaan we niet op hun stoel zitten. Wij hebben oog voor het feit dat het aanvragen van vergunningen voor evenementen steeds complexer wordt, zoals ook bleek uit de paragraaf landelijke ontwikkelingen. Dit geldt met name voor vrijwilligersorganisaties, die dit doen zonder of met minder inzet van professionals. Hiervoor heeft de gemeente ook het Kennisfonds Evenementen in het leven geroepen.
- Aan de voorkant stemmen we de regels met de evenementenorganisator goed af. Aan de organisator vragen we om met respect met de regels om te gaan en zich daaraan te houden. We gaan werken volgens het principe van 'high trust, high penalty'.

Dat betekent dat bij een positieve evaluatie op basis van een kwalitatief hoogwaardige aanvraag van onze organisatoren de kaders verruimd kunnen worden maar bij het overtreden hiervan strenger opgetreden wordt.

- Voor de subsidieverstrekking geldt dat we aan de voorkant duidelijk zijn wat wel en niet subsidiabel is. De gemeente ondersteunt de aanvrager zo nodig en denkt mee.
- Vlissingen stelt zich gastvrij op voor evenementorganisatoren van buiten Vlissingen. Door ruimtegebrek en maatschappelijke weerstand zoeken veel organisatoren naar alternatieve plekken en kijken daarbij naar het zuiden van het land. In Vlissingen zijn organisatoren van harte welkom met evenementen die aansluiten op de kernwaarden, passen in de jaarkalender en passend zijn bij de stad. Evenementen die daarbij ook nog onze kernwaarden versterken zijn extra welkom.



4.3 Strategielijn 3: Stad als podium

Evenementen zetten gebieden in de schijnwerpers. (Toekomstige) bewoners, en bezoekers komen in aanraking met onverwachte plekken. Organisatoren en ondernemers benutten de stad als podium en profiteren van evenementen in Vlissingen.

- De boulevards met het strand, het stationsgebied en daartussen de Spuikom, de historische binnenstad, het Scheldekwartier en de Kenniswerf, groeien de komende jaren steeds meer naar elkaar toe. Er wordt tevens hard gewerkt aan het verbeteren van de verbinding tussen de verschillende gebieden en evenementen leveren hier een belangrijke bijdrage aan. Daarmee sluiten we o.a. aan op de Boulevardvisie waarin wordt gepleit voor meer kwalitatieve (en jaarronde) evenementen ter verlevendiging van boulevards en strand.
- Door middel van evenementen zorgen we voor levendigheid in de nieuwe gebieden, en zetten we ze in de schijnwerpers waardoor ze bekendheid krijgen. Daarmee brengen we zowel toekomstige bewoners als bezoekers aan de stad in aanraking met de nieuwe gebieden (placemaking).
- Er is een groeiende behoefte van bezoekers aan unieke ervaringen op bijzondere plekken, zo bleek ook uit paragraaf 3.4. Denk aan natuurlijke omgevingen, leegstaande (industriële erfgoed) gebouwen en (tijdelijk) braakliggende terreinen. Een uitgelezen kans voor Vlissingen om spannende combinaties en onverwachte ontmoetingen in de publieke ruimte, maar ook in binnenlocaties, te bieden. We staan open voor een diversiteit aan locaties, maar het moet wel kunnen (veiligheid, etc).

- Bellamympark is het huidige gemeentelijke evenemententerrein. Andere locaties kijken we flexibel naar, zoals o.a. de boulevards, Kenniswerf, Spuikom en Scheldekwartier.
- 'De stad als podium' hoort naast de fysieke betekenis ook in figuurlijke zin bij de strategie. We zien graag lokale organisatoren en ondernemers in economisch opzicht of anderszins profiteren van evenementen in Vlissingen, dat vergroot ook het Vlissingse maatschappelijk draagvlak voor evenementen. We stimuleren samenwerkingsverbanden met of tussen lokale partijen en brengen waar mogelijk partijen bij elkaar.



4.4 Strategielijn 4: Identiteitsversterkende evenementen

Evenementen zijn er het hele jaar door, verspreid over de stad, en voor iedereen. In deze visie kiezen we nadrukkelijk voor evenementen die het verhaal van de stad vertellen en/of versterken.

- In het nieuwe evenementenbeleid kiezen we voor evenementen die de identiteit van Vlissingen versterken. Daarmee maken we nadrukkelijk de koppeling met de positionering van Vlissingen en de doelen van citymarketing: het aantrekken en vasthouden van (beter opgeleide) jonge gezinnen en het aantrekken en binden van studenten. In de visie Toerisme 2030 staat eveneens dat het evenementenaanbod aan moet sluiten bij de positionering van de stad en de unieke aspecten van Vlissingen te benadrukken.
- Beeldbepalende evenementen die de identiteit van Vlissingen versterken, vormen vanaf 2024 de toplaag van het evenementenaanbod. Deze evenementen kunnen we ondersteunen met subsidie en worden gefaciliteerd. We streven daarbij naar een goede spreiding over het jaar. Vanaf 2025 moet er ieder kwartaal tenminste 1 beeldbepalend evenement plaatsvinden.
- Nieuwe identiteitsversterkende evenementen komen niet aanwaaien en de gewenste spreiding gebeurt niet vanzelf. We gaan daarom met citymarketing pro-actief aan de slag met het binnenhalen van nieuwe evenementen/organisatoren, waarbij we ook verder kijken dan Zeeland.
- Daarnaast onderscheiden we nog 2 typen evenementen:
 - Ster-evenementen: deze zijn belangrijk voor Vlissingen gedacht vanuit onder meer economisch overwegingen (o.a.

bestedingen van bezoekers in de stad), versterking culturele infrastructuur of qua publiciteit. Ze vertellen het verhaal van Vlissingen echter niet. Vanwege hun uitstraling proberen we bij deze evenementen wel een koppeling te maken met de merkwaarden en/of de citymarketingdoelen van Vlissingen. Dat kan bijvoorbeeld door gebruik te maken van het maritieme industriële decor van de stad.

- Overige evenementen: alle andere evenementen. Dergelijke evenementen dragen bij aan jaarrond gevulde evenementenkalender, diversiteit en spreiding en vervullen een rol naar de diverse doelgroepen.
- Onderzoek & monitoring: Om de beoogde doelgroepen effectief te bereiken, is kennis van het evenementenpubliek nodig. Samen met citymarketing en de grotere evenementen die subsidie ontvangen, trekken we samen op om meer inzicht te krijgen in de wensen en de behoeften van inwoners en bezoekers. We dragen daar als gemeente ook zelf aan bij middels het nieuwe Evenementen Kennisfonds.



5

Financieel kader



Financieel kader

In de huidige/oude situatie krijgen evenementen structureel subsidie vanuit de beleidsvelden cultuur, toerisme (Rescue) en sport. Verreweg het grootste deel komt bij cultuur vandaan en wordt jaarlijks besteed aan dezelfde 3 evenementen (Film by the Sea, Festival Onderstroom en Bevrijdingsfestival Zeeland). Daarnaast worden er incidentele bijdragen geleverd vanuit andere budgetten als er onverwachte evenementen met toegevoegde waarde zich voordoen. Om effectief te kunnen bouwen aan Vlissingen als evenementenstad wordt er één evenementenbudget gemaakt waarin de huidige subsidiebudgetten worden samengevoegd.

Daarnaast worden de subsidieregels aangepast. In het toekennen van subsidies wordt rekening gehouden met de oorspronkelijke bestemming van de budgetten. Transparantie en duidelijkheid over de subsidiemogelijkheden kunnen op deze wijze worden gegarandeerd. Gelet op de inflatie- en prijsontwikkelingen van de laatste jaren is het reëel om evenementenbudgetten te gaan indexeren. Dit dient jaarlijks te gebeuren naar de actuele ontwikkelingen. Om de gestelde ambities en doelen uit de visie te realiseren dient er een goede balans te zijn tussen de ambities, menskracht en budget.

5.1 Evenementensubsidies

Vanuit het evenementenbudget ondersteunen we alleen evenementen die een bijdrage leveren aan de 4 strategielijnen. Dit doen we op een transparante manier waarbij de subsidies dáár terecht komen waar de meeste resultaten en bijdragen worden geboden. In de nieuwe subsidieregeling maken we gebruik van een nog te ontwikkelen beoordelingskader, waarin de aanvragen in relatie tot elkaar worden beoordeeld. Als basis geldt dat

veranderingen in de subsidietoekenning voor bestaande evenementen geleidelijk worden doorgevoerd. Uitgangspunt bij het subsidiëren van evenementen is zelfstandigheid en zelfredzaamheid. De gemeente streeft naar een stabiel evenemen-tenklimaat, waarbij evenementen in hun voortbestaan niet volledig afhankelijk zijn van gemeentelijke (eventueel meerjarige) ondersteuning. Potentiële beeldbepalende evenementen gaan we meerjarig ondersteunen om ze een kans te geven om tot wasdom te komen.

5.2 Evenementen Kennisfonds

Sinds 2023 beschikt de gemeente Vlissingen over het Evenementen Kennisfonds. Het fonds is bedoeld ter ondersteuning van de Vlissingse evenementensector. Daarnaast is het fonds bedoeld om organisatoren in de gehele breedte te ondersteunen en professionaliseren in kennis benodigd om veilige en goede evenementenaanvragen en –uitvoering te bevorderen en bij te dragen aan de doelen uit de Strategische visie 2040 en de evenementenvisie. De volgende activiteiten zullen onder andere vanuit het Kennisfonds worden opgezet:

- Kennisbijeenkomsten met organisatoren en andere betrokken partijen
- Opzet platform organisatoren
- Ondersteunen en professionaliseren van organisatoren bij o.a.:
 - veilig en goed organiseren
 - duurzaamheidsmaatregelen (o.a. certificering, circulariteit)
 - verbetering toegankelijkheid evenementen
 - opstarten programma gezonde voeding op evenementen en aandacht voor overmatig alcohol- en drugsgebruik op evenementen
 - workshop opstellen/verbeteren veiligheidsplan

Colofon:

Uitgave Gemeente Vlissingen
Evenementenvisie – mei 2023

Fotografie:

| | |
|--------------------|--------------------|
| Collin Hermans | pagina 1,6,7,11,19 |
| Lisette van Peenen | pagina 4, 15 |
| Nathan Alblas | pagina 21 |
| Els Swart | pagina 16, 22 |
| Jurjen Drent | pagina 23 |
| Lex de Meester | pagina 20, 24 |