

Registratienummer:

131 0097

Leidend programma

Dienstverlening

Onderwerp

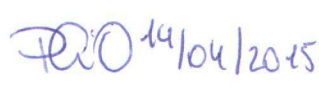
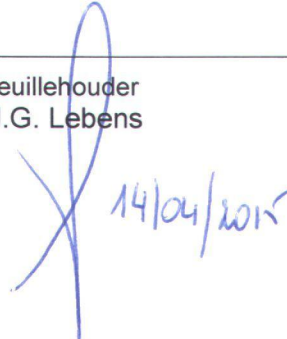
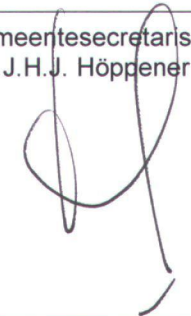
Uitvoering evenementen in de periode 2016-2019 in relatie tot versterking stadscentra.

Voorstel

1. De versterking van (de kwaliteit van) het evenementenaanbod primair te richten op de stadscentra Sittard en Geleen met elk een onderscheidend profiel: Sittard historisch, nostalgisch; Geleen innovatief, creatief, eigentijds.
2. De versterking van (de kwaliteit van) het evenementenaanbod te richten op de "on-brand" evenementen, dat wil zeggen passend binnen de kaders van citybranding "Ondernemend! Sittard-Geleen" en gericht op de kernwaarden "kennis, talent en innovatie".
3. Het faciliteren en waar nodig (mede-)organiseren van de "on-brand" evenementen, inclusief de branding, de komende vier jaar onder te brengen bij de gemeentelijke organisatie, zodat er meer regie komt op de gewenste evenementen.
4. Voor Sittard in te zetten op de "on-brand" evenementen het Oktoberfeest, de Enecotour, de Kennedymars, het Sint Rosafestival, Wëntjerdruim en de carnavalszesdaagse en voor Geleen op Mama's Pride, de Gelaender Kirmes, een Wereldfestival met bovenregionale uitstraling en een eigentijds jongerenfestival met muziek, skateboarden/inlineskate, dans, creatieve workshops en games.

Financiële consequenties ☐ nee ☒ ja, ten laste van het reguliere budget ☒ ja, begrotingswijziging is toegevoegd	Juridische consequenties ☒ nee ☐ ja
Openbaarheid ☒ openbaar, vanaf datum besluit ☐ vertrouwelijk, opheffen per ☐ geheim	Communicatieve consequenties ☒ openbare besluitenlijst ☒ persbericht ☒ persgesprek ☐ anders, zie toelichting ☐ geen
Raad ☐ ja, raadsvoorstel ☒ ja, via raadsinformatiebrief, vul tekst raadsinformatiebrief in ☐ nee	
Datum raadsvergadering	

Paraaf

Hoofd Beleid ir. P.M.P.J. L'Ortye 	Portefeuillehouder N.M.J.G. Lebens 	Gemeentesecretaris mr. J.H.J. Höppener 
---	--	--

5. Het voor de periode 2016-2019 tijdelijk uitbreiden van de formatie evenementenorganisatie met 1,5 fte en de aanvullende werkzaamheden van het team Wijkbeheer – waarvoor in totaal een bedrag van € 125.000 nodig is – mee te nemen in de integrale afweging van beleid in de Kadernota 2015.
6. Het creëren van één evenementenbudget van € 450.000 voor de periode 2016-2019 mee te nemen in de integrale afweging nieuw beleid in de Kadernota 2015.
7. Bij de uitwerking van Zitterd Revisited rekening te houden met een adequaat geoutilleerd evenemententerrein en in Geleen niet te kiezen voor een apart evenemententerrein.

Eerdere besluitvorming

“Ondernemend! Sittard-Geleen” citymarketing Sittard-Geleen (B&W 15 juni 2010)

Kadernota evenementenbeleid Sittard-Geleen 2012-2015 (Raad 15 maart 2012)

Nadere regels subsidiëring evenementen (B&W 26 februari 2013)

Actualisatie Zitterd Revisited (Raad 18 december 2014)

Aanleiding

In lijn met de stadsvisie 2007-2016 waarin onze gemeente in zet op het versterken van de sociale vitaliteit van de stadscentra en het versterken van de stedelijke (en regionale) functies, heeft de huidige coalitie in “Burgers en stad, een combinatie van kracht” uitgesproken evenementen te ondersteunen als instrument in de aanpak tot versterking van de stadscentra. Bij de doorontwikkeling van de door de raad in 2012 vastgestelde beleidskaders voor evenementen kijken we daarom vooral naar de impact van evenementen op de versterking van de stadscentra. In lijn met het eerder vastgestelde beleid, willen we sturen op evenementen in tijd, om het hele jaar door een goed aanbod te hebben van evenementen. Daarnaast willen we sturen op de door de raad vastgestelde doelen voor evenementen en op de kwaliteit. Niet ‘veel is goed’, maar ‘goed is veel’. Van belang daarbij is een evenwichtige mix in het evenementenaanbod te realiseren en ons te richten op die evenementen die een bijdrage leveren aan het versterken van het imago dat we als Sittard-Geleen willen hebben.

Inleiding

In 2020 staat Sittard-Geleen bekend als de meest ondernemende stad van Zuid Limburg op sociaal, cultureel en economisch gebied. De prachtige historische binnenstad van Sittard beschikt over een intensief aanbod van stedelijke voorzieningen op hoog niveau (o.a. winkels, horeca en cultuur) en vormt daarmee een aantrekkelijk stedelijke middelpunt voor de regio en de aangrenzende gebieden in Duitsland en België. Het innovatieve Sittard-Geleen heeft een directe verbinding met de Chemelot Campus en staat bekend vanwege de creatieve economie en bijbehorende bedrijvigheid, de bijzondere evenementen en de broedplaats van talenten.

De business stad Sittard-Geleen met material & life sciences, logistiek, automotive, zorg en onderwijs biedt alle ruimte voor innovatief ondernemen. Bovendien is Sittard-Geleen een jonge actuele stad met veel aantrekkingskracht op goed opgeleide jongeren en heeft de stad een op jongeren gericht stedelijk aanbod. Want wie de jeugd heeft, heeft de toekomst.

Deze ambitie is opgeschreven door de samenwerkende Brandpartners en qua inhoud heeft Sittard-Geleen alle ingrediënten om in 2020 daadwerkelijk de meest ondernemende stad van Zuid Limburg te zijn. Daarmee staat Sittard-Geleen echter niet automatisch ook bekend als de meest ondernemende stad van Zuid Limburg. De identiteit van onze stad is immers niet automatisch ook het imago van onze stad.

Om de kwaliteiten van Sittard-Geleen kenbaar en herkenbaar te maken, is het belangrijk om de focus op city branding vanuit alle organisatieonderdelen scherper te krijgen en ervoor te zorgen

dat er nog beter wordt samengewerkt op dit gebied. Het gaat om het bereiken van een gewenste beleving en reputatie van onze stad bij alle betrokkenen: wat vindt men van Sittard-Geleen? Dat betekent dat we naast communicatie uitingen ook herkenbare activiteiten moeten ontplooiën die onze identiteit en het gewenste imago ondersteunen: “on brand” activiteiten. Deze nota gaat in op de versterking van (de kwaliteit van) het “on-brand” evenementenaanbod in de stadscentra Sittard en Geleen.

Beoogd resultaat

Versterking van de stadscentra Sittard en Geleen door het realiseren van “on-brand” evenementen en het – door middel van een gerichte marketing en communicatie strategie – versterken van het merk “Ondernemend! Sittard-Geleen” voor de stad Sittard-Geleen in zijn geheel.

Argumenten

- 1. De versterking van (de kwaliteit van) het evenementenaanbod primair te richten op de stadscentra Sittard en Geleen met elk een onderscheidend profiel: Sittard historisch, nostalgisch; Geleen innovatief, creatief, eigentijds.**
 - 1.1** *Beide profielen sluiten aan bij de stedelijke kracht (historisch en innovatief) zoals vastgesteld in de toekomstvisie 2020 uit de nota citymarketing.*

Ook de ambitie van de samenwerkende Brandpartners gaat uit van een combinatie van historie en innovatie. Vanuit de context van evenementen kiezen we voor twee gescheiden profielen, die samen de branding van Ondernemend! Sittard-Geleen kunnen versterken. De fysieke realiteit van beide stadscentra maakt daarbij een keuze voor historisch Sittard en innovatief Geleen voor evenementen logisch.
 - 1.2** *Door twee onderscheidende profielen te kiezen is er geen sprake van onderlinge concurrentie.*

In plaats van in beide stadscentra soortgelijke evenementen te organiseren, wordt door een duidelijke keuze van profielen ingezet op onderscheidende evenementen. Dat betekent wel dat er ook gekozen wordt om bepaalde evenementen niet meer of minimaal te ondersteunen en focus aan te brengen in wat we wel doen.
- 2. De versterking van (de kwaliteit van) het evenementenaanbod te richten op de “on-brand” evenementen, dat wil zeggen passend binnen de kaders van citybranding “Ondernemend! Sittard-Geleen” en gericht op de kernwaarden “kennis, talent en innovatie”.**
 - 2.1** *“On-brand” evenementen dragen bij aan het versterken van het merk “Ondernemend! Sittard-Geleen”.*

Het laden van het merk “Ondernemend! Sittard-Geleen” mag sterker opgepakt worden door de gemeentelijke organisatie. Met de integrale aanpak van de stadscentra zal hier meer aandacht voor komen. Tegelijkertijd is het van belang om ook door het organiseren van “on-brand” activiteiten het merk actief uit te stralen. Een focus op de “on-brand” evenementen draagt hieraan bij.
 - 2.2** *Door focus aan te brengen wordt met de beschikbare middelen meer effect bereikt ten aanzien van de integrale aanpak van de stadscentra.*

Bij de fysieke aanpak van de beide stadscentra wordt eveneens uitgegaan van twee verschillende profielen. Door ook met evenementen de branding van de profielen te ondersteunen, wordt niet alleen de fysieke aanpak versterkt, maar wordt ook bijgedragen aan het gevoel dat bij de beide profielen hoort.

3. Het faciliteren en waar nodig (mede-)organiseren van de “on-brand” evenementen, inclusief de branding ervan, de komende vier jaar onder te brengen bij de gemeentelijke organisatie, zodat er meer regie komt op de gewenste evenementen.

3.1 *Op dit moment is er onvoldoende regie op de kwaliteit en spreiding van de evenementen in onze stad.*

Tot nog toe is de werkwijze van onze gemeente gericht op het organiseren van een aantal gemeentelijke evenementen (Oktoberfeest, Sint Rosafestival en Gelaender Kirmes) en het subsidiëren van evenementen van derden. Bij de beoordeling van subsidieverzoeken wordt nog niet specifiek gekeken naar welke bijdrage een evenement levert aan de beleidsdoelen van de gemeente dan wel de gewenste uitstraling van de gemeente. De hoogte van de bijdrage is afhankelijk van de begroting van de particuliere organisatoren.

Vanaf 2015 gelden de nadere regels subsidiëring evenementen waarbij gekeken wordt naar de bijdrage die evenementen leveren aan de gemeentelijke beleidsdoelen. De hoogte van de bijdrage wordt daarbij per categorie gemaximeerd. Dit heeft consequenties voor de Enecotour (€ 40.000 i.p.v. € 42.500) en Wëntjerdruim (incl. cultureel programma: € 55.000 ipv € 75.000) tenzij het lukt om Wëntjerdruim als beeldbepalend evenement neer te zetten (in dat geval € 70.000 i.p.v. € 75.000). Overigens heeft Wëntjerdruim voor 2015 een aanvraag ingediend voor € 50.000 waarmee het binnen de nieuwe kaders blijft. Het heeft ook consequenties voor Marcellinus & Petrus, Events4Life en Musada, deze worden toegelicht onder 4.4.

3.2 *De afgelopen jaren is gebleken dat evenementen met potentie niet zelfstandig kunnen doorgroeien naar onderscheidende of beeldbepalende evenementen.*

In de kadernota evenementen 2012-2015 is de nadruk gelegd op het versterken van het particulier initiatief voor de organisatie van evenementen. Een aantal evenementen kreeg het predicaat ‘evenement met potentie’ waardoor ze drie jaar lang sterk gesubsidieerd werden en zodoende de mogelijkheid kregen om door te ontwikkelen en te groeien. Dit betrof D-vers, Marcellinus&Petrus feesten en Wëntjerdruim. Na drie jaar constateren we dat deze evenementen – die georganiseerd worden door vrijwilligersorganisaties – met subsidie alleen niet kunnen doorgroeien. De organisatie van evenementen is een vak waarbij een professionele uitvoering van planning en programmering noodzakelijk is en tegelijkertijd een professionele aanpak van marketing en pr&communicatie onmisbaar is. Ook is het belangrijk dat we als gemeente regie houden op het type evenementen dat georganiseerd wordt en de planning ervan. Zeker waar het door de gemeente gesubsidieerde activiteiten betreft.

3.3 *De branding van ‘Ondernemend! Sittard-Geleen’ heeft baat bij een sterkere verankering binnen de integrale aanpak stadscentra en evenementen.*

Branding is een belangrijk instrument om je stad te ‘vermarkten’ en moet gepaard gaan met de organisatie van ‘on-brand’ activiteiten die het merk van de stad – ‘Ondernemend! Sittard-Geleen’ verder inkleuren. Om city-branding met behulp van evenementen effectief in te zetten, is een programmatische aanpak gewenst vanuit de reeds bestaande programmateams voor de integrale aanpak van de centra. Daarbij worden de professionals in onze gemeentelijke organisatie op het gebied van evenementen-organisatie en citybranding aan elkaar gekoppeld. Op die manier kunnen even enen ten een stevige bijdrage leveren aan de branding van de stad.

- 3.4 *De organisatie van de “on-brand” evenementen gebeurt in samenspraak met bestaande evenementenorganisatoren.*
Inzet is het versterken van het bestaande aanbod door te verbinden en te faciliteren. In sommige gevallen betekent dit het verbinden van bestaande evenementen aan elkaar, in andere gevallen zal het betekenen in overleg met organisatoren een nieuwe invulling geven aan evenementen.
- 3.5 *Na vier jaar wordt geëvalueerd of het gewenste effect zichtbaar is.*
Het is niet de bedoeling voor altijd alle “on-brand” evenementen vanuit de gemeente te faciliteren en te (mede) organiseren. Met de voorgestelde aanpak wordt beoogd schoon schip te maken en een aantal sterke evenementen, passend bij de beide profielen, (door) te ontwikkelen in beide stadscentra waarmee zowel de citybranding als de daadwerkelijke versterking van de stadscentra versterkt wordt. Op termijn kan gekeken worden of de aanpak die nu gekozen wordt effectief is en op welke wijze de gemeente haar regiefunctie kan doorontwikkelen.
4. ***Voor Sittard in te zetten op de “on-brand” evenementen het Oktoberfeest, de Enecotour, de Kennedymars, het Sint Rosafestival, Wëntjerdrum en de carnaval zesdaagse en voor Geleen op Mama’s Pride, de Gelaender Kirmes, een Wereldfestival met bovenregionale uitstraling en een eigentijds jongerenfestival met muziek, skateboarden/inlineskate, dans, creatieve workshops en games.***
- 4.1 *In Sittard zijn al onderscheidende evenementen en evenementen met potentie die met extra aandacht en versterking met randactiviteiten “on-brand” kunnen zijn en passen in het gekozen profiel.*
Met name de Kennedymars en Wëntjerdrum hebben extra ondersteuning nodig om door te ontwikkelen naar een “on-brand” evenement. Beide evenementen, alsmede de carnaval zesdaagse krijgen dit jaar al wat ondersteuning vanuit de gemeentelijke evenementenorganisatie bij de organisatie (dekking uit het budget integrale centrumaanpak).
Voor de Kennedymars is dit jaar al gewerkt aan aankomst op de markt in Sittard. Wëntjerdrum draagt bij aan de aantrekkelijkheid van de Sittardse binnenstad gedurende de feestmaand december. Deze activiteit zou door professionele coördinatie op de programmering meer body kunnen krijgen als evenement. Wanneer ook de reguliere donderdag- en zaterdagmarkt meegenomen kunnen worden in het totale evenement-concept, drukt Wëntjerdrum niet meer onevenredig op het maximaal aantal markt-verplaatsingen. Wanneer dit niet lukt zijn er niet veel dagen over voor andere evenementen op de markt en kunnen die daar niet plaatsvinden.
- 4.2 *In Geleen worden veel evenementen georganiseerd die niet specifiek “on-brand” zijn, behalve Mama’s Pride. In Geleen is inzetten op vernieuwing noodzakelijk.*
Mama’s Pride is van oudsher een laagdrempelig evenement dat oog heeft voor talent en prima past bij de kernwaarden talent en innovatie. Voorafgaand aan Mama’s Pride organiseert deze organisatie Podiumvrees (€ 2.500 subsidie) voor jong lokaal talent. Dezelfde doelgroep als festival D-vers (€ 30.000 subsidie) en Popronde (€ 7.500 subsidie). Mama’s Pride en Podiumvrees zouden met aanvullende middelen en facilitering verder door kunnen groeien naar een evenement dat ook buiten de regio aandacht krijgt.
De Gelaender Kirmes zou doorontwikkeld moeten worden. Voor een vernieuwd concept kan samengewerkt worden met bestaande evenementenorganisatoren als Events4Life en Marcellinus en Petrus. Ook moet bekeken worden of de locatie van de kermis in de toekomst nog passend is.

- 4.3 *Voor het laden van de merkwwaarden talent en innovatie Geleen als creatief en innovatief, zijn nieuwe 'on-brand' evenementen nodig zoals een Wereldfestival met bovenregionale uitstraling en een eigentijds jongerenfestival.*
De keuze voor een 'on-brand' Wereldfestival met bovenregionale uitstraling heeft consequenties voor het Musada wereldfestival in Sittard en de M&P feesten in Geleen. Het Musadafestival is nu een kleinschalig evenement dat met name bezoekers uit de eigen achterban van de organisatie trekt. Het trekt geen bezoekers van buitenaf, wat blijkt uit meetgegevens van Mezuro. Conform de nadere regels zou dit evenement niet meer dan € 1.000 subsidie kunnen krijgen.
Er is in Limburg nog geen ander Wereldfestival dat toonaangevend is en bezoekers van buiten trekt (zoals bijvoorbeeld het Festival Mundial in Tilburg). Samen met de organisatoren van Musada zou verkend moeten worden of zij bereid zijn mee te werken aan een sterk Wereldfestival in Geleen dat bezoekers vanuit de (eu)regio trekt. Ook de Marcellinus en Petrusfeesten dragen in de huidige vorm niet bij aan de gemeentelijke doelen en het versterken van de kernwaarden talent en innovatie voor Geleen. Bovendien trekt het relatief weinig bezoekers, nagenoeg allemaal lokaal. Ook deze conclusie wordt getrokken op basis van de objectieve meetgegevens van Mezuro. Dit betekent dat de subsidiëring conform de nadere regels maximaal € 1.000 kan zijn (tegenover € 40.000 de afgelopen jaren) tenzij de organisatoren bereid zijn samen met de gemeente een nieuw concept uit te werken. Aangezien een ontbijt tot de vaste M&P onderdelen hoort, zouden ook de M&P feesten wellicht bij een Wereldfestival met wereldontbijt kunnen aansluiten. Een andere mogelijkheid is de koppeling van de M&P feesten aan de kermis. Dit jaar wordt geëxperimenteerd met een koppeling aan de Jaarmarkt in Geleen.
- 4.4 *Het programmeren van grotere bands zoals M&P feesten en Events4Life de afgelopen jaren steeds deden als onderdeel van hun festival zou in het nieuwe concept van de Hanenhof beter daar plaatsvinden.*
In het nieuwe concept dat voor De Hanenhof in ontwikkeling is, beschikt De Hanenhof straks over de benodigde infrastructuur (akoestisch goede zaal met verlichting en kleedaccommodaties). Dit jaar speelden Kensington en Miss Montreal op het Events4Life festival en Rowwen Hèze op de M&P feesten. De nieuwe Hanenhof maakt het voor Geleense organisatoren mogelijk zonder het optuigen van dure infrastructuur op de markt interessante programmering in Geleen te realiseren.
5. ***Het voor de periode 2016-2019 tijdelijk uitbreiden van de formatie evenementenorganisatie met 1,5 fte en de aanvullende werkzaamheden van het team Wijkbeheer – waarvoor in totaal een bedrag van € 125.000 nodig is – mee te nemen in de integrale afweging van beleid in de Kadernota 2015.***
- 5.1 *Om de 'on-brand' evenementen met potentie daadwerkelijk te faciliteren is ondersteuning vanuit de gemeentelijke evenementenorganisatie nodig.*
Gebleken is dat evenementen met potentie met financiële ondersteuning alleen niet in staat zijn om door te ontwikkelen naar onderscheidende evenementen. De gemeentelijke evenementenorganisatie heeft met de ontwikkeling van het Oktoberfeest en Sint Rosa bewezen dat ze in staat is kleine evenementen of nieuwe evenementen toonaangevend en succesvol te maken.
- 5.2 *Tijdelijke uitbreiding van de formatie evenementenorganisatie met 1,5fte is gebaseerd op de ureninzet van dit moment.*
Op dit moment wordt voor de organisatie van het Oktoberfeest, de Gelaender Kirmes, het Sint Rosafestival, kleine kermissen en overige werkzaamheden 2.000 uur ingezet

- (1fte = 1.315u). Daar komt bij de organisatie van de Carnaval zesdaagse, een Wereldfestival, Jongerenfestival en de ondersteuning van evenementen van derden (o.a. Wentjerdrum, Kennedymars, M&P feesten). Een uitbreiding met ongeveer 2.100u.
- 5.3 *Voor tijdelijke uitbreiding van formatie is geen dekking voor handen in de reguliere begroting.*
Omdat er geen dekking voor handen is in de reguliere begroting is het nodig om de raad in positie te brengen om bij de Kadernota 2015 een afweging te maken over de dekking.
- 5.4 *Voor de uitbreiding van facilitering door team Wijkbeheer is binnen de bestaande begroting geen ruimte.*
Met dit voorstel wordt de keuze gemaakt om – passend bij de fundamentele ontwikkeling ten aanzien van de integrale aanpak stadscentra – de komende vier jaren de organisatie van “on brand” evenementen onder regie van de gemeente uit te voeren. Dat betekent dat het faciliteren van de “on-brand” evenementen de komende vier jaar extra inzet vergt van het team Wijkbeheer. Voor Wijkbeheer gaat dit om uitbreiding van de beschikbare middelen met € 20.000, aangezien het veelal opdrachten aan derden betreft. Het gaat hier niet over extra wegafzettingen, maar over extra schoonmaak, hekken e.d. en er is geen sprake van formatie uitbreiding. Hierover heeft overleg plaatsgevonden met de manager van het betreffende team.
6. ***Het creëren van één evenementenbudget van € 450.000, dat gevoed wordt uit diverse budgetten, voor de periode 2016-2019 mee te nemen in de integrale afweging nieuw beleid in de Kadernota 2015.***
- 6.1 *Bij de besluitvorming inzake de kadernota zal de realisatie van de eerder vastgestelde ombuiging op evenementen opnieuw afgewogen moeten worden*
Het evenementenbudget bevat (na realisatie van de ombuiging) in totaal € 18.966 aan vrije ruimte voor de subsidiëring van evenementen onder voorwaarde dat alle in de begroting opgenomen inkomsten op dit product worden gerealiseerd. De afgelopen jaren zijn de pachtopbrengsten kermissen echter sterk gedaald, wat overeenkomt met de landelijke trend. Gezien de lagere pachtopbrengst van de Gelaender Kirmes 2015 (€ 44.320 minder dan begroot) en de kermis van het Oktoberfeest (volgens prognose € 27.000 minder) zou op het evenementenbudget 2015 een tekort ontstaan van € 52.354. De ombuiging van € 100.000 is door uw college dan ook, in afwachting van nadere besluitvorming gekoppeld aan de kadernota voor 2015 uitgesteld, waardoor in 2015 nog € 47.485 is ingezet voor de subsidiëring van evenementen van particuliere initiatieven.
- 6.2 *De budgetten waar evenementen uit betaald worden zijn door de maatregelen uit Ombuigen met Visie afgenomen.*
Het inkaderen van uitgaven op evenementen kan door jaarlijks een subsidieplafond vast te stellen voor het incidenteel subsidiëren van evenementen. Voorwaarde is wel dat evenementen uit één budget worden gefinancierd. Het evenementenbudget kan gevuld worden vanuit diverse inhoudelijke beleidsbudgetten. Deze inhoudelijke budgetten zijn echter door de maatregelen die genomen zijn in het kader van Ombuigen met Visie ook fors gekrompen. Eenvoudige besluitvorming op basis van historische bijdragen aan evenementen is daarom niet mogelijk. De afgelopen jaren is bovendien een fundamenteel deel van de subsidies voor evenementen betaald uit incidentele budgetten zoals recent het budget voor de integrale aanpak van de stadscentra. Ook de voortzetting van dit budget zal desgewenst meegenomen moeten worden in de afweging nieuw beleid bij de behandeling van de Kadernota.

- 6.3 *Incidentele grote evenementen als WK Wielrennen niet in ogenschouw nemend, is het bedrag dat jaarlijks aan incidentele subsidies voor evenementen wordt uitgegeven in de afgelopen jaren rond de € 450.000.*

Voor incidentele evenementen met prioriteit is in de nadere regels subsidiëring evenementen opgenomen dat hier aanvullend budget wordt gezocht. De afgelopen jaren was de bijdrage aan evenementen als volgt verdeeld:

Jaar	Evenementen budget	EZ / Centrum aanpak	Stadsdeel	Cultuur	Talentontw.	Sport	Welzijn	Comm. / Repr.	Totaal	Opm.
2012	117.133	79.900	42.750	53.996	44.825	308.750	30.000	2.833	680.187	incl. €250.000 WK Wielrennen incidenteel vanuit sport
2013	108.000	113.500	35.050	41.583	45.000	59.750	40.833	2.833	446.550	
2014	61.600	197.000	20.000	18.275	42.500	75.000	44.150	1.250	459.775	
2015	47.485	115.500	19.665	45.388		77.500	44.000	1.250	350.788	Alleen 1e tranche

Hierbij moet worden opgemerkt dat de budgetten Talentontwikkeling en EZ / Centrum aanpak beide incidentele budgetten zijn en op het budget Cultuur reeds een forse ombuiging heeft plaats gevonden.

- 6.4 *Bekeken over de periode 2012-2015 kan een realistische bijdrage vanuit de diverse budgetten worden berekend.*

Uitgaande van een evenementenbudget van € 450.000 zouden de volgende budgetten vanaf het begrotingsjaar 2016 overgeheveld moeten worden:

Budget	Bijdrage
Evenementen	€ 48.000
Cultuur	€ 45.000
Integrale aanpak stadscentra	€ 200.000
Sport	€ 80.000
Welzijn en jeugd	€ 45.000
Stadsdeelbudgetten	€ 30.000
Communicatie / representatie	€ 2.000
Totaal	€ 450.000

Deze bijdragen zijn bepaald op basis van de bijdragen van de afgelopen jaren, dan wel een duidelijk herkenbare ontwikkeling (bijvoorbeeld wegvallen budget talentontwikkeling en oplopende bijdragen vanuit integrale centrumaanpak).

7. *Bij de uitwerking van Zitterd Revisited rekening te houden met een evenemententerrein en in Geleen niet te kiezen voor een apart evenemententerrein.*

- 7.1 *De grote evenementen in Sittard kunnen niet allemaal op de markt gehouden worden. In Sittard vinden evenementen plaats die bij voorkeur op een evenemententerrein worden gesitueerd zoals Oktoberfeest en Kerstcircus. De Markt in Sittard is bij uitstek geschikt voor kleinschalige evenementen en horeca gerelateerde evenementen. Het organiseren van evenementen op de Markt is gebonden aan een maximum in verband met het afgesproken maximum aan marktverplaatsingen. In het door de raad op*

18 december 2014 vastgestelde document Actualisatie Zitterd Revisited is een evenemententerrein opgenomen. De financiële implicaties van deze actualisatie (incl. het evenemententerrein) zullen conform besluit in de Kadernota 2015 aan de orde komen.

- 7.2 *De huidige en toekomstige evenementen in Geleen dienen vanwege de verbinding met de binnenstad bij voorkeur in het centrum plaats te vinden.*
Het centrum (de drie pleinen) van Geleen heeft goede voorzieningen voor evenementen (stroom, water, afvoer). Alleen Mama's Pride wordt buiten het centrum georganiseerd en hebben tot nog toe een voorkeur voor het Burgemeester Damenpark. Andere evenementen die op een 'evenemententerrein' dienen te staan, passen meer bij het profiel van Sittard (circus, grote tenten/podia). Uitzondering hierop is de Gelaender Kirmes, maar de ervaring in andere steden leert dat een kermis op een evenemententerrein plaatsen weinig succesvol is.

Kanttekeningen

- 3.1 *Voor festival D-vers is de incidentele dekking (talentontwikkeling) komen te vervallen. Subsiëring van dit evenement dient heroverwogen te worden.*
Festival D-vers wordt jaarlijks gehouden in Sittard en biedt evenals de Popronde ruimte aan jonge bandjes om op te treden in cafés. Het festival is weinig onderscheidend en draagt door het incidentele karakter (eenmaal per jaar) onvoldoende bij aan talentontwikkeling in relatie tot de subsidie van € 30.000 per jaar. Popronde (€ 7.500 per jaar) en Podiumvrees (€ 2.500 per jaar) zijn goede alternatieven voor D-vers. Met Volt en de organisatoren van D-vers zal gekeken worden op welke wijze er meer structureel podium geboden kan worden aan beginnende talentvolle bandjes.
De subsidie aan D-vers zal worden afgebouwd en het vrijvallende bedrag na 2015 kan worden ingezet voor een meer structurele bijdrage aan het bieden van podium aan poptalent in Sittard-Geleen.
- 4.3 *Voor het laden van de merkwaarden talent en innovatie Geleen als creatief en innovatief, zijn nieuwe 'on-brand' evenementen nodig zoals een Wereldfestival met bovenregionale uitstraling en een eigentijds jongerenfestival.*
Daar waar evenementen langer dan drie jaar gesubsidieerd werden en organisatoren geen medewerking aan een nieuw concept wens te verlenen, zal de subsidie in drie jaren afgebouwd dienen te worden. We hopen echter dat ook de betrokken organisatoren heil zien in vernieuwing en doorontwikkeling waardoor hun evenementen succesvoller zullen worden.
- 6.4 *Bekeken over de periode 2012-2015 kan een realistische bijdrage vanuit de diverse budgetten worden berekend.*
De in beslispunt 6 en argument 6.4 opgenomen € 450.000 zijn op dit moment voor 2016 en verder niet beschikbaar door het incidentele karakter van het budget integrale aanpak stadscentra en de discussies die op de overige beleidsterreinen worden gevoerd in het kader van de benodigde ombuigingen.

Toelichting Financiële consequenties

In dit voorstel wordt er vanuit gegaan dat de budgetten die in de afgelopen jaren zijn besteed aan de incidentele subsidiëring van evenementen (€ 450.000 uit diverse vakportefeuilles), in de komende vier jaren ook besteed worden aan evenementen (zie argumenten bij beslispunt 6). Naast het evenementenbudget voor de incidentele subsidiëring van evenementen zijn middelen

nodig voor de organisatie van de 'on brand' evenementen voor Geleen. Voor het Wereldfestival zou het huidige budget voor Musada (€ 18.000) beschikbaar gesteld kunnen worden, aangevuld met een budget voor vier jaren van € 17.000 uit het product mondiaal beleid / minderhedenbeleid. Voor de organisatie van een eigentijds jongerenfestival komt de dekking voor vier jaren t.l.v. jeugd (€ 35.000). Beide evenementen dienen na vier jaar geëvalueerd te worden op de criteria voor beeldbepalende evenementen en hun meerwaarde voor het stadscentrum Geleen.

De middelen die nu aan de M&P feesten (€ 40.000 per jaar) en Events4Life (€ 22.500 per jaar) worden uitgegeven kunnen ingezet worden voor de versterking van Mama's Pride en Podiumvrees en voor programmering in de Hanenhof als alternatief voor de popconcerten in tenten op de markt van Events4Life en de M&P feesten (waarbij uiteraard ook voorprogramma's voor lokale bandjes worden georganiseerd). De kosten voor uitbreiding facilitering door team Wijkbeheer worden geraamd op € 20.000. Ook de dekking hiervoor kan gerealiseerd worden vanuit de herbestemming van dit budget.

De formatie voor de evenementenorganisatie dient uitgebreid te worden met 1,5 fte (tijdelijk voor vier jaren). De kosten hiervoor bedragen € 105.000 per jaar. Dekking hiervoor kan niet gevonden worden in het evenementenbudget en een afweging hieromtrent dient bij de behandeling van de Kadernota gemaakt te worden.

Toelichting juridische consequenties

n.v.t.

Toelichting communicatieve consequenties

Besluit van openbare besluitenlijst

Het college van B&W heeft besloten tot versterking van (de kwaliteit van) het evenementenaanbod van de stadscentra Sittard en Geleen met elk een onderscheidend profiel: Sittard historisch, nostalgisch, volks. Geleen innovatief, creatief, eigentijds en op de "on-brand" evenementen, dat wil zeggen passend binnen de kaders van citybranding "Ondernemend! Sittard-Geleen" en gericht op de kernwaarden "kennis, talent en innovatie". De gemeentelijke evenementenorganisatie zal daarbij het organiseren van de "on-brand" evenementen faciliteren, inclusief de branding.

Voor Sittard zal het college inzetten op de "on-brand" evenementen het Oktoberfeest, de Enecotour, de Kennedymars, het Sint Rosafestival, Wëntjerdruim en de carnavalszesdaagse en voor Geleen op Mama's Pride, de Gelaender Kirmes, een Wereldfestival met bovenregionale uitstraling en een eigentijds jongerenfestival met muziek, skateboarden//inlineskate, dans, creatieve workshops en games.

Verder heeft het college besloten bij de uitwerking van Zitterd Revisited rekening te houden met een adequaat geoutilleerd evenemententerrein en in Geleen niet te kiezen voor een apart evenemententerrein.

Toelichting communicatie (aanpak)

Met de evenementenorganisatoren voor wie er vanaf 2016 grote veranderingen zijn, wordt een communicatietraject gestart om gezamenlijke doorontwikkeling mogelijk te maken. Met een aantal organisatoren is een overleg over de toekomst reeds gestart.

Verder is het vanuit het oogpunt van citybranding en versterking centrumaanpak van belang om de plannen actief naar buiten te brengen middels een persbericht en persgesprek.

Naast een sterker verankerde strategie voor citybranding bij evenementen, zal in lijn met de opdracht van de raad ook de intensivering en verbreding van de inzet van het communicatieconcept 'insittardgeleen' bij de promotie van gemeentelijke en door de gemeente gesubsidieerde evenementen worden opgepakt in samenwerking met de communicatieadviseur Citymarketing.

Reden vertrouwelijkheid (indien van toepassing)

n.v.t.

Tekst raadsinformatiebrief

In lijn met de door uw raad vastgestelde kaders voor evenementenbeleid en passend bij de ambities uit het bestuursakkoord heeft het college van B&W besloten de versterking van (de kwaliteit van) het evenementenaanbod primair te richten op de stadscentra Sittard en Geleen met elk een onderscheidend profiel: Sittard historisch, nostalgisch, volks. Geleen innovatief, creatief, eigentijds. Bij de uitvoering wordt gekozen voor "on-brand" evenementen, dat wil zeggen passend binnen de kaders van citybranding "Ondernemend! Sittard-Geleen" en gericht op de kernwaarden "kennis, talent en innovatie". De gemeentelijke evenementenorganisatie zal daarbij het organiseren van "on-brand" evenementen faciliteren, inclusief de branding. Dat betekent dat we de komende tijd meer werk maken van evenementen gekoppeld aan branding van onze stad en het versterken van de stadscentra.

Voor Sittard zal het college inzetten op de "on-brand" evenementen het Oktoberfeest, de Enecotour, de Kennedymars, het Sint Rosafestival, Wëntjerdruim en de carnavalszesdaagse en voor Geleen op Mama's Pride, de Gelaender Kirmes, een Wereldfestival met bovenregionale uitstraling en een eigentijds jongerenfestival met muziek, skateboarden//inlineskate, dans, creatieve workshops en games.

Voor de verdere versterking van ons evenementenbeleid zullen we bij de uitwerking van Zitterd Revisited rekening houden met een adequaat geoutilleerd evenemententerrein. In Geleen

Paraaf

Hoofd Beleid ir. P.M.P.J. L'Ortye	Portefeuillehouder N.M.J.G. Lebens	Gemeentesecretaris mr. J.H.J. Höppener
--------------------------------------	---------------------------------------	---

kiezen we niet voor een apart evenemententerrein, omdat de evenementen die daar nu georganiseerd worden niet passend zijn voor een apart evenemententerrein en we in Geleen liever inzetten op een versterking van de fysieke faciliteiten in de Hanenhof waardoor er meer inpendige evenementen kunnen plaatsvinden met meer impact voor de aantrekkelijkheid van het centrum.

Toelichting personele en organisatorische consequenties

Functieboekwijziging toegevoegd: ☒ Nee
☐ Ja

Voor de gemeentelijke evenementenorganisatie gaat het om (tijdelijke) uitbreiding van menskracht. Op dit moment bestaat de gemeentelijke evenementenorganisatie uit 1 fte vaste formatie en 0,5 fte tijdelijke formatie. Voor de komende vier jaren gaat het om uitbreiding van de tijdelijke formatie met 1,5 fte.

Adviesorganen
n.v.t.

Uitvoering en planning
n.v.t.

Bijlagen
n.v.t.

Registratie

Voorstel aan Burgemeester en Wethouders		
Steller : Danielle Arends Telefoon : 7743 E-mail : danielle.arends@sittard-geleen.nl Cluster: Beleid		Reg. nummer : 1318097 Reg. datum : 03 februari 2015 Reg.nummer(s) bijlagen :
Hoofd Beleid ir. P.M.P.J. L'Ortye	Portefeuillehouder N.M.J.G. Lebens	Gemeentesecretaris mr. J.H.J. Höppener