

# Evenementenvisie Arnhem





# Voorwoord

Al jarenlang worden in Arnhem succesvolle, goedbezochte en veilige evenementen georganiseerd. Arnhem heeft met haar gevarieerde aanbod een goede naam als evenementenstad opgebouwd en behoort tot de top tien van evenementensteden in Nederland.

Evenementen zijn van grote betekenis voor onze stad. Zij dragen bij aan een positief stedelijk imago, bevorderen de economische spin-off en vanuit hun sociaal-maatschappelijke functie de leefbaarheid en sociale cohesie in onze stad. Dit maakt Arnhem niet alleen aantrekkelijk om te bezoeken maar ook om te wonen en te ondernemen. Evenementen zijn daarmee onderdeel van succesvolle citymarketing.

Arnhem is de hoofdstad van Gelderland en ligt in het meest bezochte recreatiegebied van Nederland, de Veluwe. Deze positionering vraagt nauwe samenwerking met de provincie Gelderland, met de regio inclusief de grensstreek en ook met de toeristische sector.

Een succesvolle evenementenstad blijven, vraagt om een gezamenlijke inspanning met de lokale partners in de stad. Vanuit diverse fondsen van ondernemend Arnhem en andere fondsen worden Arnhemse evenementen financieel ondersteund. De Arnhemse ondernemers willen evenals de gemeente de identiteit, de eigenheid van Arnhem met evenementen versterken. Dit geldt niet alleen voor de ondernemers in de binnenstad, maar ook voor de ondernemers op andere evenementenlocaties, zoals Papendal en Gelredome. Vanuit deze locaties is het van belang om de verbinding met de stad beter vorm te geven. Dit vraagt om onderlinge afstemming, samenwerking en verbinding. Hun aanbevelingen zijn in deze visie verwerkt.

De input van landelijke trends, diverse sectoren in de stad, de provincie Gelderland, en de diverse sectoren binnen de gemeente zijn in deze visie meegenomen.

Mede dankzij ieders inbreng is een nieuwe evenementenvisie tot stand gekomen die richting geeft aan de manier waarop Arnhem om wil gaan met evenementen, klein en groot.

Samen gaan we verder met een bruisend en inspirerend Arnhem!

Gerrie Elfrink  
Wethouder





# Inhoudsopgave

1. Inleiding	7
2. Evenementenvisie Arnhem 2015	9
2.1 Beeldbepalende evenementen	10
2.2 Sfeerbepalende evenementen	11
2.3 Springplankevenementen	12
3. Evenementenfonds Arnhem	13
4. Integraal proces evenementen: samenwerken en verbinden	15
5. Arnhem, gastvrije en veilige evenementenstad	17
6. Arnhem, duurzame evenementenstad	19
7. Modern en zichtbaar met citydressing	21
<b>Separaat bijlagenrapport behorende bij de Evenementenvisie Arnhem 2015</b>	
1. Beleidsdoelen die betrekking hebben op evenementen	3
2. Uitvoeringsagenda	6
3. Definities: evenement, economische en maatschappelijke spin-off van evenementen	9
4. Input uit intern en extern netwerk	10
5. Landelijke trends en ontwikkelingen	12
6. Leerpunten van andere evenementensteden	15
7. Overzicht speciale landelijke evenementen	17



# 1. Inleiding

World Living Statues Festival, Sonsbeek Beeldtentoonstelling, Papendal Bike Event en het Fashion Festival Arnhem. Een kleine greep uit de evenementen waarmee Arnhem al jarenlang tot de top tien behoort van evenementensteden in Nederland. Arnhem staat op de kaart als evenementenstad en wil haar goede naam verder uitbouwen. In deze nieuwe evenementenvisie staat beschreven hoe de gemeente dit wil gaan doen. Een visie die aansluit bij de citymarketingdoelen van Arnhem: creatief, groen en ondernemend.

## Aanleiding

Het actualiseren van het evenementenbeleid valt onder het stadsprogramma 4: City Marketing en is opgenomen in het Programmaplan 2014. De vorige evenementenvisie dateert uit 2003 en is voor het laatst geactualiseerd in 2008. De Evenementenvisie Arnhem 2015 borduurt voort op de successen van de vorige nota én bevat nieuwe accenten. Deze krijgen hun vertaalslag in de gemeentelijke regelgeving voor het verstrekken van subsidies en vergunningen voor evenementen.

## Aansluiting op beleidsdoelen

De nieuwe visie beschrijft hoe Arnhem om wil gaan met evenementen en is afgestemd op de doelstellingen<sup>1</sup> van verschillende andere programma's:

- Citymarketing Visie Arnhem (2013-2015)
- Het Cultuurbeleid Arnhem (nota 'Stroom' 2011-2016)
- De Sportvisie (2011-2021)
- De Economische Agenda Arnhem (bevordering creatieve industrie, toerisme & vrije tijd).
- De programma's Arnhem - groene en duurzame stad, De Arnhemse binnenstad klaar voor de toekomst en Marketing van Arnhem: product en verhaal op orde.

Ook zoekt het nieuwe evenementenbeleid aansluiting bij het evenementenbeleid van de provincie Gelderland.

## In dialoog met de stad

Deze visie is het resultaat van gesprekken met diverse partijen. Allereerst zijn landelijke en regionale onderzoeken geraadpleegd. Veel kennis is opgedaan bij andere toonaangevende evenementensteden, maar ook de interne expertise binnen de gemeente is aangeboord. Daarnaast heeft de provincie Gelderland instrumenten ontwikkeld en beschikbaar gesteld voor het houden van succesvolle evenementen.

Ook is er gepraat met ondernemend Arnhem. Denk aan: koepelorganisaties ondernemers en horeca, directies Papendal, Gelredome en RBT KAN. Werksessies met deze partijen vormen de basis voor meer samenwerking op het gebied van evenementen. Partners van Arnhems citymarketing coördinator en de evenementenmanager hebben verbeterpunten aangedragen. Een brede horizon en een stevig draagvlak zijn het resultaat.

<sup>1</sup>In het separate Bijlagenrapport bij de Evenementenvisie Arnhem 2015 wordt meer gedetailleerd ingegaan op deze beleidsdoelen.





## 2. Evenementenvisie Arnhem 2015

### *Drie soorten evenementen*

Evenementen zijn er in soorten en maten. Zowel grote als kleine evenementen zijn belangrijk voor Arnhem. Ze dragen bij aan de leefbaarheid van de stad, een gezond cultureel en sportief klimaat en de sociale cohesie. Ze zijn een onmisbare factor in het realiseren van andere beleidsdoelen, zoals 'meer bewegen' in de Sportvisie. Daarnaast zorgen evenementen voor economische spin-off, wanneer bezoekers bestedingen doen die zonder het evenement niet hadden plaatsgevonden.

Het succes van een evenement staat of valt bij het draagvlak in de stad. De rol van de gemeente hierin is dat zij stimuleert, faciliteert, randvoorwaarden schept en reguleert. De organisatie van evenementen ligt nagenoeg altijd bij de particulieren in de stad. Dat vraagt om nauwe samenwerking en verbinding tussen gemeente en lokale partners en om afstemming met bewoners rondom evenementenlocaties.

Arnhem kiest voor:

1. kwaliteit, eigenheid boven kwantiteit;
2. versterking en verdieping van evenementen die horen bij de merkwaarden en identiteit van Arnhem of die unieke promotiekansen geven voor de stad;
3. evenementen met een economische en maatschappelijke spin-off die aansluiten bij gemeentelijke strategische beleidsdoelen of, beter nog, deze versterken;
4. vernieuwing van bestaande evenementen of geheel nieuwe evenementen;
5. tijdelijke ondersteuning aan innovatieve, creatieve, kleinschalige evenementconcepten om eventueel uit te groeien naar een beeldbepalend of sfeerbepalend evenement;
6. gemeentelijke subsidiëring van evenementen als cofinanciering;

Arnhem stuurt daarbij op:

1. evenwicht tussen levendigheid en leefbaarheid;
2. een integraal proces op het terrein van diverse gemeentelijke subsidies, openbare orde/veiligheid en vergunningen voor evenementen;
3. afstemming, samenwerking en verbinding met de belangrijke partners in de stad;
4. samenwerking met provincie Gelderland en regio inclusief grensstreek als het gaat om evenementen met een provinciale of regionale uitstraling.

De realisatie van deze nieuwe visie, vraagt ook om een nieuw onderscheid in soorten evenementen:

1. Beeldbepalende evenementen
2. Sfeerbepalende evenementen
3. Springplankevenementen

Elk type evenement dient haar eigen doel en vraagt om een specifieke benadering. In de volgende paragrafen wordt elk type evenement uiteen gezet.

## 2.1 Beeldbepalende evenementen

Een beeldbepalend evenement draagt bij aan de merkwwaarden van Arnhem: creatief, groen en ondernemend. De gemeente wil daarom bij voorkeur evenementen 'uit eigen keuken' ondersteunen, herkenbaar aan het label **made in [Arnhem]**. Het onderscheidende karakter van deze evenementen versterkt de positie en het profiel van de stad.

### De gemeente onderscheidt drie soorten beeldbepalende evenementen:

1. Terugkerende Arnhemse evenementen
2. Unieke promotiekansen
3. Evenementen op toplocaties

#### 1. TERUGKERENDE ARNHEMSE EVENEMENTEN

De Sonsbeek Beeldtentoonstelling en een hoogwaardig modefestijn zijn iconen van Arnhem. De gemeente wil deze terugkerende evenementen versterken, verdiepen en verbreden. Daarnaast wil Arnhem ook investeren in nieuwe beeldbepalende evenementen. Denk dan aan een evenement rond de historie van Arnhem, zoals Market Garden.

#### 2 UNIEKE PROMOTIEKANSEN

Topsportevenementen zoals de Giro d'Italia, Het Glazen huis en de Nationale Sinterklaasintocht<sup>2</sup> zijn grootschalige evenementen, die incidenteel in een stad plaatsvinden. De genoemde voorbeelden passen bij de identiteit van Arnhem en in het meerjaren evenementenprogramma. De meerwaarde die deze evenementen opleveren:

- Veel (inter)nationale media-aandacht
- Grote bezoekersaantallen
- Hoge economische spin-off
- Bevordering van werkgelegenheid

De maatschappelijke impact maakt Arnhem aantrekkelijker voor nieuwe bedrijven en Arnhemmers. Bij de Arnhemmers zelf kan er een verhoogd gevoel van 'trots op Arnhem' ontstaan.

Onder incidentele evenementen vallen ook de zogenaamde 'brand events', zoals de Enecotour of Red Bull events. Door netwerkbijeenkomsten, business meetings of VIP-acties brengen deze events bedrijven en kennisinstellingen bij elkaar. Een vorm van verbreding die ook economische spin-off genereert. De unieke locaties van Arnhem maken de stad tot de uitgelezen host van dit soort 'brand events'. Acquisitie is hiervoor noodzakelijk.

#### 3. EVENEMENTEN OP TOPLOCATIES

Gelredome, Papendal, Het Openluchtmuseum en de Hoge Veluwe zijn internationaal bekend. Hier vinden grote (inter)nationale evenementen plaats waar veel bezoekers buiten Arnhem op af komen. De gemeente wil deze bezoekers graag verleiden om langer in de stad te blijven dan de duur van het evenement. Dat kan in de vorm van een 'dagje Arnhem', maar ook door meerdaagse arrangementen rondom het evenement aan te bieden.

Dit vraagt om samenwerking tussen organisatoren van evenementen en het Arnhems bedrijfsleven in de binnenstad.

Symphonica in Rosso in het Gelredome is een voorbeeld van een succesvolle afstemming tussen de directie van het Gelredome en de horecaondernemers in de stad. Veel concertgangers bezochten overdag de stad en 's avonds het concert. De gemeente wil dit soort samenwerkingsverbanden stimuleren.

### Uitgangspunten voor beeldbepalende evenementen

- Elk jaar een beeldbepalend evenement!
- Acquisitie voor unieke promotiekansen die economische en maatschappelijk spin-off opleveren
- Doorontwikkelen van nieuwe innovatieve evenementen rondom Market Garden
- Reserveren van financiële middelen, samen met het bedrijfsleven, voor evenementen met unieke promotiekansen. In het Evenementenfonds wordt hiervoor subsidieruimte gereserveerd
- Stimuleren van aansluiting binnenstad bij topevenementen, bijvoorbeeld door het organiseren van side-events
- Samenwerking komt tot stand met een gezamenlijk strategisch meerjaren evenementenprogramma en sponsoring
- Evenementen worden bij voorkeur gehouden op beeldbepalende locaties in Arnhem met veel horeca-voorzieningen
- Aandacht voor zichtbare marketing en communicatie om doelgroepen te bereiken, waaronder: citydressing, toeristische promotie en sociale media
- Onderzoek naar de economische en maatschappelijke spin-off moet onderdeel zijn van het evenementenplan
- Evaluatie van terugkerende evenementen

<sup>2</sup>Zie voor voorbeelden bijlage 6 van het Bijlagenrapport *Evenementenvisie Arnhem 2015*

<sup>3</sup>Dit kan met behulp van *De handreikingen van de werkgroep Evaluatie Sportevenementen (WESP) waaraan de HAN meewerkt.*

## 2.2 Sfeerbepalende evenementen

Nog steeds voert De Veluwe de lijst aan van best bezochte Nederlandse recreatiegebieden. De sfeerbepalende evenementen in de stad dragen voor een belangrijk deel bij aan deze leidende positie. Arnhem blijft dan ook investeren in sfeerbepalende evenementen die het bereik vooropstellen van Arnhemmers, bezoekers uit de regio en grensstreek en toeristen. Evenementen die voorzien in de behoefte van een breed en gemêleerd publiek, waaronder jeugd, gezinnen en ouderen.

### Recente voorbeelden van sfeerbepalende evenementen:

- **Publiektrekkers:** World Living Statues Festival, Dancetour
- **Traditionele evenementen:** Koningsdag, Intocht Sinterklaas
- **Culturele evenementen:** Sprookjesfestival, Fashion Festival Arnhem
- **Sportevenementen:** Papendal Bike Event, Outdoor Gelderland

Een groot deel van het Evenementenfonds wordt besteed aan de gemeentelijke subsidies voor sfeerbepalende evenementen. In de eerste plaats is de gemeentelijke subsidie niet leidend: deze mag maximaal 25 % van het evenementenbudget beslaan. Ook wordt er een budgetplafond gehanteerd.

### Bij het toetsen van een aanvraag voor gemeentelijke subsidie, gaat de gemeente uit van drie criteria:

1. Aansluiting bij landelijke trends
2. Monitoring en evaluatie
3. Aantrekkelijke evenementenmix

#### 1. LANDELIJKE TRENDS

Of je nu jong bent of oud, uit Arnhem komt of uit Amsterdam: een evenement bezoek je voor het beleven van 'perfect moments' met vrienden of familie. Op landelijk niveau is te zien dat er in toenemende mate behoefte is aan:

- Verrassing, avontuur, spektakel en unieke belevenissen
- Authenticiteit, rust en natuur
- Lokaal, biologisch en seizoensgebonden eten en drinken

Arnhem heeft al deze ingrediënten in huis als evenementenstad, met haar creatieve industrie, fair food initiatieven en de rijke natuur in de omgeving. Juist deze typisch Arnhemse merkwaarden wil de gemeente zo veel mogelijk verbinden aan de sfeerbepalende evenementen, met het beeldmerk made in [Arnhem]. Organisatoren van evenementen die subsidie aanvragen worden hiertoe zoveel mogelijk gestimuleerd.

#### 2. MONITORING EN EVALUATIE

Sfeerbepalende evenementen moeten zo goed mogelijk zijn afgestemd op de behoefte van het publiek. Het monitoren van evenementen is daarom noodzakelijk. Bij de aanvraag van subsidie zal, meer dan voorheen, gekeken worden naar de economische en maatschappelijke spin-off. Bestaande

evenementen worden verder geëvalueerd op bijvoorbeeld bezoekerswaardering, veiligheid, bereikbaarheid en parkeerhinder. De uitkomst van deze evaluaties kunnen organisatoren van evenementen stimuleren tot innovatie. Ook speelt de evaluatie een rol bij het al dan niet toekennen van een meerjarige subsidie van terugkerende evenementen.

#### 3. AANTREKKELIJKE EVENEMENTENMIX

Arnhem wil een betere spreiding van sfeerbepalende evenementen en gaat daarom een evenementenkalender hanteren. De kalender moet een beter afgewogen mix opleveren voor gemêleerde doelgroepen. Evenementen met een soortgelijke uitstraling zullen niet vlak na elkaar worden geprogrammeerd, alle groepen moeten aan hun trekken komen, evenementen moeten passen bij het seizoen en vormen een aanvaardbare belasting van de openbare ruimte. Daarnaast zal het bundelen van evenementen rondom een thema worden bevorderd. Denk aan de bundeling van alle winterevenementen onder de naam Winter Arnhem.



## Uitgangspunten voor sfeerbepalende evenementen

- Evenementen met een Arnhemse, Gelderse of regionale uitstraling
- Traditionele evenementen, afgestemd op een gemêleerd publiek
- Bevorderen van verbinding met Arnhemse merkwaarden, met beeldmerk **made in [Arnhem]** en de Arnhemse binnenstad
- Monitoring op economische en maatschappelijke spin-off
- Evaluatie van terugkerende evenementen om innovatie te stimuleren
- Sturen van een afgewogen evenementenmix qua uitstraling, doelgroep, spreiding in het jaar en locatie
- Bundeling evenementen op thema's



## 2.3 Springplankevenementen

Arnhem is een stad vol creatieve ondernemers. Om die creatieve industrie te bevorderen wil de gemeente (startende) ondernemers ondersteunen. Creatieve en innovatieve concepten blijken in de praktijk namelijk vaak de voorlopers te zijn van beeldbepalende en sfeerbepalende evenementen. Bovendien dragen ze bij aan de promotie van Arnhem en sluiten ze aan bij de merkwaarden van Arnhem, met name die van Wortelen in het DNA van Arnhem.

### Huidige voorbeelden van deze springplankevenementen zijn:

Roof Garden, Ruimtekoers en Pop-up sportevenementen.

Springplankevenementen zijn vaak kleinschalig. De kwaliteit van dit type evenement is belangrijker dan de kwantiteit. Het draait om de onderlinge uitwisseling van creativiteit en het opdoen van inspiratie. Zij dragen in grote mate bij aan het versterken van Arnhem als creatieve en ondernemende stad en zijn dus erg belangrijk voor de citymarketing. Leegstaande panden en braakliggende terreinen lenen zich perfect voor dit soort kleinschalige evenementen of festivals.

Vooraf jonge, creatieve ondernemers voelen zich agetrokken tot deze mogelijkheden. Arnhem wil deze groep ondernemers ondersteunen. Wanneer de financiering van

een springplankevenement niet zelfstandig of via sponsoring tot stand kan komen kan er in de opstartfase een tijdelijke springplanksubsidie verstrekt worden. Deze subsidie kent een budgetplafond en wordt voor maximaal twee jaar verstrekt. Criteria bij de toekenning zijn:

- Innovatieve gehalte van het concept
- De verbinding met de merkwaarden van Arnhem
- Samenwerking met andere partijen in de stad
- Het bereik en de promotie van het evenement
- Monitoring van economische en maatschappelijke spin-off
- Evaluatie van het evenement

Het realiseren van dit soort initiatieven vraagt om een hogere mate van flexibiliteit in regelgeving, als het gaat om locatiebeleid en horecabeleid.

### Uitgangspunten voor springplankevenementen

- Stimuleren van nieuwe, verrassende, kleinschalige concepten
- Potentie tot uitgroeien naar sfeerbepalend of beeldbepalend evenement
- Verbinding met Arnhemse merkwaarden, zoals Wortelen in het DNA van Arnhem
- Kwaliteit boven kwantiteit
- Benutten van leegstaande panden en braakliggende terreinen
- Verstrekken van een tijdelijke springplanksubsidie met budgetplafond, voor maximaal twee jaar.
- Flexibel hanteren van regelgeving
- Moet passen in de evenementenkalender van het betreffende jaar

### 3. Inzet Evenementenfonds Arnhem

In eerste instantie is het Evenementenfonds bedoeld voor de subsidiëring van publiekevenementen, citydressing en voorzieningen bij evenementen. Hieronder vallen ook topsportevenementen, omdat deze niet zijn opgenomen in het Fonds Sport, dat slechts bedoeld is voor kleinschalige activiteiten. Bovendien vult het Evenementenfonds de financiering van culturele evenementen aan, die verder grotendeels uit culturele fondsen gesubsidieerd worden. Niet opgenomen in het Evenementenfonds is het budget voor Arnhemse hoogwaardige culturele evenementen die beeldbepalend zijn voor de stad.

De Meerjarenprogrammabegroting (MJPB) 2015-2018 houdt rekening met de verwachte inkomsten van de kermis. (€ 45.000) Vallen deze inkomsten mee of tegen, dan worden deze verrekend met de middelen in het Evenementenfonds.

De Bestemmingsreserve evenementen vangt fluctuaties op en wordt gebruikt om te sparen voor grote evenementen. Meer dan voorheen wordt deze optie benut voor het onder-

steunen en binnenhalen van beeldbepalende evenementen.

#### Nieuwe verdeling over drie soorten evenementen

De inzet van het Evenementenfonds wordt vanaf 2016 opnieuw verdeeld over de drie soorten evenementen. De percentages zijn richtinggevend en hangen samen met het strategisch meerjaren Evenementenprogramma.

In onderstaande tabel is een flinke verschuiving te zien in de inzet van middelen. Deze is noodzakelijk voor de totstandkoming van beeldbepalende evenementen en kan plaatsvinden doordat:

- er welbewuste keuzes worden gemaakt bij het al dan niet ondersteunen van een sfeerbepalend evenement, op basis van een goede evenementenmix
- er vanaf 2017 andere subsidievoorwaarden voor sfeerbepalende evenementen gelden, namelijk 25% van de begroting, met een maximum van € 50.000 per evenement.
- er in 2016 in overleg met de organisaties achter en de organisatoren van sfeerbepalende evenementen een overgangperiode zal zijn.

#### Uitgangspunten inzet Evenementenfonds

Een evenement dat reëel gezien een verwachte gemeentelijke bijdrage of subsidie van meer dan € 250.000 vraagt, wordt tijdig (uiterlijk 2 maanden voorafgaande aan een besluitmoment voor dit evenement) aan de Arnhemse raad voorgelegd ter besluitvorming.

#### Beeldbepalende evenementen:

- Reservering in het Evenementenfonds voor evenementen nieuwe beeldbepalende evenementen en unieke promotiekansen
- Reservering van extra budget voor het doorontwikkelen van Market Garden naar een terugkerend en regionaal of nationaal evenement.
- Separate afweging in college, wanneer zowel het Evenementenfonds als de Bestemmingsreserve niet voorzien in extra benodigde middelen voor beeldbepalende evenementen.

#### Sfeerbepalende evenementen:

- Subsidies bestaan in beginsel uit 25% van de begroting met een maximum van € 50.000
- Terugkerende evenementen die jaarlijks worden geëvalueerd, kunnen aanspraak maken op een meerjarige subsidie



Soort evenement	Huidige inzet	Inzet 2016	Inzet vanaf 2017
Beeldbepalende evenementen	5%	15%	25%
Sfeerbepalende evenementen	88%	75%	65%
Springplankevenementen	1%	3%	3%
Citydressing + promotie	3,5%	3%	3%
Onderzoek naar behoefte,	2,5%	4%	4%
Innovatie en divers			

#### Springplankevenementen:

- Verstrekken van een tijdelijke subsidie van maximaal € 5.000, voor maximaal twee jaar
- De maximale inzet vanuit het Evenementfonds bedraagt € 15.000 per jaar

#### Citydressing en promotie:

- Modernisering citydressing en promotie van evenementen vraagt om extra investeringen

#### Overige Evenementgerelateerde zaken:

- Het opzetten van een evenementenmonitor en het houden van bijvoorbeeld onderzoeken naar behoeften vraagt extra investeringen



## 4. Integraal proces evenementen: samenwerken en verbinden

### 4.1 Verbeterpunten

Het organiseren van een evenement gaat gepaard met het aanvragen van subsidies en vergunningen. De verscheidenheid aan fondsen, subsidieregelingen en soorten vergunningen maken dit een diffuus proces. Om te komen tot een integraal proces van financiering en verstrekking van vergunningen is op een aantal punten meer afstemming nodig:

#### 1. EÉN LOKET PRINCIPE

Het aanvragen van subsidies voor evenementen loopt binnen de gemeente Arnhem momenteel via drie verschillende loketten. De gemeente maakt daarbij een onderscheid tussen publieksevenementen, culturele evenementen en sportevenementen. In de praktijk is die scheiding niet altijd even scherp. Wanneer er sprake is van overlap kan dat shopgedrag in de hand werken bij evenementenorganisatoren. Dit kan worden voorkomen door het één loket principe toe te passen, waarin de indientermijnen op elkaar afgestemd kunnen worden. De voorwaarden voor subsidiëring zullen altijd vanuit de verschillende beleidsdoelen getoetst worden.

#### 2. BEGROTINGEN EN FONDSEN

Voor het financieren van een evenement bestaan er verschillende fondsen en gemeentelijke begrotingsposten. Ook zijn er diverse fondsen vanuit ondernemend Arnhem, zoals Arnhem Ambassadeurs, Ondernemersfonds, Rabobank Stimuleringsfonds en individuele bedrijven die evenementen ondersteunen.

Op dit moment opereren al deze partijen vaak los van elkaar. Tijdens een werksessie met ondernemend Arnhem is gebleken dat er behoefte is aan meer regie en meer samenwerking tussen alle partijen. Meerjarige financiële ondersteuning door de gemeente als basis voor grote evenementen, maakt het voor ondernemend Arnhem aantrekkelijker om zich financieel te binden aan evenementen. Een overlegplatform en langdurige werkafspraken kunnen hier aan bijdragen, evenals een convenant waarin gemeente en ondernemend Arnhem (financiële) afspraken maken.

### 4.2 Instrumenten integraal proces evenementen

#### Twee instrumenten dienen als basis voor een betere afstemming tussen alle partijen:

Strategisch meerjaren evenementprogramma.

In een strategisch meerjaren Evenementenprogramma formuleren gemeente en ondernemende, culturele en sportieve partners de strategische keuzes voor de komende jaren. Het gaat dan om de beeldbepalende evenementen, eventueel aangevuld met de grote sfeerbepalende evenementen. Ook dient het als uitgangspunt voor een acquisitieplan voor unieke promotiekansen. Zo laat onderstaand overzicht zien in welke jaren er nog geen beeldbepalend evenement is geprogrammeerd en waarvoor dus extra acquisitie nodig is.

Jaar	Beeldbepalend evenement	Acquisitie voor:
2016	Sonsbeek Internationaal	
	Giro d'Italia	
2017		Bijv. Serious request, Koningsdag, The Passion, Nationale Sinterklaasintocht,
2018	Hoogwaardig mode evenement	
2019	Market Garden 75 jaar	
2020	Sonsbeek Internationaal	
2021		Idem 2017
2022	Hoogwaardig mode evenement	
2023		Idem 2017
2024	Sonsbeek Internationaal	
	Market Garden 80 jaar	Idem 2017
2025		
2026	Hoogwaardig mode evenement	

## Jaarkalender Evenementen

Bij een betere afstemming hoort ook een betere spreiding van soorten evenementen over het hele jaar. Criteria zijn de uitstraling van een evenement, het bereiken van diverse doelgroepen en verantwoord gebruik van locaties. Daarnaast zorgt een jaarkalender voor tijdige afstemming als het gaat om promotie, citydressing en het verlenen van vergunningen.

Deze twee instrumenten geven structuur en tegelijkertijd is er genoeg flexibiliteit voor onverwachte evenementen. Het strategisch meerjaren Evenementenprogramma en de Jaarkalender worden door het College vastgesteld.





## 5. Arnhem, gastvrije en veilige evenementenstad

Ook op het gebied van gastvrijheid en veiligheid zijn er nieuwe accenten aangebracht in de Evenementenvisie Arnhem 2015. Gastvrijheid en veiligheid vallen onder het operationele beleid en de uitvoeringsregels. Deze zijn opgenomen in:

- De Algemeen Plaatselijke Verordening voor Arnhem, afdeling 7 Evenementen
- De regels voor evenementen in de openbare ruimte in Arnhem (2010)

Binnen elke afzonderlijke vergunning kunnen ook voorschriften worden opgenomen die alleen gelden voor specifieke evenementen.

Vergunningen worden verstrekt op de volgende terreinen: de openbare ruimte, openbare orde en veiligheid, volksgezondheid en milieubescherming. Regels op deze terreinen worden continue aangescherpt. Zowel evenementenorganisatoren als omwonenden worden betrokken bij het actualiseren van de regelgeving. De Uitvoeringsagenda Evenementenvisie 2015 zal worden geactualiseerd op de volgende punten:

### 1. AANTREKKELIJKE EVENEMENTENLOCATIES

Er bestaat een behoefte aan meer aantrekkelijke evenementenlocaties in de binnenstad. Dit moet worden meegenomen bij het maken van renovatieplannen in de binnenstad. Naast de geijkte locaties moet worden gezocht naar andere aantrekkelijk plekken, zoals het Immerloopark, of park Lingezen.

### 2. EVENWICHT TUSSEN LEVENDIGHEID EN LEEFBAARHEID

Het zoveel mogelijk inperken van hinder zorgt voor draagvlak bij omwonenden. Er moet steeds gezocht worden naar het juiste evenwicht tussen levendigheid en leefbaarheid. Veiligheid is een belangrijk aspect van die leefbaarheid.

### 3. RISICOANALYSE

Voor het waarborgen van de veiligheid wordt bij grote evenementen een multidisciplinaire risicoanalyse gemaakt. Dit gebeurt mede op basis van het veiligheidsplan van de evenementenorganisator. Uit de analyse kan vervolgens blijken dat het veiligheidsplan uitbreiding behoeft.

### 4. STRATEGISCH MEERJARENPLAN

Het waarborgen van veiligheid vraagt om een tijdige voorbereiding, als het gaat om het verstrekken van vergunningen. Het werken met het strategisch meerjaren Evenementenprogramma en de jaarkalender draagt hier aan bij.

### Doelstellingen operationele beleid en uitvoeringsregels

#### Voor organisatoren:

- Optimaliseren online informatie op de gemeentelijke website
- Vermindering van de lastendruk op het gebied van vergunningverlening door: beschikbaarstelling van kaarten en plattegronden en concept veiligheidsplannen.
- Aantrekkelijke en duurzame evenementenlocaties
- Bereikbaarheid van evenementenlocaties

#### Voor bezoekers en inwoners:

- Evenwicht tussen levendigheid en leefbaarheid
- Veilige en toegankelijke evenementen
- Oog voor belangen van omwonenden
- Verbetering communicatie rondom evenementen
- Verbeteren meldingen van hinder en overlast

A photograph of a clothing store interior. In the foreground, a metal rack is filled with several beige-colored shirts hanging on hangers. The shirts are neatly arranged and appear to be made of a soft, possibly cotton or linen fabric. The background is slightly blurred, showing shelves with various items, likely boxes or more clothing, and some warm-toned lighting. Overlaid on the image is the text 'ARNHEMSE TOEKDAGEN' in a white, outlined, sans-serif font. The text is positioned across the middle of the image, with 'ARNHEMSE' on the top line and 'TOEKDAGEN' on the bottom line. The overall scene suggests a retail environment for clothing.

## 6. Arnhem, duurzame evenementenstad

Het Future City festival, Roof Garden, H80 festival en Smaakvol Gelderland. Het zijn voorbeelden van duurzame evenementen die Arnhem als gemeente graag wil bevorderen. Dat vraagt om een nauwe samenwerking tussen evenementenorganisatoren en de gemeente.

Zo is er inmiddels de Kopgroep Arnhemse Duurzame Evenementen (KADE) opgericht. De initiatiefnemers zijn gemotiveerde evenementenorganisatoren die hun evenementen proberen te verduurzamen en die aanbevelingen doen aan de gemeente. De gemeente wil dit enthousiasme voeden en faciliteren.

Als beheerder van de openbare ruimte heeft de gemeente bijvoorbeeld de actieve rol om evenemententerreinen te verbeteren op het terrein van energiegebruik. Zo wil Arnhem toewerken naar 'energietransitie' en 'energienetneutraliteit'. Dat betekent onder andere een vermindering in energieverbruik en een toename in het opwekken van hernieuwbare energie. De gemeente wil dit realiseren in samenwerking met de partners van Energie made in [Arnhem] en andere partijen in de stad.

In het initiatiefvoorstel 'Duurzaam evenementenbeleid in de gemeente Arnhem' van de fractie GroenLinks, zijn tien actiepunten geformuleerd om evenementen te verduurzamen<sup>4</sup>. Deze worden meegenomen in de Uitvoeringsagenda

Evenementenvisie 2015. Ook de aanbevelingen van landelijke platforms voor duurzaamheid worden geraadpleegd en er wordt gekeken naar de successen van andere duurzame evenementensteden.

Om duurzame evenementenlocaties te kunnen aanbieden is een inventarisatie nodig: wat is de stand van zaken en wat zijn de verbeterpunten? Zo moet er bijvoorbeeld gekeken worden naar welke locaties voorzien moeten worden van krachtstroom, om milieuschade en geluidshinder te voorkomen.

### Uitgangspunten duurzame evenementen

- Beoordeling van subsidieaanvragen en verstrekken van vergunningen mede op basis van de duurzaamheidsvoorwaarden. Deze worden nader uitgewerkt in de Uitvoeringsagenda Evenementenvisie 2015.
- Aansluiting bij Energie made in [Arnhem]
- Uitwerken initiatiefvoorstel GroenLinks (2-12013)
- Leren van landelijke platforms en andere steden
- Inventarisatie stand van zaken



<sup>4</sup> Zie separaat Bijlagenrapport Evenementenvisie Arnhem, onder 1.5



## 7. Modern en zichtbaar met citydressing

Citydressing is een effectief middel om de stad op de kaart te zetten. De uitstraling van de openbare ruimte is hét visitekaartje van de stad. De zichtbaarheid van evenementen en festivals is daarin een belangrijke factor. Die zichtbaarheid is een aandachtspunt voor de gemeente Arnhem, met name als het gaat om de buitenshil van Arnhem en de toegang tot de stad. Wie Arnhem binnenkomt, ziet niet wat er in de stad te beleven is. Bovendien zijn sommige evenemententerreinen zo gesloten, dat de bezoeker van buitenaf niet kan zien wat er te doen is.

De gemeente wil toonaangevende locaties daarom voorzien van citydressing. Denk aan billboards, banieren en spandoeken, maar ook moderne vormen van citydressing, zoals led billboards. Uitgangspunt hierbij is dat de citydressing naadloos aansluit bij de merkwaarden van Arnhem en bij voorkeur wordt voorzien van het logo made in [Arnhem].

Moderne vormen van citydressing vragen extra investeringen. Een mogelijkheid waar aan gedacht wordt is cofinanciering met het Arnhemse bedrijfsleven. Daarnaast wil Arnhem de citydressing zoveel mogelijk aanbieden in natura.<sup>5</sup>

### Uitgangspunten citydressing

- Toonaangevende locaties voorzien van (moderne) citydressing, met name buitenshil van Arnhem, toegang tot de stad, binnenstad en evenemententerreinen
- Bij voorkeur inzetten voor evenementen die aansluiten bij merkwaarden van Arnhem
- Inzetten van logo made in [Arnhem]
- Onderzoek naar mogelijkheden led billboards
- Extra investeringen



<sup>5</sup> Zie voor meer details de subsidieregeling voor evenementen

**Colofon**

GEMEENTE  
**Arnhem**  , 2015

Alet Voskuil en Rianne Reitsma- van Leeuwenstein