

An aerial photograph of the city of Weert, Netherlands, taken during the 'golden hour' of sunset. The sky is a mix of orange, pink, and blue. The city features a dense residential area with many brick houses, a prominent church spire in the distance, and a railway line with tracks running through the middle. In the foreground, there are bare trees and a road with a few cars. A large blue triangle is overlaid on the right side of the image, pointing towards the top right.

Strategisch Evenementenbeleid Weert

2025 — 2032

Inhoudsopgave

- 1. Inleiding3
- 2. visie op evenementen in Weert.....4
- 3. Doelen strategisch evenementenbeleid6
- 4. Het belang van evenementen.....10
 - a. Evenementen positioneren Weert.....10
 - b. Evenementen versterken sociaal-culturele betrokkenheid12
 - c. Evenementen versterken aantrekkelijk vestigingsklimaat.....13
 - b. Evenementen versterken imago & trots.....15
- 5. De concrete uitwerking: de themalijnen.....18
 - a. Merkversterkende iconische evenementen20
 - b. Bruisende binnenstad.....23
 - c. Natuur en leisure.....25
 - d. Herbeleving erfgoed26
 - e. Wonen27
 - f. bedrijven.....29
 - g. Sociale cohesie.....30
- 6. Weert: het impulsfonds Weert.....32
- 7. Het ecosysteem in Weert activeren35
- 8. Duurzaamheid en veiligheid.....38
- 9. Meten is weten: de Objective Key Results.....40

1. Inleiding

Weert is een energieke en dynamische stad die voortdurend in beweging is. Jaarlijks biedt Weert een breed scala aan evenementen voor inwoners en bezoekers, variërend van grote publiekstrekkingen tot kleinschalige buurtinitiatieven. Een levendig Weert draagt bij aan de verbondenheid van huidige inwoners, nieuwkomers en bezoekers. Toch blijven veel evenementen relatief bescheiden en vooral bekend binnen de eigen gemeenschap. Alleen bij enkele grote evenementen, zoals de historisch gegroeide Weert Kermis, de Wieerter vastelaovend en het door vrijwilligers gedragen Bospop, profileert Weert zich trots naar buiten toe.

Onze evenementen zijn diepgeworteld in het DNA van Weert: een actieve, levendige gemeenschap, een historische binnenstad, een ligging te midden van Unesco Mens & biosfeergebied KempenBroek met een sterk leisure-aanbod en een robuust bedrijfsleven. Naast de iconische evenementen als Weert Kermis, vastelaovend en Bospop, kennen wij ook talloze betekenisvolle evenementen in de binnenstad, dorpen, wijken en buurten. Van groot tot klein: samen vormen deze evenementen de motor achter de energie van onze stad.

Een veelzijdig evenementenaanbod draagt wezenlijk bij aan een aantrekkelijk woon-, werk- en verblijfsklimaat. Evenementen bieden ontmoeting, inspiratie en versterken de sociale samenhang. Bovendien worden zij vaak mogelijk gemaakt door de inzet van vele vrijwilligers, die zich met hart en ziel inzetten voor de gemeenschap. Door samen te bouwen aan een evenementenstad geven we ruimte aan ontmoeting, ontwikkeling en creativiteit.

Onze visie kijkt verder dan de korte termijn. We richten ons niet enkel op groei in kwantiteit; de evenementenkalender van Weert is immers al rijkelijk gevuld. De uitdaging ligt in het versterken van de kwaliteit. Dit doen we door de basis te optimaliseren, programmatisch te werken, gerichte marketing in te zetten en inhoudelijk te vernieuwen. Zo werken we aan evenementen die inspelen op de identiteit van Weert, bijdragen aan economische vitaliteit en maatschappelijke meerwaarde bieden.

De gemeente Weert wil een duidelijke koers uitzetten waarin balans wordt gevonden tussen de belangen van organisatoren, inwoners en andere betrokken partijen. Het evenementenbeleid staat daarbij in directe verbinding met het vergunningenbeleid: beide instrumenten zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden.

Het gewenste resultaat? Een toekomstbestendige evenementenstad die past bij de realistische ambities van Weert. Een stad waarin inwoners, bezoekers en ondernemers optimaal profiteren van een veilig, inspirerend en vernieuwend evenementenaanbod. Evenementen die Weert niet alleen verbinden, maar ook versterken en uitdagen tot nieuwe initiatieven.

2. Visie op evenementen in Weert

We willen een mix hebben van iconische evenementen die passen bij onze stad (on-brand evenementen) en een uniek Weerts karakter c.q. inhoud kennen. Hiermee positioneren we ons ten opzichte van andere steden. Daarnaast willen we ook blijvend inzetten op evenementen die niet vanuit onze merkwaares zijn ontstaan (breedte evenementen) waardoor de evenementenkalender een breed aanbod van verschillende soorten evenementen kent.

Daarmee legt dit beleidsstuk de inhoudelijke relatie naar de strategische visie, de omgevingsvisie en de eerder vastgestelde ongewijzigde citymarketingstrategie en vormt een inhoudelijke vertaling in belevingsmomenten waarin dat beleid zichtbaar wordt.

Evenementen versterken Weert. Als gemeente willen we dingen mogelijk maken en denken we mee als partner van de initiatiefnemers. We doen dat door een programmatische aanpak waarbij nadrukkelijk een coördinerende en faciliterende taak is opgenomen bij de stichting Weert Marketing (SWM) die samenhangend met de marketingopgave deze taak wordt opgedragen. Bij SWM zal een programmaraad met deelnemers vanuit het maatschappelijk veld hiervoor worden ingericht, waarmee denk- en doekracht vanuit de Weertenaren wordt geactiveerd.

Tevens hebben we de signalen uit de stad opgepakt en zijn actief parallel aan de ontwikkeling van deze inhoudelijke nota aan de slag met een implementatieplan hierin willen we nu ook actief invulling geven aan een transparante dienstverlening en ondersteuning voor maatschappelijke organisaties in de stad. Hieraan hebben we invulling gegeven in de opdracht aan SWM met een front office loket bij de stichting op gebied van advies en facilitair support. Een belangrijk doel is dat SWM de initiatiefnemer ondersteund bij het opstellen van een volledige en volwaardige vergunningsaanvraag, zodat het proces van vergunningverlening door de gemeente snel en soepel kan worden doorlopen.





3. Doelen strategisch evenementenbeleid

In een tijd waarin steden elkaar beconcurreren om talent, investeringen en toeristen, vormt een doordacht evenementenbeleid een onmisbaar instrument voor de gemeente Weert. Evenementen zijn immers veel meer dan tijdelijke vermaak momenten: ze fungeren als motor voor economische dynamiek, als magneet voor nieuwe bewoners en bedrijven, als bindmiddel binnen de gemeenschap én als krachtig middel om het imago van de stad uit te dragen. Andere gemeenten hebben geleerd dat een strategische aanpak van evenementen bijdraagt aan een bloeiend vestigingsklimaat, een sterk sociaal weefsel en een onderscheidende city-brand. Weert kan deze inzichten benutten én versterken door keuzes te maken die aansluiten bij haar eigen identiteit: historische binnenstad, groene omgeving en een no-nonsense mentaliteit.

Wanneer een stad een veelzijdig en consistent evenementenprogramma aanbiedt, komen bezoekers in groten getale naar cafés, restaurants en winkels, boeken zij overnachtingen en besteden zij in de aanloop naar en tijdens evenementen allerlei extra's in de lokale economie. Daardoor ontstaan nieuwe kansen voor ondernemers, van horecaexploitant tot podiummaker, en van leverancier van techniek tot taxichauffeur. Onderzoek naar de economische impact van grote publieksevenementen in vergelijkbare gemeenten wijst uit dat voor elke euro subsidie gemiddeld twee tot drie euro aan lokale bestedingen terugvloeit. Door structureel gegevens te verzamelen over bezoekersaantallen, bestedingspatronen en bedrijfsopbrengsten – zoals Breda en Eindhoven al doen – kan Weert haar investeringsbeslissingen steeds verder aanscherpen en verantwoorden. Zo ontstaat niet alleen groei, maar ook inzicht in welke

evenementen de meeste spin-off genereren.

Evenementen beïnvloeden bovendien de aantrekkingskracht van een stad. In een wereld waarin bedrijven steeds kritischer kijken naar de woon-werkbalans van hun medewerkers, speelt de belevingswaarde van de omgeving een doorslaggevende rol. Een levendige kalender met festivals, culturele manifestaties, natuurgerichte evenementen en sporttoernooien maakt Weert interessanter voor ondernemers die op zoek zijn naar een vestigingsplaats waar hun personeel zich thuis voelt. Tegelijkertijd geeft een divers aanbod van activiteiten potentiële nieuwe bewoners – van jonge gezinnen tot senioren – een beeld van een dynamische gemeenschap waarin wonen niet alleen draait om een dak boven het hoofd, maar om leefkwaliteit, ontmoeting en beleving.

Binnen de eigen grenzen van de stad stimuleren evenementen sociale cohesie. Waar mensen elkaar anders zelden tegenkomen, bieden festivals, marktjes en buurtfeesten laagdrempelige gelegenheden om samen te komen. Verschillende doelgroepen – jong en oud, nieuwkomers en oude garde – ontmoeten elkaar in de publieke ruimte en delen ervaringen die het onderlinge begrip vergroten. Tilburg heeft hier met haar wijkgerichte programmering goede resultaten geboekt: kleine initiatieven in buurten versterken het gevoel van eigenwaarde en verbondenheid. Weert kan hierop aansluiten door bewonersinitiatieven actief te faciliteren, door technische en organisatorische ondersteuning te bieden en door een platform op te zetten waarin kennis en ervaring worden gedeeld.



Tenslotte zijn evenementen een onmisbaar citymarketing-instrument. Ze vertellen het verhaal van Weert: een stad die haar geschiedenis eert, haar natuurlijke omgeving omarmt en continu zoekt naar innovatieve ontmoetingsvormen. Een sterk evenement is een visitekaartje dat media-aandacht genereert, ambassadeurs creëert en de merkwaarde van de stad vergroot. Door consequent te investeren in gerichte promotiecampagnes – online en offline, lokaal en regionaal – gaat Weert het leidende marketingthema “Dit is Weert” laden met sfeer, emotie en authenticiteit. Samenwerking met Brainport Eindhoven en grensoverschrijdende partners kan daarbij extra aandacht opleveren en de positionering van Weert als zelfstandige, gastvrije en verrassende evenementenstad verstevigen.

Kortom, een onderscheidend evenementenbeleid helpt Weert om economische groei te stimuleren, aantrekkingskracht te vergroten, sociale verbinding te verdiepen en het imago te versterken. Door een slimme mix van datagedreven sturing, eigenaarschap voor bewoners en een krachtige citymarketingaanpak gaat Weert zich profileren als een stad waar je niet alleen woont, maar waar je blijft komen, beleven en groeien.

marketing en branding:

gebruik het UNESCO-label om Weert te profileren als toegangspoort tot grenspark KempenBroek aantrekkelijk voor natuurliefhebbers.

Samengevat:

Doelen strategisch evenementenbeleid

1. Economische groei en bloei: Een dynamische stad organiseert talrijke evenementen, wat resulteert in een toestroom van bezoekers en een toename in uitgaven. Dit biedt lokale ondernemers kansen, wat uiteindelijk bijdraagt aan werkgelegenheid en economische vooruitgang.
2. Aantrekkingskracht: Steden met een levendig karakter trekken meer toeristen, bedrijven en potentiële nieuwe bewoners aan. Dit vergroot de kans op investeringen, wat zorgt voor groei en vooruitgang.
3. Sociale cohesie: Een levendig stadscentrum en andere belangrijke plekken fungeren als ontmoetingsruimten voor bewoners van verschillende achtergronden. Evenementen bevorderen deze ontmoetingen wat de onderlinge verbondenheid binnen de Weerter gemeenschap vergroot.
4. Citymarketing-instrument: Door evenementen te organiseren, kan de stad zichzelf presenteren en haar identiteit laten zien. Citymarketing speelt een cruciale rol in het uitdragen van dit verhaal. Het draait hierbij om het delen van waarom Weert een bezoek waard is.



4. Het belang van evenementen

Weert ontwikkelt zich sterk als tweede grootste gemeente in Midden-Limburg, strategisch gelegen nabij de snelgroeende Brainport Regio Eindhoven. Waar Eindhoven zich heeft getransformeerd van industriestad tot internationaal technologisch centrum, biedt deze nabijheid ook voor Weert grote kansen. Weert wil zich profileren als een aantrekkelijke bestemming om te wonen, werken, ondernemen en recreëren – een stad waar kwaliteit van leven voorop staat.

a. Evenementen positioneren Weert

In deze context speelt een onderscheidend en verleidelijk evenementenaanbod een sleutelrol. In een snel veranderende wereld, waarin (jonge) mensen en bedrijven hun vestigingskeuze steeds meer baseren op de totale leefomgeving, is het van groot belang dat Weert inzet op een sterk en inspirerend profiel. Niet alleen uitdagend werk is bepalend, maar ook de beschikbaarheid van cultuur, sport, groen, recreatie en evenementen bepaalt de aantrekkelijkheid van een stad.

Andere steden – regionaal, nationaal en internationaal – investeren volop in een sterke leefomgeving waarin evenementen een belangrijke verbindende en versterkende factor zijn. Voor Weert betekent dit: het ontwikkelen van een eigen, herkenbare identiteit binnen het evenementenaanbod, waarbij de stad dicht bij zichzelf blijft.



Weert onderscheidt zich door haar unieke combinatie van historische binnenstad, natuurlijke omgeving, sterke gemeenschapszin en een robuust lokaal bedrijfsleven. Evenementen in Weert moeten deze kenmerken versterken: evenementen die geworteld zijn in het DNA van de stad, maar die tegelijkertijd vernieuwend, verrassend en inspirerend zijn voor zowel inwoners als bezoekers van buiten de regio.

De vraag naar unieke belevenissen groeit. Bezoekers zoeken evenementen die niet inwisselbaar zijn, maar die iets specifieks bieden dat alleen Weert kan leveren. Dat vraagt om maatwerk: evenementen die verrassen, verbinden en inspireren, en die tegelijkertijd aansluiten bij de karakteristieken van Weert als energieke, betrokken en ondernemende gemeenschap.

Evenementen zorgen bovendien voor brede positieve effecten. Ze brengen niet alleen economische impulsen door extra bestedingen in horeca, retail en dienstverlening, maar dragen ook bij aan sociale samenhang, trots, identiteit en een levendig stadsbeeld. Ze vormen een broedplaats voor nieuwe samenwerkingen en initiatieven, en leveren zo nieuwe energie aan de stad op tal van terreinen. Door strategisch in te zetten op een authentiek en onderscheidend evenementenprofiel, wil Weert haar aantrekkelijkheid duurzaam vergroten en haar positie binnen de regio én daarbuiten verder versterken.

Concreet zet Weert in op de volgende uitgangspunten:

1. Inzetten op kwaliteit boven kwantiteit binnen het evenementenaanbod.
2. Kiezen voor evenementen die het unieke verhaal van Weert vertellen.
3. Versterken van de samenwerking met bedrijven, culturele instellingen, en vrijwilligers.
4. Gericht investeren in evenementenmarketing om het profiel van Weert als evenementenstad verder uit te bouwen.



b. Evenementen versterken sociaal-culturele betrokkenheid

Evenementen vormen een krachtig middel om inwoners van Weert met elkaar en met hun stad te verbinden. Ze creëren waardevolle ontmoetingen in de publieke ruimte — op pleinen, in parken, dorpen, buurten en wijken — waar mensen uit verschillende achtergronden, leeftijden en levensstijlen elkaar op een laagdrempelige manier kunnen tegenkomen. Deze ontmoetingen geven vorm aan een levendige en inclusieve stad, waarin gemeenschapsgevoel en onderlinge betrokkenheid worden versterkt. Tijdens evenementen krijgt de openbare ruimte een nieuwe betekenislaag. Denk aan buurtbarbecues, wijkfeesten, culturele markten en sporttoernooien: tijdelijke gemeenschappelijke belevingen die sociale cohesie bevorderen. Ze doorbreken barrières en brengen mensen samen die elkaar anders misschien nooit zouden spreken. Dit draagt bij aan de leefbaarheid, veerkracht en trots van Weert.



De meest krachtige evenementen zijn die welke van onderop ontstaan – initiatieven die hun oorsprong vinden in de kracht en creativiteit van bewoners, verenigingen en lokale ondernemers. Net zoals Bospop ooit begon als een kleinschalig initiatief, laat de geschiedenis zien dat Weertenaren ondernemend en verbonden zijn. Dit eigenaarschap is een waardevol kenmerk van de stad, dat gekoesterd en gefaciliteerd moet worden. Door ruimte te bieden aan experiment, door ondersteuning te geven bij ideeën vanuit de gemeenschap en door te denken in kansen en mogelijkheden, kan de gemeente nieuwe initiatieven laten groeien. Dit versterkt het gevoel van eigenaarschap en zorgt voor een evenementenklimaat waarin mensen zich herkennen, meedoen en mee vormgeven.

Evenementen zijn niet alleen gelegenheden voor ontmoeting; ze zijn ook krachtige dragers van cultuur en sport. Ze brengen de culturele rijkdom van Weert tot leven, zetten lokale makers, erfgoedlocaties en culturele instellingen in de schijnwerpers, en zorgen voor een sterke publieksbetrokkenheid. Denk aan iconen als de Weert Kermis, vastelaovend en het brede aanbod als bijvoorbeeld het Cultuurlint, maar ook aan kleinere culturele evenementen in het centrum, dorpen, de wijken, op scholen of in het groen. Daarnaast hebben sportevenementen een unieke verbindende kracht. Van jong tot oud, actief of passief betrokken: sport brengt mensen in beweging. Door strategisch in te zetten op sportevenementen die gezondheid, duurzaamheid en gemeenschapsvorming combineren — bijvoorbeeld via side events, clinics of wijkgerichte toernooien — draagt Weert bij aan maatschappelijke doelen. Een strategisch afgestemde sportevenementenkalender zorgt ervoor dat sport optimaal benut wordt als middel voor verbinding én vitaliteit.

De kracht van evenementen ligt in hun vermogen om identiteit, betrokkenheid en innovatie samen te brengen. Voor Weert betekent dit:

1. Faciliteren van bewonersinitiatieven: door ondersteuning op maat en laagdrempelige toegang tot vergunningen, middelen en kennis.
2. Verbinding tussen beleidsdomeinen: cultuur, sport, economie, sociaal domein en ruimtelijke ordening versterken elkaar via evenementen.
3. Ruimte geven aan lokaal karakter: juist in het kleinschalige, menselijke karakter onderscheidt Weert zich van grotere steden.
4. Inzetten op betekenisvolle locaties: van erfgoedplek tot wijkplein en van stadspark tot bedrijventerrein. Van water tot natuur.
5. Bewust bouwen aan ontmoetingsplekken: evenementen als motor voor inclusiviteit, gemeenschapszin en stadsvernieuwing.
6. Door bewust in te zetten op evenementen als sociaal-cultureel instrument, bouwt Weert aan een samenleving waarin inwoners zich gezien, gehoord en verbonden voelen. Het is deze menselijke maat die Weert onderscheidt — een stad waar je niet alleen woont, maar waar je onderdeel bent van een gemeenschap die samen viert, beweegt en groeit

c. Evenementen versterken aantrekkelijk vestigingsklimaat

Een bruisende stad herken je aan haar levendigheid — en evenementen zijn daarvan het kloppend hart. In Weert vervullen evenementen een sleutelrol in het aantrekkelijk maken van de stad voor bewoners, bezoekers én bedrijven. Ze dragen bij aan de economische dynamiek, versterken de identiteit van de

stad en vormen een essentieel onderdeel van het vestigingsklimaat. In een tijd waarin mensen en bedrijven niet langer alleen kiezen op basis van harde randvoorwaarden zoals bereikbaarheid of vastgoedprijzen, worden de zachte factoren steeds belangrijker. Voor bedrijven is het belangrijk zich te vestigen in een omgeving waar hun medewerkers graag wonen, waar voldoende ontspanning, inspiratie en ontmoeting te vinden is. Evenementen dragen hier direct aan bij door een levendig cultureel klimaat, publieke zichtbaarheid en een gevoel van verbondenheid in de stad.

Weert kan zich onderscheiden door in te zetten op evenementen die een herkenbaar en eigen karakter uitstralen. Niet groots en massaal om te concurreren met steden als Eindhoven, maar juist menselijk, creatief, groen en verbonden met haar unieke DNA: historische binnenstad, ligging in het groen, de betrokken gemeenschap en de vele actieve verenigingen.

Evenementen genereren aantoonbare economische meerwaarde. Ze trekken bezoekers aan die geld uitgeven in de lokale economie: in winkels, horeca, overnachtingen en culturele instellingen. Zo versterkt elk evenement de lokale bestedingen.

Denk ook aan de indirecte economische effecten: toeleveranciers van licht, geluid, podia, beveiliging, catering, vervoer en promotie. Veel van deze diensten worden geleverd door lokale en regionale ondernemers, die baat hebben bij een stevig en divers evenementenpalet. Daarbij biedt de sector ook werkgelegenheid aan freelancers, studenten en werkzoekenden – met name in praktische, toegankelijke functies.



De evenementensector is een belangrijke aanjager van tijdelijk en flexibel werk. Van opbouwploegen tot marketingmedewerkers en van artiesten tot zzp'ers in techniek en productie: de organisatie van evenementen stimuleert ondernemerschap en zorgt voor werkgelegenheid, vooral in creatieve en praktische beroepen. Weert moet dit benutten door meerjarige strategische samenwerkingen aan te gaan met lokale ondernemers en opleidingen, en evenementen te gebruiken als oefen- en ontwikkelterreinen voor lokaal talent.

Evenementen brengen zichtbaarheid en aantrekkingskracht. Ze vertellen het verhaal van de stad en zetten Weert op de kaart als aantrekkelijke plek om te bezoeken, ondernemen of wonen. Een sterk evenement is niet alleen een lokaal feestje, maar ook een marketinginstrument: het trekt media-aandacht, bezoekers en ambassadeurs aan. Om deze kracht optimaal te benutten, moet het evenementenbeleid naadloos aansluiten op de citymarketingstrategie van de stad. De ontwikkeling van Stichting Weert Marketing biedt een solide basis om citymarketing, evenementenpromotie en placemaking op elkaar af te stemmen. Door structurele samenwerking kunnen thema's, branding en storytelling meer verbonden worden aan het evenementenseizoen, met focus op de unieke kwaliteiten van Weert. Weert als onderscheidende evenementenstad: klein maar krachtig

Waar andere steden kiezen voor grootschalige en internationale evenementen, ligt voor Weert de kracht in kwaliteit, nabijheid en eigenheid.

Denk aan:

1. Evenementen met een lokale ziel, die bezoekers het gevoel geven écht onderdeel te zijn van de stad.

2. Een fijnmazige verdeling van evenementen over dorpen, wijken, buitengebied en binnenstad.

d. Evenementen versterken imago & trots

Weert heeft van oudsher een centrale rol gespeeld als logistiek en cultureel knooppunt tussen Brabant, Limburg en het Vlaams-Duitse achterland. Die strategische ligging – versterkt door infrastructuur zoals de spoorverbinding en de Zuid-Willemsvaart aangevuld met de snelwegverbinding A2 – vormde decennialang de basis voor economische én sociale verbinding. Vandaag de dag is het tijd om die positie opnieuw kracht bij te zetten. Evenementen vormen daarbij een krachtig en zichtbaar instrument om het imago van de stad te versterken én de trots van inwoners te voeden.

Evenementen bieden bezoekers uit binnen- en buitenland een unieke kans om Weert te ervaren. Ze laten op levendige wijze zien wat de stad in huis heeft: van cultuur en erfgoed tot gastvrijheid, ondernemerschap en natuurrijke omgeving. Tegelijkertijd zijn evenementen voor inwoners een uitnodiging om nieuwe plekken in hun eigen stad te ontdekken. Een goed gepositioneerd evenement fungeert als venster op het karakter en de kwaliteit van Weert — of dat nu in de historische binnenstad is, in het buitengebied of op een verborgen erfgoedlocatie zoals openluchttheater de Lichtenberg of het Kasteelpark Nijenborgh. Door bezoekers op een verrassende en hoogwaardige manier kennis te laten maken met Weert, wordt niet alleen het beeld van de stad verrijkt, maar ook haar aantrekkelijkheid als vestigingslocatie, toeristische bestemming en culturele broedplaats.



Evenementen geven inwoners een gevoel van eigenaarschap, verbondenheid en trots. Niet alleen bij grootschalige evenementen als Bospop of de Weert kermis en de Weerter vastelaovend, maar ook bij kleinschalige buurtinitiatieven, wijkfeesten en culturele programma's. Juist deze kleinere evenementen – vaak gedragen door bewoners en vrijwilligers – zijn essentieel voor de sociale vitaliteit van de stad. De gemeente Weert onderscheidt zich door een hoge mate van lokale betrokkenheid en no-nonsense mentaliteit. Vrijwilligers zijn de motor achter veel evenementen. Inzetten op waardering, ondersteuning en erkenning van deze groep is daarom essentieel. Evenementen zijn immers méér dan programma's; ze zijn dragers van gemeenschapszin.

De binnenstad van Weert staat voor een transformatie: van winkelgebied naar levendige ontmoetingsplek. Het “Omgevingsprogramma Binnenstad Weert 2024-2030” schetst een nieuwe koers waarin beleving, verblijfskwaliteit en culturele dynamiek centraal staan.

Dat betekent zeker voor Weert een duidelijke en evenwichtige belangenafweging van ruimtelijke ontwikkeling die een ruimteclaim op de openbare ruimte legt in relatie tot ruimte houden voor evenementen (bijvoorbeeld volumegebruik kermis!).

Een gebalanceerde en strategisch afgestemde evenementenkalender is hierin onmisbaar. Evenementen brengen mensen samen, zorgen voor reuring én activeren plekken die anders verborgen blijven. Denk aan tijdelijke podia in het park, foodfestivals op pleinen, lichtkunst op monumenten of cultuurwandelingen langs de Zuid-Willemsvaart.

Bovendien bieden evenementen in en rond de binnenstad ruimte voor placemaking: het tijdelijk of permanent herinrichten van publieke ruimten om de aantrekkelijkheid en identiteit te versterken. Dit bevordert niet alleen het imago, maar stimuleert ook ondernemers, horeca en culturele instellingen om mee te investeren in de stad als ontmoetingsplek. Wat Weert echt onderscheidt, is haar vermogen om evenementen te koppelen aan lokale verhalen, tradities en plekken. Dat zorgt voor authenticiteit, herkenning en eigenheid. Door slim gebruik te maken van erfgoedlocaties, natuurgebieden en de menselijke schaal van de stad, kan Weert evenementen ontwikkelen die niet alleen aantrekkelijk zijn, maar ook onvergetelijk.

Concreet:

1. Het imago van Weert groeit door ervaring, trots groeit door participatie.
2. Het imago van Weert positief te laden en regionaal te positioneren;
3. Bewoners trots te laten voelen op hun wijk, stad en gemeenschap;
4. Verborgene plekken en verhalen zichtbaar te maken voor een breed publiek;
5. De binnenstad en aangrenzende gebieden opnieuw te activeren;
6. Vrijwillige energie te behouden en stimuleren.

Samenvattend: investeren in evenementen is investeren in de toekomst. Evenementen zijn méér dan vermaak. Ze zijn bouwstenen van een aantrekkelijk woon- en vestigingsklimaat, aanjagers van economische groei, dragers van identiteit en bruggenbouwers tussen mensen en bedrijven. Door strategisch en inhoudelijk te investeren in evenementen — en dit te koppelen aan citymarketing, werkgelegenheid en lokale identiteit — maakt Weert zich klaar voor een toekomst waarin leefbaarheid en economische vitaliteit hand in hand gaan.

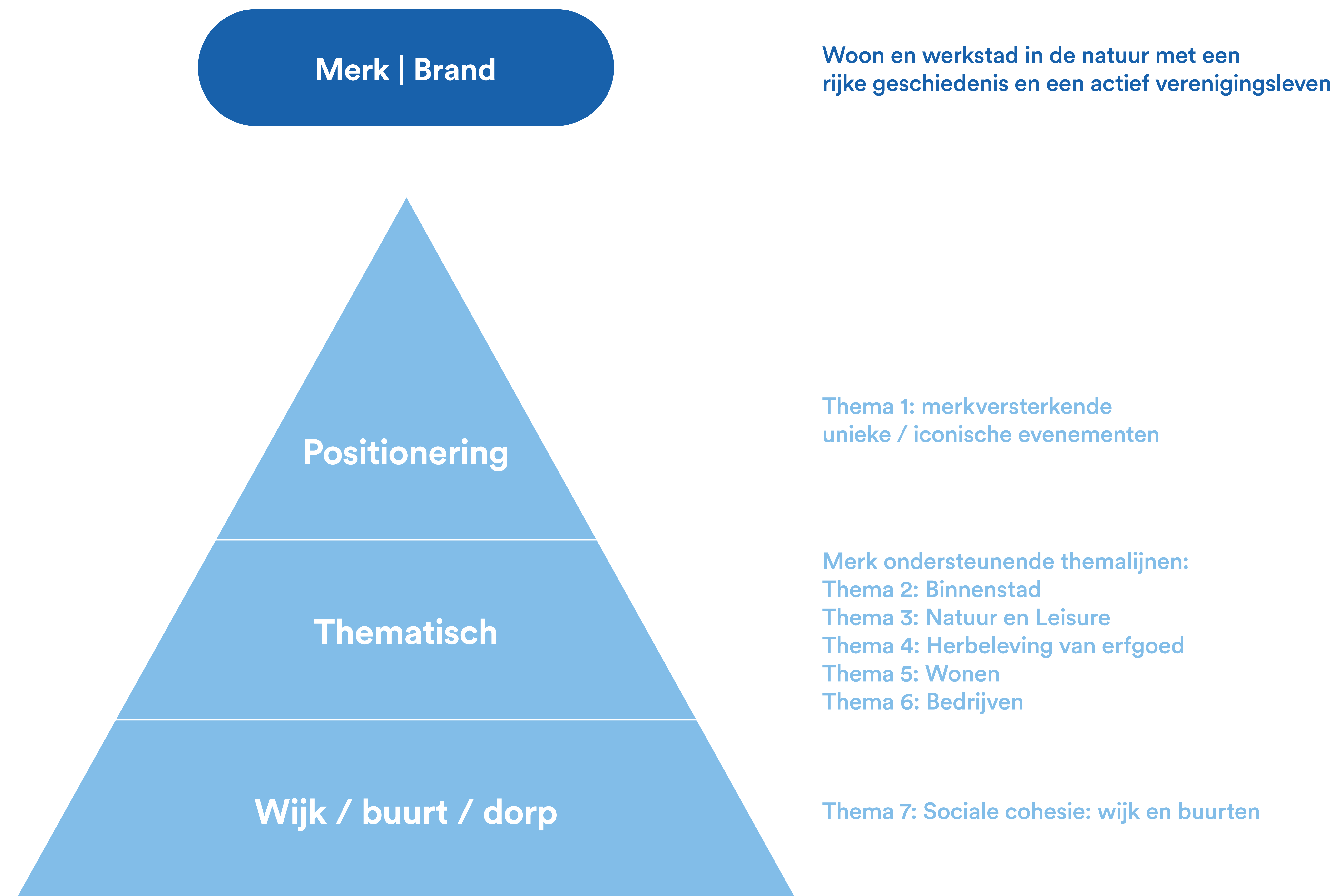
5. De concrete uitwerking: de themalijnen

De kracht van de sterke lokale organisatiegraad met een licht eigenwijs karakter heeft ook een keerzijde van verlies aan kracht als dit niet goed wordt begeleid door een programmatische aanpak en regie.

We hebben in dit evenementenbeleid daarom naast een strategisch kader nadrukkelijk gekozen om duidelijke themalijnen te ontwikkelen waarbinnen we bestaande evenementen en nieuwe concepten kunnen plaatsen. Hierdoor ontstaat ook op thema's een duidelijk profiel en daarmee ook de mogelijkheid om hier vanuit de ondersteunende citymarketing een duidelijke strategie naar doelgroepen te ontwikkelen. Daarmee creëren we een transparant kader voor programmering maar wat gericht is op bereiken van concreet resultaat.

Bijgaand hebben we schematisch in onderstaande merk piramide opgenomen.

Hierbij dient nadrukkelijk te worden opgemerkt dat er geen hiërarchie is in de Piramide. Alle themalijnen zijn gelijkwaardig en relevant. De evenementen nemen alleen meer aan relevantie toe vanuit de positioneringsstrategie van de stad Weert op het gebied van Citymarketing.





a. Merkversterkende iconische evenementen

Iconische evenementen zijn ‘brand moments’ voor een stad: jaarlijkse hoogtijdagen die onlosmakelijk met de plaats verbonden zijn en die een sterk, herkenbaar imago van de stad uitdragen. Ze fungeren als visitekaartje, trekken bezoekers van heinde en verre, en versterken de merkidentiteit door continuïteit, kwaliteit en eigenheid. Doel is om met een paar zorgvuldig gekoesterde, groots geproduceerde evenementen de gemeente Weert scherp te profileren en hoge economische, sociale en culturele opbrengsten genereren. Iconische evenementen zijn daarbij helpend om de volgende redenen:

1. Bieden een “signature experience” die je nergens anders vindt.
2. Zorgen voor media-aandacht en free publicity.
3. Creëren een jaarlijks terugkerende piek in verblijf- en bestedingscijfers.
4. Voeden lokale trots en gemeenschapsgevoel.

Weerter bestaande iconen: Kermis, vastelaovend & Bospop

De Weerter vastelaovend, de Weerter kermis en Bospop zijn al decennialang iconen. De Kermis belichaamt de eeuwenoude traditie van samen vieren in de binnenstad, met een mix van nostalgie (draaimolens, schutterijen) en moderne attracties. Bospop staat voor no-nonsense rock- en popmuziek in een groene setting, georganiseerd door vrijwilligers met een grote betrokkenheid. Beide evenementen:

- Hebben een eigen, authentiek karakter dat diep geworteld is in de lokale cultuur.
- Trekken tienduizenden bezoekers en genereren miljoenen aan economische spin-off.
- Zetten Weert op de kaart in regionale en nationale media.

Om deze iconen verder te versterken kan Weert:

1. Het verhaal verdiepen: koppel Kermis en Bospop nog sterker aan lokale verhalen (bijv. historische anekdotes, biertjes van lokale brouwerijen, muziekgeschiedenis of foodconcepten uit de regio).
2. Belevingslagen toevoegen: introduceer side-events zoals kermis-foodfestivals, nostalgische fototentoonstellingen, pop-up concerten in erfgoedlocaties of silent disco’s in het Kasteelpark Nijenborgh tijdens Bospop.
3. Internationale samenwerking: nodig buitenlandse kermiskunstenaars of bands uit Weerts zustersteden uit om cross-border aandacht te genereren.

Ontwikkelopgave: Nieuwe Iconen voor Weert

Om het merk Weert verder uit te bouwen, is het creëren van aanvullende iconische evenementen cruciaal.

Deze nieuwe pijlers verbinden verleden en toekomst, spelen in op lokale identiteit en vullen actuele maatschappelijke thema's in. We hebben een aantal concepten die in basis in Weert zijn ontwikkeld en hier als inspiratie opgenomen op te komen tot doorontwikkeling. Dit zal in coproductie verder moeten worden geïnitieerd en gecoördineerd om te komen tot selectie en doorontwikkeling. Denk daarbij aan initiatieven zoals:

1. Antje van de Statie Revisited

- Concept: Een meerdaags festival rond de geschiedenis van Antje, met historische reënactments, literatuuravonden, theater in stationsgebouw, en een streekproductenmarkt met de bekende Weertse vlaaitjes.
- Merkwaarde: Verbindt erfgoed met culinaire en culturele beleving, brengt generaties samen en benut de stationsomgeving als poort van de stad.

2. Van Horne Festijn – Cultureel Domein

- Concept: Jaarlijks eerbetoon aan de 16de eeuwse Filips van Montmorency, graaf van Horne en heer van Weert, inclusief een historisch spektakel in kasteelpark Nijenborgh, maak een verbinding naar de historische binnenstad, barokconcerten in kerken, workshops, houwitser-vuur en een licht- en klankparcours in de Lichtenberg.

- Merkwaarde: Profileert Weert als stad met een rijk verleden, versterkt cultuurtoerisme en maakt gebruik van unieke locaties.

3. Johnny Hoes Festival – Levensliederen

- Concept: Een festival gewijd aan het levenslied en schlager, met artiesten, karaoke-wedstrijden, huiskamerconcerten en een 'songschrijverslab' voor jonge talenten. Inclusief een academie-deel waarin 'de koning van de smartlap' Johnny Hoes' nalatenschap en de ontwikkeling van het genre worden belicht.
- Merkwaarde: Speelt in op regionale muziektraditie, betreft bredere doelgroep (ook oudere bewoners), stimuleert talentontwikkeling en culturele educatie. Trekt bezoekers uit heel Nederland (Nacht van Johnny Hoes in 2014 en 2017)

4. Innovatie-X Weert

- Concept: Een tweedaags tech- en creatief festival in samenwerking met Brainport, waarin lokale start-ups, mbo/hbo-studenten en makers exposeren, hackathons houden en publiek-workshops geven rondom thema's als watermanagement, circulaire economie en erfgoedinnovatie.
- Merkwaarde: Positioneert Weert als vooruitstrevende, duurzame kennishub, trekt jonge innovators en bedrijven.



b. Bruisende binnenstad

Een bruisende binnenstad is van wezenlijk belang voor Weert: het trekt bezoekers, stimuleert bestedingen en versterkt het imago van de stad. Extra bezoekers vertalen zich direct in extra inkomsten voor lokale ondernemers en bieden tegelijkertijd werkgelegenheid. Een integrale aanpak van retail, horeca en evenementen is essentieel om meer traffic te genereren. In het omgevingsprogramma Binnenstad wordt ingezet op programmatische opwaardering van aanbod én op samenwerking tussen winkeliers, culturele instellingen en onderwijsinstellingen.

Door evenementen te koppelen aan gebiedsprofielen in de Weertse binnenstad ontstaat een synergie die bezoekers langer in het centrum houdt en herhaalbezoek stimuleert. Weert kan zich onderscheiden door in te zetten op kleinschalige, authentieke en groen-georiënteerde binnenstadservaringen: haar historische binnenstad, kasteelpark Nijenborgh en waterlopen benutten voor intieme podia, literaire salons op pleintjes en avondmarkten langs de Zuid-Willemsvaart. Door telkens verrassende ‘popup-evenementen’ te programmeren op bijzondere plekken, zoals kerken en (voormalige) klooster(tuinen) ontdekken zowel bewoners als gasten delen van de stad die normaal onzichtbaar blijven.

Dit heeft ook een duidelijk programmatische aanpak zodat er voorspelbaarheid in de beleving van de binnenstad ontstaat voor de inwoners en bezoekers.

Voorbeelden van het huidige aanbod:

- **Bruisende decembermaand**
Doorontwikkeling van totaalprogramma decemberperiode met ijsbaan, programma, arrangementen, vernieuwde sfeerverlichting en aanhaking van winkels en horeca.
- **Vastelaovendj activiteiten in de binnenstad**
De traditionele optocht, maar ook uitgebreid met binnenstad evenementen, waaronder aandacht voor programmering voor de jeugd en jongeren.
- **Het Cultureel Lint**
Het Cultureel Lint biedt een platform voor professionele artiesten, lokale en regionale talenten om hun passie en creativiteit te tonen. Bezoekers genieten van diverse activiteiten en de rijke culturele ambiance
- **De weekmarkt**
Een wekelijkse markt trekt zowel lokale bewoners als bezoekers van buiten de regio, wat zorgt voor een constante stroom aan mensen in het centrum.
- **Kids & Family Fun Zondag**
Springkussens, schminken en kindertheater, Oud-Hollandse spelletjes voor jong & oud, Kinderworkshops in samenwerking met winkels, Prentenboekenhoek en voorleesuurtsjes

- **Huis van Nicolaas**
Het logeeradres van Sint en Pieten in Weert. Voor grote en kleine kinderen.
- **De jaarmarkt**
De jaarmarkt)(braderie) gericht op het aantrekken van publiek op een zondag in juli
- **Thematische koopzondagen**
Op elke laatste zondag van de maand organiseert de binnenstad ondernemers een thematische invulling met een Weerter haakje
- **Zomer op de Pleinen**
Openluchtfilmavonden, Silent disco's of dansworkshops, Singer-songwriters & straatoptredens, Avondterrassen met livemuziek
- **Kunst & Cultuur in de Etalage**
Etalages worden ingericht als mini-kunstinstallaties, Rondleidingen en workshops in lege panden, Kunstenaars geven live demonstraties
- **Uitbreiding Italiaanse dag**
Over de gehele binnenstad met bijvoorbeeld een show van Italiaanse auto's / klassiekers op de Nieuwe Markt

Voorbeelden van mogelijke concepten voor versterking:

- **Weert by Night: Shopping & Entertainment Avond**
Live muziek op pleinen en in steegjes, Modeshows met lokale winkels, Foodtrucks & proeverijen, Straatartiesten en lichtprojecties
- **Weerter Streek- & Ambachtenmarkt**
Proeverijen met producten van lokale boeren en bakkers, Ambacht in actie: glasblazen, houtbewerking, etc. Muzikale omlijsting met folk of jazzbandjes
- **Heractivering van de eeuwenoude tradities**
De Weerter Paardenmarkt. Van (1563) -tot 2020 was er een fokpaardenmarkt en jaarmarkt



c. **Natuur en leisure. Weert de poort van grenspark KempenBroek**

Een sterk profiel op natuur en leisure maakt Weert niet alleen aantrekkelijker voor bewoners, bedrijven en dagrecreanten, maar vergroot ook de economische én maatschappelijke waarde van de regio. Dit leidde tot extra bestedingen in horeca, verblijfsaccommodaties én recreatieve ondernemingen, en draagt bij aan een sterker vestigingsklimaat. Allereerst is het van belang dat Weert haar unieke natuurlijke assets – kasteelpark Nijenborgh, de Zuid-Willemsvaart, Unesco erkent grenspark KempenBroek als Mens & Biosfeergebied, bosrijke randen en agrarisch buitengebied – structureel inzet als podium voor belevenissen. Op de grens van beide Limburg en Noord-Brabant ligt het GrensPark KempenBroek, een 25.000 ha groot gebied dat nat afwisselt met droog, open met gesloten, natuur met cultuur. Door een mix van grootschalige natuurexposities, thematische wandelweken, innovatieve groene festivals, dorps- en buurtinitiatieven creëert Weert een onderscheidend leisure-profiel. Dit versterkt de merkwaarde van de gemeente, trekt diverse doelgroepen aan en zorgt ervoor dat bewoners én bezoekers keer op keer verrast en geboeid worden.

Voorbeelden van mogelijke concepten voor versterking:

- **Eco & Natuur Expo**
Organiseer een dag- of meerdaags evenement waarin de lokale biodiversiteit en duurzaamheid centraal staan. Gebruik het UNESCO label om Weert te profileren als toegangspoort tot KempenBroek
- **Natuur- en Wandel- en fietsweek**
Een week waarin de natuurlijke omgeving van Weert volop in de schijnwerpers staat.

- **Groene Innovatiedag**
Een evenement dat innovatieve oplossingen voor duurzaam en natuurvriendelijk wonen belicht, met een focus op hoe de stad inspeelt op toekomstige ontwikkelingen
- **Cultureel Erfgoed**
Koppel natuur aan cultureel erfgoed door verhalen te vertellen over historische landgebruikers zoals Bollen Jan Henderix en landgoed d'n Advocaot
- **Outdoor Sport & Avontuur Festival**
Richt dit festival op actieve recreatie in de natuurlijke omgeving van Weert in en rondom de IJzeren Man, onderdeel van grenspark KempenBroek
- **Buurt- en Natuurfeest**
Organiseer een dorps- of buurtgericht evenement dat inwoners samenbrengt in een natuurlijke setting
- **Boeren van Weert**
Maak ism de samenwerkingsorganisatie 'Boeren van Weert' een fietstocht door het buitengebied en biedt lokale streekproducten aan

d. **Herbeleving erfgoed**

Een actief erfgoedbeleid helpt Weert om haar unieke geschiedenis en plekken om te zetten in levendige citymarketingkansen die zowel bewoners als bezoekers intensief betrekken. Erfgoed als “grondstof voor de toekomst”: door het historische verhaal, citymarketing en de fysieke omgeving onlosmakelijk te verbinden, vergroot je de beleving en versterk je de trots van inwoners én de aantrekkingskracht op

toeristen. Voor Weert betekent dit allereerst dat monumenten en plekken als de Lichtenberg, de Paterskerk, abdij Maria Hart en het Kasteelpark Nijenborgh niet langer louter decor zijn, maar podium en merkdrager.

Voorbeelden van mogelijke concepten voor versterking:

- **Lichtenberg Licht- en Schaduwtocht**
Ontwikkel een avond-evenement rondom de Lichtenberg. Bezoekers maken een verlichte wandelroute langs monumentale plekken en kunstinstallaties die verhalen vertellen over de geschiedenis van de stad. Vertel de mythen en legendarische momenten van Weert Met een Lichtenberg Licht- en Schaduwtocht kan 's avonds een verrassende route ontstaan langs sculpturen en videoprojecties die lokale mythen en historisch belangrijke momenten tot leven brengen. Bezoekers ervaren zo het erfgoed met al hun zintuigen en delen hun ervaringen online, waardoor Weerts profiel als 'verrassende erfgoedstad' groeit.
- **Concertreeks en Muzikale Avonden in bijvoorbeeld de kerken of kloosters**
Organiseer een serie klassieke concerten, korensHOWs of liturgische muzikale optredens in de prachtige ambiance van de Paterskerk of Martinuskerk.
- **Erfgoedmarkt met Historische Ambachten en Proeverijen**
Organiseer een markt waarin lokale ondernemers en ambachtslieden hun producten presenteren in een historische setting. Gebruik daarbij diverse locaties in de stad, waaronder eventueel een podium in of nabij bijvoorbeeld het Kasteelpark Nijenborgh.

e. Wonen

In een concurrerende woonmarkt is het voor Weert essentieel om haar aantrekkelijke woonklimaat actief in te zetten als citymarketinginstrument. Evenementen die de kwaliteit van leven in de stad belichten, doen meer dan vermaak bieden: ze laten zien hoe prettig het is om hier te wonen, werken en ondernemen. Tegelijkertijd bevordert een “Weerter Buurt- en Cultuurweek” de sociale cohesie die onmisbaar is voor een sterk woonklimaat. Gedurende zeven dagen programmeren bewoners, verenigingen en culturele instellingen wijk- en dorpsmarkten, straattheater en muziekoptredens in parken en op pleinen. Deze aanpak beoogt evenementen dicht bij mensen te organiseren, waardoor bewoners zich verantwoordelijk voelen voor hun eigen leefomgeving. Het versterkt het buurtgevoel en nodigt potentiële verhuizers uit om te zien hoe levendig en betrokken de lokale gemeenschap is.

Voorbeelden van mogelijke concepten voor versterking:

- **Woon- en Leefbaarheidsfestival**
Zoals interactieve rondleidingen door vernieuwde stadswijken, proeverijen van lokale specialiteiten
- **Weerter Buurt- en Cultuurweek**
Lokale markten, dorps- en buurtfeesten en culturele optredens (samenhang met thema 7. sociale cohesie)
- **Innovatie- en Duurzaamheidsevent**
Demonstraties, workshops en presentaties omvatten over groene energietechnologieën, circulaire economie en slimme stadsoplossingen
- **Familie- en Sportdag**
Sporttoernooien, stadsspellen, yoga
- **Historisch- en Erfgoedwandeling**
Georganiseerde wandeltochten en interactieve tentoonstellingen op historische locaties en gebouwen (weertinkaart.nl)





f. bedrijven

In een tijd waarin bedrijven hun vestigingskeuze steeds vaker baseren op de kwaliteit van de hele leefomgeving – van zakelijke faciliteiten tot cultuur, netwerk en welzijn – biedt een sterk, actief evenementen- en citymarketingprogramma gemeenten een concurrentievoordeel. Voor Weert ligt de sleutel in kleinschalige, sectorgerichte events die passen bij lokale sterktes: maak van de logistieke ligging een thema, organiseer een “Supply Chain Summit” of een “Intralogistics Innov Ten tweede versterkt een structurele koppeling tussen ondernemers en evenementen de onderlinge binding met economische toegevoegde waarde voor het Weerter ecosysteem. In Breda beslissen ondernemers mee in de programmaraad van grote festivals en in Eindhoven fungeert Brainport Network als schakel tussen bedrijfsleven en eventorganisatoren. Weert kan een “Bedrijvenadviescollege Evenementen” oprichten waarin lokale MKB’ers, logistieke concerns en innovatieve startups periodiek input geven op de evenementenkalender, de locatiekeuzes en de inhoudelijke thema’s. Zo ontstaat eigenaarschap bij bedrijven én sluit het aanbod beter aan op zakelijke behoeften, van internationale gastsprekers tot B2B matchmaking.

- **Business & Innovatie Forum op het Weerter Bedrijventerrein**
en jaarlijks congres op een van de belangrijkste bedrijventerreinen waarin grote bedrijven en innovatieve scale-ups samenkomen.
- **Netwerkevenement ‘Connect Weert’**
Organiseer een netwerkborrel of business matchmaking-evenement op een centrale locatie in de bedrijvigheid van de stad met als thema’s samenwerking en kennisdeling. Workshops, toelichting economisch profiel en netwerkborrel.

Gemeente Weert organiseert dat elke jaar in juni. Dit jaar op 23 juni as

- **‘Weert in Beweging’ Bedrijfsbeurs**
Een beurs waar grote bedrijven en groeiende ondernemingen hun innovaties, producten en diensten presenteren
- **Investor & Entrepreneur Day**
Een evenement dat is gericht op investeerders en ondernemers, waarin de groeipotentie van Weert als economische hotspot in beeld wordt gebracht
- **Festival Duurzaam Ondernemen & Innovatie**
Een festival waarin duurzaamheid, innovatie en maatschappelijk verantwoord ondernemen de kern vormen
- **Open bedrijvendagen**
Parkmanagement Weert organiseert open bedrijvendagen op de diverse bedrijfsterreinen in Weert.
- **Weerterland ondernemersprijs**
De Weerterlandprijs biedt een podium aan ondernemers, bedrijven en medewerkers die een bijzondere bijdrage leveren aan de economische en maatschappelijke ontwikkeling van Weert. (5 november 2025)



g. Sociale cohesie

In een tijd waarin verbondenheid en samenhang in veel steden onder druk staan, kan Weert met een doordachte citymarketingstrategie sterk inzetten op het bevorderen van sociale cohesie, integratie en een gevoel van trots onder haar inwoners. Evenementen die onderwijs, ondernemers, culturele en maatschappelijke organisaties actief betrekken zorgen niet alleen voor een bruisend aanbod, maar versterken ook aantoonbaar de onderlinge banden. Een aantrekkelijk woonklimaat vormt de voedingsbodem voor dit alles. Wanneer mensen zich veilig, gezien en welkom voelen in hun eigen buurt, durven zij eerder het initiatief te nemen voor activiteiten en ontmoeten zij snel nieuwe burens. Weerter kwaliteiten, zoals de historische binnenstad, de groene parkzones en het sociale weefsel in de wijken bieden hiervoor een ideaal decor. Rondom traditionele hoogtepunten als Vastelaovendj kunnen Weerter buurt- en wijkverenigingen extra worden ondersteund om eigen stoeten en activiteiten te organiseren, waardoor cultuur en integratie zich van onderop versterken. De inzet is dat bewoners worden ondersteund met zowel de denk- en doekracht van Stichting Weert Marketing én met een stukje financiering.



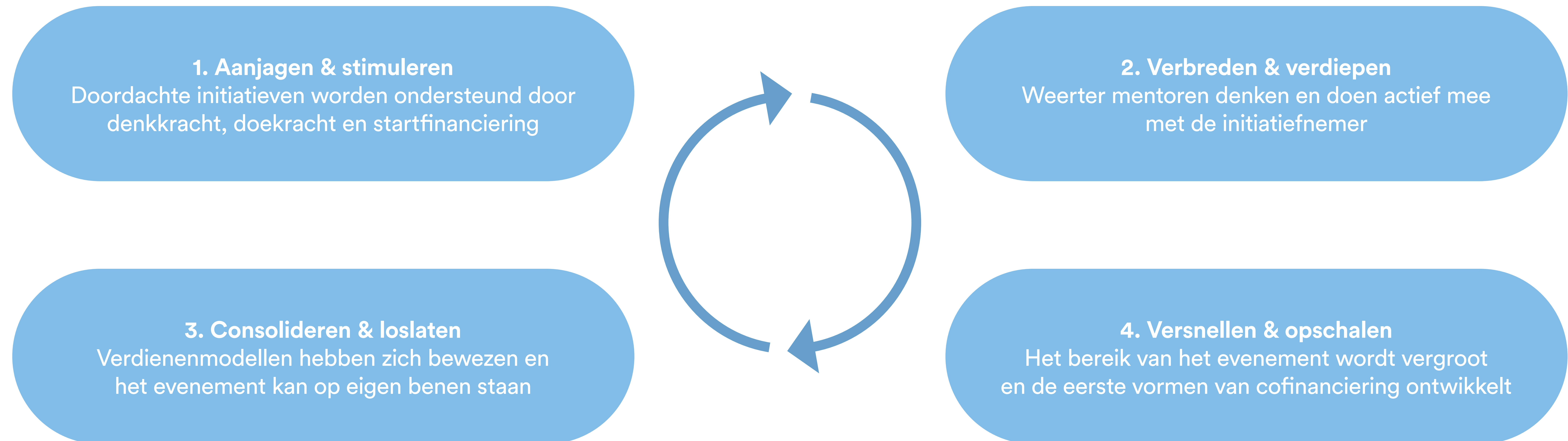
Voorbeelden van mogelijke concepten voor versterking:

- **Vastelaovendj**
Borgen van dorp en wijkgerichte verenigingen met activiteiten in de wijk
- **Buurtfeest Weert**
Integratie: Organiseer wijkgerichte buurtfeesten waarbij lokale bewoners samenkomen voor gezamenlijke activiteiten, muziek, eten en spelletjes
- **Samen Sterk: Community Dagen**
Realiseer themadagen gericht op lokale samenwerking, zoals vrijwilligersprojecten, schoonmaakacties in openbare ruimten, en gezamenlijke creatieve workshops.
- **Intergenerationele Sport- en Speldagen**
Vitaliteit: plan sporttoernooien en spelactiviteiten waar zowel jong als oud samen plezier beleven in parken of sportaccommodaties.
- **Weert Woont: Woonbeleving en Buurtmarkt**
Leefbaarheid: organiseer een markt- en informatiedag waarbij bewoners kennis kunnen maken met lokale initiatieven, buurtprojecten en woonconcepten
- **Culturele Avond op Straatniveau**
Laat lokale artiesten en culturele groepen optreden tijdens een avondvullend straattoneel of muziekfestival in diverse buurten en dorpen



6. Weert: het impulsfonds Weert

“Van passief subsidie verlenen naar actief programmeren met de stad!” Op basis van de geformuleerde inhoudelijke uitgangspunten in deze nota strategisch evenementenbeleid maken we de transitie van een model van gemeentelijke subsidieverlening naar een Impulsfonds dat wordt beheerd en uitgevoerd door Stichting Weert Marketing onder door de gemeente te bepalen voorwaarden. Een goed ingericht “Impulsfonds Weert” werkt als een circulair systeem, waarin publiek kapitaal steeds opnieuw wordt ingezet om innovatieve evenementen en projecten van de grond te laten komen en daarna op eigen benen te laten staan. Zo ontstaat een duurzame motor voor vernieuwing, zonder dat de gemeente steeds extra budget hoeft vrij te maken.



1. Aanjagen & stimuleren

Het fonds stelt kleine startbeurzen beschikbaar via een eenvoudige aanvraagprocedure. Bewoners, ondernemers of maatschappelijke organisaties kunnen hiermee hun concept uitproberen: een pilot-evenement, een wijkinitiatief of een nieuw cultureel experiment.

2. Verbreden & verdiepen

Tijdens deze stap worden de initiatiefnemers gekoppeld aan mentoren uit het lokale ecosysteem (bijvoorbeeld succesvolle festivalorganisatoren, marketingexperts, financieel adviseurs).

3. Versnellen & opschalen

Na een geslaagde pilot kan het project in aanmerking komen voor een “scale-up-regeling” uit hetzelfde fonds. Dit zijn grotere bedragen om het bereik te vergroten: extra podia, professionele promotie, samenwerking met regionale partners of uitbreiding naar andere wijken.

4. Consolideren & loslaten

Tegelijkertijd wordt vanaf het begin gewerkt aan een verdienmodel: kaartverkoop, merchandise, cateringopbrengsten, licenties of crowdfunding. Zo groeit het evenement organisch en vergroot het tegelijk het netwerk van steun.

Het Impulsfonds zorgt ervoor dat Weert continu kan blijven experimenteren, leren en stimuleren zonder voortdurende extra gemeentelijke budgetten. Initiatieven komen sneller van de grond, dragen bij aan lokale economie en sociale cohesie én bouwen actief aan een fonds dat zichzelf continu versterkt. Zo wordt impulsfinanciering niet éénmalig verspild, maar een blijvende motor voor innovatie in de stad.



Strategisch Evenementenbeleid Weert



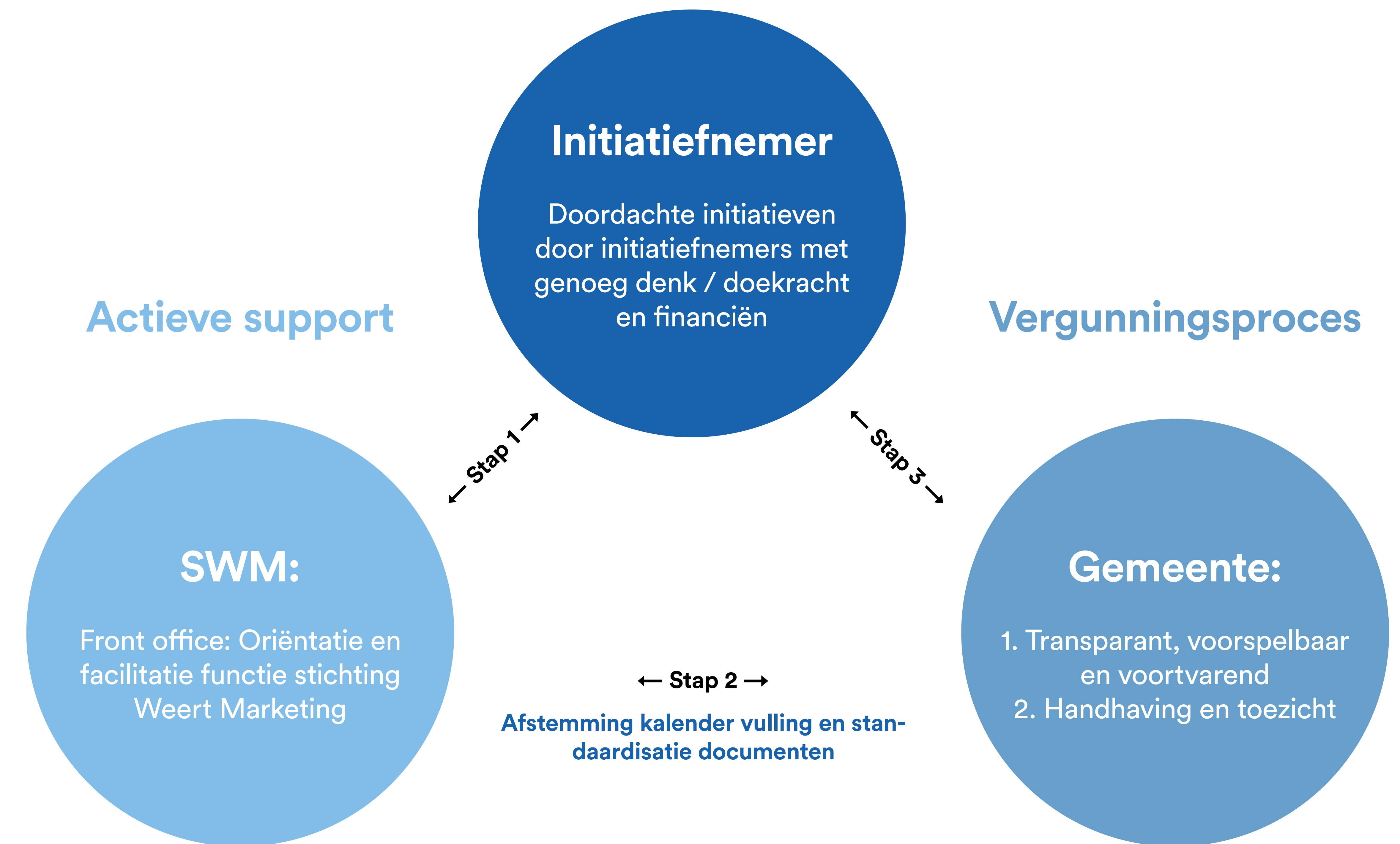
7. Het ecosysteem in Weert activeren

Om een levendig en duurzaam evenementenklimaat in Weert te creëren, is het essentieel dat alle lokale partijen – bewoners, ondernemers, maatschappelijke instellingen en gemeente – hun kennis, netwerk en energie bundelen. Alleen door samen te werken ontstaat een vruchtbare bodem voor nieuwe of vernieuwde of doorontwikkelde eigen evenementen die passen bij het karakter en de ambities van Weert. Hieronder beschrijven we waarom die gezamenlijke aanpak zo belangrijk is en hoe deze in de praktijk vorm kan krijgen, inclusief enkele best practices en concrete handreikingen.

Evenementen zijn complexe projecten waarin uiteenlopende vaardigheden samenkomen: programmavorming en artistieke visie, financiën en sponsoring, logistiek, marketing en vergunningverlening, vrijwilligersmanagement en publieksbeleving. Wanneer iedere partij alleen opereert, blijft potentieel onbenut en ontstaan versnipperde initiatieven. Breng je de diverse expertises echter samen, dan versterkt elke partij de ander. Burgers leveren creatieve ideeën en vrijwilligerskracht, bedrijven dragen kennis van organisatie en budget, maatschappelijke instellingen bieden netwerk, doelgroep inzichten en maatschappelijke meerwaarde, en de gemeente faciliteert, reguleert en verbindt.

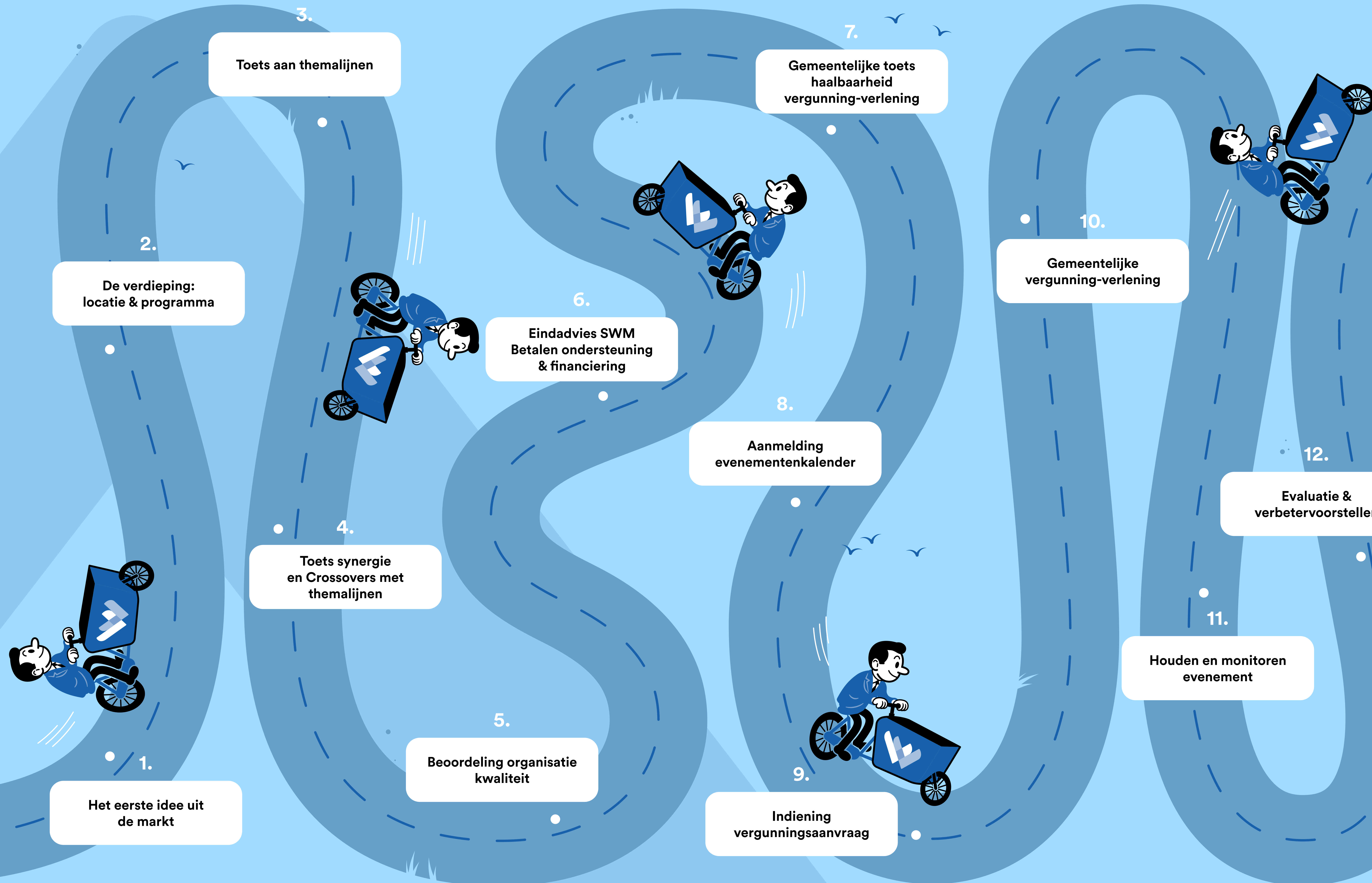
Om het evenementenaanbod in Weert duurzaam te vergroten is aan de ene kant een gebalanceerd systeem van initiëren, stimuleren en organiseren noodzakelijk en aan de andere kant een transparant en soepel lopend vergunningverleningsproces. Hierin hebben zowel de initiatiefnemers als de gemeente Weert en Stichting Weert Marketing een belangrijke rol. In

de onderstaande figuur zijn deze ten opzichte van elkaar geduid, waarbij de verantwoordelijkheid voor het evenement bij de initiatiefnemer ligt, Stichting Weert Marketing de initiatiefnemer ondersteunt op inhoud én op een complete en ontvankelijke vergunningsaanvraag en de gemeente tenslotte zorgt voor een soepel en voortvarend vergunningverleningsproces.



Door kennis en kunde in de Weerter gemeenschap te delen in plaats van te versnipperen, ontstaat een krachtig lokaal ecosysteem waarin ideeën sneller rijpen, projecten efficiënter verlopen en het draagvlak in de stad toeneemt. Voor Weert betekent dit niet alleen een rijker evenementenaanbod, maar ook een sterkere gemeenschap, meer ondernemerschap en een stadsimago dat bruist van creativiteit en saamhorigheid. Zo bouwt Weert samen aan evenementen die niet alleen plaatsvinden, maar echt van de stad zijn.

Op basis van de bovenstaande rolverdeling dient het evenement een aantal stappen te doorlopen alvorens de vergunning kan worden verleend en het evenement kan worden gehouden. In overleg met de Weerter gemeenschap hebben Stichting Weert Marketing en de gemeente Weert daarvoor het onderstaande processchema opgesteld, met als uitgangspunt de klantreis is vraaggestuurd in beeld gebracht welke stappen de initiatiefnemer dient te doorlopen en wie daarvoor primair ondersteunend is: Stichting Weert Marketing of de gemeente Weert.



8. Duurzaamheid en veiligheid

In het huidig tijdsgewricht maken duurzaamheid en veiligheid integraal onderdeel uit van elk evenement, van de planningsfase tot de opruiming, waarbij doelstellingen, richtlijnen en maatregelen zijn opgenomen op het gebied van energie, grondstoffen en omgeving. Organisatoren worden gestimuleerd om mede op basis van het Handboek Duurzame Evenementen en de Barometer Duurzame Evenementen een mix van extra en vrijwillige maatregelen te nemen zoals energie-efficiëntie, circulair materiaalgebruik, gescheiden afvalinzameling en het bevorderen van lokaal inkopen, waarmee evenementen niet alleen voldoen aan technische en veiligheidsvoorschriften, maar ook bijdragen aan een circulaire economie en de reductie van milieu-impact.

Vijf meest voorkomende duurzaamheidsmaatregelen:

1. Opstellen en uitvoeren van een duurzaamheidsplan met concrete doelstellingen voor energie, afval en materialen
2. Gebruik van duurzame (herbruikbare of composteerbare) bekertjes in plaats van wegwerpplastic
3. Gescheiden afvalinzameling en recyclingverplichtingen tijdens en na het evenement
4. Beperking van energieverbruik en inzet van hernieuwbare energiebronnen zoals LED-verlichting en bio-aggregaten
5. Duurzaam inkopen en minimaliseren van transportkilometers, bijvoorbeeld door lokale, biologische catering en compacte op- en afbouwlogistiek

Veiligheid is voor evenementen niet louter een wettelijke verplichting, maar een strategische investering in reputatie, continuïteit en rendement. Een doordacht veiligheidsbeleid beschermt bezoekers, medewerkers en omwonenden tegen risico's en voorkomt incidenten die leiden tot imagoschade, juridische claims en extra operationele kosten. Door veiligheid al in de planningsfase te verankeren – inclusief risicoanalyse en categorisering – kunnen financiële en logistieke knelpunten vroegtijdig worden opgespoord en beheerst, wat onvoorziene uitgaven voorkomt en de doorlooptijd verkort. Bovendien draagt een solide veiligheidsplan bij aan gastvrijheid en beleving: als bezoekers zich veilig en gewaardeerd voelen, neemt hun tevredenheid en loyaliteit toe.

1. Risicoanalyse en categorisering van locatie, activiteiten en doelgroep om kritische knelpunten te identificeren.
2. Crowdmanagement en bezoekerssturing, met capaciteitsbeperkingen, routing en toezicht op samenklontering.
3. Nood- en evacuatieplanning, inclusief scenario's, communicatieprotocollen en oefeningen.
4. Site- en infrastructuurveiligheid, zoals keuringen van podia, stroomvoorzieningen en terreinafscheidingen.
5. Security en toezicht, met professionele beveiligers, CCTV-monitoring en coördinatie met politie en BHV-teams.



9. Meten is weten: de Objective Key Results

Een Objective Key Result (OKR) is een kwantificeerbare grootheid die aangeeft in hoeverre je je strategische doelstellingen behaalt. Waar vroeger beleid vooral draaide om activiteiten in termen van inzet en inspanningen in relatie tot het resultaat, helpen OKR's om de impact van citymarketing en evenementenbeleid écht objectief te meten. Ze geven sturingsinformatie: je weet snel of je op koers ligt, waar je moet bijsturen en welke investeringen het meest opleveren. Weert gaat haar inspanningen en impact meten op basis van de volgende OKR's.

De regierol op het verkrijgen en verzamelen van deze datagegevens leggen we bij SWM neer.

1. Aantal bezoekers

Het totaal aantal deelnemers of passanten bij evenementen en in de binnenstad is de meest basale graadmeter voor aantrekkingskracht. meet bijvoorbeeld jaarlijks het aantal overnachtingen en dagbezoekers om te zien of hun citymarketing doelstellingen gehaald worden.

2. Economische spin-off (totale bestedingen)

Hoeveel geven bezoekers uit in horeca, retail en verblijfsaccommodaties? Gemeenten rekenen uit dat elke euro subsidie voor grote publieksevenementen gemakkelijk twee tot drie euro lokaal bestedingsrendement oplevert.

3. Media-exposure en websiteverkeer per kanaal

Het aantal publicaties, nieuwsberichten en online mentions bepaalt de free publicity en het imago-effect. Citymarketing verloopt steeds digitaler. Het aantal bezoeken aan de officiële citysite, de verdeling over zoek, social en direct verkeer, én de conversieratio naar event-registraties zijn cruciaal om online impact te meten. Likes, shares, comments en mentions geven inzicht in de mate waarin campagnes en events echt blijven hangen bij je doelgroepen

4. Tevredenheid van initiatiefnemers

Om het ecosysteem sterk te houden, meet je met een Initiatiefnemers Tevredenheidsscore (CSAT) hoe organisatoren de ondersteuning van de gemeente beoordelen (bijv. vergunningstraject, communicatie, facilitair proces). CSAT – de gemiddelde score op de vraag “Hoe beoordeelt u onze event-ondersteuning?” – is een beproefde OKR in marketing en dienstverlening.

5. Tevredenheid van inwoners & bezoekers

Voor bewoners en gasten is de Net Promoter Score (NPS) de gouden standaard: de vraag “Hoe waarschijnlijk is het dat u Weert aanbeveelt als evenement- en woonstad?” levert een score op tussen -100 en +100. Een hoge NPS wijst op ambassadeurschap en langere termijn binding.

Met deze Objective Key Results krijgt Weert een datagedreven basis om citymarketing én evenementenbeleid continu te optimaliseren, waardoor de stad aantrekkelijk blijft voor inwoners, bedrijven en bezoekers. Daarmee wordt er effectiever aangestuurd op het programmeren en sturen op evenementen omdat er:

1. Objectief wordt gestuurd: in plaats van te gokken weet je exact welke events kloppen en welke bijsturing vragen.
2. Budgetverantwoording kan worden gedragen: we kunnen laten zien welk rendement citymarketing en evenementenbeleid opleveren.
3. Continu verbeteren mogelijk is: door jaar op jaar te vergelijken word je steeds effectiever.
4. Ambassadeurs worden gecreëerd: tevreden initiatiefnemers, bewoners en bezoekers zorgen voor gratis promotie en mond-tot-mondreclame.



Rapport **Strategische evenementenbeleid gemeente Weert 2032**
Status **definitief**
Auteurs **[REDACTED]**
Opmaak **?!WAT Media**
Datum **juni 2025**