



Evaluatie Kerststad Valkenburg aan de Geul 2016  
*En een aantal aandachtspunten en opmerkingen voor de toekomst*

*Februari 2017*



## INHOUDSOPGAVE

Onderdeel	Pagina
Inleiding	3
Organisatiestructuur Evenementenveiligheid	5
Bezoekers, bewoners en bedrijven	9
Marketing- en omgevingscommunicatie	13
Organisatiestructuur Kerststad	15
Verkeer	18
Financiële evaluatie	21
Aandachtspunten, opmerkingen en enkele aanbevelingen in één oogopslag	24



# INLEIDING

Valkenburg is “hot” tijdens de koude Kerstperiode. Met bijna 300.000 unieke bezoekers aan een twintigtal attracties en locaties in onze gemeente worden “we” deze zeven tot negen weken in het jaar door honderdduizenden vaak als het hart van kerstvierend Europa gezien.

Enorme promotionele aandacht via social media, via TV uitzendingen, bookingsites en waarderingssites voor kerststeden en magazines leidt jaarlijks tot een haast gratis bereik van miljoenen mensen uit de hele wereld.

Positieve berichtgeving, sfeervolle beelden van bijvoorbeeld de unieke ondergrondse kerstmarkten, de Kerstparade, een ondergrondse zand Kerststal en hoge waardering op sites als Zoover en zelfs de Amerikaanse mega zender CNN zorgen ervoor dat jaarlijks tienduizenden mensen Valkenburg voor de eerste keer bezoeken.

De laatste jaren staat Kerststad echter onder druk. Daarvoor zijn enkele kernoorzaken aan te wijzen:

- In de (eu)regio profileren zich steeds meer steden als Kerststad. Ze proberen mee te profiteren van het succes dat steden als Maastricht, Aken, Luik en Valkenburg al jaren hebben. Er komt dus meer aanbod in een relatief klein gebied;
- Weinig nieuwe initiatieven, altijd weer dezelfde attracties, dezelfde indeling van de markten, dezelfde parade leidt tot verzadiging bij mensen met betrekking tot het product Kerststad Valkenburg. Ze gaan op zoek naar iets nieuws en meer attractiefs;
- De drukte tijdens met name de weekenden heeft effect op de doorstroming van het verkeer, de wachttijden voor de attracties, waardoor mensen op zoek gaan naar een andere - rustigere - Kerststad of markt. De drukte leidt ook tot irritatie bij de eigen bewoners en bedrijven die klagen dat zij niet of nauwelijks bereikbaar zijn of dat mensen uit de regio bewust Valkenburg mijden.
- De drukte rond attracties en de Kerstparade maakt dat de druk op de openbare orde en veiligheid steeds groter wordt. Kerststad is en blijft een feest maar het moet wel veilig en verantwoord georganiseerd worden. Mede door de maatschappelijke onrust door terroristische aanslagen tijdens grotere evenementen en door andere incidenten waaronder b.v. Haaksbergen, wordt aan veiligheid steeds meer aandacht en zorg besteed.
- De organisatie en exploitatie van veel attracties wordt voor een behoorlijk deel door vrijwilligers georganiseerd. Zij doen dat in het algemeen goed. Echter, de continuïteit is dan niet altijd geborgd.

Tijd dus voor een evaluatie van het verleden en een blik op de toekomst zodat Kerststad Valkenburg zijn charme niet verliest maar verstevigt en zelfs vergroot. Voorafgaand aan Kerststad editie 2016 is door burgemeester en wethouders besloten een brede evaluatie te houden onder bezoekers, bewoners en bedrijven. Deze evaluatie is gedaan in samenwerking met de stichting Kerststad Valkenburg aan de Geul en de daarbij betrokken partners.

Het betreft:

- De organisaties van de ondergrondse kerstmarkten in de Fluweelengrot en de Gemeentegrot
- De organisaties van de ondergrondse attracties in zand, Winter Wonder Land aan de Neerhem en MergelRijk aan de Daelhemmerweg
- De organisatie van de bovengrondse Kerstmarkten, Santa's Village en Santa's Gift Factory
- Vertegenwoordigers van de Koninklijke Horeca Nederland afdeling Valkenburg en het Valkenburgs Ondernemers Collectief
- De coördinatoren van de Kerstparade
- De VVV Zuid Limburg
- Het Team Evenementenveiligheid met daarin vertegenwoordigd de Politie, Brandweer en onze teams Vergunningen, VTH en Openbare Ruimte
- Ons team Communicatie, Evenementen en Citymarketing
- De concernstaf
- Het Klant Contact Centrum KCC
- De bedrijven die ook op iets kleinere schaal kerstactiviteiten hebben zoals het Sprookjesbos en Kasteel Schaloen

Daarnaast zijn alle overige bedrijven en onze bewoners uitgenodigd deel te nemen aan diverse discussiebijeenkomsten over Kerststad en is hen eveneens de mogelijkheid geboden schriftelijk te reageren.

De notulen van de discussiebijeenkomsten en de schriftelijke reacties van de bewoners zijn in te zien.

Op basis van de ingekomen reacties en de gehouden evaluaties is deze "evaluatie Kerststad 2016" opgesteld. Ook zijn enkele aandachtspunten voor de toekomst opgesteld. Die worden betrokken bij de toekomstvisie voor Kerststad vanaf 2017 - 2018.

# EVALUATIE 2016



## 1. Organisatiestructuur evenementenveiligheid

### INLEIDING

In opdracht van de gemeente in in mei 2016 het onderzoeksrapport “Het risico en de kunst van grote dingen met weinig middelen” opgesteld. Dit onderzoeksrapport is gemaakt door Synergeste. Als gevolg van dit onderzoeksrapport zijn we in het najaar van 2016 gestart met een professionaliseringslag van de evenementenorganisatie.

Uit het onderhavige onderzoek is gebleken dat het steeds verder uit elkaar lopen van de ambitie, de verscherping van de rol van de gemeente in evenementenveiligheid en de beperkte beschikbaarheid van middelen, organisatorische en veiligheidsrisico's met zich mee brengt.

Het resulteert in de metafoor dat het aanbod van evenementen in de gemeente Valkenburg aan de Geul wordt aangevoerd met de diameter van een rioolbuis en de behandeling van de evenementen plaatsvindt in een tuinslang! Onder hoge druk worden de aanvragen behandeld en wordt de tuinslang keer op keer opgerekt. De ambtelijke organisatie is niet ingericht om deze hoeveelheid te kunnen verwerken en bevindt zich in een zeer kwetsbare positie.

Kerststad Valkenburg is hier een goed voorbeeld van.

Omdat Kerststad bestaat uit een aantal separate attracties/activiteiten en er geen koepelorganisatie bestaat, wordt heel veel werk door gemeenteambtenaren uitgevoerd, zoals Verkeersplan, inzet beveiliging en EHBO, inzet hekken e.d.

In 2016 hebben wij dan ook een begin gemaakt met de professionalisering Kerststad Valkenburg, door o.a.:

- uitbesteding van werkzaamheden, zoals het Verkeersplan, aan derde partijen, zodat wij als gemeente niet meer “ons eigen vlees keuren”.
- planmatig werken. Hiertoe is een projectteam (Team Evenementenveiligheid) ingesteld en een externe projectleider aangetrokken
- het Evenemententeam is omgevormd tot “Team Evenementenveiligheid” en de projectmanager Evenementen en Citymarketing maakt hier geen deel meer van uit waardoor de processen van citymarketing en de risico-advisering/vergunningverlening van elkaar zijn gescheiden.
- het Team Evenementenveiligheid heeft gezamenlijk een risicoanalyse voor Kerststad opgesteld en alle risico’s voor het bestuur benoemd c.q. een veiligheidsadvies aan de burgemeester afgegeven.

## VERGUNNING

Zoals al aangegeven is binnen de gemeente een scheiding aangebracht tussen het verwerven en vermarkten van evenementen en de vergunningverlening. Hoewel nauw wordt samengewerkt maakt de projectmanager evenementen geen onderdeel meer uit van het Team Evenementenveiligheid. Laatst genoemd team is multidisciplinair samengesteld en bepaalt - samen met de burgemeester die de vergunning moet afgeven - de maatregelen die moeten worden genomen in het kader van de veiligheid, het verkeer en de openbare orde.

Voor de beoordeling van de vergunningaanvraag wordt - afhankelijk van het evenement zelf - gevraagd naar:

- een inrichtingsplan van de locatie;
- een veiligheidsplan;
- een calamiteitenplan;
- een verkeersplan.

Binnen het grote “evenement” Kerststad zijn meerdere “deel-evenementen” die het lastiger maken te bepalen wie c.q. welke organisatie, welke verantwoordelijkheden heeft en de kosten daarvan draagt. De discussie over deze verantwoordelijkheden is in 2016 opgestart maar nog niet afgerond. De personele en materiële inzet in 2016 kan als volgt berekend worden:

Inzet	Uren	Gem. Per uur	Totaal
Vergunning verlening	100	41	4.100
Verkeersveiligheid	75	26	1.950
Aanwezigheid commandopost	250	50	12.500
Controles, aanschrijvingen, briefing, inrichten commandopost	377	50	18.850
Inzet Team VTH	344	29	9.976
Externe projectleiding	250	120	20.000
Inrichting en gebruik commandopost	-	-	15.694
<b>TOTALE KOSTEN EVENEMENTEN VERGUNNING EN TOEZICHT / HANDHAVING IN 2016</b>			<b>83.070</b>

## VEILIGHEID

Tijdens de kerstparades op woensdag- en zaterdagavond in het centrum van Valkenburg is steeds een operationeel veiligheidsteam in de Berkelpoort aanwezig geweest.

In dit team hadden de navolgende personen/diensten zitting:

- 1 coördinator/operationeel leidinggevende (gemeenteambtenaar);
- 1 centralist van de Beveiliging;
- 1 medewerker politie;
- 2 medewerkers voor aansturing BOA's en bekijken camerabeelden (gemeenteambtenaren);
- 1 medewerker van Traffic Support;
- 1 veiligheidscoördinator van de Kerstparade;
- 1 coördinator van de beveiliging, die EHBO en beveiliging aanstuurde.

Deze inzet is tot ieders tevredenheid verlopen. Gebleken is echter dat er tijdens de weekenden en andere drukke dagen tijdens de kerststadperiode ook behoefte is aan de inzet van dit operationeel veiligheidsteam.

De inzet van gemeenteambtenaren voor het operationeel veiligheidsteam draait maar op enkele personen. Voor de inzet van de rol van "operationeel leidinggevende" zijn slechts 2 gemeenteambtenaren beschikbaar. Deze medewerkers stonden in 2016 dan ook al onder een grote werkdruk. De projectleiding van Kerststad is daarom in het geheel uitbesteed.

De uitbreiding van de inzet van het operationeel veiligheidsteam op alle drukke dagen en de inzet van een projectleider "Kerststad" betekent dan ook een noodzakelijke opschaling van de ambtelijke capaciteit.

Voor het crowdmanagement van Kerststad is EBM Beveiliging in samenwerking met het Arcus College ingehuurd. Naar aanleiding van de drukte en de beschikbaarheid van Arcus heeft dit in de hoogste opschaling geleid tot een inzet van 26 Beveiligers + 4 EHBO'ers. Daarnaast zijn vrijwilligers vanuit de Stichting Kerststad zelf ingezet. Zij liepen telkens met de Parade mee om publiek en wagens zoveel als mogelijk van elkaar te scheiden.

Daarnaast is een traject gevoerd om meer support/advisering van de Veiligheidsregio Limburg te krijgen, hetgeen geresulteerd heeft in een Multidisciplinaire Inzet Kaart Kerststad.

Het aanwijzen van de Berkelpoort als commandocentrum was een goede zet omdat deze locatie in de directe omgeving van het evenement ligt en goed bereikbaar is voor hulpdiensten.

## LOCATIES

Met betrekking tot de locatiekeuze zijn er op twee gebieden uitdagingen:

### a. Kerstparade

- Afsluiten van straten voor voetgangers. Dat leidt tot spanning bij de ondernemers die aan deze wegen hun zaak exploiteren. Is grotendeels opgelost door regelmatig overleg tijdens het evenement, regelmatig bezoek van BOA's aan de ondernemers en het gebruiken van de horeca app
- Omleiden van bezoekers naar de hoofdingangen van de Parade. Dat leidt tot extra personeel en extra bewegwijzering. Voor bezoekers is het niet altijd even duidelijk waar men na afloop van de Parade naar toe moet. Men is vaak de "oriëntatie" naar bijvoorbeeld parkeerplaats of hotel kwijt
- Spreiding door op het Walramplein entertainment te verzorgen. Langzaam aan helpt dit.

### b. Grotten

Op basis van landelijke wetgeving is er zorg voor de winterslaap van de vleermuizen. De kosten om de vleermuizen verantwoord te kunnen laten overwinteren, zijn fors. Hoewel dit voorheen geen rol speelde, kwam dit sinds het evenement Dig Out the Gems dat in de winterslaap periode van de vleermuizen in de gemeentegrot georganiseerd werd, voor het eerst aan de orde. Het leidde tot forse investeringen van € 186.000,- voor onderzoek in beide grotten (Fluweelengrot en Gemeentegrot) en voor voorzieningen in de Gemeentegrot. Daardoor werd het mogelijk beide markten doorgang te laten vinden.

In 2017 wordt gezocht naar structurele oplossingen. De kosten zullen weliswaar lager, maar toch ook nu weer behoorlijk zijn. Uitdaging ligt erin wie dit verder zal gaan betalen? De organisator van de markten of de eigenaar van de grotten, andere organisatoren van activiteiten, de horeca, de detailhandel en/of de provincie.

Een tweede uitdaging ligt in de discussie met de Brandweer over de brandveiligheid van de grotten tijdens openingstijden. Deze discussie gaat veel verder dan alleen de Kerstmarkten maar heeft betrekking tot alle activiteiten gedurende het hele jaar. Het gaat dan onder andere om het inrichten van brandcompartimentering, inrichten van een alarmeringssysteem, inzet van brandwachten etc. Ook de investeringen hiervoor zijn fors. De kosten daarvan moeten worden betaald door de eigenaren van de grotten omdat het gaat om de brandveiligheid tijdens alle activiteiten. Gediscussieerd wordt over de te nemen maatregelen die de brandweer verantwoord vindt.



## 2. Bezoekers, bewoners en bedrijven

### a. Meerdaags bezoek

Citerend uit de evaluatie van een van onze partners - de VVV Zuid Limburg - concludeert het onderzoeks- en adviesbureau ZKA Consultants op basis van een recent onderzoek dat per 2014 de maand december qua overnachtingen en bestedingen inmiddels economisch van groter belang is geworden dan de “traditionele” zomermaand juli.

Dit blijkt ook uit de volgende cijfers die bij de gemeente bekend zijn:

Overnachtingen	1992	2006	2010	2014	2016
Voorjaar (Jan-Apr)	170.106	188.988	228.080	216.627	218.944
Zomer (jun-Aug)	677.449	431.976	428.190	393.223	381.645
Kerst (okt-dec)	149.212	238.214	252.998	239.957	257.193
TOTAAL	998.759	861.184	911.278	851.821	857.782

Uit bovenstaande tabel wordt duidelijk dat de ruim twee maanden durende kerstperiode (met een uitloop naar januari) het aantal overnachtingen in de drie zomermaanden bijna evenaart. Ook is te zien dat het ten opzichte van twintig jaar geleden het aantal overnachtingen in de winterperiode (november- april) steeds belangrijker wordt voor onze gemeente.

### b. Aantallen bezoekers

Van sommige attracties en locaties kennen we werkelijke cijfers omdat zij werken met entreegelden. Andere, zoals Santa's Village en de Kerstparade ramen de bezoekers. Dat leidt tot de volgende afgeronde aantallen:

Locatie / Attractie	Bezoekers in 2015	Bezoekers in 2016
Kerstmarkt in de Gemeentegrot	161.000	140.000
Kerstmarkt in de Fluweelengrot	140.000	100.000
Kerststal Valkenburg / Winter Wonder Land	30.000	20.000
Kerst in MergelRijk	30.000	25.000
Santa's Village (Markt op het plein)	40.000	40.000
Kerstparade op woensdag en zaterdag	80.000	80.000
Santa's Gift Factory	40.000	28.000
Route d'Amuse (culinaire wandeling)	15.000	14.000
Overige activiteiten	10.000	7.000
- Sprookjesbos (2016: 2.800)		
- Kerstfair op Schaloen (2016: 2.000)		
- Kerstexpress ZLSM (2016: 1.000)		
- Magic Concerts (2016: 850)		
TOTAAL aantal bezoekers	546.000	454.000
TOTAAL aantal unieke bezoekers (60 %)	325.000	275.000

Hoewel we dat niet op basis van onderzoeken en/of kengetallen kunnen staven nemen we aan dat 60 % van de bezoekers “uniek” is en maar één locatie of attractie bezoekt. Dat zou betekenen dat tijdens de Kerstperiode totaal 275.000 personen Kerststad Valkenburg voor één of meerdere attracties en/of locaties bezoeken.

Uit twee in 2014 gehouden onderzoeken<sup>1</sup> naar de beleving en besteding van de bezoekers aan Kerststad blijkt dat de meeste bezoekers 40 plus en vrouw zijn en dat het gemiddelde bestedingsbedrag € 43,13 per dag is. Berekend naar 275.000 unieke bezoekers leveren de Kerststad bezoekers de economie van onze gemeente in totaal afgerond 12 tot 13 miljoen euro op. Daarnaast ontvangt de gemeente directe inkomsten via:

- De precariobelasting
- De gemakkelikhedenretributie
- De Parkeergelden
- De huur van de Gemeentegrot aan de organisatie
- De Toeristenbelasting

In de raadsnota over de toekomstvisie die in juni 2016 aan de gemeenteraad wordt voorgelegd gaan we nader op deze inkomsten in.

#### *Daling van het aantal bezoekers ten opzichte van vorig jaar*

In 2016 is een daling van het aantal bezoekers geconstateerd ten opzichte van 2015. Het aantal daalde met ongeveer 16 % naar ruim 450.000 bezoekers. We hebben de ondernemers gevraagd naar een reden van deze daling. Velen noemen:

- Het jaar 2015 was een top jaar met een record aantal bezoekers. Dat kwam met name door een lange “Kerststad Periode” en bijzonder goed weer. De jaren ervoor was het aantal bezoekers ongeveer gelijk aan het aantal dat in 2016 Valkenburg bezocht.
- De kortere Kerststad periode. Vergeleken met andere jaren was er één weekend minder. In 2016 vielen zes weekenden binnen de periode (vanaf de opening), in voorgaande jaren zeven. Een weekend is goed voor tussen de 25.000 en 30.000 bezoekers in totaal.
- De “slechte plaats” van 1<sup>e</sup> en 2<sup>e</sup> Kerstdag op de Kalender zorgde ervoor dat er geen of nauwelijks vrije dagen waren in de aanloop tot aan de Kerst. Het algemeen gevoel was dat deze week rustig was, dit in tegenstelling tot de veel drukker dagen voorafgaand aan Kerstmis in voorgaande jaren.
- Op maandag 19 december 2016 reed een vrachtwagen in op een druk bezochte Kerstmarkt in Berlijn, een terroristische actie. Het gebeuren leidde tot een daling van het bezoek aan andere Kerststeden, waaronder ook Valkenburg.

Volgens de ondernemers is er vooralsnog geen reden om aan te nemen dat deze daling doorzet naar volgende jaren. Desondanks moeten we alert zijn en ons planmatig en structureel afvragen waarom mensen juist wel of juist niet naar Valkenburg komen. Onderzoek is belangrijk.

Een onderzoek naar de beleving van onze gasten is dan ook een absolute noodzaak. De vraagstelling zal een antwoord moeten geven op vragen over de redenen waarom mensen Valkenburg net wel of net niet bezoeken, de beleving die zij ervaren bij een bezoek, de besteding die zij doen en of zij ook buiten de Kerstperiode Valkenburg zouden willen bezoeken. Met andere woorden: is Valkenburg de moeite waard?

---

<sup>1</sup> Belevingsonderzoeken Kerststad Valkenburg aan de Geul, 2014. Uitgevoerd door Caroline America en Robin Theunissen.

Helaas zijn we in 2016 te laat gestart met een enquête onder de bezoekers. In de toekomst zullen we jaarlijks tijdens de gehele Kerstperiode onderzoek doen naar de beleving van onze gasten. De vragen zullen jaarlijks gelijk zijn zodat we in 2017 een goede nulmeting hebben.

De (digitale) enquête onder de bezoekers van Kerststad werd helaas pas na afloop van de Kerststad online verspreid. Daardoor zijn er slechts 20 personen die de vragen hebben beantwoord. Hoewel het resultaat dus niet representatief is, volgen hieronder de belangrijkste reacties:

- Kerststad krijgt van de bezoekers gemiddeld een 7,6.
- Alle bezoekers komen met minimaal twee personen naar Kerststad.
- Het merendeel bezoekt méér dan alleen de Kerstattracties en doet ook cafés, restaurants en winkels aan.
- De bereikbaarheid en het vinden van een parkeerplaats gaat volgens de grote meerderheid goed tot zeer goed.
- Hoewel een meerderheid de sfeer en beleving prima vindt, is ook een fors deel niet overtuigd van de uniciteit van de voorzieningen. Met andere woorden: Valkenburg is niet altijd “origineel”.
- Het overgrote deel van de respondenten komt zeker weer op een ander moment terug naar Valkenburg en beveelt een bezoek aan onze stad ook bij vrienden en familie aan.

Komende editie wordt de enquête - in samenwerking met Zuyd Hogeschool - wederom breed online verspreid. We streven naar een respons van minimaal 1.000 bezoekers.

### c. Bewoners

Bewoners ervaren de Kerststad mogelijk anders dan bezoekers of bedrijven. Zij kunnen de vele activiteiten, de drukte in het centrum, de geluiden, de drukte op de straten en op de parkeerplaatsen als storend ervaren. Zoals in de evenementennota “Op en Top Valkenburg” als een rode draad is opgenomen, moet constant gewaakt worden voor een goede balans tussen de opbrengst en overlast die evenementen kunnen bezorgen.

Afgelopen jaar kwamen tijdens de Kerstperiode 90 klachten via de meldesk binnen. Daarnaast kwamen er bijna 30 mails waarin mensen aangaven overlast van kerststad activiteiten te ervaren. Vaak was dat het geluid (steeds maar weer Kerstliedjes en/of te hard), parkeren op plaatsen waar het niet mag, het busparkeren, de drukte waardoor bewoners zeggen veel meer tijd nodig te hebben om van de ene plaats naar de ander te gaan. De klachten werden allemaal beantwoord.

Verder is aan onze bewoners gevraagd om over de afgelopen Kerstperiode een aantal vragen te beantwoorden. Respons kwam van 146 bewoners.

De belangrijkste resultaten kunnen als volgt worden omschreven:

- Kerststad krijgt van de bewoners gemiddeld een 6,6.
- Respondenten kwamen met name uit de dorpskernen waar de meeste overlast ervaren kan worden, Valkenburg-Centrum en Broekhem.
- 75 % van de bewoners bezoekt de kerstvoorzieningen in de eigen gemeente.
- Datzelfde percentage is er zich ook van bewust dat Kerststad overlast bezorgt, maar dat het goed is voor onze economie.

- Echter, een niet te verwaarlozen 1/3 deel van de respondenten zegt dat Kerststad voor hen niet hoeft.
- De rest, ongeveer 2/3 van de respondenten is er trots op dat we zijn uitgegroeid tot een Internationale Kerststad

Komende editie wordt de enquête - in samenwerking met Zuyd Hogeschool - wederom breed online verspreid. We streven naar een respons van minimaal 1.000 bewoners.

#### d. Bedrijven

In Valkenburg zijn er bedrijven die:

- Direct baat hebben bij Kerststad. Het zijn met name de bedrijven die kerstattracties exploiteren, de cafés en restaurants.
- Indirect baat hebben bij Kerststad. Met name de bedrijven die niet zo veel met de Kerst te maken hebben, maar wel profiteren van het grote aantal bezoekers dat er is. Het zijn met name de speciaalzaken in het centrum en in de looproutes van de gasten voor Kerststad.
- Geen baat (denken te) hebben bij Kerststad. Bedrijven die geen klanten krijgen omdat deze in verband met de drukte liever elders in de regio gaan winkelen en/of diensten afnemen.

Deze bedrijven konden alle een enquête naar hun beleving invullen. In totaal deden dat 32 bedrijven. Hoewel een behoorlijk aantal, helaas niet representatief. 27 van de 32 bedrijven zijn in het centrum gevestigd. In deze kern worden ook de meeste Kerststad attracties aangeboden. De belangrijkste resultaten op een rij:

- Kerststad krijgt van de bedrijven gemiddeld een 7,2 en scoort daarmee hoger dan de bewoners.
- De respondenten kwamen van horeca, retail en overnachtingen, dus redelijk gespreid.
- Meer dan 80 % van de respondenten zegt dat ze:
  - o Meer bezoekers in hun zaak krijgen
  - o meer omzet hebben
  - o meer personeel in die periode nodig hebben
  - o hun zaak helemaal in kerstsfeer brengen
- Meer dan 90 % erkent dat Kerststad een absolute noodzaak is voor onze gemeente.
- Ruim 80 % is blij dat zijn zaak in Valkenburg ligt

Komende editie wordt de enquête - in samenwerking met Zuyd Hogeschool - wederom breed online verspreid. We streven naar een respons van minimaal 100 bedrijven.

#### Eerste conclusies uit de enquêtes

Hoewel de enquêtes niet representatief zijn, kunnen we wel al enkele conclusies trekken:

- De drie groepen (bewoners, bezoekers en bedrijven) zijn in het algemeen tevreden.
- Zowel de bewoners als de bedrijven erkennen dat Kerststad economisch noodzakelijk is voor onze gemeente.
- Het rapportcijfer is redelijk maar niet optimaal. Gelukkig scoren bezoekers het hoogste cijfers, een 7,6 en zijn bedrijven ook redelijk tevreden met een 7,2. De bewoners blijven met een kleine voldoende van 6,6 achter. Er moet dus nog meer zorg zijn voor de balans tussen de overlast en opbrengst.

De gestelde vragen worden vanaf dit jaar elke editie gesteld zodat we vergelijkingen kunnen trekken en verbeteringen / verslechtingen geconcludeerd kunnen worden. De enquête wordt volgend jaar vanaf de openingsdag tot en met de 1<sup>e</sup> week van januari gehouden.

### 3. Marketing- en omgevingscommunicatie

Naast betaalde promotie en communicatiemiddelen krijgt de stichting Kerststad jaarlijks ook bijzonder veel gratis reclame en promotie aangeboden. Naast gratis uitzendingen als de WDR met een miljoenen bereik in de grensstreek worden barter deals afgesproken met bijvoorbeeld het Weerbericht van Piet Paulusma waar elke avond honderduizenden mensen naar kijken.

Hoewel er een marketing- en communicatiewerkgroep onder de stichting Kerststad functioneert wordt reclamevoering, promotie en communicatie onvoldoende gecoördineerd ingezet. Daarnaast wordt Kerststad Valkenburg door de stichting zelf ook niet als een totaal product aangeboden, maar wordt gekozen voor het promoten van partners die in de communicatie en promotie mee betalen.

Een voorbeeld van het niet aanbieden van een totaal product is de plattegrond in de Kerststad flyer die in een oplage van enkele tienduizenden verspreid wordt. Deze plattegrond vermeldt naast de route van de Kerstparade alleen de drie organisaties die een bepaald promotiepakket afnemen. Andere kerstattracties worden niet vermeld waardoor de flyer die een algemeen product zou moeten uitstralen, niet aan de verwachtingen voldoet.

- Jaarlijkse brochure en posters

Een van de jaarlijks terugkerende communicatiemiddelen is de Kerststad brochure. Deze wordt al vanaf maart van het jaar verspreid, mede onder de honderden bedrijven die mogelijk reizen naar onze Kerststad willen organiseren. De brochure wordt betaald door de partners van stichting Kerststad en in een oplage van 150.000 stuks het hele jaar door verspreid. De brochure is mede door de vroege druk niet altijd even actueel en vermeldt alleen de activiteiten van de partners die aan de brochure mee betalen. Een totaal en altijd actueel overzicht van Kerststad ontbreekt daardoor.

Er is geen eenheid in de promotie via posters en/of flyers. Veel organisaties en attracties geven geheel eigen posters en/of flyers uit. Er is geen uniforme uitstraling.

- Facebook ([www.facebook.com/kerststadvalkenburg](http://www.facebook.com/kerststadvalkenburg))

Het bereik via de officiële Kerststad Facebook pagina was afgelopen kerstperiode enorm. Het aantal fans groeide van 1650 aan het begin van Kerststad naar 8.650 aan het einde van Kerststad. Naast de Facebook pagina van Kerststad heeft ook nog de Kerstparade een prominente Facebook pagina. Daarnaast hebben ook alle andere attracties en locaties, de gemeente en de VVV Zuid Limburg elk hun eigen Facebook pagina's gebruikt voor de promotie van Kerststad.

In totaal zagen meer dan 690.000 unieke gebruikers berichten op onze Facebookpagina. Het meest bekeken bericht kwam uit in december en omvatte een tekst over de keuze van CNN over onze Kerststad en een promofilmpje. Dat ene bericht werd al door ruim 187.000 mensen bekeken. Daarvan bekeken er ruim 68.000 daadwerkelijk de video en werd het duizenden keren met anderen gedeeld.

- Website ([www.kerststad.nl](http://www.kerststad.nl))

De officiële website wordt behoorlijk bekeken. Van mei tot en met december 2016 bezochten rond de 300.000 unieke bezoekers onze officiële website.

Ook hier hebben de andere organisaties een eigen website met informatie over Kerststad Valkenburg. Zo heeft de VVV Zuid Limburg ook een kerstpagina die in november en december door ruim 250.000 bezoekers werd bekeken.

Het aantal personen dat op een of andere wijze via internet bereikt wordt komt met alle sociale media en websites op meer dan 1,5 miljoen. Bereik: Europa en de wereld.

- Euregionale Kerstcampagne van de VVV Zuid Limburg

De VVV Zuid Limburg organiseert jaarlijks een euregionale Kerstcampagne waarmee een aantal kerstmarkten in de euregio gepromoot worden. De campagne wordt ook ondersteund door de Samenwerkende VVV's Limburg en de VVV Maastricht.

- Kerststad banners

De gemeente liet - op eigen kosten - banners maken die aan straatlantaarns werden gehangen. Daarmee werd de gemeente nog sfeervoller "aangekleed".

- Informatieborden

Door de organisatie van Santa's Village zijn een tiental informatievoorzieningen ontwikkeld. De kosten zijn door Santa's Village betaald. De gemeente draagt bij in de afschrijvingskosten van de borden en draagt zorg voor de Kerststadplattegronden. Hoewel de informatiepanelen een gezamenlijk doel dienen, betalen de overige participanten niet mee.

- Nieuwsbrief voor lokale bedrijven

De stichting Kerststad Valkenburg zorgt regelmatig voor nieuwsbrieven die niet alleen digitaal maar zelfs persoonlijk bij de bedrijven worden bezorgd. De nieuwsbrief geeft actuele informatie over de activiteiten binnen Kerststad. De bedrijven waarderen deze vorm van communicatie die het gevoel geeft dat ze meer bij de organisatie betrokken zijn.

- Horeca app

Voor het overleg met de ondernemers in het centrum werd regelmatig de horeca app ingezet. Aangesloten zijn nagenoeg alle ondernemers met een zaak in het centrum. De app werd ingezet voor nieuwsberichten over de drukte, de spreiding, het wel of niet door gaan van een parade, etc. De ondernemers stelden deze vorm van communicatie op prijs.

- Overige communicatie en promotie

Jaarlijks vinden er vanuit Valkenburg aan de Geul diverse TV uitzendingen plaats. Ook neemt onze Kerststad organisatie deel aan grotere landelijke beurzen, zoals de 50 Plus en de Travel to Holland beurzen waar Kerst in een Zuid Limburgse stand geïntegreerd is.

Enkele TV uitzendingen in 2016:

- Piet Paulusma met het weerbericht
- WDR uitzending (landelijk in Duitsland) over Parade en grotten

## 4. Organisatiestructuur Kerststad

Enkele jaren geleden hebben organisatoren van enkele locaties en attracties samen met de gemeente en de VVV gekozen voor een organisatiestructuur die versnippering van promotie en communicatie moet tegengaan, die ervoor moet zorgen dat Valkenburg aan de Geul als één gezamenlijk geheel het Kerstproduct aan biedt en die zorgt voor de algemene aankleding van de gemeente.

Gekozen werd voor een stichtingsvorm waarin afgevaardigden van de twee ondergrondse kerstmarkten en enkele onafhankelijke personen als bestuursleden zitting hebben. Daarnaast wordt de stichting aangevuld met enkele adviseurs die de bestuursvergaderingen bijwonen en volledig mee discussiëren.

In het bestuur hebben slechts twee personen zitting:

- Een onafhankelijk voorzitter (Gert Veenhuizen, Landal)
- een afgevaardigde namens de Kerstmarkt in de Gemeentegrot (Breur Jacobs)

De derde persoon haakte af omdat deze kwam vanuit de eigenaar van de Fluweelengrot, tevens organisator van de ondergrondse Kerstmarkt daar. Toen de stichting besloot de exploitatie van de Kerstmarkt te beëindigen werd ook het bestuurslidmaatschap opgezegd. De volledige verantwoordelijkheid van de algemene coördinatie ligt nu bij slechts twee personen.

Adviseurs komen uit:

- De VVV Zuid Limburg (Nicole Schurgers)
- de gemeente (John Wauben)

Daarnaast nemen regelmatig andere betrokkenen deel aan de vergaderingen:

- Namens de Kerstparade (Jurgen Colaris)
- namens de Koninklijke Horeca Nederland (Sven v.d. Wal)
- namens het Valkenburgs Ondernemers Collectief (John Roks)

Een werkgroep Communicatie en Marketing is gelieerd aan het stichtingsbestuur. De werkgroep bestaat uit de partners in het bestuur, partners die meebetalen aan de communicatie en marketing, de VVV Zuid Limburg en sinds 2015 ook de gemeente.

De werkgroep ontvangt jaarlijks een algemeen budget van het stichtingsbestuur. Dat budget wordt vermeerderd met de bijdragen die enkele partners leveren voor de algemene promotie en communicatie. Het gaat dan om partners zoals de ondergrondse kerstmarkten, de twee andere ondergrondse attracties en andere kleinere locaties zoals het Sprookjesbos en Santa's Gift Factory. Ook hier geldt weer dat niet alle partijen meedoen.

In 2015 is door een studente van de Zuyd Hogeschool onderzoek gedaan naar de interne communicatie binnen de stichting en de werkgroep Communicatie<sup>2</sup>. De onderzoekster sprak met een groot aantal betrokkenen vanuit bestuur, werkgroep communicatie en overige betrokkenen bij Kerststad. De belangrijkste conclusies uit dat onderzoek zijn dat:

- Een totaalproduct aangeboden zou moeten worden, onafhankelijk van de (financiële) bijdragen die partijen moeten leveren
- partijen nog meer moeten open staan voor samenwerking met andere partners, ook als zij in mindere mate mee betalen aan promotie en communicatie. Het gaat immers om het totaal product;
- er moet een duidelijke toekomstvisie komen;
- er moet meer sturing komen;
- er meer uniformiteit moet komen in de algemene communicatie en promotie;
- partners meer met elkaar moeten samen werken;
- een draaiboek van acties en activiteiten moet worden opgesteld zodat meer gestructureerd gewerkt kan worden;
- het samenwerken tussen partners van de stichting Kerststad onderling en met betrokkenen buiten de stichting intensiever moet en dat meer aan het gezamenlijk product gewerkt moet worden;
- een projectleider een goede start zou zijn voor een betere manier van communiceren en een meer uniforme aanpak van het totaalproduct Kerststad;
- de financiële stromen nog altijd redelijk onduidelijk zijn en veel inkomsten afhankelijk zijn van de actualiteit van dat jaar. Te noemen o.a. de vrijwilliger bijdragen die ondernemers aan Kerststad leveren, sponsoring van ondernemers, de Route d'Amuse.

Ook in 2016 is wederom gebleken dat de stichting Kerststad weliswaar tracht te coördineren en dat zeker ook naar behoren én vooral vermogen doet, maar dat veel ondernemers tóch een eigen koers proberen te varen:

- Openingstijden die niet met elkaar overeenstemmen,
- de duur van de Kerststad periode die anders is, geen combitickets,
- geen echte samenwerking en promotie voor organisaties die wel kerstattracties hebben maar de door de stichting gevraagde promotiebijdrage niet kunnen betalen.

Verder is er al enkele jaren een discussie over elkaars verantwoordelijkheden. De stichting kerststad ontvangt een bijdrage van de gemeente om de coördinatie van de activiteiten te doen, de Kerstparade te organiseren, voor de algemene sfeerverlichting te verzorgen, een hoogwaardig cultureel programma aan te bieden én een deel van de algemene promotie te verzorgen. Dat bedrag i.c. € 120.000,- is bij lange na niet voldoende om de gevraagde taken op te pakken. De stichting tracht eigen middelen te generen door organisatie van de Route d'Amuse en het aanboren van kleinere sponsors onder de lokale ondernemers. Voor investeringen is geen budget. Nieuwe investeringen in bijvoorbeeld de Kerstparade kan alleen indien bedrijven zich garant stellen voor het totale bedrag.

---

<sup>2</sup> Scriptie “De weg naar een betere en gestroomlijnde interne communicatie voor Kerststad Valkenburg. Onderzoekster Kelley Willems, Zuyd Hogeschool



De stichting overleeft op deze wijze van jaar tot jaar:

Omschrijving	Kosten	Inkomsten
Marketing	50.000	
Verlichting	100.000	
Parade organisatie	12.000	
Verkeer	8.000	
Bestuurskosten	3.500	
Administratie	3.500	
Diversen	17.000	
Opening	5.000	
Bijdrage gemeente		110.000
Bijdrage ondernemers		52.000
Bijdrage Casino/Thermae		5.000
Route d'Amuse		32.000
TOTAAL	199.000	199.000

Daarnaast is er in 2015 en 2016 discussie ontstaan over de verantwoordelijkheid voor de verkeersplanning en doorstroming alsmede de algemene bewegwijzering:

- Is dat de stichting omdat zij een deel van Kerststad op vrijwillige basis coördineert? De attracties zijn immers (nog) niet verplicht met elkaar samen te werken. En als de stichting verantwoordelijk wordt voor de verkeersplanning, hoe ontvangt zij dan het budget? Via de gemeente, de ondernemers (maar welke dan?) of moet zij zelf voor de financiering zorgen?
- Is dat de gemeente die in algemene zin de zorg heeft voor een verantwoorde verkeersplanning, goede bewegwijzering en parkeervoorzieningen? Zeker als het gaat om een "langdurig evenement" waar veel verschillende partners zijn en bezoekers zelfs niet eens voor het evenement zelf komen? En hoe bekostigt zij dan het extra budget dat nodig is in deze drukkere periode?

## 5. VERKEER

De verkeerssituatie zorgde de laatste jaren steeds vaker voor problemen. Opstoppingen, automobilisten die vergeefs parkeerplaatsen zochten of terreinen opreden en uiteindelijk daar geen plaats meer vonden. Lange wachtrijen mensen voor kassa's terwijl naast de wachtrijen het verkeer in twee richtingen voortgang had. Te veel rijen langs de route van de Parade waardoor er regelmatig frustraties en zelfs kleinere vechtpartijen ontstonden.

Het leidde in 2015 tot een extern onderzoek naar de drukte tijdens Kerststad activiteiten. Naar aanleiding van dat onderzoek, gedaan door CrowdProfessionals zijn een aantal daarin gedane aanbevelingen opgepakt en uitgevoerd.

In 2015 werd voor het eerst met een verkeersplan gewerkt. Dat plan werd intern opgesteld en werkte - als beginfase - redelijk tot goed. Toch bleef de vervlechting van taken en verantwoordelijkheden een aandachtspunt. Het is immers niet reëel om te verwachten dat de ambtelijke organisatie zowel het opstellen als het toetsen van het verkeersplan verzorgt. Daarom is, parallel aan de professionaliseringsslag, besloten om een externe partij in te huren voor het opstellen en uitvoeren van een nieuw Verkeers- en Vervoersplan. De gemeente kan zo haar regierol optimaal invullen.

Voor de voorbereiding en uitvoering is door de gemeenteraad extra krediet beschikbaar gesteld.

Tijdens de Kerststad Valkenburg zijn er door de gemeente op diverse plaatsen mobiele radars geplaatst op de hoofd aanrij routes. Hierdoor is beter inzicht verkregen in de verkeerstromen. Op basis daarvan én op basis van de verkregen praktische en cijfermatige informatie van het ingezet personeel, de parkeergelden, de parkeerboetes etc. is door Traffic Support Events een analyse gemaakt.

Traffic Support Events leidde de uitvoering van het Verkeers- en Vervoersplan. De uitvoering geschiedde in samenwerking met de stichting Verkeersregelaars Valkenburg en het Arcus College. Beide organisaties stelden personeel beschikbaar voor de begeleiding van het verkeer en het beheer van de overloop parkeerplaats.

De belangrijkste resultaten kunnen als volgt worden weergegeven:

- De pieken van aankomst en vertrek zijn als volgt:
  - o Aankomst tussen 10 en 14 uur
  - o Vertrek tussen 16 en 20 uur
- Week 50 (12 t/m 18 december) was de drukste week
- De instroom en uitstroom was als volgt

Invalsweg	Instroom	Uitstroom
Broekhem	30 %	20 %
Nieuweweg	45 %	65 %
Cauberg	25 %	15 %
Totaal	100 %	100 %

- Het Verkeers- en vervoersplan opgesteld door TSE heeft goed gewerkt. Er waren geen grote stagnaties in en rond het centrum. Uiteraard ondervindt het verkeer wel last van drukte, maar de wachttijden voor stoplichten en/of in verband met files zijn te verwaarlozen en leiden niet tot grotere frustraties

- Alle bezoekers hebben hun auto's kunnen parkeren op de plekken die daarvoor bestemd waren. Tijdens de drukste dagen werd op het terrein van de voormalige Leeuw Brouwerij een overloop parkeerplaats ingericht. Die bood plaats aan 250 auto's. Tevens werd samen gewerkt met de particuliere bedrijven die een parkeerplaats exploiteren i.c. Parkeergarage 't Centrum en Pretpark de Valkenier. Met name door deze extra capaciteit vond iedereen een plaats voor zijn auto. Op geen enkel dag waren alle parkeerplaatsen volledig 100 % bezet. De bewegwijzering (met borden en via personele inzet) werkte beter dan voorgaande jaren.
- Met betrekking tot het parkeren van de bussen is er wel een uitdaging. Op dit moment worden de bussen langs de Prins Bernhard laan en het Industrierterrein de Valkenberg geplaatst. Op beide locaties levert dat problemen op. In de woonbuurt moeten wegafsluitingen en omleidingen worden ingesteld en op het Industrierterrein moet voorkomen worden dat bussen de in- en uitgangen van bedrijven blokkeren. Ook daar is een wijziging van de verkeersrichting noodzakelijk.

Op het drukte moment waren er ongeveer 110 touringcars op enig moment.

Week	2014	2015	2016
48	119 bussen	92 bussen	194 bussen
49	134 bussen	165 bussen	181 bussen
50	169 bussen	191 bussen	283 bussen
51	242 bussen	291 bussen	185 bussen
52	170 bussen	172 bussen	22 bussen
Totaal periode	834 bussen	911 bussen	865 bussen

Ook uit het overzicht van de bussen wordt duidelijk dat de laatste week veel rustiger was dan gedacht en gehoopt. De redenen daarvoor zijn al eerder in deze evaluatie benoemd.

- De samenwerking tussen de lokale stichting Verkeersregelaars Valkenburg en Traffic Support is goed verlopen. Er was een goede verdeling van taken en posten waarbij TSE de regie en aansturing heeft gedaan en de personele inzet op cruciale punten heeft geborgd.
- De bewegwijzering met name naar de parkeergarage Aan de Kei liet veel te wensen over. Daardoor ontstonden er ook opstoppingen rondom de ingang aan de Reinaldstraat.
- Niet alle parkeermeters werkten naar behoren. Zo werkt de automaat op de parkeerplaats Rolschaatsbaan al lang niet (meer). Dat leidt tot problemen en vragen bij automobilisten, maar ook tot grotere drukte op die parkeerplaats door mensen die weten dat deze parkeerplaats gratis te gebruiken is.
- Vanuit de ondernemers en ook bewoners kwamen meerdere malen opmerkingen over het aantal ingezette verkeersregelaars. Met name in het laatste weekend was een veelgehoorde opmerking dat een dergelijk grote inzet overbodig was. De inzet was echter bepaald op de verwachte drukte van de laatste week en de recente aanslag in Berlijn.
- Het aantal uitgeschreven (parkeer)boetes door de BOA's in de Kerststad Periode bedroeg 389. Uiteraard was niet iedereen daarvan alleen bezoeker van Kerststad.

De kosten voor het ontwerpen en uitvoeren van het Verkeers- en Vervoersplan en de organisatie van de openbare orde en veiligheid tijdens de Kerstparade en de uitvoering ervan hebben in totaal afgerond € 130.000,- bedragen. Hiervoor is door de gemeenteraad extra geld beschikbaar gesteld.

## 6. Cultureel Programma

Voor de organisatie van een cultureel programma is enkele jaren geleden door de gemeenteraad een geormerkte bijdrage verleend. Al jaren vormt de organisatie en het plannen van een goed programma een hele klus omdat er nauwelijks visie is op de kwaliteit van een programma. Zo zijn er meningen over een hoogwaardig cultureel programma tot de organisatie van laagdrempelige straatartiesten die regelmatig rondtrekken en het flanerend publiek vermaken. Door deze meningsverschillen en het ontbreken van een visie zijn er al enkele jaren verschillen in kwaliteit en aanbod van het culturele programma.

In 2014 vormden straatartiesten en een tweetal muzikale optredens in de Valkenburgse Kloosterkerk het programma. De optredens daar werden zeer slecht bezocht. In 2015 werd weer ingezet op straatamusement. De straatartiesten werden door het flanerende en toevallige publiek gewaardeerd. In 2016 werd - mede in het kader van de kunst- en cultuursprong gekozen voor een vijftal concerten in de Polfermolen. Hoewel de groepen en artiesten Nationaal bekend zijn was het bezoekersaantal ver beneden verwachting. Samen kwamen er 850 gasten naar de vijf optredens, terwijl op minimaal 3.000 gerekend was.

Hoewel vooraf een brede promotie plaatsvond, leeft de gedachte dat het cultureel programma onvoldoende bekend is geworden onder bijvoorbeeld de touroperators die tienduizenden mensen naar Valkenburg brengen. Veel gehoord dan ook dat de busreis aanvangt op het moment dat de concerten beginnen. Daarnaast is niet vanaf het begin in gezamenlijkheid (Kerststad / Concerten) promotie gemaakt, maar volgden de concerten door de late programmering pas op een later moment waardoor het programma bijvoorbeeld niet (meer) vermeld werd in de informatiefolder die in een grote oplage door Nederland en de euregio werd verspreid.

Wellicht is daardoor ook minder vaak een meerdaags verblijf gecreëerd mede door het culturele programma. Dat was echter wel onze opzet.

De kosten van de optredens, de promotie en voorbereiding hebben in totaal bijna € 40.000,- bedragen. Daarvan was een deel beschikbaar vanuit provinciale cultuursubsidie. Zeker afgezet tegen de kosten per bezoeker heeft dit programma niet opgeleverd wat we ervan gehoopt hadden.

De stichting Kerststad en de ondernemers zijn sterk voorstander van het uitbouwen van straatamusement. Ook dat kan hoogwaardig van aard zijn. Het levert - veel meer dan de concerten binnen - meer sfeer aan onze gasten dan in een kleine intiemere omgeving. Straatamusement op dagen door de week zou zelfs de spreiding van de bezoekers naar deze - vaak rustigere - dagen kunnen opleveren.

# FINANCIËLE EVALUATIE

De organisatie van Kerststad Valkenburg wordt door een aantal partners bekostigd:

- De stichting Kerststad Valkenburg;
- de gemeente;
- de ondernemers.

Zij leggen in totaal een behoorlijk bedrag op tafel om de organisatie van Kerststad Valkenburg verantwoord te kunnen uitvoeren.

Helaas is er nog altijd veel onduidelijkheid over de exacte verantwoordelijkheden van de partners, met name voor wat betreft het verkeer, de openbare orde en veiligheid, het gastheerschap in het centrum, de promotie en communicatie. En ook binnen de stichting Kerststad Valkenburg is een tweedeling ontstaan. De marketingwerkgroep beheert daarbij een eigen budget dat door enkele partners van Kerststad worden opgebracht en rond de € 50.000,-- bedraagt.

Mede door de zorg voor de slapende vleermuizen, de brandveiligheid, de toenemende drukte in en voor de grotten, de wegen naar Valkenburg en langs de Parade is in 2016 extra budget vrij gemaakt voor een professionaliseringsslag. De gemeenteraad heeft op twee fronten extra budget verstrekt:

- Het ontwerpen en uitvoeren van een Verkeers- en Vervoersplan;
- de zorg voor de openbare orde en veiligheid.

De opbouw van het budget dat door de gemeente structureel en alleen in 2016 ter beschikking werd gesteld, is als volgt:

Raadsbesluit	Omschrijving	Structureel	Eenmalig
Vóór 2010	Jaarlijks in de gemeentebegroting opgenomen	15.000	
9 november 2010	Dekking via aanpassing reclamebelasting, precario, gemaklijkheden en toeristenbelasting / totaalproject investering in het centrum (dus heffingen ondernemers)	50.000	
17 december 2012	Via extra reclamebelasting horecagebied (166 bedrijven x 126 euro = 20.916) en verhogen gemaklijkhedenretributie (met 0,10 naar 0,25 per bezoekers = 24.000)	46.650	
Reguliere begroting	In de gemeentebegroting opgenomen voor algemene kosten, kerstbomen	14.441	
Eenmalig raadsbesluit	Kosten veiligheidsmaatregelen en inhuur externe kracht 1 <sup>e</sup> besluit was € 100.000 2 <sup>e</sup> besluit opschaling met € 30.000 Uit personeelsbudget € 20.000		150.000
Eenmalig raadsbesluit	Vleermuizenproblematiek		100.000
		126.091	250.000
GEMEENTE	TOTAAL BUDGET IN 2016	376.091	

Omschrijving	Kosten
Kerststad subsidie algemeen plus verlichting	130.001
Algemeen (kerstbomen, promotie)	19.451
Veiligheidsmaatregelen (ontwerp / uitvoering)	173.195
Cultureel Programma (na aftrek Prov sub € 10.000)	39.132
Personele inzet (Team Veiligheid/BOA/Project)	83.070
Vleermuizenzorg / Natuurwetgeving / onderzoek	186.000
TOTALE KOSTEN GEMEENTE IN 2016	630.849

Tegenover deze kosten staan ook inkomsten. Als inkomsten kunnen worden aangemerkt:

- De inkomsten vanuit de ondernemers:
  - o via de gemeente (reclamebelasting, precariorechten, gemakkelijkhedenretributie)
- De huur van de gemeentegrot. De organisatie betaalt aan de gemeente een bedrag per entree als bijdrage in de huur van de grot. Zónder Kerstmarkt zou deze huur niet zijn verkregen
- Extra inkomsten vanuit:
  - o De extra parkeergelden van auto's die speciaal voor Kerststad naar onze gemeente komen
  - o De extra toeristenbelasting van mensen die speciaal voor Kerststad in onze gemeente overnachten

De hoogte van enkele van deze bedragen vaststellen is erg complex omdat nog geen onderzoek is gedaan naar de inkomsten in de "rustige maanden" en hoe die zich dan met elkaar verhouden! Een financiële uitwerking van inkomsten en uitgaven zal voor de raadsnota waarin we een toekomstvisie Kerststad (10 juli 2017) met u bespreken, verder worden uitgewerkt.

# **DE AANDACHTSPUNTEN, OPMERKINGEN EN ENKELE AANBEVELINGEN IN ÉÉN OOGOPSLAG**

Aan de evaluatie kunnen per onderdeel aandachtspunten en opmerkingen gekoppeld worden.

Zij volgen op de opmerkingen, wensen, behoeften en ervaringen van bewoners, bedrijven, bezoekers én van de partijen die samen met de gemeente het Verkeers- en Vervoersplan hebben geregeld en hebben zorg gedragen voor de openbare orde en veiligheid. Op enkele plaatsen zijn ook aanbevelingen voor de toekomst genoemd.

Het is de bedoeling dat deze punten bij het bespreken van een toekomstplan voor Kerststad Valkenburg aan de orde gesteld worden. Deze bespreking vindt plaats in de raadsvergadering van 10 juli 2017.

De aandachtspunten, opmerkingen en aanbevelingen per onderdeel weergegeven:

## 1. Organisatiestructuur evenementenveiligheid

- De ingezette professionaliseringslag op het gebied van de evenementenveiligheid moet verder uitgebouwd en gestructureerd worden
- De scheiding tussen verwerving en marketing met de vergunningverlening en handhaving heeft goed gewerkt en moet gehandhaafd blijven
- Ondernemers ervaren het verkrijgen van een jaarlijkse vergunning als een probleem omdat nu niet geïnvesteerd kan worden. Een meerjarige vergunning c.q. meerjarige bindende afspraken zijn volgens de ondernemers die kerstattracties exploiteren, wenselijk om nieuwe investeringen te kunnen doen
- De kosten van de personele inzet met betrekking tot de coördinatie, vergunningverlening, handhaving en aansturing van wijzigingen gedurende het evenement zijn aanzienlijk. Hiervoor moet budget vrij gemaakt worden en zal een oplossing gezocht moeten worden voor de projectcoördinatie. Deze kan niet binnen de bestaande uren worden opgevangen.
- Bepalen van de juiste hoeveelheid inzet voor beveiliging en verkeer. Aandacht voor snelle opschaling, maar ook verantwoorde afschaling
- Het Commandocentrum in de Berkelpoort voldoet goed. Voorgesteld wordt dat zo te houden voor de komende Kerststad periode. Wellicht moet de inzet van het Centrum en het Team ook naar de drukke dagen tijdens Kerst uitgebreid worden
- De organisatiestructuur en het inrichtingsplan voor het Commandocentrum moeten verder uitgewerkt worden
- De kosten voor de vleermuizenzorg kunnen van grote betekenis zijn op de toekomst van de Kerstmarkten. Er moet zo snel mogelijk een definitieve oplossing gekozen worden waarbij duidelijkheid moet zijn over de financiering ervan
- De door de Brandweer voorgestelde maatregelen in het kader van de Brandveiligheid worden verder opgepakt en ook in een contra expertise aan een onafhankelijk adviesbureau voorgelegd. Daarna vindt besluitvorming plaats over de aanpak en mogelijk uitvoering van deze maatregelen of delen daarvan



- Lange wachtrijen en spreiding van gasten (dus ook auto's) proberen te voorkomen door meerdere verkooppunten tickets en mogelijk ook werken met tijdsloten in de drukke weekenden
- Mogelijk de uitgang van de bezoekers voor de gemeentegrot situeren aan de Plenkertstraat. Ingang voet Cauberg.

## 2. Bezoekers, bewoners en bedrijven

### Bezoekers:

- De drukte tijdens de Parades waardoor het zicht op de wagens ontnomen wordt
- Het aanbod op de ondergrondse en bovengrondse kerstmarkten dat men "alledaags en niet uniek" vind.
- De veel te lange wachttijden bij sommige attracties

### Bewoners:

- De verkeerssituatie
- De overvolle parkeerplaatsen
- De parkeerplaats van de bussen
- Wegafsluitingen in het weekend
- Alsmar dezelfde kerstmuziek in het centrum
- Het aanbod op de ondergrondse en bovengrondse kerstmarkten dat men "alledaags en niet uniek" vindt

### Bedrijven

- De verkorte Kerstperiode zou met een vervroegde opening (één week eerder) opgevangen kunnen worden
- Betere en gezamenlijke informatie met betrekking tot aanwezigheid van attracties, ook tussen Kerst en Nieuw
- Verlenging van de Kerststad periode met activiteiten vanaf Kerst tot en met het 1<sup>e</sup> weekend van januari

## 3. Omgevings- en Marketingcommunicatie

### Omgevingscommunicatie

- Communicatie naar bedrijven en inwoners, met name in het centrum, moet beter en eerder worden opgepakt
- Het is de taak van de gemeente zorg te dragen voor een goede algemene informatievoorziening tijdens de Kerststadperiode. Uitbreiding van bewegwijzering in het centrum met betere en modernere voorzieningen moet in 2017 verder worden uitgezocht. Kosten moeten door de gemeente en de ondernemers gezamenlijk gedragen worden.
- In samenwerking met de VVV Zuid Limburg en de ondernemers wordt de haalbaarheid onderzocht van de inzet van een "gastenteam" voor de Kerststadperiode. In principe moeten deze kosten door gemeente, VVV en ondernemers gedragen worden.

### Marketingcommunicatie

- De stichting Kerststad Valkenburg wordt gevraagd een meerjaren-plan van aanpak voor marketing-communicatie te ontwikkelen. Daarbij wordt gedacht aan verder professionalisering van marketing-communicatie via social media en website. Ook wordt de stichting gevraagd haar marketing-communicatie beleid voor wat betreft het aanbod van Kerststadactiviteiten te heroverwegen.

#### 4. Organisatiestructuur Kerststad

- De stichting Kerststad Valkenburg zou geherstructureerd moeten worden. De deskundige vrijwilligers doen weliswaar prima hun best, maar een professionele inzet wordt niet gemist. Alleen dan kan doorgepaktd worden met betrekking tot de verdere integratie van attracties, een bredere promotie en het overdragen van taken die nu bij de gemeente liggen. Extra budget is noodzakelijk.

#### 5. Verkeer

- Om goede vergelijkingen te kunnen maken met “normale” weken in het jaar is het goed verder onderzoek te blijven doen naar verkeersstromen en parkeerplaats bezetting. Ook buiten de Kerstperiode om zodat vergelijkingen gemaakt kunnen worden.
- De professionaliseringsslag die doorgevoerd is in het Verkeers- en Vervoersplan en de uitvoering ervan, is goed noodzakelijk gebleken vanwege de drukte. In de komende jaren zal deze basis verder (professioneel) moeten worden uitgewerkt.
- Over de inzet van het personeel (extern, lokaal, school) en de hoeveelheid ervan wordt nog gesproken. Daarbij zijn de resultaten van 2016 belangrijk. In elk geval weten we nu al dat weken niet zo maar met elkaar vergeleken kunnen worden. Het weer, vakanties, gebeurtenissen om ons heen kunnen zo maar een ander werkelijkheid en verwachting met elkaar laten verschillen.
- De bewegwijzering naar met name de garage Aan de Kei moet verbeterd worden. Het parkeerbeleid moet overal hetzelfde zijn. Parkeerautomaten moeten werken.
- Een overloopterrein op de drukke dagen is noodzakelijk om aan de parkeerbehoefte op piekmomenten te kunnen voldoen. Is echter de vraag waar dat terrein gesitueerd zou moeten zijn.
- Er moet een alternatief gezocht worden voor het parkeren van de bussen. De oplossing aan de Prins Bernhardlaan en het Industrierrein zijn niet ideaal. Ze zorgen voor overlast en irritatie bij bevolking en bedrijven.
- De lange wachtrijen bij met name de Fluweelengrot baren grote zorgen omdat het wachtende publiek niet altijd goed gescheiden kan worden met de rijdende auto's. Het eenrichtingsverkeerd Daalhemmerweg werkte in het algemeen goed en moet gecontinueerd worden.
- Combideals maken met vervoerder openbaar vervoer. Meer mensen komen met de trein en bus.
- Pendelbussen worden ingezet zodat mensen iets verder af kunnen parkeren. De ophaallocaties moeten herbezien worden.

## 6. Cultureel programma

- Voor 2017 en volgende jaren moet gewerkt worden aan een programma “straatamusement” van behoorlijke kwaliteit. Bij voorkeur wordt amusement gepland op de dagen door de week. Een goede promotie moet leiden tot meer gasten op deze dagen
- Wellicht is een combinatie met straatamusement en concerten / voorstellingen mogelijk
- De promotie voor het cultureel programma moet eerder en in gezamenlijkheid met het totale Kerststad aanbod worden opgepakt