

EVENEMENTENBUREAU HEERENVEEN VOOR GOUD

Ontwikkeling het evenementenbureau
Heerenveen voor goud



OVERTUIGING EN AMBITIE: HEERENVEEN 'N GOUDEN PLAK

Heerenveen en sport zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden. Grote internationale sportwedstrijden vinden plaats in Heerenveen en vele sporthelden trainen dagelijks op het ijs, op de turnvloer of op het voetbalveld in Heerenveen. Dit heeft een positieve doorwerking op het gemeentelijk sportbeleid en de inwoners. En op het imago van Heerenveen als ondernemende en sportieve gemeente.

Deze verbintenis met sport maakt de gemeente Heerenveen dan ook al jaren tot een gouden plak. Een gouden plak omdat de vele sporters uit Heerenveen het goud winnen, maar ook een gouden plak omdat het in de regio Heerenveen prachtig wonen, werken en recreëren is.

De gemeente Heerenveen heeft sport al geruime tijd als rode draad in diverse ontwikkelingen en beleid verwerkt. Door uitwerking van het Sportbeleid is de gemeente Heerenveen Sportgemeente van het Jaar geweest. Verder wil de gemeente de spin off van sportevenementen vergroten en een sterkere verbinding tussen top en breedtesport tot stand brengen. In het collegeprogramma 2018-2022 heeft de gemeente een jaarlijks budget van € 75.000 beschikbaar gesteld voor het binnenhalen van toonaangevende evenementen. In het economisch beleid van de gemeente zijn het stimuleren van bruisende kernen en een vitaal platteland, het vergroten van de impact van evenementen en een gezamenlijke profilering van Heerenveen belangrijke doelen. Daarnaast heeft regiomarketing Heerenveen 'n Gouden Plak sport gekozen als USP (Unique Selling point).

Heerenveen heeft gouden evenementen

In de gemeente Heerenveen worden steeds vaker hoogwaardige evenementen georganiseerd. Denk hierbij aan wielerrondes, voetbalwedstrijden, schaatstoernooien en turnwedstrijden waar topsporters aan deelnemen. Dit maakt Heerenveen niet alleen voor de topsporter een gouden plak, maar deze evenementen brengen ook veel bezoekers op de been die naar Heerenveen komen om vermaakt te worden en geld uit te geven. Ook onze inwoners genieten hier van.

Naast deze sportieve evenementen zien we ook een groot aantal andere evenementen die veel bezoekers trekken. Denk hierbij aan het Oranjewoudfestival, Gondelvaart, Night of the Koemarkt, de Flaeijel, de Reuzedei en Heaven open Air. Deze evenementen zijn ondertussen uitgegroeid tot gouden evenementen voor de gehele regio Heerenveen. Het sportieve imago van Heerenveen komt in de culturele- en muziekevenementen nog niet altijd naar voren. Voor deze evenementen én voor het imago van Heerenveen 'n Gouden Plak ligt er een kans om dit sterker aan elkaar te verbinden en in de promotie tot uitdrukking te laten komen.

Organisatie van grotere evenementen is complex

Het organiseren van grote evenementen is de laatste jaren lastiger geworden. Een kleiner wordende groep vrijwilligers komt voor de uitdaging te staan een evenement te organiseren waarbij de veiligheid steeds prominenter in beeld komt. Gemeente, politie, veiligheidsregio en andere hulpdiensten vragen goed doordachte draaiboeken op. Zeker met grotere groepen is dit van groot belang. Juist die kennis van het organiseren van grote en veilige evenementen ontbreekt steeds vaker bij organisaties.

Acquisitie van evenementen

Heerenveen wil graag nieuwe grote (sportieve) evenementen binnenhalen, om daarmee het imago te versterken en meer bezoekers te trekken. Dit vraagt kennis en ervaring die nu nog onvoldoende aanwezig is. Vanuit verschillende partijen (Sportstad, Thialf, gemeente) worden hier wel stappen in gezet, maar er is nu te weinig organisatiekracht en tijd aanwezig om echt grote klappers binnen te halen.

Gemeente heeft als primaire taak vergunningverlening en toezicht

Tot slot zien we dat de gemeente de afgelopen periode ook zelf evenementen heeft binnengehaald én vervolgens heeft georganiseerd (denk aan de Binck bank tour). De gemeente is echter ook (primaire) vergunningverlener en toezichthouder/handhaver. Het is dus onwenselijk dat dit op deze manier gebeurt. Er is behoefte aan een partij die dergelijke evenementen kan binnenhalen en organiseren zodat de gemeente haar rol als vergunningverlener en handhaver zuiver kan uitvoeren.

Evenementen, regiomarketing en promotie is nu nog versnipperd.

Veel partijen ervaren dat er veel clubjes zijn die zich met dit werkveld bezighouden. We denken dat het goed is te werken aan een meer integrale benadering waarbij synergie voordelen optreden.

AMBITIE 2024

De partners betrokken in dit werkveld hebben de volgende gezamenlijke ambitie.

In 2024:

- Is de regio Heerenveen een toonaangevende regio in evenementen. De regio Heerenveen is op (inter)nationaal niveau een bekende en geliefde regio voor de organisatie van grotere (sport)evenementen. Denk hierbij aan WK's, EK's, sport gerelateerde evenementen en bekende culturele evenementen.
- Staat de regio Heerenveen bekend als Sportstad van het Noorden en een 'n gouden plak voor iedereen. De evenementen die we in de regio Heerenveen organiseren sluiten aan bij het imago van Heerenveen als Sportstad van het noorden en 'n gouden plak voor iedereen. De evenementen versterken dit imago en dragen bij aan de promotie van de regio op regionaal en nationaal niveau. Lokale instellingen, bedrijfsleven en het onderwijs hebben een hoge betrokkenheid, wat terug te zien is in zowel organisatorische als financiële bijdragen.
- Zijn de evenementen in de regio professioneel georganiseerd. De regio Heerenveen staat bekend om de professionele aanpak van evenementen. Zowel de organisatie van als de begeleiding tijdens evenementen is goed geregeld. Het aanvragen van een evenementenvergunning is efficiënt ingericht en verloopt spoedig waardoor evenementenorganisatoren (zowel lokaal, nationaal als internationaal) graag met de gemeente en het evenementenbureau samenwerken.
- Is er een sterke samenwerking tot stand gebracht tussen partijen die zich bezighouden met evenementen, regiomarketing en promotie. De bestaande organisaties op het gebied van evenementen, regiomarketing en promotie in de regio Heerenveen werken integraal samen. Er wordt slagvaardig vanuit een gezamenlijke visie bestuurd, de organisaties hebben zich verder ontwikkeld en geprofessionaliseerd, en in de praktische uitvoering is sprake van meer synergie en efficiëntie.

HOE?

EVENEMENTENBUREAU HEERENVEEN VOOR GOUD

Om deze ambitie te realiseren wordt voorgesteld dat een evenementenbureau aan de slag gaat met het binnenhalen van grote evenementen, het coördineren van evenementen, ondersteunen van evenementenorganisatoren en het sterker in de markt zetten van deze evenementen en het sportieve product Heerenveen. Dit is het evenementenbureau Heerenveen voor Goud.

Door middel van een heldere focus en positionering, en het aangaan van nieuwe samenwerkingsverbanden kan er nog meer uit regio Heerenveen gehaald worden dan op dit moment het geval is. Op dit moment zijn namelijk diverse partijen op hun eigen manier bezig met evenementen. Bijvoorbeeld de gemeente Heerenveen, de centrummanager Heerenveen, regiomarketing Heerenveen 'n Gouden Plak, het CTO, Sportstad Heerenveen, Thialf en Sport Fryslân. Elk van deze organisaties levert uitstekend werk in het eigen domein, maar komt te weinig toe aan verbinding met andere domeinen. Daarom is het goed dat er een evenementenbureau wordt opgericht dat onder meer als doel heeft een duurzaam netwerk op te bouwen met zowel lokale als landelijke partners.

Het voorstel is om het evenementenbureau aan te laten sluiten bij regiomarketing Heerenveen 'n Gouden Plak. Door samen te werken met deze organisatie wordt evenementencoördinatie en regiomarketing gebundeld. Voorbeelden elders in het land laten zien dat dit een goede combinatie is, gezien de gewenste effectiviteit, efficiëntie en samenwerking.

Om dit efficiënt en effectief te organiseren is het wenselijk dat Heerenveen 'n Gouden Plak zich omvormt, van een vereniging naar een stichting met een bestuur en Raad van Advies. De betrokkenheid van de huidige leden van Heerenveen 'n Gouden Plak is wel van groot belang, ook in de toekomst.

TAKEN

EVENEMENTENBUREAU HEERENVEEN VOOR GOUD

Onderstaand op hoofdlijnen de taken van het evenementenbureau:

- Doet acquisitie van nieuwe evenementen passend bij de branding en profilering van regio Heerenveen (waaronder ook (inter)nationaal georiënteerde bidprocedures);
- Zet evenementen, met de nadruk op (top)sportevenementen, in als citymarketing (promotionele, maatschappelijke en economische impact);
- Zet sponsoring in gang en ondersteunt inhoudelijk en financieel nieuwe en bestaande evenementen;
- Beoordeelt bestaande evenementen in heel regio Heerenveen (inclusief centrum Heerenveen) op basis van opgestelde criteria;
Elk jaar een goede balans van evenementen met een landelijke, regionale en lokale uitstraling.
- Geeft advies over de logistiek, promotie en marketing van grotere evenementen;
Centraal kenniscentrum voor begeleiding en ondersteuning van evenementenorganisatoren, en adviseert aan het college inzake evenementen en evenementensubsidie;
- Zoekt verbinding met het bedrijfsleven en organisaties;
Partnerwerving: Ontwikkelen van partnerships.
Relatiemanagement: Organiseren van netwerkbijeenkomsten, informatievoorziening.

In bijlage 1 wordt aan de hand van een matrix toegelicht welke rol het evenementenbureau kan spelen bij acquisitie, impact vergroten en ondersteunen van evenementen.

Organisatie

Het evenementenbureau valt onder de nieuw op te richten stichting Heerenveen 'n Gouden Plak.

De uitvoeringsorganisatie kent 2 speerpunten: Marketing en evenementen. Hieraan wordt voortsnog invulling gegeven door mensen die momenteel werkzaam zijn bij Heerenveen 'n Gouden Plak, Sportstad en de gemeente.

Het bestuur

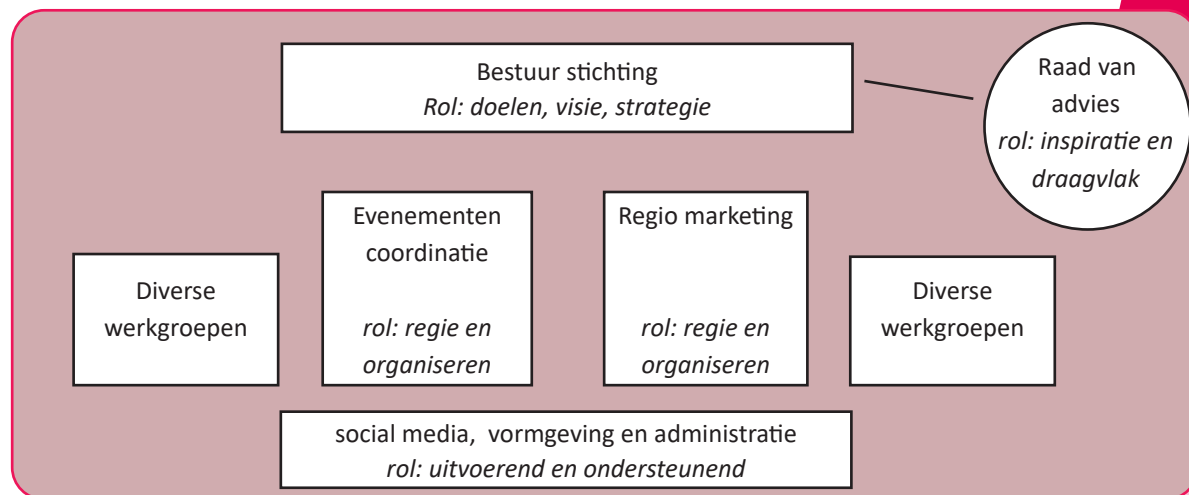
Het bestuur van de stichting is verantwoordelijk voor het bereiken van de doelen, visie en strategie. Het bestuur bestaat uit onafhankelijke personen die op basis van hun kennis en ervaring, passend bij het doel van de stichting, zitting nemen in het bestuur.

Raad van Advies

De Raad van Advies is het adviesorgaan voor het bestuur. De Raad van Advies functioneert als een klankbord voor het bestuur, waarin stakeholders op basis van hun belangen en netwerken gevraagd en ongevraagd advies kunnen geven. De leden van de Raad van Advies kunnen hun netwerken inzetten voor de stichting, voor verbinding zorgen en de legitimiteit van de stichting bewaken.

Potentiële partijen die zitting kunnen nemen in de RvA zijn:
Ondernemerskring Heerenveen (en ook andere ondernemersverenigingen), Stichting Centrum Promotie Heerenveen, Sportstad Heerenveen, Sc Heerenveen, Thialf, Sport Fryslân, Provincie Fryslân, Heerenveen Vitaal, Topsport Noord, vertegenwoordiging vanuit de dorpen, Ateliers Majeur, Oranjewoud Festival, Gondelvaart Aldeboarn, Flaeijel etc.

ORGANISATIE EN FINANCIERING



Door samen te werken in deze stichting kunnen synergievoordelen worden behaald.

Belangrijke lokale samenwerkingspartner die ook actief is op het gebied van evenementen is het CPH. Onderzocht moet worden op welke manier deze partij, i.c. de centrummanager, de hier voorgestelde structuur kan benutten om op het gebied van evenementen meer slagkracht en impact te krijgen.

Financiering

Voor dit Evenementenbureau is financiering nodig. Omdat het evenementenbureau vooral inzet op kennis en netwerken, is er met name financiering nodig voor het inzetten van medewerkers.

Uitgangspunt is dat zowel de gemeente als de stakeholders een financiële bijdrage leveren.

Om private partijen te laten investeren, is een initiërende de rol van de gemeente noodzakelijk. De gemeente financiert in de startperiode een belangrijke deel van de organisatiekosten en het werkbudget, zodat vanuit een stevige basis de benodigde private financiering verder kan worden ontwikkeld.

De doelstelling van het evenementenbureau is om minimaal 30% van haar inkomsten uit sponsorgelden en cofinanciering te genereren bij externe partijen. De uitdaging is om sport en cultuur te integreren bij sponsors, maatwerk te leveren en meer businessmogelijkheden voor hen te creëren. Het is belangrijk om diverse partijen uit de regio te betrekken en hiermee samen te werken. Ervaring leert dat het werven van dergelijke inkomsten tijd nodig heeft. En het evenementenbureau moet eerst haar meerwaarde laten zien. De ambitie is om deze doelstelling binnen twee jaar te bereiken.

In onderstaande tabel is aangegeven welk budget nodig is voor het functioneren van het evenementenbureau. Hierbij is ook aangegeven welke dekking er in welke jaren beschikbaar is.

Evenementenbureau	Begrote kosten per jaar 2021-2024
Personele inzet	130.000
Werkbudget en acquisitie	100.000
Totaal	230.000

Toelichting financiering personele inzet

Voor de personele inzet is jaarlijks € 130.000 nodig. Als gemeente kunnen we een belangrijk deel van de basisformatie leveren. We stellen voor de inzet van twee medewerkers van de gemeente deels en tijdelijk (2 jaar) in het evenementenbureau te plaatsen om zo het evenementenbureau goed te laten starten. De hiermee gemoeide kosten à € 60.000 nemen we als gemeente voor onze rekening (in kind bijdrage).

Ook regiomarketing Heerenveen 'n Gouden Plak levert een in kind bijdrage (€ 20.000). Dit doen zij op het gebied van de promotie van het centrum en de evenementen. Daarnaast levert Centrum Promotie Heerenveen een in kind bijdrage van € 20.000 door medewerking te verlenen aan het organiseren van evenementen. Deze bijdragen zijn voor vier jaar.

Verder zijn er vanuit de centrumvisie (G1000) in het kader van de investeringsagenda middelen gevraagd voor het versterken van de projectorganisatie en professionalisering van evenementen (breder dan centrum). Hiervoor is vanuit de centrumvisie een bedrag van € 30.000 beschikbaar, gedurende 4 jaar. Dit kan worden ingezet om de organisatie van het evenementenbureau verder vorm te geven. Deze bijdrage is voor vier jaar.

Toelichting financiering werkbudget en acquisitie

In de vastgestelde centrumvisie G1000 staat als speerpunt het “ontwikkelen van evenementen passend bij profiel en coördineren van de organisatie”. Hiervoor is in de investeringsagenda een jaarlijks budget van €25.000 geraamd. Voorgesteld wordt dit bedrag in te brengen in het evenementenbureau.

In 2019 heeft de gemeente voor de periode 2019-2022 een jaarlijks budget van € 75.000 voor het binnenhalen van toonaangevende evenementen beschikbaar gesteld. Dit bedrag is voor de jaren 2021 en 2022 nog beschikbaar en kan middels een subsidie beschikbaar worden gesteld aan het evenementenbureau.

Het is natuurlijk wenselijk dat de gemeentelijke bijdrage voor de acquisitie van evenementen van € 75.000 ook na 2022 wordt gecontinueerd, zodat er structureel grootschalige (sport)evenementen ingekocht kunnen worden. De gemeentelijke begroting voorziet hier nog niet in.

Tot slot

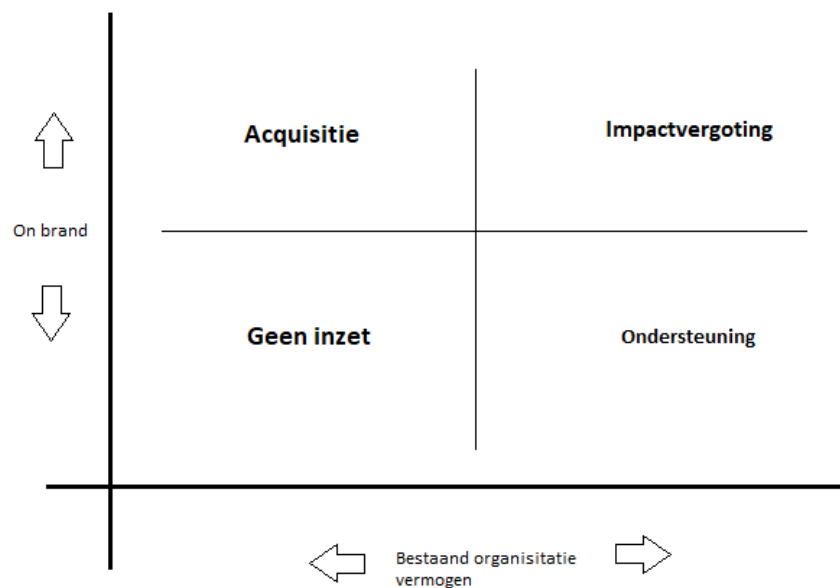
Hiermee zijn de eerste twee jaar van het evenementenbureau gedekt. Voor het vervolg moeten alle partners aan de slag om financiering te vinden.

SAMENGEVAT DE VOORSTELLEN

- Het opstarten van het evenementenbureau Heerenveen voor goud
- Twee medewerkers gedeeltelijk en voor de duur van 2 jaar (à € 60.000) in kind beschikbaar te stellen voor het evenementenbureau.
- Vanuit het budget centrumvisie een bijdrage van € 55.000 (€ 30.000 + 25.000) beschikbaar stellen aan het evenementenbureau.
- Het budget voor toonaangevende evenementen (€ 75.000) overhevelen aan het evenementenbureau.
- Een kwaliteitsimpuls leveren aan regiomarketing Heerenveen ‘n Gouden Plak (à € 20.000) en het centrummanagement (à € 20.000).

BIJLAGE 1

DE HEERENVEENSE EVENTS MATRIX



internationaal schaatstoernooi, maar ook aan een lokale buurtbarbecue. Het ene evenement is niet minder relevant dan de ander, maar de impact verschilt uiteraard wel.

Om het voor diverse partijen en voor evenementen organisatoren duidelijk te maken welke rol het evenementenbureau speelt is een matrix opgesteld. Evenementen worden beoordeeld op het al dan niet in meer of mindere mate on brand zijn en op het bestaand organisatorisch vermogen (vrijwillig of professioneel). De inzet van het evenementenbureau wordt bepaald aan de hand van de plek van een betreffend evenement in die matrix.

“On Brand” houdt in dat het evenement bijdraagt aan het profiel (het merk, de “brand”) van de regio Heerenveen. Met de as Bestaand organisatievermogen wordt in beeld gebracht of de evenementenorganisatie ervaring heeft, en voldoende vrijwilligers of een professionele organisatie die het evenement kan organiseren.

De matrix is opgebouwd uit vier kwadranten: acquisitie, impactvergroting, ondersteunen en geen inzet. Er is maatwerk vereist voor de bovenste twee kwadranten, een standaard aanpak voor het kwadrant “ondersteuning” en geen inzet vanuit het evenementenbureau voor de evenementen die in het kwadrant linksonder vallen.

Acquisitie

De evenementen binnen dit kwadrant zijn “on brand” en versterken het imago van regio Heerenveen. Het gaat hier om aansprekende en toonaangevende (top)sportevenementen met een maatschappelijke (gezondheid, cohesie) en/of een economische spin-off. Het doel van grotere on brand evenementen, is dat deze iets teweeg brengen. Die evenementen hebben het “wow-effect” en hebben een groot communicatief bereik. Ze zetten de regio, provincie en Noord Nederland, zowel op korte termijn als lange termijn op de kaart.

Deze evenementen komen meestal niet uit zichzelf naar Heerenveen, hier ligt een actieve rol voor Evenementenbureau Regio Heerenveen voor Goud als acquireur.

Acties die het evenementenbureau kan uitvoeren:

- We gaan de boer op. Heerenveen moet in een vroegtijdig stadium in beeld zijn bij deze evenementenorganisatoren en deze route wordt makkelijker en sneller gevonden mede door een groot netwerk.
- We maken een acquisitiekalender zodat we in beeld komen bij nieuwe evenementen. We bezoeken de Event Summit in Ahoy en laten ons daar actief zien als dé locatie in het noorden voor grotere (top)sportevenementen. De Event Summit is de grootste beurs van Nederland voor de gehele evenementenindustrie.
- We stellen een lijst met criteria op, om een duidelijke afweging te maken welke evenementen binnen de evenementenstrategie passen. Op deze manier kunnen we scherpere keuzes maken voor het binnenhalen en blijven organiseren van evenementen
- Een (top)sportevenement binnenhalen verloopt vaak via een bidprocedure. Deze procedure begint vaak ver voordat een evenement plaatsvindt. In een bidbook laten we zien waarom een evenement naar Heerenveen moet komen. We maken een basis bidbook dat we kunnen aanpassen op het moment dat we een aanvraag voor een evenementen willen indienen. Op deze manier kunnen we snel handelen en inspringen op incidentele kansen die voorbij komen.
- Jaarlijks streven we er naar om minimaal één nieuw (inter)nationaal (top)sportevenement naar Heerenveen te halen.

Impactvergroting

In het kwadrant rechtsboven vallen de evenementen die een groot eigen organisatievermogen (mogelijk professioneel) hebben. Dit is vanuit het verleden zo gegroeid. Deze evenementen sluiten aan bij het profiel van Heerenveen en hebben in meer of mindere mate sociaal-maatschappelijk en/of economische impact in regio Heerenveen. Maar er ligt een kans in het vergroten van de impact.

Het evenementenbureau kan hierbij actief meedenken over hoe de impact in de regio verhoogd kan worden. De bedoeling is dat de regio, of breder, de provincie en Noord Nederland op maatschappelijk en economisch vlak profiteert. Dit kan door langer verblijven, nieuwe doelgroepen, additionele bestedingen, nadrukkelijke betrokkenheid van het (Friese) bedrijfsleven en uitgebreide mediaexposure.

Bijvoorbeeld door het organiseren van side events voorafgaand of tijdens evenementen. Zij bieden uitstekend de kans om verbindingen te leggen met andere beleidsvelden of met andere organisaties en partijen die dezelfde doelen nastreven.

Wat gaat het evenementenbureau doen:

- We versterken ons netwerk (ondernemers) in de regio Heerenveen. Op deze manier ontstaat er een groter netwerk dan alleen het bekende (sport)netwerk. Hierdoor kunnen we op zoek naar innovatieve samenwerkingscombinaties zodat we andere type evenementen in beeld krijgen, nieuwe financieringsbronnen ontdekken en van elkaar kunnen leren (bijv. organisatie van bijeenkomsten voor het bedrijfsleven). Ook wordt er ingezet op lokale/regionale inkoop van producten/diensten.
- We versterken de samenwerking met lokale partijen als het onderwijs, sportaanbieders, MKB en welzijnsorganisaties om zo meer betrokkenheid te creëren met onze inwoners.
- We onderzoeken of grotere evenementen ook verspreid kunnen worden over meerdere dagen om zo het aantrekkelijker te maken

meerdere dagen in de regio te verblijven. We betrekken hierbij actief partners en toeleveranciers uit de regio om zo de impact te vergroten.

- We willen meer zichtbaarheid van regio Heerenveen als Sportstad van het Noorden en 'n gouden plak voor iedereen creëren.
 - o Van organisatoren wordt verwacht dat zij zich inspannen om een zo groot mogelijke media-aandacht te genereren voor het evenement. Via media bereik je een nog grotere potentiële bezoeker voor de regio. De buitenwereld mag zien wat Heerenveen allemaal te bieden heeft in sportief opzicht, maar ook in andere opzichten.
 - o Dit doen we onder andere door rand- en voorprogrammeringen rondom evenementen te organiseren. Deze randprogramma's vinden zoveel mogelijk in de openbare ruimte plaats in de buurt van het evenement. Zo is onze buitenruimte het podium en is het toegankelijk voor iedereen.
 - o Deze randprogramma's zijn essentieel voor het maatschappelijk draagvlak. Door randprogrammering trek je een breder publiek die zo in aanraking komen met sport en cultuur.
 - o We zorgen voor kwalitatief hoogwaardige, sfeervolle en aantrekkelijke aankleding van evenementen. Dit draagt bij aan de herkenbaarheid en zorgt voor sfeer en aantrekkelijkheid.

Ondersteuning

De evenementen in dit kwadrant hebben sterke vrijwillige organisatiekracht (of zelfs professioneel), maar de evenementen sluiten niet of niet geheel aan bij de profilering van regio Heerenveen. Zij hebben meestal een ander doel, vooral sociaal en cultureel.

Evenementenbureau Regio Heerenveen voor Goud biedt ondersteuning aan organisatoren van evenementen in de regio zodat de vrijwilligers ontlast worden en de evenementen naar een hoger niveau getild worden. En mogelijk wat meer aansluiten op de profilering. De rol van het evenementenbureau heeft betrekking op het faciliteren van standaard informatie en handboeken. Deze evenementen worden via een standaard aanpak gestimuleerd door tips en tricks mee te geven aan de organisatie ter bevordering van een betere branding. Kortom het evenementbureau biedt ondersteuning in de vorm van kennis, netwerk en/of (eenmalige) gelden. Dit moet in de praktijk nader worden uitgewerkt.

Om de organisatoren van dergelijk evenementen goed van dienst te zijn worden de volgende acties voorbereid door het evenementenbureau:

- Er komt één procedure rondom het aanmelden en uitvoeren van evenementen zodat organisatoren weten waar ze aan toe zijn. Denk hierbij aan een duidelijk opgesteld aanvraagformulier, het instellen van een jaarlijkse deadline voor het aanvragen van financiële ondersteuning etc.
- Het evenementenbureau beheert een databestand waarin alle beoogde (grote) projecten in een vroegtijdig stadium worden opgenomen. Om partners en externe partijen tijdig op de hoogte stellen van de projecten voor het daaropvolgende jaar, wordt er jaarlijks een bijeenkomst georganiseerd met daarin een voorstel van de evenementenkalender en de daarbij horende financiering.
- Het evenementenbureau werkt hierbij met een standaard aanvraagformulier en overeenkomst en zij begeleiden het proces, toetsen of een evenement ondersteuning verdient, geven een oordeel over de meerwaarde van het evenement voor de regio, de haalbaarheid en uitvoerbaarheid. Deze input is vervolgens de basis voor de aanvraag van de evenementenvergunning bij de gemeente.

Geen inzet

Het evenementenbureau besteed geen tijd en middelen aan evenementen die in dit kwadrant vallen. We moeten onderzoeken of er op dit moment evenementen op de evenementenkalender staan die binnen dit kwadrant vallen. Als dit zo is kan dat betekenen dat er afscheid wordt genomen van deze evenementen. Zeker als er gemeenschapsgeld mee gemoeid is.

