

Het binden van Nijmeegse studenten door middel van evenementen aan de stad

Een empirisch onderzoek naar de voorkeuren van Nijmeegse studenten voor het evenementenaanbod

**Bachelorthesis Sociale Geografie
Radboud Universiteit Nijmegen
Faculteit der Managementwetenschappen**

**Auteur: Eveline Tol
Nijmegen, Augustus 2011**



Het binden van Nijmeegse studenten door middel van evenementen aan de stad

Een empirisch onderzoek naar de voorkeuren van Nijmeegse studenten voor het evenementenaanbod



Bachelorthesis Sociale Geografie
Radboud Universiteit Nijmegen
Faculteit der
Managementwetenschappen

Auteur: Eveline Tol
Studentnummer: 0119822
Begeleider: Dr. Stefan Dormans

Samenvatting

Nijmegen heeft op dit moment het probleem dat de meerderheid van de afgestudeerde studenten de stad verlaten. Daarmee verdwijnt een belangrijk deel van de opgedane kennis naar andere gedeelten van het land of misschien zelfs wel naar het buitenland. Voor de Nijmeegse stedelijke economie is het een gemiste kans om het aandeel hoger opgeleiden in de stad te vergroten. Voor de stedelijke economie is het gunstig om veel hoger opgeleiden in de stad te hebben, omdat daardoor onder andere de kans op innovatie wordt vergoot (Hospers, 2005, p. 2).

Het doel van het onderzoek is om de gemeente Nijmegen aanbevelingen te geven over het huidige evenementenbeleid door het verschil tussen het huidige evenementenaanbod en de wensen van studenten te analyseren. De centrale hoofdvraag van dit onderzoek luidt: *Op welke manier kan gemeente Nijmegen haar evenementenbeleid beter inzetten voor het binden van studenten aan haar stad?*

De wensen van Nijmeegse studenten zijn empirisch onderzocht door veertig studenten te enquêteren met betrekking tot het Nijmeegse evenementenaanbod. Enerzijds door te kijken naar het soort evenement waar de voorkeur van de studenten in het algemeen naar uitgaat. Anderzijds door te kijken naar de evenementen die de studenten het liefst in Nijmegen bezoeken. Ook is er gevraagd naar de redenen van het al dan niet bezoeken van de evenementen.

Om een bijdrage te leveren aan het binden van studenten met behulp van het evenementenbeleid, is het allereerst belangrijk dat de gemeente zich realiseert dat het evenementenbeleid beter ingezet kan worden door zich te richten op de wensen van de doelgroepen die de stad al heeft, in plaats van externe doelgroepen te willen bereiken door middel van “branding”.

Op basis van de resultaten van het empirisch onderzoek kan worden geconcludeerd dat het evenementenaanbod in Nijmegen voldoende evenementen heeft die voldoen aan de belangrijkste voorkeur van de Nijmeegse student. Een belangrijk punt van aandacht is het onbekend zijn van de respondenten met het Nijmeegse (culturele) evenementenaanbod. Op dit moment wordt het aanbod in de stad nog niet volledig benut door de studenten, terwijl ze wel hebben aangegeven er behoefte aan te hebben. Gemeente Nijmegen zou zich dan ook met het evenementenbeleid meer kunnen inzetten op het volledig benutten van het aanbod van evenementen in de stad, door de informatie- infrastructuur te verbeteren richting Nijmeegse studenten.

Inhoudsopgave

Voorwoord	i
Samenvatting	ii
Inhoudsopgave	iii
H 1. Inleiding	
1.1 Achtergrond van het onderzoek	1
1.2 Doelstelling, relevantie en onderzoeksvragen	4
1.3 Opbouw van het onderzoek	5
H 2. De relatie tussen warme citymarketing, studenten en evenementen	
2.1 De rol van evenementen in een post- industriële stad	6
2.2 Citymarketing: van branding naar binding	9
2.3 De meerwaarde van studenten voor een stad	12
H 3. Methodologie	
3.1 Onderzoeksstrategie	15
3.2 Het verloop van het onderzoek	16
H 4. Evenementen en de wensen van Nijmeegse studenten	
4.1 Evenementenbeleid in Nijmegen	22
4.2 Voorkeuren voor “algemene” evenementen	24
4.3 Voorkeuren voor Nijmeegse evenementen	30
H 5. Conclusie	
5.1 Antwoord op de hoofdvraag en aanbevelingen	44
5.2 Reflectie op het onderzoek	36
Literatuurlijst	37

Bijlagen

Bijlage I Categorieënoverzicht landelijke openbare evenementen

Bijlage II Enquête

Bijlage III Bezoekersmotieven in percentage per wel of niet bezocht evenement

Bijlage IIII Evenementenkalender gemeente Nijmegen april 2010- nov 2010

H1 Inleiding

1.1 Achtergrond van het onderzoek

De afgelopen twintig jaar is de hoeveelheid evenementen in Nederland explosief gestegen (Respons, 2009, p. 2). De vele duizenden evenementen die ons land jaarlijks telt, variëren van het grachtenconcert in Amsterdam, de exotische sferen van het zomercarnaval in Rotterdam, tot aan het Gebroeders van Limburg festival in Nijmegen.

Een oorzaak voor de gestegen evenementen kan worden gevonden in het veranderen van de stad. In de laatste decennia van de vorige eeuw verloren verschillende Westerse kapitalistische steden hun industriële functie. Bedrijven besloten om te verhuizen naar landen waar de productiekosten lager waren. En de locatie voor een fabriek in de steden zelf werd niet langer getolereerd (Pratt, 2008, p. 109).

De zogenaamde 'post- industriële stad' zocht naar een andere invulling om economisch bestaansrecht te behouden en richtte zich op de dienstensector (Quinn, 2005, p. 930). In een diensteneconomie draait het voornamelijk om het produceren van nieuwe ideeën, kennis en 'data', waarvoor hoger opgeleide werknemers nodig zijn (Burgers, 2000, p. 148). In de periode dat de industrie zich terugtrok bestond de stad voornamelijk uit lager opgeleide inwoners. Om die reden gingen ze actief op zoek naar hoger opgeleiden (Pratt, 2008, p. 109). Hoger opgeleiden werden ook belangrijk gevonden omdat ze door hun uitgavenpatroon de gewenste diensteneconomie in stand zouden kunnen houden (Quinn, 2005, p. 930).

Om de doelgroep hoger opgeleiden te bereiken werd de nadruk gelegd op de culturele voorzieningen in de stad, om daarmee een aantrekkelijk woonmilieu uit te stralen (Pratt, 2008, p. 109). Steden begonnen daarin steeds meer te investeren om de aandacht op hun stad te vestigen, wat zich uitte in opvallende stedelijke architectuur (Burgers, 2000, p. 147), zoals bijvoorbeeld opera gebouwen en musea. Festivals en evenementen spelen sinds de jaren tachtig ook een belangrijke rol in het promoten van de stad (Quinn, 2005, p. 930).

Vanaf de jaren tachtig is het 'promoten' van een stad uitgegroeid tot het populaire "citymarketing", waaraan door bijna drie kwart van alle Nederlandse gemeenten aandacht aan wordt besteed (Hospers, 2009, pp. 11-12). Doordat burgers en bedrijven zich makkelijker verplaatsen dan voorheen, ervaren gemeenten dat ze een onderlinge strijd moeten voeren om hun lokale economie 'op peil' te houden (Hospers, 2009, p. 8). Bij citymarketing gaat het om het overtuigen van doelgroepen om voor een bepaalde stad te kiezen of er te verblijven (Hospers, 2009, p. 11). Evenementen zijn een belangrijk

onderdeel van deze strategie en steeds meer gemeenten hebben daarom een evenementenbeleid opgesteld. Daarmee hopen ze de aandacht te trekken en zichzelf te onderscheiden van andere steden (Quinn, 2005, p. 927).

Een gemeente richt zich met citymarketing op vier externe doelgroepen: bedrijven, burgers, bezoekers en 'bollebozen' (Hospers, 2009, p. 11). De doelgroep 'bollebozen' (studenten) is vanaf het begin van deze eeuw voor steeds meer gemeenten belangrijk geworden. Volgens Hospers (2009, p. 71) zien gemeenten in studenten een makkelijk aan te trekken doelgroep, omdat ze meer dan gemiddeld verhuizen. Zodra de studenten zijn afgestudeerd, kan hun kennis ingezet worden in de stedelijke economie. Studenten zijn daarmee de gewenste hoger opgeleiden van de toekomst.

Vanuit de citymarketingliteratuur is er kritiek gekomen op de manier waarop citymarketing door veel gemeenten wordt ingezet. Hospers geeft in zijn boek "Citymarketing in perspectief" (2009, pp. 11-12) aan dat citymarketing teveel wordt gebruikt als een manier om de stad te promoten net zoals dat gebeurt in reclamecampagnes voor een bepaald product. Volgens hem zit een stad echter ingewikkelder in elkaar dan "een blik sperziebonen" en zouden gemeentebestuurders meer rekening kunnen houden met het feit dat een stad bestaat uit heel veel verschillende mensen (Hospers, 2009, p. 11). Een citymarketingstrategie die zich richt op het aantrekken van nieuwe doelgroepen, wordt door Hospers "koude citymarketing" genoemd (2009, p. 11).

Waar het volgens Boisen (2009) uiteindelijk bij een citymarketingcampagne om zou moeten draaien, is resultaat in de zin van een daadwerkelijke groei van bedrijven en bewoners in een stad. Het enige wetenschappelijke aantoonbare effect van "koude" citymarketing is dat een stad meer bekendheid krijgt (Pellenbarg, 2007). Dat kan ervoor zorgen dat er een groei in het aantal dagjesmensen en toeristen valt waar te nemen (Hospers, 2009, p. 61). Nieuwe bedrijven en bewoners zal een stad echter niet snel krijgen door koude citymarketing, omdat bedrijven en bewoners erg honkvast zijn (Hospers, 2009, p. 36).

Volgens Hospers (2009, p. 13) en Boisen (z.j.) valt er meer te bereiken met citymarketing, indien gemeenten onderscheid aanbrengen in de doelgroepen die de stad al heeft en zich gaan richten op hun wensen en behoeften. 80% van de groei in een stad komt namelijk voort uit bedrijven die reeds in de stad gevestigd zijn en door plaatselijke bevolking zelf (Boisen, z.j.) Het is daarom erg belangrijk dat er aandacht wordt besteed aan het behouden en binden van de reeds aanwezige doelgroepen. Hospers noemt de strategie waarbij maatregelen centraal staan die gericht zijn op de belangen van de eigen bevolking 'warme citymarketing' (2009, p. 13) .

Zoals eerder aangegeven, zijn studenten een belangrijke doelgroep waar veel steden aandacht aan schenken in hun citymarketingstrategie. Verschillende provinciesteden zonder een hogere onderwijsinstelling in de stad, doen moeite om een hogeschool aan te trekken (Van der Meent, 2008, in Hospers, 2009, p. 71). Uit onderzoek komt echter naar voren dat studentensteden, met uitzondering van de vier grote steden in de randstad, te maken hebben met een grote uitstroom van studenten na het beëindigen van hun studietijd (Van Huis & van Agtmaal-Wobma, 2009, p. 44). Voor de stad Groningen is in datzelfde onderzoek berekend dat ongeveer de helft van de studenten die rond hun 18^e-19^e levensjaar in de stad komen wonen, deze na vijf jaar alweer heeft verlaten.

Op dit moment fungeren de negen studentensteden Groningen, Enschede, Nijmegen, Maastricht, Eindhoven, Tilburg, Leiden, Delft en Wageningen als zogenaamde “roltrapsteden”. Daarmee wordt bedoeld dat studenten tijdelijk verhuizen naar de stad om te studeren, daar een stapje hoger komen op de maatschappelijke ladder, maar de stad weer verlaten na het beëindigen van hun studie (Venhorst, Edzes, Broersma, & Van Dijk, 2011, p. 1). Het lijkt voor studentensteden dan ook belangrijker om zich te richten op het vasthouden van studenten in plaats van het aantrekken van nieuwe studenten.

In dit onderzoek staat de studentenstad Nijmegen centraal. Er is gekozen om deze middelgrote stad centraal te stellen, omdat tot nu toe in onderzoeken meer aandacht is geschonken aan het behouden van studenten in grote steden zoals Rotterdam (onderzoek van Russo, Van den Berg & Lavanga uit 2003). Terwijl het ‘brain drain’ probleem juist meer voorkomt in steden die op een verdere afstand liggen van de Randstad, zoals Nijmegen (Van Huis & van Agtmaal-Wobma, 2009, p. 44).

In Nijmegen heeft men op dit moment te maken met een grote groep afgestudeerden die de stad verlaten. Volgens Pool en Rutjes (2011) geeft het bureau *Marktverkenning, Strategie en Ontwikkeling* van de Radboud Universiteit op dit moment aan dat maar liefst 65% van de afgestudeerden vertrekken.

Ondanks de grote uitstroom van studenten na het beëindigen van hun studie, blijft gemeente Nijmegen zich vanuit de citymarketing richten op het aantrekken in plaats van het behouden van deze doelgroep. Dat komt duidelijk tot uiting in het meest recente beleidsstuk over citymarketing, het “*Voortgangsdokument citymarketing Nijmegen*” (Gemeente Nijmegen, 2010). Hierin staat aangegeven dat studenten vallen onder de doelgroep waarvan een (economische) meerwaarde voor de stad wordt verwacht en om die reden dienen te worden aangetrokken (Gemeente Nijmegen, 2010, p. 3). Het evenementenbeleid dat als belangrijk uitvoeringsinstrument dient voor de

citymarketingdoelen, richt zich ook voornamelijk op het aantrekken van externe doelgroepen (Gemeente Nijmegen, 2004, p. 4).

Gemeente Nijmegen staat met hun beleid dus niet stil bij de uitstroom van studenten, terwijl dat wel een mogelijkheid van het citymarketingbeleid zou kunnen zijn. In het *Algemeen Nijmeegs Studentenblad* worden zorgen geuit over de uitstroom van Nijmeegse alumni (Pool & Rutjes, 2011). Ze geven aan dat op deze manier de stad jarenlang voor niets in deze doelgroep investeert en dat uiteindelijk de opgedane kennis verloren gaat.

Dit onderzoek laat zien dat gemeente Nijmegen met het evenementenbeleid, als onderdeel van het citymarketingbeleid, kan bijdragen aan het vergroten van de kans dat de Nijmeegse studenten gebonden raken aan de stad. Zoals de 'warme citymarketing' theorie van Hospers aangeeft, is het daarbij belangrijk dat er aandacht wordt besteed aan de wensen die de studenten hebben. Tot nu toe is nog niet onderzocht welke wensen Nijmeegse studenten hebben ten aanzien van het evenementenaanbod in de stad. In dit onderzoek wordt getracht om hier meer inzicht in te krijgen.

1.2 Doelstelling, relevantie en onderzoeksvragen

Het doel van dit onderzoek is om aanbevelingen te doen aan de gemeente Nijmegen over het huidige evenementenbeleid, door het verschil tussen het huidige evenementenaanbod en de wensen van studenten te analyseren.

Dit onderzoek sluit aan bij andere onderzoeken waarbij het gaat om het binden van studenten. Tot nu toe gaat de meeste aandacht daarbij uit naar het belang van voldoende startersbanen om de studenten aan de stad te binden. Als reden wordt gesteld dat studenten vooral de stad verlaten omdat ze elders meer kans hebben op een geschikte baan (Venhorst, e.a., 2011, p. 1).

In dit onderzoek is gekozen om het evenementenbeleid centraal te stellen als onderwerp van onderzoek, om daarmee bij te dragen aan het bindingsprobleem. Naast economische motieven om een stad te verlaten, komt in onderzoek naar binding namelijk ook naar voren dat studenten minder vaak verhuizen als ze zich geïntegreerd voelen in de stad (Russo, e.a., 2003, p. 23). Dat kan worden bereikt door beleidsmaatregelen te stimuleren waarbij studenten al tijdens de studententijd de stad leren kennen en ervaren dat het prettig wonen is die stad (Russo, e.a., 2003, p. 23). Vrijtijdsbesteding aan (populaire) cultuur en vermaak is een belangrijk onderdeel in het leven van jonge volwassenen (Chatterton & Hollands, 2002, p. 97). Daarnaast is het zo dat na het bezoeken van een evenement dat in de ogen van bezoekers geslaagd was, sommige bezoekers meer trots zijn op de stad dan daarvoor (Wood, 2005, p. 49). Ook dragen

evenementen bij aan het ontmoeten van andere leefstijl- en medebewoners uit de stad, wat kan bijdragen aan het gevoel dat je onderdeel uitmaakt van de stad waarin je woont (Quinn, 2005, p. 940).

De onderzoeksvraag die in dit onderzoek centraal staat is de volgende:

Op welke manier kan gemeente Nijmegen haar evenementenbeleid beter inzetten voor het binden van studenten aan haar stad?

1.3 Opbouw van het onderzoek

De opbouw van het onderzoek is als volgt. In het volgende hoofdstuk wordt de relatie tussen “warme citymarketing” , studenten en evenementen beschreven. Daarin komt allereerst naar voren dat evenementen niet alleen belangrijk zijn voor de beeldvorming van steden, maar ook een belangrijke sociale rol kunnen vervullen voor de eigen inwoners van de stad. Het besef dat het in de citymarketing niet alleen hoeft te gaan om het uitstralen van een gewenst beeld over de stad, maar dat het efficiënter kan zijn om aandacht te besteden aan het behouden van de eigen doelgroepen, komt naar voren in de tweede paragraaf. Hoofdstuk twee eindigt met een antwoord op de vraag welke meerwaarde studenten hebben voor een stad.

Het derde hoofdstuk gaat dieper in op de vraag welke methodologische keuzes belangrijk zijn geweest in het onderzoek. Waarom is er gekozen om de voorkeuren van studenten te achterhalen met behulp van een enquête en hoe is deze opgesteld?

Het vierde hoofdstuk begint met een korte inleiding over het evenementenbeleid van gemeente Nijmegen. Daarin wordt bekeken in hoeverre de gemeente in het huidige beleid aandacht besteedt aan de wensen van de eigen bewoners omtrent evenementen. De rest van het hoofdstuk bestaat uit het beschrijven van de voorkeuren van studenten over evenementen in het algemeen en evenementen in Nijmegen. Daarbij wordt ook ingegaan op de redenen die de studenten hebben aangedragen om evenementen wel of juist niet te bezoeken.

In het laatste hoofdstuk wordt een antwoord gegeven op de hoofdvraag waarmee een aantal aanbevelingen aan de gemeente Nijmegen worden gedaan. Ook wordt er gereflecteerd op de beperkingen die dit onderzoek met zich mee heeft gebracht.

H2 De relatie tussen warme citymarketing, studenten en evenementen

Dit hoofdstuk beschrijft allereerst de rol van evenementen in een post- industriële stad. Vervolgens wordt er besproken dat gemeenten naast branding, ook “warme citymarketing” als mogelijkheid hebben voor hun (evenementen)beleid. Het hoofdstuk sluit af met het bespreken van de meerwaarde die studenten kunnen hebben voor een stad.

2.1 De rol van evenementen in een post- industriële stad

Na het vertrek van de industrie uit westerse kapitalistische steden, is de dienstensector belangrijker geworden voor de economie van een post-industriële stad (Burgers, 2000, p. 146). Een stad waarin de dienstensector een groot aandeel heeft gekregen in de werkgelegenheid, is onder andere te herkennen aan een grote hoeveelheid kantoren en bedrijven die zich daar hebben gevestigd. In deze kantoren worden geen “fastbare” producten gemaakt, maar draait het om het bedenken van bijvoorbeeld nieuwe ideeën of kennis.

Voorbeelden van bedrijven uit de “dienstensector” zijn verzekeringskantoren, banken, adviesbureaus of hoofdkantoren van een buiten de stad gelegen productiebedrijf. In veel steden zien kantoren uit deze sector er min of meer hetzelfde uit. Ze zijn groot, hoog en de buitenkant ervan is regelmatig bedekt met een glanzende laag marmer of spiegeland glas. In de literatuur wordt de aandacht die bedrijven besteden aan het uitstralen van “macht”, “succes” en “aantrekkelijkheid” door middel van dat uiterlijk “impression management” genoemd (Burgers, 2000, p. 147). De zogenaamde “wolkenkrabbers” zijn daar een duidelijk voorbeeld van.

Doordat globalisering heeft bijgedragen aan het eenvoudiger worden van bedrijfs- maar ook personenverplaatsingen, ervaren verschillende steden dat ze een concurrentiestrijd moeten voeren om de economie te kunnen laten groeien (Pratt, 2008, p. 109).

Stadsbestuurders wilden graag nieuwe bedrijven en hoger opgeleide werknemers aantrekken. Het uiterlijk van niet alleen bedrijfsgebouwen, maar de gehele presentatie van steden naar de buitenwereld toe kreeg daarom veel aandacht van de stadsbestuurders (Burgers, 2000, p. 147).

De toename van hogeropgeleide werknemers in de stad heeft tot gevolg gehad dat er een stedelijke middenklasse is ontstaan die meer meer vrije tijd en hogere inkomens hadden dan voorheen (Scott, 1997, p. 324). Daarom werd bij de groei van de dienstensector in toenemende mate ook “cultuur” ingezet als middel om zich te kunnen onderscheiden van

andere steden. Het ontstaan van de stedelijke middenklasse heeft er volgens Scott (1997, p. 324) dan ook voor gezorgd dat de stad is veranderd van een plek om in te werken naar een plek waar men hun vrije tijd ging besteden. Hij geeft aan dat er een stijging in “consumptie” van “culturele producten” heeft plaatsgevonden. Doordat inkomens stegen, kreeg men meer mogelijkheden om in hun vrije tijd gebruik te maken van het culturele aanbod dat een stad te bieden had. Mensen bezochten bijvoorbeeld vaker een restaurant of brachten een bezoek aan het museum of een theatervoorstelling. Ook de andere “culturele producten” van de stad zoals bijvoorbeeld kunst, mode en muziek waren meer in de belangstelling, aldus Scott (1997, p. 324).

Doordat meer mensen in hun vrije tijd belangstelling toonden voor hetgeen de stad aan cultuur te bieden had, groeide het aantal bedrijven dat zich richtten op deze “symbolische producten” en daarmee dus ook het aanbod daarin. Aangezien men meer gebruik ging maken van het culturele aanbod in de stad, zagen steden hierin een nieuwe mogelijkheid om zichzelf te onderscheiden van de rest (Zukin, 1998, p. 826).

De vanaf de jaren tachtig gestegen belangstelling vanuit steden voor evenementen valt volgens Quinn (2005, pp. 930- 931) te verklaren op basis van bovenstaande ontwikkeling. Ze geeft aan dat doordat steeds meer mensen hun vrije tijd besteedden in het stadscentrum en gebruik maakten van het culturele en recreatieve aanbod in de stad, steden in evenementen een goede manier zagen om zichzelf te onderscheiden van andere steden, die ook nieuwe bedrijven en bewoners trachtten aan te trekken.

Zoals eerder genoemd, is vanaf de jaren tachtig het organiseren van evenementen een veel gebruikte strategie om de aandacht op een stad te vestigen. De gedachte achter het organiseren van een grootschalig evenement is dat er veel bezoekers op af zullen komen waarvan de lokale economie niet alleen tijdelijk profiteert, maar ook op de lange termijn (Burgers, 2000, p. 153). De bezoekers geven op de dag van het evenement geld uit aan bijvoorbeeld lokale horeca en hotels. Vooral de hoeveelheid “nieuw” geld dat uitgegeven wordt door bezoekers van buiten de stad, is daarbij belangrijk (Pasanen, Taskinen & Mikkonen, 2009, p. 114). Daarnaast kan de stad, of gedeelten van een stad, een positiever beeld krijgen bij mensen en bedrijven buiten de stad, waardoor meer bedrijven en mensen besluiten om zich daar te vestigen (Klaic, Bollo & Baccella, z.j., p. 37).

Naast een economische rol, wordt er in de literatuur ook een sociale rol toegeschreven aan evenementen. Doordat het culturele aanbod en andere vrijetijdsvoorzieningen in de stad gestegen waren en het voor veel mensen toegankelijk was geworden, is het voor sommigen juist een middel geworden om zich te onderscheiden van de rest (Vivant, 2010, p. 122). Vivant (2010, p. 122) geeft aan, op basis van het werk van Lash & Urry uit 1994,

dat de keuzes die mensen maken op cultureel gebied “reflexief” zijn. De culturele keuzes die iemand maakt, kan een manier zijn om je jezelf te uiten. Volgens Burgers is het zelfs zo dat in de huidige diensteneconomie, mensen meer persoonlijke waarde ontleen aan hun levensstijl en hetgeen ze op cultureel gebied consumeren, dan aan hun werk (2000, p. 149). Het onderzoek van Chatterton en Hollands (2002, p. 97) geeft aan dat het ook voor jong volwassen steeds belangrijker wordt voor hun identiteit wat ze consumeren en waar ze hun vrije tijd besteden.

Naast een persoonlijke waarden, ontleen mensen ook gezamenlijk sociale waarden aan hun vrijetijdsbesteding. Het bezoeken van evenementen, waarbij mensen met dezelfde interesses elkaar ontmoeten, dragen bij aan het versterken van de onderlinge band tussen hen (Quinn, 2005, p. 928). Het gaat om delen van een beleving en het communiceren van persoonlijke waarden en levensstijl (Klaic, e.a., z.j., p.42). Naast de voorkeur voor bijvoorbeeld bepaalde muziek of culturele voorstellingen, zoeken mensen vaak naar een ‘socialiserende beleving’ binnen een creatief en inspirerend milieu (Klaic, e.a., z.j., p. 48). Soms gaat het er simpelweg om “er ook” te zijn, en hetzelfde te ‘ervaren’ als anderen. Evenementen spelen daardoor een belangrijke rol binnen de lokale gemeenschappen, dat verder gaat dan plezier en esthetiek (Klaic, e.a., z.j., p. 48).

De sociale rol van evenementen is volgens Klaic e.a. dan ook erg bruikbaar voor een gemeente in de stedelijke ontwikkelingsstrategie. Door middel van evenementen kunnen bewoners op een andere manier tegen de plek waar ze wonen aan gaan kijken. De perceptie van eigen stad verbetert. Een ‘risicovol gebied’ kan door evenementen bijvoorbeeld aantrekkelijker worden om er toch naar toe te gaan en kan, door een veilige ervaring tijdens het evenement een algemeen veiliger gevoel geven. Dit kan leiden tot een verhoging van het vertrouwen onder bewoners van dat gebied (Klaic, e.a., z.j., p. 48).

Uit een empirisch onderzoek van Wood (2005, p. 49) naar sociale impact van evenementen is naar voren gekomen dat de bezoekers van een evenement die het evenement geslaagd vonden naderhand een positiever gevoel overhielden aan de plek waar het evenement werd gehouden. Ze waren meer trots op het gebied dan voor het evenement. Onderzoek van Klaic e.a. heeft ook aangetoond dat het de communicatie tussen bewoners kan verbeteren en er meer onderling begrip kan ontstaan voor sociale, etnische, culturele en leeftijdsgroepen (z.j., p. 48).

Samenvattend kan worden gezegd dat evenementen in een post-industriële stad naast een belangrijke economische rol, ook een sociale rol hebben. Op economisch gebied zijn ze onderdeel van een stedelijke strategie om de beeldvorming van de stad gunstig te beïnvloeden, zodat meer mensen en bedrijven zich willen vestigen in de stad. Daarnaast

hebben evenementen voor de bezoekers een belangrijke sociale rol. De beeldvorming van evenementen kan bijdragen aan een beter beeld van de stad onder de bewoners zelf, waardoor meer vertrouwen in de stad verkregen kan worden. Ook vinden mensen het fijn om tussen gelijkgestemden elkaar te ontmoeten, dat kan bijdragen aan meer onderling begrip tussen bewoners van een stad. Inwoners die trots zijn op hun stad en een positief gemeenschapsgevoel hebben, kunnen dit gevoel ook overdragen aan potentiële bewoners.

2.2 Citymarketing: van branding naar binding

Citymarketing wordt tegenwoordig door veel gemeenten gebruikt als strategie om de lokale economie te stimuleren (Hospers, 2009, p. 12). Hospers geeft in zijn werk een definitie van citymarketing: *“Citymarketing is het langetermijnproces en/of het beleidsinstrument bestaande uit verschillende, met elkaar samenhangende activiteiten gericht op het aantrekken en behouden van specifieke doelgroepen voor een bepaalde stad”* (Hospers, 2009, p.12). Steeds meer gemeenten stellen een speciale “marketeer” aan die samen met de gemeente bepaalt wat de stad inhoudt en wat de stad naar anderen toe moet uitdragen (Hospers, Boekema & Lombarts, 2008, p. 13). Om andere mensen bekend te maken met de kwaliteiten van de stad, gebruiken gemeenten binnen hun citymarketingstrategie ook vaak een zogenaamde ‘brandingstrategie’.

Door middel van ‘branding’ wordt geprobeerd om bij de verschillende doelgroepen een ‘gewenst’ beeld over de stad te creëren, met als doel dat ze voor die stad kiezen (Hospers, Boekema & Lombarts, 2008, p. 17). Om een positief beeld van de stad te creëren is het noodzakelijk dat de complexiteit van de stad gereduceerd wordt tot enkele aansprekende aspecten (Hospers, Boekema & Lombarts, 2008, p. 39). Onder ‘branding’ vallen bijvoorbeeld mediacampagnes, slagzinnen en evenementen.

Binnen de citymarketing draait het voornamelijk om de beeldvorming rondom de stad, omdat mensen de stad ervaren door de ‘perceptie’ van dat beeld (Kavaratzis & Ashworth, 2005, p. 507). Uiteindelijk kan men een stad pas bezoeken of zich daar vestigen wanneer men van het bestaan van de stad afweet. Een plaats bestaat in iemands hoofd (perceptie) doordat we in staat zijn om een beeld te vormen door gebruik te maken van ervaringen uit het verleden en door bronnen van buitenaf (Hospers, 2005, § V).

Er spelen drie processen mee waardoor mensen zich een beeld kunnen vormen rondom een stad volgens Kavaratzis en Ashworth (2005, p. 507). Ten eerste vormen *geplande ingrepen* het beeld van een stad, zoals het stedelijk ontwerp van een stad. Ten tweede speelt de manier waarop we de stad gebruiken mee en tenslotte wordt de beeldvorming rondom een plaats beïnvloed door representatie van de plek door anderen, zoals dat

bijvoorbeeld gebeurt in de media, in films, advertenties en boeken.

Het beeld dat we vormen van een bepaalde plaats is dus gebaseerd op subjectieve gegevens en is uiteindelijk erg belangrijk in de beslissing om al dan niet in een bepaalde plaats te wonen, recreëren of te werken (Hospers, 2005, § V). Citymarketing probeert de drie processen waardoor beeldvorming tot stand komt te beïnvloeden (Kavaratzis & Ashworth, 2005, p. 507).

Het creëren van een positief beeld van een plek door middel van evenementen wordt veel gebruikt in de citymarketing. Er kan daarbij een onderscheid worden gemaakt in beeldvorming gericht op het beïnvloeden van externe of interne doelgroepen. De keuze daarvoor hangt af van hoe gemeenten tegen citymarketing aankijken, wat men verwacht ermee te bereiken.

Braun (2008, 172) geeft aan dat citymarketing op dit moment voornamelijk gericht is op externe doelgroepen, omdat dat in de ogen van stadsbestuurders ook het doel is van citymarketing, namelijk het aantrekken van nieuw kapitaal in de vorm van mensen of bedrijven. De interne doelgroepen van een stad zijn dan geen onderdeel van het citymarketingbeleid van de stad, maar andere beleidstakken richten zich op het wel en wee van de stedelijke bevolking (Braun, 2008, 172).

De manier waarop er tegen citymarketing wordt aangekeken is volgens Berenschot aan het veranderen (z.j.). Hospers (2009) is een veel geciteerde auteur op dat gebied. Hij maakt een onderscheid in 'koude' en 'warme' citymarketing, om daarmee aan te geven dat het ook mogelijk is om de citymarketingstrategie te richten op de interne doelgroepen die de stad al heeft. Daarmee bedoelt hij dat koude citymarketing zich voornamelijk richt op het aantrekken van nieuwkomers en warme citymarketing zich richt op het behouden en binden van de eigen bevolking. 'Warme citymarketing' wordt door Hospers omschreven als *de maatregelen die gericht zijn op de eigen bevolking* (2009, p. 13). Het accent binnen de citymarketing komt te liggen bij de bewoners, bedrijven en 'bollebozen' die een stad al heeft (2009, p.115).

Voor een gemeente is het relevant om zichzelf af te vragen waar deze doelgroepen behoefte aan hebben en wat ze nog missen in de stad. Voorbeelden van warme citymarketing zijn goedkope woningbouwprojecten voor starters, het regelen van traineeships voor afgestudeerden bij het lokale bedrijfsleven, een goede serviceverlening aan bedrijven maar ook het aanleggen van een stadsstrand (Hospers, 2009, p.115). Volgens Hospers is een warme citymarketing, waarbij een tevreden inwoner centraal staat, uiteindelijk effectiever dan een 'koude' citymarketing strategie. Dit punt wordt door Boisen (z.j.) met duidelijke cijfers onderbouwd. Volgens hem is het namelijk zo dat 80% van de groei van de stad veroorzaakt wordt door eigen bedrijven en inwoners.

Mommaas geeft aan dat de citymarketing teveel gericht is op beeldvormingsprocessen omwille van het imago van de stad naar buiten toe te verbeteren (2002, p. 35). Volgens hem is het belangrijker om deze beeldvormingsprocessen in te zetten op het duidelijk maken aan de eigen inwoners, dat de stad op sociaal- cultureel gebied veel te bieden heeft. Hij geeft aan dat in het ideale geval een gemeente winst kan boeken op het gebied van het verhogen van trotse gevoelens onder de bewoners over de stad. Daarbij is het ook mogelijk dat het onderlinge gevoel van samenhang wordt verbeterd en de sfeer in de stad wordt verhoogd (2002, p. 43). Om dat te bereiken, door middel van citymarketing, is het zaak voor een gemeente om zich te richten op interne sociaal- culturele doelen, in plaats van externe economische belangen (Mommaas, 2002, p. 45).

Tot nu toe is beschreven dat de citymarketingliteratuur aangeeft dat 'warme citymarketing' een waardevolle strategie zou kunnen zijn voor de ontwikkeling van de stad, omdat tevreden inwoners en bedrijven daar zelf een bijdrage aan leveren. In de literatuur komt ook naar voren dat er auteurs zijn die zich ook afvragen of het niet beter zou zijn als steden hun evenementen meer zouden richten op de voorkeuren van de eigen bevolking.

Quinn (2005) geeft aan dat de positieve aspecten van evenementen voor de eigen bevolking onder druk kunnen komen te staan, indien een gemeente besluit dat een evenement gaat dienen als onderdeel van hun citymarketingstrategie. Ze heeft onderzoek gedaan naar de ontwikkeling van evenementen in de Ierse stad Galway en ze concludeert dat de sociale waarde die het evenement in de beginfase had voor de eigen bewoners uiteindelijk deels verdwenen is. Als reden daarvoor noemt ze dat de gemeente de evenementen teveel heeft gepromoot en dat de gestegen toeristenstroom uiteindelijk de belangstelling van de lokale bevolking voor het evenement hebben doen afnemen. Men identificeerde zich bijvoorbeeld niet meer met het evenement, omdat het te commercieel werd (2005, 934).

Pasanen e.a. (2009) en Klaic e.a (z.j.) benadrukken dat op dit moment het draagvlak van de evenementen soms wordt vergeten. Klaic e.a. geven aan dat in het verleden veel evenementen zijn gestart "omdat anderen het ook doen", zonder zich daarbij af te vragen wie op het festival zit te wachten en welk publiek eropaf komt (z.j., p. 28).

Volgens Hospers (2009) denken veel gemeenten te makkelijk over het opzetten van een evenement in de hoop nieuwe bezoekers aan te trekken. Door kopieergedrag organiseren tal van steden in de zomermaanden bijvoorbeeld "culturele festijnen", maar alleen de stad Maastricht is erin geslaagd om daarmee bezoekers van buiten de stad aan te trekken.

Volgens Hospers zou een gemeente dan ook alleen maar evenementen voor de eigen bevolking moeten organiseren (2009, p. 61).

Indien steden teveel gericht zijn op het uitstralen van een 'uniek beeld' van de stad door evenementen, bestaat er ook de mogelijkheid dat er 'cliches' ontstaan, alsdus Russo en Sans (2009, p. 163). De auteurs spreken over het "paradoxaal effect" van evenementen als onderdeel van een brandingstrategie. Ondanks dat steden zichzelf willen onderscheiden, zijn ze in het aanbod steeds meer op elkaar gaan lijken. In het boek van Metz wordt uitgebreid beschreven dat Nederlandse steden op dit moment veel kopieergedrag vertonen en ze schrijft kritisch dat het soms lijkt dat de stadbewoner door alle 'pret' zich verdreven voelt uit de binnenstad. Metz geeft aan dat evenementen en ander 'fun' op dit moment een belangrijke vrijetijdsbesteding zijn voor mensen, maar dat het wel zaak is dat gemeenten met het beleid het aanbod blijven reguleren (Metz, 2002, p. 286).

Er kan samenvattend worden gezegd, dat verschillende auteurs vraagtekens stellen bij de gevolgen van evenementen als onderdeel van een koude citymarketingstrategie. Door niet voldoende draagvlak om het voortbestaan van evenementen veilig te stellen bijvoorbeeld, en kopieergedrag onder steden neemt de aantrekkelijkheid van evenementen af. Door de wensen van de eigen inwoners centraal te stellen binnen de citymarketing, en ook het evenementenbeleid, kan een gemeente voorkomen dat er evenementen plaatsvinden die niet gewenst zijn en mogelijk alleen maar overlast veroorzaken.

2.3 De meerwaarde van studenten voor een stad

DE student bestaat niet omdat ieder individu anders is. Maar 'studenten' in het algemeen staan wel als doelgroep bekend. Er wordt bijvoorbeeld gesproken over 'de studentenstad' of een 'studentikoze' manier van leven. Chatterton (1999) heeft onderzocht waarom studenten als een groep beschouwd worden. Uit zijn onderzoek komt naar voren dat er overeenkomsten bestaan in de wijze waarop studenten hun studententijd doorbrengen. Veel studenten gaan op kamers wonen, leven gezamenlijk in een studentenhuus en besteden een groot deel van hun tijd aan sociaal- culturele activiteiten buitenshuis. Deze zogenaamde "traditionele studenten" hebben een overeenkomstige levensstijl.

Volgens Chatterton (1999, p. 119) begint het proces waarmee studenten een overeenkomstige levensstijl ontwikkelen bij de universiteit of hogeschool waar een unieke tijdsindeling heerst. Daarmee wordt bedoeld dat zowel universiteit als hogeschool met lesroosters werkt die afwijken van een standaard dagelijkse 9 tot 17 tijdspanne.

Daarnaast zorgt de universiteit of hogeschool voor studentgeoriënteerde ruimten, zoals de universiteitscampus. Bourdieu (1984, in Chatterton, 1999, p. 119) geeft aan dat traditionele studentenruimten, die ieder jaar door nieuwe studenten bewoond worden, de basis zijn voor de ontwikkeling van een gemeenschappelijke levenssfeer, ook wel 'student habitus' genoemd. Deze ruimten zorgen ervoor dat studenten een zichtbare manier van leven ontwikkelen die zij zich gedurende hun studie eigen maken en belichamen (Chatterton, 1999, blz. 119).

De doelgroep studenten hebben invloed op de stad op verschillende manieren. Ten eerste hebben studenten een invloed op de stedelijke economie. Studenten hebben een indirecte invloed op de stedelijke economie, doordat ze de hoger opgeleiden van de toekomst zijn. Kennis is noodzakelijk voor bedrijven die willen innoveren (Hospers, 2005, p.2). Het bedenken van nieuwe producten, diensten en processen, wat zorgt voor economische vooruitgang, wordt voornamelijk gedaan door hoger opgeleiden. Een kennisintensief bedrijf vestigt zich daarom liever in een stad waar veel hoger opgeleide mensen wonen. Tegenwoordig volgen de innovaties zich in een zodanig hoog tempo op en is er veel concurrentie vanuit andere landen, waardoor het voor een bedrijf onmogelijk is om zich daaraan te onttrekken, aldus de auteur (Hospers, 2005, p.2).

Ook zorgen studenten indirect voor positieve gevolgen voor de economie, doordat zij de reden zijn dat een universiteit of hogeschool kan blijven bestaan. Een universiteit zorgt voor directe werkgelegenheid in de stad (Russo, e.a., 2003, p. 4). Zo biedt bijvoorbeeld de Radboud Universiteit Nijmegen werkgelegenheid aan ongeveer 5.000 voltijd banen, waaraan de universiteit meer dan 300 miljoen euro per jaar aan salarissen uitbetaald (Radboud Universiteit Nijmegen, 2010). Een hogeronderwijsinstelling draagt tevens bij aan innovatieve ontwikkelingen. Zo heeft het hoger onderwijs de afgelopen jaren te maken gekregen met bezuinigingen, waardoor universiteiten genoodzaakt zijn om op zoek te gaan naar nieuwe manieren van inkomstenwerving. Chatterton (2010, p. 2) geeft aan dat er door die ontwikkeling sprake is van meer betrokkenheid tussen een universiteit en de private sectoren. Deze betrokkenheid heeft gezorgd voor meer werkgelegenheid, bijvoorbeeld doordat de universiteitscatering wordt ingehuurd voor een congres, of door het aanbieden van cursussen aan particulieren vanuit de universiteit. Daarnaast kan de kennis die op een universiteit ontstaat, ook gebruikt worden voor het oplossen van maatschappelijke problemen (Hall, 1997, p. 309).

Ten tweede dragen studenten bij aan de sociaal- culturele levendigheid van steden. Volgens Chatterton (1999, p. 120) hebben studenten zowel een passieve als een actieve impact op de stedelijke cultuur. De passieve impact wordt zichtbaar door het grote aantal

studenten dat het stadscentrum, bandjes, galerieën en tentoonstellingen bezoekt en een publiek vormen in bijvoorbeeld cafés, nachtclubs en bioscopen. Daarnaast dragen studenten volgens hem actief bij aan de stedelijke cultuur door op eigen initiatief culturele activiteiten te ontplooiën. Er bestaan bijvoorbeeld studentenbands, studentenkoren, studentencabaret, of studenten werken als DJ in het plaatselijke café. Het organiseren van verschillende soorten evenementen door studenten valt eveneens onder deze categorie (Chatterton, 1999, p.120).

Studenten dragen eveneens bij aan het aantrekkelijk maken van het culturele klimaat in een stad, omdat ze een potentiële rol spelen in het creëren van “levendige”, “authentieke” en “expressieve” omgevingen (Russo & Sans, 2009, p. 161). Omdat volgens Russo en Sans studenten over het algemeen (nog) niet commercieel gemotiveerd zijn, leveren ze vanuit “interne waarden” een bijdrage aan het culturele aanbod in de stad. Volgens beide auteurs kan dat ervoor zorgen dat steden die een meer “monotone” cultuur hebben, door de bijdrage van studenten veranderen in stad met een aantrekkelijker cultureel klimaat. Als voorbeeld geven ze dat studenten in Venetië in staat zijn geweest om daar het verschil te maken in de monotone toeristencultuur (2009, p. 161).

Daarnaast kunnen studenten bijdragen aan de “levendigheid” van de stad (Hospers, 2009, p. 71). Naast dat studenten regelmatig overdag een bezoek brengen aan de binnenstad (Hospers, 2009, p. 71) kan het voorkomen dat op een maandagavond de terrassen nog tot in de late uurtjes bezet zijn. De levendigheid van een stad, mede door studenten gecreëerd, draagt bij aan een aantrekkelijk stadscentrum om in te wonen voor de lokale stedelijke bevolking (Tallon & Bromley, 2004).

De laatste meerwaarde van studenten voor een stad die beschreven wordt in dit onderzoek, is dat studenten een positieve invloed kunnen uitoefenen op de buurt waar ze wonen. Uit onderzoek van Arthurson (2010, p. 50) blijkt dat oude arbeiderswijken, waarbij het grootste gedeelte van het huizenaanbod bestaat uit sociale huurwoningen en goedkopere particuliere huurwoningen, vaak bewoond worden door mensen met een lager dan gemiddeld inkomensniveau, die minder dan gemiddeld werken en sneller dan gemiddeld vatbaar zijn voor (economische) veranderingen. In deze wijken kan er volgens Arthurson met de juiste “sociale mix” sprake zijn van sociale interactie tussen buurtbewoners van verschillende achtergronden. Dit zorgt voor een breder netwerk, waardoor de mogelijkheden van bijvoorbeeld de toegang tot werkgelegenheid wordt vergroot. Studenten kunnen bijdragen aan de opwaardering van de buurt, door in deze wijken te gaan wonen (Arthurson, 2010, p. 50).

Uit bovenstaande paragraaf komt naar voren dat studenten een meerwaarde zijn voor een stad op sociaal- cultureel, en economisch gebied. Het kan daarom een belangrijke doelgroep zijn voor stadsbestuurders om aandacht aan te schenken in hun beleid.

H3 Methodologie

In dit hoofdstuk staat de methodologie van dit onderzoek centraal. Er zijn verschillende methoden gebruikt om het survey-onderzoek uit te voeren. Er is een enquête opgesteld, die vervolgens is geanalyseerd door middel van beschrijvende statistieken. In de eerste paragraaf wordt uitgelegd waarom er is gekozen voor het uitvoeren van survey-onderzoek in de vorm van een enquête. In de tweede paragraaf wordt beschreven welke keuzes met betrekking tot het opstellen van de enquête en het verwerken van de gegevens relevant zijn geweest.

3.1 Onderzoeksstrategie

Om het evenementenbeleid te evalueren aan de hand van de mening van Nijmeegse studenten is het van belang om een zo volledig mogelijk beeld te krijgen op basis van een groot aantal respondenten. Hiervoor blijkt een survey een geschikte onderzoeksstrategie (Verschuren & Doorewaard, 2007, p. 162).

Het onderzoek heeft een empirische grondslag, omdat de resultaten gebaseerd zijn op zelf verzamelde gegevens uit de praktijk van de wensen van studenten met betrekking tot Nijmeegse evenementen (Verschuren & Doorewaard, 2007, p. 162). Daarnaast is het onderzoek kwantitatief van aard omdat er een groot aantal studenten ondervraagd kan worden. De verzamelde gegevens kunnen vervolgens in aantallen en percentages worden weergegeven (Verschuren & Doorewaard, 2010, p. 167).

Het verzamelen van de gegevens wordt gedaan door middel van een enquête. Hiervoor is gekozen omdat er op een gestandaardiseerde manier relatief snel gegevens over een bepaald onderwerp verzameld kunnen worden. Het voordeel is dat er gesloten vragen gesteld kunnen worden, maar er ook mogelijkheden ingebouwd kunnen worden om open antwoorden te verkrijgen. Op deze manier kunnen specifieke stellingen of meningen binnen een bepaalde groep mensen onderzocht worden.

Twee belangrijke beperkingen van het survey onderzoek zijn dat de verkregen onderzoeksgegevens een verminderde diepgang kennen en het feit dat de verkregen kennis een beperkt aantal aspecten belicht (Verschuren & Doorewaard, 2007, 172). Voor het beantwoorden van de hoofdvraag is het echter niet van belang om dieper in te gaan gaan op de antwoorden, door middel van het doorvragen op bepaalde onderwerpen met

behulp van bijvoorbeeld een interview. Het doel van de enquête is namelijk om een globale indruk over de mening van studenten met betrekking tot het evenementenaanbod te krijgen. Dit kan het beste door een van tevoren vastgesteld aantal aspecten in de enquête op te nemen. Wanneer de onderzoeksvraag met een andere methode beantwoord zou worden, bijvoorbeeld met een interview loopt men het risico dat er te veel uiteenlopende antwoorden gegeven worden om nog duidelijke en overzichtelijke onderzoeksresultaten te krijgen.

3.2 Het verloop van het onderzoek

Er zijn verschillende keuzes gemaakt in het onderzoeksproces om de benodigde informatie te verkrijgen. Allereerst is de selectie van de respondenten gemaakt door een willekeurig genomen steekproef van 40 studenten. In Nijmegen staan namelijk een te groot aantal studenten ingeschreven om ze allemaal in dit onderzoek te betrekken. Zo stonden in het studiejaar 2009-2010 meer dan 35.000 studenten ingeschreven in het hoger- en wetenschappelijk onderwijs in Nijmegen (Gemeente Nijmegen, 2010c, p. 67).

De enquête is afgenomen in het voorjaar van 2010 voor de universiteitsbibliotheek in Nijmegen. Dit is een neutrale plek, waar studenten uit alle jaargangen, geslachten, met verschillende woonplekken en ook van het hoger beroepsonderwijs komen studeren. Door de enquête niet online af te nemen maar op straat, is de mogelijkheid geweest om mondelinge toelichting te geven als de enquête niet duidelijk was.

Tijdens het afnemen van de enquêtes is naar voren gekomen dat verschillende respondenten moeite hadden met het interpreteren van het Nijmeegse evenement “WK Molenplein”. Ze waren wel eens bij het Europese Kampioenschap (EK) in de Molenstraat geweest, maar hadden nog niet eerder een wereldkampioenschap daar meegemaakt. Daarom is er besloten om geen onderscheid te maken tussen EK en WK wedstrijden.

Er is doorgegaan met enquêteren totdat veertig studenten de enquêtes hadden ingevuld.

Het onderzoek heeft zich beperkt tot een populatie van veertig Nijmeegse studenten. De studenten uit de steekproef zijn overwegend vrouw, 55% is vrouw en 45% is man. 75% van de respondenten wonen op kamers, waarvan bijna allemaal (92,5%) in gemeente Nijmegen. De overige 25% van de respondenten die in Nijmegen wonen, hebben aangegeven samen te wonen of wonen thuis bij hun ouders. De gemiddelde leeftijd van de respondenten is 21,7 jaar.

Vergeleken met de gemiddelde cijfers van Nijmeegse studenten lijkt de willekeurig genomen steekproef representatief qua geslacht. Zo was 55% uit de steekproef vrouw ten opzichte van 60% van alle Nijmeegse studenten (Gemeente Nijmegen, 2010c, p. 67). Wel

woonden de respondenten vaker op kamers (75% vs 37%) dan alle Nijmeegse studenten (Gemeente Nijmegen, 2010c, p. 69). Voor een volledig representatief beeld van de mening van Nijmeegse studenten met betrekking tot het evenementenaanbod is vervolgonderzoek nodig.

Naast de keuzes rondom de steekproef en selectie van de respondenten zijn er ook verschillende inhoudelijke keuzes gemaakt bij het opstellen van de enquête. In de enquête zijn allereerst verschillende “algemene evenementencategorieën” opgenomen om een zo breed mogelijk beeld te krijgen van de voorkeuren die studenten hebben voor evenementen. Om de overzichtelijkheid van de enquête te bewaren, zijn er een aantal categorieën geselecteerd van een lijst van landelijk voorkomende openbare evenementencategorieën (Onderzoeksburo Respons, 2008). Deze lijst is opgenomen in Bijlage I.

De volgende “algemene evenementen” zijn geselecteerd: filmfestival, vakbeurs/markt, introductiefestival, fotografie, tentoonstelling, literatuur, pop / rock, dance / house, jazz / blues, country / western, klassieke muziek, nederlandstalig, toneel / musical, cabaret / comedy, binnen- / denksport, auto- / motorsport, bal- / buitensport, wielersport en tenslotte loopsport.

Voor deze evenemententypen is gekozen op de veronderstelling dat het de meest herkenbare evenemententypes betrof. Daarnaast zijn ze te plaatsen onder een van de categorieën “cultuur”, “sport”, of “volkscultuur”. Deze indeling wordt namelijk ook door gemeente Nijmegen in huidige evenementenbeleid gehanteerd (Gemeente Nijmegen, 2004, pp.5-6).

Onder ‘culturele evenementen’ vallen in dit onderzoek de evenementen die voldoen aan de omschrijving van de gemeente (Gemeente Nijmegen, 2004, p. 5). Gemeente Nijmegen geeft aan dat ze een “cultuurintrinsieke” en een sociaal- culturele achtergrond moeten hebben. Daarmee bedoelen ze dat de initiafnemer een eigen beeld- of geluidstaal heeft gemaakt en deze aan een groter publiek wil presenteren. Het is ook mogelijk dat culturele evenementen betrekking hebben op de participatie van diverse bevolkingsgroepen (Gemeente Nijmegen, 2004, p. 5). Op basis van deze omschrijving is gekozen om de volgende categorieën aan te duiden als ‘culturele evenementen’: filmfestival, fotografie, tentoonstelling, literatuur, cabaret / comedy en toneel / musical.

Onder ‘volkscultuur’ vallen volgens de gemeente de evenementen die jaarlijks terugkomen en waarbij het voornamelijk draait om het in herinnering houden van een gebeurtenis uit het verleden (Gemeente Nijmegen, 2004, p. 6). Ook de evenementen die puur voor het vermaken van de bevolking worden georganiseerd en een commerciële betekenis hebben, vallen hieronder volgens de gemeente (Gemeente Nijmegen, 2004, p.

6). Er is gekozen om alle muziekevenementen onder te brengen onder het kopje 'volkscultuur'.

De categorie 'sport' bevat sportevenementen, wisselend van lichamelijke sport tot denksport. In dit onderzoek betreft het de binnen-/ denksport, auto-/ motorsport, bal-/ buitensport, wielersport en tenslotte loopsport.

De tweede stap in het opstellen van de enquête is de selectie van de Nijmeegse evenementen geweest. In Nijmegen worden de evenementen die zijn aangevraagd door particulieren, bedrijven en Nijmeegse instanties door de gemeente geplaatst op een "evenementenkalender". Het aantal evenementen op de kalender die gebruikt is ten tijde van dit onderzoek telt meer dan 300 verschillende evenementen. Daarnaast staan er ook evenementen op die niet relevant zijn voor studenten, zoals evenementen georganiseerd door basisscholen (Gemeente Nijmegen, 2010a). Omdat deze kalender dagelijks wisselt, is de evenementenkalender die tijdens het selectieproces van de evenementen in dit onderzoek gebruikt is, geplaatst in Bijlage IIII.

Allereerst zijn alleen de Nijmeegse evenementen geselecteerd die plaatsvinden in de binnenstad of op loopafstand ervan. Op loopafstand, omdat dit soort evenementen over het algemeen meer gericht zijn op de eigen bevolking. De evenementen in Nijmegen die georganiseerd worden om bezoekers uit het hele land aan te trekken, vinden plaats in het voetbalstadium buiten de stad. Voor het binden van studenten spelen deze grootschalige evenementen naar verwachting in mindere mate een rol en daarom zijn ze niet in dit onderzoek opgenomen.

Ten tweede is er gekozen om ook het "niche" aanbod in de enquête op te nemen. Uit de literatuur is namelijk naar voren gekomen dat hoger opgeleiden 'alternatieve' cultuur waarderen (Vivant, 2010, p. 122). In dit onderzoek is er daarom niet geselecteerd op basis van bijvoorbeeld algemene populariteit van de Nijmeegse evenementen in termen van bezoekersaantallen of omzet.

Als laatste selectie criterium voor de Nijmeegse evenementen, is geprobeerd om zoveel mogelijk voor elk type 'algemeen evenement' een bijpassend Nijmeegs evenement te vinden. Daarmee kan een vergelijking worden gemaakt tussen hetgeen studenten in het algemeen bezoeken, en wat ze in Nijmegen bezoeken. Bijvoorbeeld voor de algemene evenementencategorie "auto/ motorsport", is het Nijmeegse evenement "Nimega 100 Miglia" geselecteerd, omdat dat een evenement is waarbij oude auto's centraal staan. Om dat selectieproces inzichtelijker te maken, is onderstaande Tabel 1 opgesteld.

Uit Tabel 1 komt naar voren dat niet voor alle 'algemene evenemententypes' een bijpassend Nijmeegse evenement is gevonden. In Nijmegen komen namelijk niet alle 'algemene' evenementen voor (zie Bijlage I). Daarom zijn er voor sommige 'algemene

evenementencategorieën', waarvan verwacht werd dat ze voor studenten geschikt zijn, meerdere Nijmeegse evenementen gekozen. Bij de algemene categorie 'introductiefestival' is geen Nijmeegs evenement gezocht, omdat de introductie vanuit de hogeschool of universiteit zelf wordt georganiseerd.

Tabel 1: *Selectie Nijmeegse evenementen per algemene evenementencategorieën*

	Algemene evenementen	Nijmeegse evenementen
Cultuur	Filmfestival Fotografie Tentoonstelling Literatuur Cabaret/ Comedy Toneel/ Musical --- --- ---	nvt april – jan 2010 nvt april-jan 2010 nvt april-jan 2010 Kunstsprong Lux nvt april-jan 2010 Gebroeders van Limburg Festival Kunstsprong Lux Music Meeting Samba festival
Sport	Binnen-/ Denksport Auto-/ Motorsport Bal-/ Buitensport Wielersport Loopsport	nvt april-jan 2010 Nimega 100 Miglia nvt april-jan 2010 nvt april-jan 2010 Marikenloop 7- Heuvelenloop
Volkscultuur	Pop/ Rock Dance/ House Jazz/ Blues Country/ Western Klassieke muziek Nederlandstalig Vakbeurs/ Markt	Roos van Nijmegen Forta Rock Rock Royale De Affaire (4-daagse) De Oase (4-daagse) Matrixx 4-daagse WK-Molenplein Hemelvaartsnacht Molenplein nvt april-nov 2010 nvt april-nov 2010 Kronenburg Klassiek Gevelconcert (4- daagse) Dag van het Levenslied Boekenmarkt plein '44

Omdat een aantal Nijmeegse evenementen niet helemaal vallen onder de “algemene evenementencategorieën”, volgt daarover een korte omschrijving. Dit betreft allereerst het evenement “Kunstsprong Lux”. Volgens de organisatoren is het een evenement waarbij theater, film, debat en literatuur centraal staat (Lux, z.j.). Ten tweede evenement dat kort omschreven wordt is “Music Meeting”. Dit is een cultureel evenement, omdat de nadruk ligt op het uiten van wereldmuziek (Music Meeting, z.j.). Als laatste is ook het “Samba

festival” een cultureel evenement genoemd, omdat het daarbij draait om het uiten van internationale dans (Samba Festival, z.j.).

Na het selecteren van de “algemene” en de Nijmeegse evenementen, zijn de antwoordcategorieën bepaald. Daarmee is een globale indruk verkregen van de redenen om evenementen wel of juist niet te bezoeken.

Uit de literatuur blijkt dat evenementen een sociale rol kunnen spelen in iemands leven en mogelijk draagt dat bij aan de binding van studenten aan een stad (Quinn, 2005). De volgende antwoordcategorieën op de vraag waarom een evenement is bezocht zijn gebaseerd op de sociale rol van evenementen: “ik vind het interessant”, “gezellig”, “goede sfeer”, “om anderen te ontmoeten met dezelfde interesse”, “omdat vrienden er heen gaan”, “om er iets van te leren” en “om te ontspannen”.

De antwoordcategorieën op de vraag waarom een evenement niet is bezocht, zijn ook op de sociale kant van evenementen gebaseerd: “nooit eerder van gehoord”, “er komt geen leuk publiek”, “omdat vrienden niet gaan”, “de sfeer staat me niet aan”, “ik vind het te druk” en “ik vind het niet interessant”.

In de antwoordcategorieën is daarnaast nog opgenomen “ik zou het ook aanraden aan anderen”. Deze antwoordcategorie is toegevoegd, omdat het mogelijk is dat studenten bepaalde evenementen wel hebben bezocht, maar het vervolgens niet naar hun wens hebben gehad. Door aan te geven dat een evenement in hun ogen aangemerkt kan worden als “aanrader”, wordt het met name bij de minder vaak bezochte evenementen duidelijk indien de studenten deze toch hebben gewaardeerd.

Tenslotte zijn de antwoordmogelijkheden “omdat het gratis is” en “niet bezocht vanwege financiële redenen” toegevoegd. Daarmee zou naar voren kunnen komen dat naast de sociale aspecten van evenementen ook de financiële kant een rol speelt. Als laatste is de antwoordcategorie “anders, namelijk...” toegevoegd. Hier is voor gekozen om de respondenten niet te dwingen een antwoord te kiezen dat eigenlijk niet goed bij de daadwerkelijke reden past. Met deze antwoordcategorie heeft de respondent de mogelijkheid om alsnog het juiste antwoord te geven. Hiermee valt ook enigszins te controleren of de antwoordcategorieën in de vragenlijst volledig waren. In de huidige enquête hebben repondenten in totaal 8 keer van de 722 vragen van de optie “anders” gebruik gemaakt. Dit geeft aan dat de antwoordcategorieën die in de enquête zijn opgenomen vrij volledig waren.

Na het bepalen van de verschillende redenen om wel of niet naar de verschillende soorten evenementen te gaan, is besloten om de respondenten nog een open vraag te stellen. Daarmee kon worden bekeken of de vragenlijst een volledig overzicht had van

evenementen waar studenten gebruik van maken. Het ging hierbij om de vraag *“Ga je weleens naar gratis buitenevenementen toe die niet in deze vragenlijst genoemd zijn, zo ja welke?”*. De volledige enquête is geplaatst in bijlage II.

Tenslotte zijn er, na het opstellen en afnemen van de enquêtes, keuzes gemaakt ten aanzien van de dataverwerking. De resultaten van de enquête zijn geanalyseerd in SPSS versie 17.0. Daarbij zijn beschrijvende statistieken gebruikt. Er zijn percentages berekend voor gesloten vragen en het gemiddelde met standaarddeviatie is berekend voor de twee continue variabelen “leeftijd” en “het aantal jaren dat de respondent studeert”.

Op basis van de percentages is er een vergelijking gemaakt tussen de Nijmeegse evenementen en het algemene evenementenaanbod en is er beschreven welke voorkeuren de Nijmeegse studenten al dan niet hebben voor de evenementen en welke redenen ervoor werden aangedragen.

H4 Onderzoek naar de wensen van Nijmeegse studenten ten aanzien van het evenementenaanbod in Nijmegen

In dit hoofdstuk staat het evenementenbeleid van gemeente Nijmegen centraal. De eerste paragraaf geeft een korte inleiding over het Nijmeegse citymarketingbeleid en daarna het Nijmeegse evenementenbeleid. Daarbij wordt beschreven welke doelstellingen ten aanzien van studenten en evenementen in het beleid belangrijk zijn. Paragraaf twee behandelt de voorkeur voor ‘algemene’ evenementen die in Nederland plaatsvinden. Daarin wordt ook beschreven welke evenementen aanraders zijn en welke men in de toekomst zou willen bezoeken. Vervolgens worden de bezoekersmotieven beschreven en tenslotte wordt er per veelvoorkomend bezoekersmotief bekeken voor welk evenement dat het meest geldt. In paragraaf drie staan de Nijmeegse evenementen centraal.

4.1 Achtergrond en doelstellingen van het Nijmeegse citymarketing en evenementenbeleid

Het meeste recente document over het citymarketingbeleid in Nijmegen is het “Voortgangsdokument citymarketing Nijmegen” (Gemeente Nijmegen, 2010d). De visie op citymarketing die de gemeente Nijmegen hanteert, is ontleend aan het werk van Hospers, Boekema en Lombarts (2008) en stelt *“de handelingen van (potentiële) doelgroepen in brede zin te beïnvloeden met als doel dat ze voor de stad in kwestie kiezen”* centraal (Gemeente Nijmegen, 2010d, p. 2). Om dat te bereiken wil de gemeente zich met het voorzieningenaanbod profileren en zo de positie van de stad versterken in de regio, in Nederland en ook op internationaal niveau. Een brandingstrategie, met daarin visuele

elementen, emoties over Nijmegen, anekdotes en andere vormen van 'storytelling', wordt gericht op de doelgroepen bewoners, bedrijven en bezoekers. Daarmee hoopt de gemeente een positief beeld van Nijmegen over te brengen (Gemeente Nijmegen, 2010d, p. 2).

Studenten worden ook genoemd als doelgroep in het citymarketingbeleid. Gemeente Nijmegen ziet studenten als een 'specifieke doelgroep' waarvan de gemeente een (economische) meerwaarde verwacht. Er wordt geprobeerd om studenten door gerichte (marketing)activiteiten te 'verleiden' om de stad te bezoeken (Gemeente Nijmegen, 2010d p. 3).

Het beeld dat de gemeente wil uitstralen is onder te verdelen in vijf thema's, gebaseerd op Nijmeegse kwaliteiten, waarvan geprobeerd wordt om ze zoveel mogelijk aandacht en promotie te geven (Gemeente Nijmegen, 2010d, p. 4). De thema's worden achtereenvolgens beschreven. Ten eerste richt de beeldvormingsstrategie zich op 'Nijmegen als oudste stad'; het in beeld brengen van de geschiedenis van Nijmegen en het historische karakter van de stad staat hierbij centraal.

Het tweede thema is 'Nijmegen cultuurstad', waarbij drie evenementen "Gebroeders van Limburg festival", "Music Meeting" en het "Romeinenfestival" zijn aangemerkt om de aandacht op de stad te vestigen.

Het derde thema is 'Nijmegen Evenementenstad', waarbij met drie grote evenementen waaronder de Vierdaagse, concerten in voetbalstadion "de Goffert", de "Zevenheuvelenloop" en het "Mariken Winterfestival" grote aantallen bezoekers naar de stad getrokken worden.

Als vierde thema richt Nijmegen zich op "health en technology", waardoor de stad als vestigingsplaats voor innovatieve technologie en zorg moet worden gezien. Tenslotte wil Nijmegen uitstralen dat het de stad is die "de Waal omarmt" om daarmee het "vernieuwende gezicht van de stad" te laten zien.

In Nijmegen staat in het citymarketingbeleid dus centraal dat nieuwe doelgroepen aangetrokken dienen te worden en evenementen spelen daarin een belangrijke rol, voornamelijk om het imago en daarmee tevens de concurrentiepositie van de stad (inter)nationaal te verbeteren. Studenten dienen aangetrokken te worden omwille van het economische potentieel. In de woorden van Hospers hanteert gemeente Nijmegen daarom een "koud citymarketingbeleid"; het aantrekken van nieuwe doelgroepen staat centraal en niet het behouden van bestaande doelgroepen (Hospers, 2009, p. 13).

Het evenementenbeleid in Nijmegen heeft als centraal uitgangspunt dat het ondersteunend is en randvoorwaarden stelt aan evenementenorganisatoren (Gemeente Nijmegen, 2004, p. 4). De gemeente organiseert zelf geen evenementen. De overkoepelende gedachte achter het toestaan van de Nijmeegse evenementen is dat ze gelden als belangrijke factor voor de Nijmeegse economie, doordat ze het hele jaar bezoekers aantrekken en evenementen bijdragen aan het imago van de stad (Gemeente Nijmegen, 2004, p. 4).

In het Nijmeegse evenementenbeleid wordt erkend dat evenementen een sociale betekenis hebben voor de eigen bewoners (Gemeente Nijmegen, 2004, p. 8). Maar meer dan de opmerking dat evenementen “een positieve betekenis” moeten hebben voor de eigen inwoners wordt er in het evenementenbeleid niet bij stilgestaan (Gemeente Nijmegen, 2004, p. 8). Het Nijmeegse evenementenbeleid is zeer sterk gericht om evenementen een ‘promotionele’ of ‘economische’ betekenis voor de stad te laten zijn. Dat blijkt met name uit de inhoudelijke eisen die er aan evenementen worden gesteld vanuit verschillende beleidssectoren.

Vanuit het economisch beleid kan gezegd worden dat gemeente Nijmegen met name kijkt in hoeverre het evenement promotionele waarde heeft. Vanuit het cultuurbeleid wordt bekeken of het evenement aansluit bij de wens een ‘krachtig profiel’ van Nijmegen te creëren op het gebied van film, (pop)muziek en cultureel erfgoed. Tenslotte wordt er vanuit het sportbeleid bekeken of de sportevenementen bijdragen aan de verdere ontwikkeling van de breedtesport en of het gestimuleerd wordt en/of bijdraagt aan de promotie van de stad (Gemeente Nijmegen, 2004, pp. 6-7).

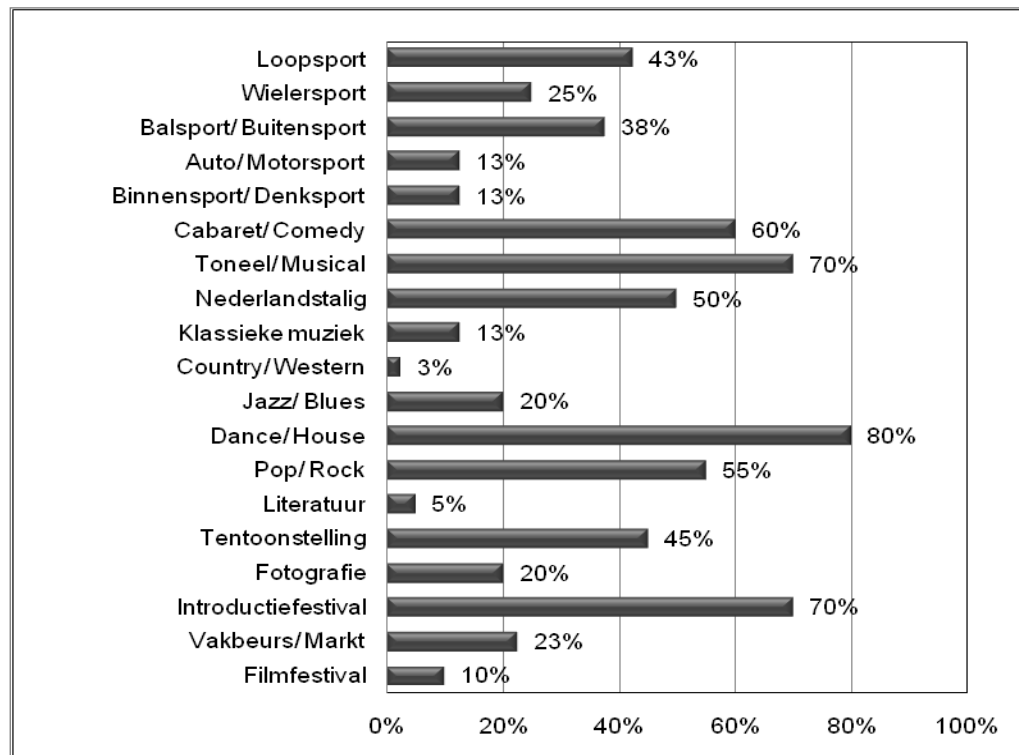
Nergens in het evenementenbeleid is terug te vinden dat er actief wordt bekeken of het evenementenaanbod al dan niet aansluit bij de voorkeuren van de eigen bevolking. Gemeente Nijmegen gaat er waarschijnlijk van uit dat de evenementenorganisatoren weten wat de Nijmeegse bevolking graag wil. De gemeente heeft burgers eenmalig, voor het 2000 jarig bestaan van de stad, de vraag gesteld welke evenementen ze in de stad de leukste vonden (Gemeente Nijmegen, 2006, p. 18). De vraag die overeind blijft, is of het huidige evenementenaanbod aansluit bij de wensen van de Nijmeegse studenten. Uit de volgende paragrafen zal naar voren komen of dat het geval is.

4.2 Voorkeuren voor “algemene” evenementen

Bijna alle respondenten hebben wel eens een bezoek gebracht aan een “algemeen evenement”. Zo geeft 97,5% van de studenten aan 1 of meerdere categorieën evenementen te hebben bezocht. Onderstaande Figuur 1 geeft het evenementenbezoek weer in procenten. Uit figuur 1 is af te leiden dat dance- en house evenementen het meest

worden bezocht. De tweede meest voorkomende categorie wordt gedeeld door het introductiefestival (70%) en toneel- en musicalevenementen (70%). Cabaret en comedy evenementen zijn de derde meest voorkomende evenementencategorie (60%). In de top tien overheersen de “culturele evenementen”.

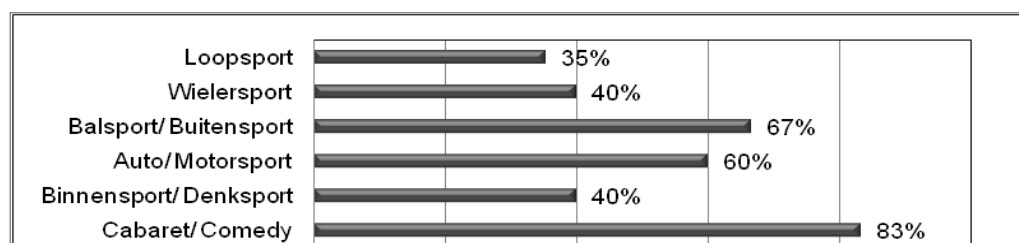
Uit onderstaande figuur 1 komt ook naar voren dat de drie minst bezochte evenementen, met maximaal tien procent van de respondenten die er wel eens zijn geweest, bestaat uit country-, literatuur-, en filmfestivals.



Figuur 1: Evenementenbezoek 'algemene' evenementen

Aan de respondenten is ook de mogelijkheid gegeven om aan te geven of ze de evenementen die ze hadden bezocht een aanrader vonden. Onderstaande Figuur 2 geeft een overzicht van de percentages. Het meest enthousiast zijn de studenten over cabaret- en comedy-evenementen. Ook het introductie-evenement en het filmfestival zijn echte aanraders.

De studenten die een evenement hebben bezocht waarbij een tentoonstelling centraal stond, zijn het minst enthousiast geweest over het bezoek. Onderstaande Figuur 2 geeft een overzicht van de percentages.



Figuur2: Aanbevolen 'algemene' evenementen in procenten

4.2.1 Algemene evenementen potentieel te bezoeken

Een andere indicator van de voorkeur van respondenten is de respons op de vraag of men een keer in de toekomst naar een bepaald evenement toe zou willen gaan dat men vooralsnog niet heeft bezocht. Deze antwoordcategorie geeft een overzicht van de potentieel interessante evenementen voor studenten.

Uit de top 10 van potentieel te bezoeken evenementen (Tabel 2), valt af te leiden dat met name culturele evenementensoorten nog niet bezocht zijn, maar waarvan de Nijmeegse student wel aangeeft ze graag te willen bezoeken. Het is opvallend dat sportieve evenementen niet voorkomen in de onderstaande top 10 van potentieel te bezoeken evenementen, terwijl ze wel bovenaan de lijst van meest bezochte evenementen staan. De respondenten die geen sportieve evenementen hebben bezocht, zijn dus ook niet van plan dat in de toekomst wel te gaan doen.

Tabel 2: Top 10 potentieel evenementenbezoek

Top 10	Evenementen categorie	Potentieel bezoek
1.	Filmfestival	50%
2.	Fotografie	30%
3.	Jazz/Blues	28%
4.	Cabaret/ Comedy	28%
5.	Vakbeurs/Markt	25%
6.	Tentoonstelling	23%
7.	Pop/Rock	18%
8.	Literatuur	15%
9.	Dance/House	15%
10.	Toneel/ Musical	13%

4.2.2 Bezoekersmotieven algemene evenementencategorieën

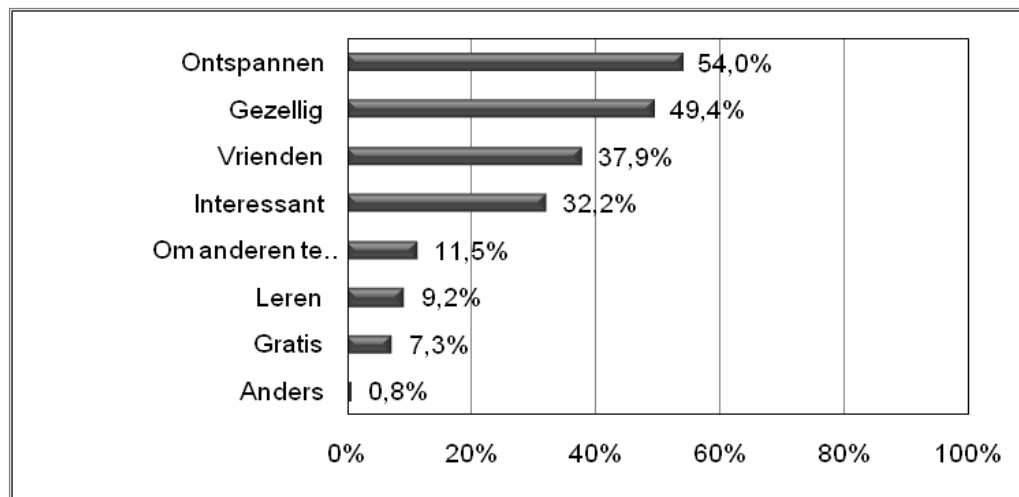
Aan de respondenten is de mogelijkheid gegeven om een reden te geven waarom ze een bepaalde evenementencategorie hebben bezocht. Per bezoekersmotief is het totaal aan respons opgeteld en gedeeld door het totaal aantal studenten dat heeft aangegeven de evenementen uit de vragenlijst te bezoeken. Zo hebben studenten in de vragenlijst bijvoorbeeld 24 maal aangegeven naar evenementen te gaan om er iets van te leren. In totaal is er 261 maal door de respondenten aangegeven dat ze een evenement hebben bezocht. Van de bezoekers van de algemene evenementencategorieën, bestaat er dus bij slechts 9.2% het motief om er iets van te leren.

Onderstaande figuur 3 geeft een overzicht van de mate waarin bezoekersmotieven in het algemeen voorkomen. De studenten die evenementen bezoeken gaan er in de eerste plaats naar toe om te ontspannen. Dat geldt het meest voor de categorie “cabaret en comedy”. Bijna alle studenten die er zijn geweest noemen dat als reden om te gaan (92%). Pop en rock evenementen worden ook gezien als erg ontspannend, 86% van de studenten die er zijn geweest geven dat op als reden.

Op de tweede plaats gaan bijna een op de twee studenten naar evenementen toe omdat ze het gezellig vinden. De pop en rock evenementen staan wederom op de eerste plaats, 82% van alle studenten die er geweest zijn geven aan dat ze er geweest zijn omdat het gezellig is en/of er een goede sfeer heerst. Dit percentage geldt ongeveer ook voor Nederlandstalige evenementen die bezocht zijn, in 80% van de gevallen.

Op de derde plaats worden evenementen bezocht omdat de vrienden van studenten er naar toe gaan. Het evenement waarbij het meest gold dat vrienden ernaar toe gingen, is bij een country en western evenement geweest.

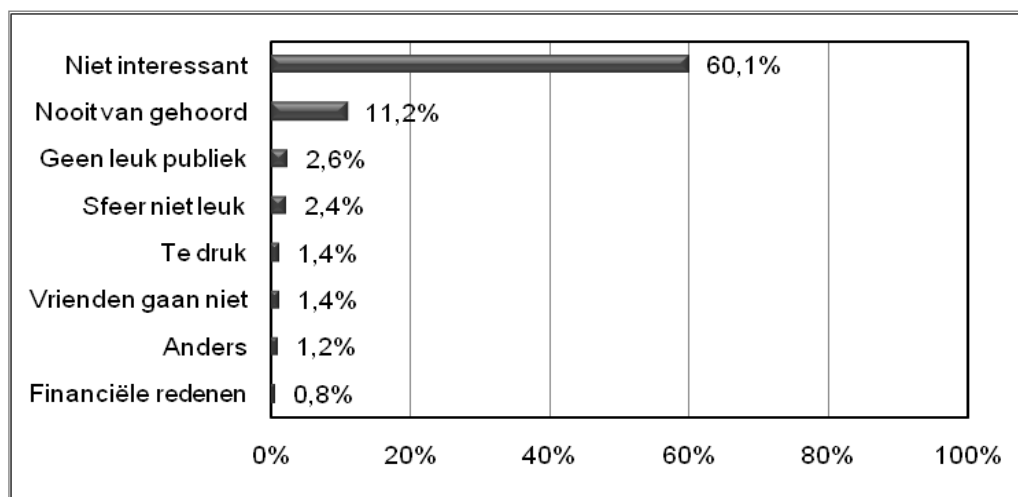
Bij het bezoeken van een algemeen evenement bleek het minder belangrijk te zijn of het evenement wel of niet gratis was. Ook worden er niet veel evenementen bezocht om er iets van te kunnen leren. Voornamelijk studenten die naar een vakbeurs of een markt zijn geweest vonden het belangrijk om er iets te kunnen leren (89%).



Figuur 3: Bezoekersmotief

De respondenten hebben eveneens redenen kunnen opgeven op de vraag waarom ze een evenement niet hebben bezocht. Onderstaande Figuur 4 geeft daarvan een overzicht in percentages. De meest voorkomende reden om niet naar een evenement te gaan was dat de respondenten het niet interessant vonden (60%). Deze reden is vooral bij de country en western evenementen aangegeven (85%).

Als tweede reden om evenementen in het algemeen niet te bezoeken, geldt de reden “nooit eerder van gehoord”. Het meest onbekend zijn de binnensport en denksport-evenementen. Het soort publiek, vrienden, financiële redenen, de sfeer en drukte waren bij minder dan 3% van de studenten redenen om niet naar een evenement toe te gaan.



Figuur 4: Redenen om geen bezoek te brengen

Opvallend aan de gegevens over bezoekersmotieven is het volgende verschil. De antwoordcategorie “nee, ik vind het niet interessant” is de meest gebruikte antwoordcategorie met 60,1% (figuur 4) om aan te geven waarom men niet naar een algemeen evenement is geweest. Daartegenover staat 32,2% (figuur 3) van alle respondenten die een evenement bezoekt omdat ze het interessant vinden. Wellicht is men beter in staat om op verschillende manieren aan te geven waarom men een evenement wel bezoekt, dan waarom men een evenement niet bezoekt.

Samenvattend kan er worden gezegd over de voorkeuren van studenten voor “algemene” evenementen dat deze over het algemeen uitgaat naar muziek-evenementen van het genre dance/house. Daarnaast vormen culturele evenementen populaire categorieën. De grootste aanrader zijn evenementen met cabaret en comedy in de hoofdrol.

De minst bezochte evenementen zijn country, literatuurevenementen en het filmfestival. Opvallend daaraan is dat op dit moment weinig studenten het filmfestival bezoeken. Echter, de helft van alle respondenten heeft aangegeven dat in de toekomst te willen bezoeken. Ook de culturele evenemententypen fotografie en jazz & blues scoren hoog in het potentiële evenementenbezoek.

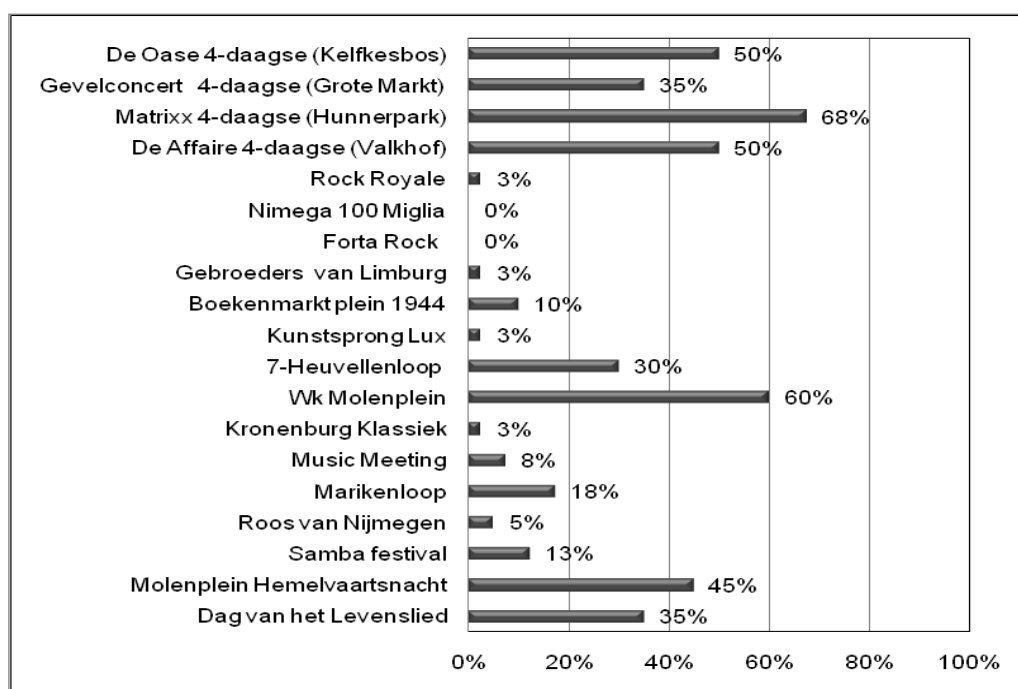
De belangrijkste redenen voor studenten om naar een algemene categorie evenementen te gaan zijn sociale redenen: om te ontspannen, voor de gezelligheid of omdat vrienden dit evenement ook bezoeken.

De reden die het meest wordt gegeven om een evenement niet te bezoeken is omdat men dit oninteressant vindt. Daarnaast gaat een deel van de studenten (11%) niet naar een evenement niet omdat ze hier nog nooit van hebben gehoord.

4.3 Voorkeuren voor Nijmeegse evenementen

In het algemeen kan worden gesteld dat de meest populaire Nijmeegse evenementen voor studenten de muziekevenementen zijn. Uit onderstaande Figuur 5 valt op te merken dat de top 10 van meest bezochte Nijmeegse evenementen voor 70% bestaat uit muziekevenementen en voor 30% uit sportieve evenementen.

Het meest bezochte evenement is het dance-evenement dat georganiseerd wordt door de Matrixx tijdens de Vierdaagse feesten, 68% van de respondenten is er wel eens geweest. Het Molenplein komt twee keer voor in de top 10. De Nijmeegse evenementen “Forta Rock” en “Nimega Miglia” zijn beide nog nooit bezocht door de respondenten. Ook de evenementen “Rock Royale”, “Gebroeders van Limburg”, “Kunstsprong Lux”, “Kronenburg Klassiek”, “Music Meeting” en “Roos van Nijmegen” zijn erg weinig bezocht (<10%).



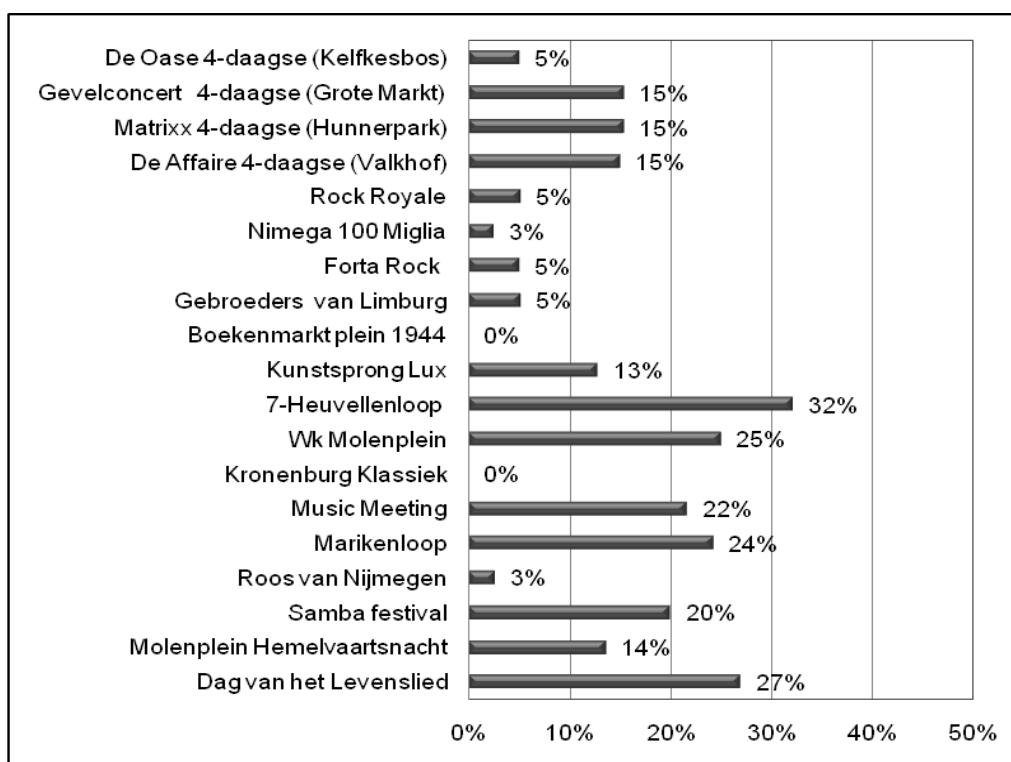
Figuur 5: Evenementenbezoek Nijmeegse evenementen

4.3.1 Potentieel te bezoeken Nijmeegse evenementen

Van de Nijmeegse evenementen die niet bezocht zijn door de respondenten, hebben een aantal studenten opgegeven wel interesse te hebben om ze te bezoeken. Hieruit blijkt dat de sportieve evenementen “Marikenloop” en de “Zeven Heuvellenloop” hoog scoren. Op de tweede plaats staat het evenement “Dag van het levenslied”. Het evenement “Music

Meeting”, een cultureelevenement met optredens van (inter)nationale artiesten scoort eveneens relatief hoog. Onderstaande Figuur 6 geeft een overzicht van de percentages.

Opvallend aan deze tabel is de positie van “Kunstsprong Lux”. Ondanks dat het evenement niet voorkomt in de rij van tien meest bezochte Nijmeegse evenementen, geeft 13% van de respondenten aan dat men in de toekomst een bezoek aan dit evenement zou willen brengen. Daarmee zou het evenement wel in de top 10 meest bezochte evenementen terecht komen. Dit geldt ook voor de “Music Meeting”, daarvan heeft op dit moment 8% van de respondenten het evenement bezicht, terwijl 22% van de respondenten aangeeft het evenement graag te willen bezoeken in de toekomst.



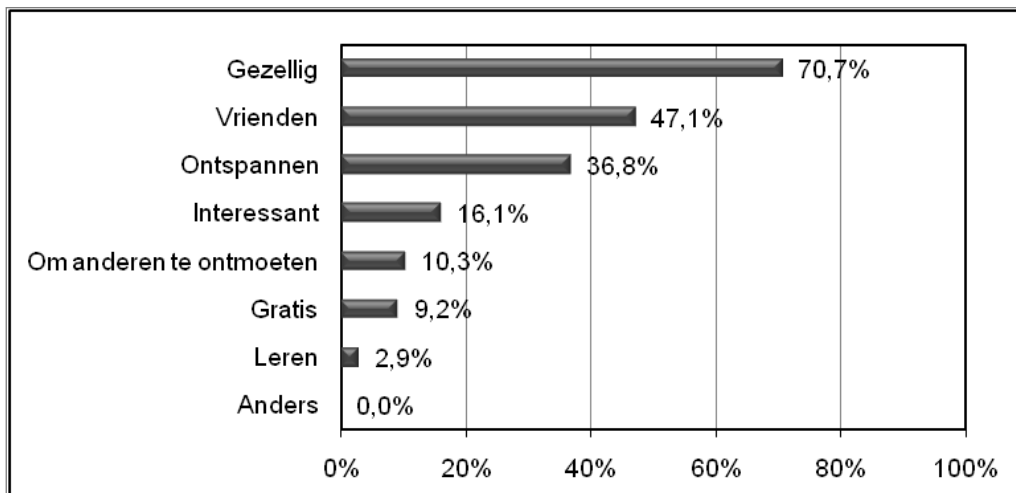
Figuur 6: Potentieel te bezoeken Nijmeegse evenementen in procenten

4.3.2 Bezoekersmotief

De Nijmeegse studenten in dit onderzoek geven aan dat ze het meest een Nijmeegs evenement bezoeken vanwege “de gezelligheid”. Figuur 7 geeft een overzicht van de antwoorden op de vraag waarom er een bezoek wordt gebracht aan een evenement. Alleen bij de evenementen “Kronenburg klassiek” en de boekenmarkt speelde een gezellige sfeer niet mee om er naar toe te gaan.

Op de tweede plaats, met bijna de helft van de respondenten, gaat men naar een Nijmeegs evenement omdat vrienden erheen gaan. Dit vonden de respondenten vooral belangrijk bij de evenementen “Kunstsprong Lux” en “Rock Royale”. Ten derde is

“ontspanning” een belangrijk bezoekersmotief onder 40% van de respondenten. Vooral bij de muziekevenementen “Dag van het Levenslied” (48%) en “Matrixx” tijdens de Vierdaagsefeesten (48%) gaan studenten ernaar toe om te ontspannen.

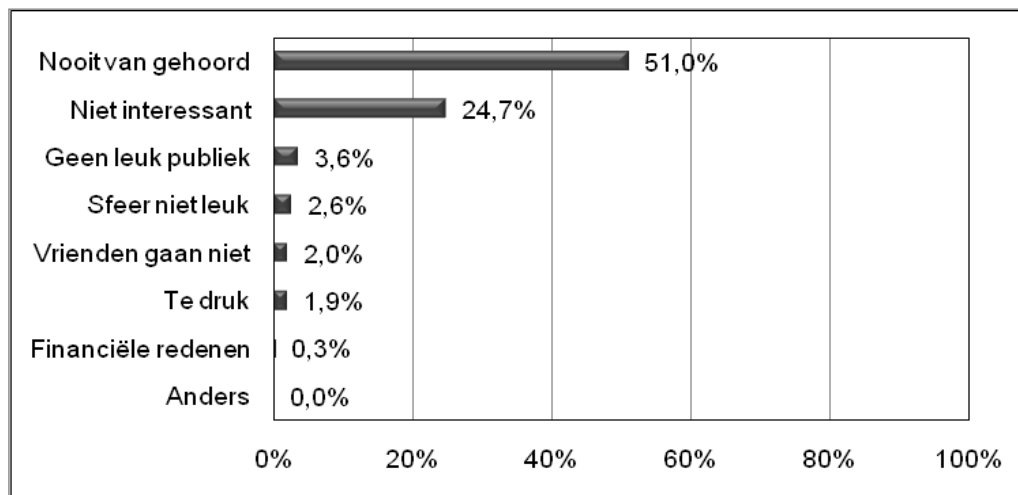


Figuur 7: Bezoekersmotief Nijmeegse evenementen

De redenen die gegeven worden door de respondenten om een bepaald evenement niet te bezoeken, zijn weergegeven in onderstaande figuur 8. Daaruit komt naar voren dat met name het niet bekend zijn met een evenement door meer dan de helft van de respondenten wordt aangegeven als reden om het evenement niet te bezoeken. De evenementen die bovengemiddeld onbekend zijn (meer dan 51%) bij de studenten, zijn de evenementen “Rock Royale” (64%), “Nimege 100 Miglia” (80%), “Forta Rock” (60%), “Gebroeders van Limburg” (74%), “Kunstsprong Lux” (64%), “Kronenburg Klassiek” (62%), “Music Meeting” (54%) en tenslotte “Roos van Nijmegen” met 74%.

Het is opvallend dat, op twee na, alle culturele evenementen bovengemiddeld hoog scoren op het motief “nog nooit van gehoord”. Bijna een op de vier respondenten geeft aan “een gebrek aan interesse” een reden te vinden voor het niet bezoeken van evenementen in Nijmegen. Vooral de evenementen “Matrixx tijdens de Vierdaagsefeesten” en de “Zevenheuvelenloop” zijn genoemd door de respondenten die er niet naartoe zijn gegaan, in beide gevallen heeft 46% van de respondenten als motief gegeven “niet interessant”.

Financiële redenen spelen de minst belangrijke rol in de afweging een evenement niet te bezoeken. In het beantwoorden van de vragenlijsten komt het antwoord slechts in 0,3% van de gevallen voor.



Figuur 9: Redenen om Nijmeegse evenementen niet te bezoeken in procenten

Samenvattend kan over het Nijmeegse evenementenaanbod worden gezegd dat de studenten de Nijmeegse evenementen tijdens de vierdaagse feesten het meeste bezoeken. Van de evenementen die in de vragenlijst opgenomen zijn en die niet tijdens de vierdaagse worden gehouden, zijn er maar vier van de vijftien relatief vaak bezocht. Dat kan betekenen dat het aanbod in Nijmegen te wensen overlaat, maar er wordt door de respondenten relatief vaak aangegeven dat ze nog wel van plan zijn om bepaalde evenementen in de toekomst te bezoeken. Ook blijkt dat studenten van veel evenementen die georganiseerd worden in de stad nog nooit hebben gehoord.

De respondenten geven een opvallend antwoord op de vraag welke evenementen ze in de toekomst nog willen gaan bezoeken in Nijmegen. Er wordt relatief vaak geantwoord dat ze interesse hebben in het bezoeken van de culturele evenementen “Kunstsprong Lux” en “Music Meeting”. Dit is opmerkelijk gezien het feit dat er geen enkel cultureel evenement voorkomt in de top tien van meest bezochte evenementen in Nijmegen. Blijkbaar bestaat er vanuit de studenten toch interesse voor culturele evenementen.

H5 Conclusie

Dit hoofdstuk begint allereerst met het formuleren van een antwoord op de hoofdvraag in de eerste paragraaf. Daarna worden er enkele aanbevelingen gegeven aan gemeente Nijmegen. Tenslotte eindigt het hoofdstuk in de tweede paragraaf met een aantal opmerkingen over de beperkingen die dit onderzoek met zich mee heeft gebracht.

5.1 Antwoord op de hoofdvraag en aanbevelingen

In dit onderzoek is aandacht besteed aan de manier waarop de gemeente Nijmegen haar evenementenbeleid beter kan inzetten voor het binden van studenten aan haar stad. Door invloed van de globalisering hebben steeds meer steden het gevoel dat ze een strijd om bewoners en bedrijven moeten voeren om te kunnen groeien. Ze proberen dit te bereiken door de beeldvorming bij potentiële doelgroepen over de stad te beïnvloeden, in de hoop ze daarmee aan te trekken.

In het theoretisch kader komt echter naar voren dat het grootste deel van de groei in een stad voortkomt uit bedrijven en inwoners die reeds in de stad gevestigd zijn en niet uit nieuwe bewoners. Door het proces van toegenomen vraag en aanbod, cultuur en vrije tijd zijn evenementen steeds belangrijker geworden voor de stedelijke bevolking. De rol van warme citymarketing zou hierdoor een meer prominente rol moeten innemen in het gemeentelijke beleid.

Met het oog op stedelijke groei zijn studenten een aantrekkelijke doelgroep om te behouden. Ze leveren een bijdrage aan de stedelijke economie als hoger opgeleiden van de toekomst. Daarnaast zijn ze in staat om meer levendigheid in een stadscentrum te brengen en kunnen zij een eentonige stedelijke cultuur met hun nieuwe ideeën doorbreken.

Leuke evenementen in een stad, waar studenten graag naar toe zouden gaan, kunnen wellicht bijdragen aan het verhogen van verbondenheid tussen studenten en de stad. Zij maken overdag geregeld gebruik van het stadscentrum. Ook maken ze veel gebruik van de culturele en vrijetijds mogelijkheden in de stad, waardoor evenementenbezoek binnen hun levensstijl past. Daarnaast speelt de keuze die studenten en jong volwassenen op het gebied van (populaire) cultuur maken een rol bij het uitten van hun identiteit. Dit maakt het belangrijk dat evenementen door studenten worden gewaardeerd.

Uit de literatuur komt naar voren dat verschillende auteurs zich zorgen maken of de huidige evenementen wel bij de bevolking aansluiten, vooral omdat evenementen vaak worden gebruikt als onderdeel van een brandingstrategie. Zo ook bij gemeente Nijmegen, waar het huidige evenementenbeleid is gekoppeld aan de citymarketingstrategie van de gemeente. Hierin is een duidelijke economische rol voor evenementen weggelegd. In het citymarketingbeleid komt naar voren dat in de stad (grote) evenementen worden gehouden om daarmee zoveel mogelijk bezoekers aan te trekken.

Gemeente Nijmegen zal dus, indien ze besluiten om rekening te houden met de wensen van de eigen bevolking met betrekking tot evenementen, veranderingen moeten aanbrengen in hun citymarketingstrategie.

Als antwoord op de hoofdvraag van dit onderzoek: *Op welke manier kan gemeente Nijmegen haar evenementenbeleid beter inzetten voor het binden van studenten aan haar stad?* kan dan ook worden gegeven dat Gemeente Nijmegen er verstandig aan doet om het evenementenbeleid in te zetten als onderdeel van een 'warme citymarketingstrategie' in plaats van de doelen uit de huidige 'koude citymarketingstrategie' na te streven met behulp van evenementen.

Met dit antwoord is de hoofdvraag nog niet helemaal beantwoord. De vraag blijft bestaan welke wensen de doelgroep 'studenten' hebben ten aanzien van de Nijmeegse evenementen uit het oogpunt van het binden van de studenten.

Op basis van het empirisch onderzoek naar de wensen van studenten met betrekking tot het Nijmeegse evenementenaanbod, kan worden geconcludeerd dat het evenementenaanbod in Nijmegen voldoet aan de belangrijkste voorkeur van de studenten. De grootse voorkeur gaat uit naar dance- en house evenementen en in Nijmegen zijn er verschillende evenementen van dit genre die goed bekend staan bij de studenten en vaak worden bezocht.

Een belangrijk punt van aandacht voor gemeente Nijmegen is het onbekend zijn van de respondenten met het Nijmeegse evenementenaanbod. Op dit moment wordt er namelijk maar een relatief klein gedeelte van het evenementenaanbod in de stad door studenten bezocht. De belangrijkste reden waardoor de evenementen niet bezocht worden, is dat de studenten niet van het bestaan af wisten. Met name de culturele evenementensoorten zijn onbekend, maar wel gewenst door de studenten.

Op basis van de resultaten van dit onderzoek kan worden aanbevolen dat gemeente Nijmegen met het evenementenbeleid inzet op het stimuleren van een betere informatievoorziening over het evenementenaanbod, met name het culturele aanbod. Door het informatiebereik te vergroten onder studenten, bijvoorbeeld door meer samenwerking te stimuleren tussen universiteit en hogeschool en de culturele evenementenorganisatoren, kunnen mogelijk meer evenementen bezocht worden door studenten.

Daarnaast zijn er ook een aantal evenementen die niet bezocht worden door studenten en ook als oninteressant worden aangemerkt. Deze evenementen zullen dus niet bijdragen aan het binden van studenten aan de stad. Een tweede aanbeveling aan gemeente Nijmegen is te onderzoeken in hoeverre deze evenementen een toevoeging zijn in het huidige evenementenbeleid en of zij wel een bijdrage leveren aan het resultaat dat de gemeente met zijn evenementen wil bereiken.

Een laatste, maar daarom niet minder belangrijke, aanbeveling aan gemeente Nijmegen is het doel van het evenementenbeleid te herzien. Uit de literatuur blijkt dat men met koude citymarketing, waar de gemeente zich nu voornamelijk op richt, niet perseer groei van bevolking en bedrijven bereikt. De effectiviteit van deze manier van marketing wordt dan ook bediscussieerd. Het herzien van dit beleid, waarbij een prominentere rol voor 'warme citymarketing' wordt geboden, kan bijdragen aan een efficiënter evenementenbeleid.

5.2 Reflectie op het onderzoek

Dit onderzoek heeft een aantal tekortkomingen. Allereerst heeft de keuze om achter de wensen van studenten met betrekking tot het Nijmeegse evenementenaanbod te komen ervoor gezorgd dat de Nijmeegse studenten fungeerden als 'informatiebron'.

Een nadeel van een persoon als bron is dat er een strategisch antwoord kan worden gegeven op gestelde vragen (Verschuren en Doorewaard 2007, p. 243). Een voorbeeld van dit probleem is dat mensen strategisch kunnen antwoorden bij enquêtes omdat ze hopen dat ze op die manier invloed uit kunnen oefenen op overheidsbeleid (Geurs, 2006, p. 26). In dit onderzoek wordt overheidsbeleid geëvalueerd. Om strategisch antwoorden zoveel mogelijk uit te sluiten is in de omschrijving van de enquêtes niets over dit doel vermeld.

Ten tweede zijn er beperkingen in de interpretatie van de resultaten. De steekproef heeft geen representatief beeld opgeleverd, zoals in hoofdstuk drie is beschreven. Met name het feit dat de respondenten die aan dit onderzoek hebben deelgenomen 'meer dan gemiddeld' op kamers in Nijmegen wonen, kan de uitkomsten van evenementenbezoek kleuren. Voor studenten die op kamers wonen in Nijmegen is het waarschijnlijk eenvoudiger om een Nijmeegs evenement te bezoeken, dan voor studenten die niet in Nijmegen wonen.

Ten derde brengen de keuzes die gemaakt zijn bij het opstellen van de enquête beperkingen met zich mee. De vragenlijst is niet allesomvattend. Er zijn ontelbaar veel redenen te geven waarom mensen besluiten evenementen te bezoeken of juist niet. Hall en Page (2002, p. 62) geven aan dat een surveyonderzoek naar de vrijetijdsgedragingen van mensen in het algemeen zelden alle informatie oplevert die een onderzoeker nodig heeft. Daarom adviseren ze om meerdere type surveyonderzoeken uit te voeren om meer betrouwbare gegevens te verkrijgen.

Literatuurlijst

Arthurson, K. (2010). Operationalising social mix: spatial scale, lifestyle and stigma as mediating points in resident interaction. *Urban Policy and Research*, 28 (1), 49-63.

Berenschot (z.j.). *Ondanks bezuinigingen investeren gemeenten in citymarketing*. Vinddatum 3 mei 2011, op <http://www.cityregiomarketing.nl/publicatie/pub9.pdf>.

Boisen, M. (2009). ...*noord, zuid – maakt regiomarketing iets uit?* Vinddatum 3 juni 2011, op Universiteit Utrecht, Faculteit Geowetenschappen: <http://geowetenschappen.wordpress.com/2009/09/01/noord-zuid-maakt-regiomarketing-iets-uit/>.

Boisen, M. (z.j.). *City marketing is veel meer dan de promotie van een stad*. Vinddatum 13 juni 2011, op Universiteit Utrecht, faculteit geowetenschappen: <http://www.uu.nl/faculty/geosciences/nl/profielenmissie/geogalerij/Pages/martinboisen.asp>

Braun, E. (2008). City marketing towards an integrated approach. *Research in Management*, 142. Vinddatum 14 juli 2010, op Erasmus research institute of management: <http://www.erim.eur.nl>.

Burgers, J. (2000). Urban landscapes: on public space in the post- industrial city. *Journal of Housing and the Built Environment*, 15, 145-164.

Chatterton, P. (1999). University students and city centres- the formation of exclusive geographies: the case of Bristol. *Geoforum*, 30 (2), 117-133.

Chatterton, P., Hollands, R. (2002). Theorising urban playscapes: Producing, regulating and consuming youthful nightlife city spaces. *Urban Studies*, 39 (1), 95-116.

Gemeente Nijmegen (2004). *Evenementenbeleid 2004-2008*. Vinddatum 12 maart 2010, op http://www2.nijmegen.nl/wonen/vrije_tijd__cultuur/evenementen/evenementenbeleid.

Gemeente Nijmegen (2006). *Bereik en waardering Nijmegen 2000*. Vinddatum 25 juni 2010, op http://www2.nijmegen.nl/mmbase/.../Bereik_en_waardering_Nijmegen_2000.pdf.

Gemeente Nijmegen (2010a). *Evenementenkalender*. Vinddatum 21 april 2010, op <http://www.nijmegen.nl/gns/index/vergunningen/evenementenkalender.pdf>.

Gemeente Nijmegen (2010b). *Nijmegen in Vogelvlucht*. Vinddatum 20 juli 2011, op <http://www2.nijmegen.nl/wonen/onderzoekencijfers/cijfer>.

Gemeente Nijmegen (2010c). *Onderwijsmonitor 2009/2010*. Vinddatum 21 juli 2011, op www2.nijmegen.nl/mmbase/.../Onderwijsmonitor_2009_2010.pdf.

Gemeente Nijmegen (2010d). *Voortgangsdokument Citymarketing*. Vinddatum 2 juni 2011, op <http://www2.nijmegen.nl/mmbase/attachments/1012525/VoortgangsdokumentCitymarketing>.

Geurs, K. (2006). *De optiewaarde van het spoor*. Vinddatum 10 juli 2011, op Milieu- en natuurplanbureau: <http://www.rivm.nl/bibliotheek/rapporten/500021002.pdf>.

Hall, P. (1997). The university and the city. *GeoJournal*, 41 (4), 301- 309.

Hall, C.M., Page, S.J. (1999). *The geography of tourism and recreation: environment, place and space*. London: Routledge.

Hospers, G.J. (2005). De creatieve stad: concurreren in de kenniseconomie. *Tijdschrift voor Economie en Management*, L (4). Vinddatum 18 maart 2010, op http://www.econ.kuleuven.be/tem/jaargangen/2001-2010/2005/TEM%202005-3/TEM_3_05_Hospers.pdf.

Hospers, G. (2009). *Citymarketing in perspectief*. Lelystad: IVIO-Wereldschool.

Hospers, G.J., Boekema, F. & Lombarts, A. (2008). *En nu aan de slag met citymarketing! Een leidraad voor de praktijk*. Vinddatum 19 april 2010, op Nicis institute: <http://www.nicis.nl/dsresource?objectid=88346>.

Kavaratzis, M., Ashworth, G. (2005). City branding: an effective assertion of identity or a transitory marketing trick? *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 96(5), 506-514.

Klaic, D., Bollo, A. & Bacchella, U. (z.j.). *Festivals: challenges of growth, distinction, support base and internationalization*. Vinddatum 9 augustus 2010, op Department of culture, Tartu city government: http://www.fitzcarraldo.it/ricerca/pdf/ricerca_festival_tartu.pdf.

Metz, T. (2002). *PRET! Leisure en landschap*. Rotterdam: NAI uitgevers.

Mommaas, J. T. (2002). *Citybranding: the necessity of socio-cultural goals*. In T. Hauben, G. Ball & E. Brinkman (Eds.). *City branding: image building & building images*. Rotterdam: NAI Uitgevers.

Pasanen, K., Taskinen, H., Mikkonen, J. (2009). Impacts of cultural events in eastern finland: development of a finnish event evaluation tool. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 9(2-3), 112-129.

Pellenbarg, P.H. (2007). *Effecten meten van citymarketing*. Vinddatum 16 april 2010, op Rijksuniversiteit Groningen, Faculteit ruimtelijke wetenschappen: <http://www.rug.nl/staff/p.h.pellenbarg/voordrachten/1.%20Effecten%20meten%20van%20citymarketing.pdf>.

Pool, D., Rutjes, V. (2011). *Nijmeegse braindrain*. Vinddatum 9 juli 2011, op <http://www.ans-online.nl/opinie/openingsartikel/nijmeegse-braindrain>.

Pratt, A.C. (2008). Creative cities: the cultural industries and the creative class. *Geografiska Annaler: Series B* 90(2), 107-117.

Quinn, B. (2005). Arts festivals and the city. *Urban Studies*, 42(5), 927-943.

Respons (2008). *Categorieën overzicht openbare evenementen*. Vinddatum 4 april 2010, op http://www.respons.nl/brochures/openbare_evenementen.pdf.

Respons (2009). *Wie doet wat waar?* Vinddatum 9 augustus 2011, op http://www.respons.nl/brochures/respons_algemeen_2009.pdf.

Russo, A., Sans, A. (2009). Student communities and landscapes of creativity. *European Urban and Regional Studies*, 16(2), 161-175.

Russo, A., Van den Berg, L. & Lavanga, M. (2003). *The student city. Strategic planning for student communities in eu cities*. Vinddatum 4 mei 2011, op <http://www.jyu.fi/ersa2003/cdrom/papers/485.pdf>.

Scott, A.J. (1997). The cultural economy of cities. *International Journal of Urban and Regional Research*, 21, 323-339.

Tallon, A., Bromley, R. (2004). Exploring the attractions of citycentre living: evidence and policy implications in british cities. *Geoforum*, 35, 771-787.

Van Huis, M., Van Agtmaal-Wobma, E. (2009). *Verhuizen vanuit studentensteden*. Vinddatum 13 maart 2011, op Centraal bureau voor de statistiek: <http://www.cbs.nl/NR/rdonlyres/D937C750-CD96-4E04-93379A04613F7BC0/0/2009k3b15p43art.pdf>.

Venhorst, V., Edzes, A., Broersma, L., van Dijk, J. (2011). *Brain drain of brain gain? Hoger opgeleiden in grote steden in nederland*. Vinddatum 7 augustus 2011, op Rijksuniversiteit Groningen, Faculteit ruimtelijke wetenschappen: http://www.nicis.nl/Wat_doen_wij/Verspreiding/Publicaties/Onderwijs_Arbeidsmarkt/Onderwijs_Arbeidsmarkt_Publicaties.

Verschuren, P. & Doorewaard, H. (2007). *Het ontwerpen van een onderzoek. Vierde druk*. Den Haag: Uitgeverij Lemma.

Vivant, E. (2010). The (re)making of paris as a bohemian place? *Progress in Planning*, 74, 107-152.

Wood, E. (2005). Measuring the economic and social impacts of local authority events. *International Journal of Public Sector Management*, 18(1), 37-53.

Zukin, S. (1998). Urban lifestyles: Diversity and standardization in spaces of consumption. *Urban Studies*, 35 (5-6), 825-839.

Lijst van bezochte websites

<http://www.lux.nl-nijmegen.nl/node/1127>, bezocht op 14 augustus 2011.

<http://www.musicmeeting.nl/>, bezocht op 14 augustus 2011.

<http://www.sambafestivalnijmegen.nl/>, bezocht op 14 augustus 2011.

Bijlage I Categorieënoverzicht landelijke openbare evenementen



Categorieënoverzicht Openbare evenementen

Beeldende kunst	Sport	Sport	Stadsfestijnen
• multidisciplinair • architectuur • filmfestival • fotografie • literatuur • mode • strip/cartoon • tentoonstelling	• atletiek/loopsporten - atletiek - hardlopen - triathlon - wandelsport • auto-/motorsport - autorennen - historische autosport - historische motorsport - karten - motorrennen - rallysprint/rallycross • biljarten/bowlen/kaatsen/jeu de boules • bodyshape - aerobic - fitness • denksporten - schaken - dammen - bridge • Engelse/Amerikaanse balsporten - american football - cricket - honkbal - rugby - softbal • fietssporten - mountainbike/ATB - toerfietsen - veldrijden/fietscross - wielrennen • gemotoriseerde watersporten - jetskiën - powerboatraces - waterskiën • golf • gymnastische sporten/danssport • hockeysport • hockey • kanoën/roeien • paardensport/polo • schietsporten - darten - handboog-/kruisboog-schieten - kleiduivenschietsen - pistool-/geweerschietsen	• strand-/straatsporten - beachaerobic - beachkorfbal - beachtennis - beachvolleybal - frisbee - strandzeilen - vliegeren - skeeleren - in-line skaten - skate-boarden - straatbasketbal - straatvoetbal - straat hockey • tennis • vechtkrachtsporten - boksen - gewichtheffen - karate/andere vechtsporten - judo - schermen • veldsporten overig - veldkorfbal - veldvolleybal • vliegsport - ballonnen - parachute springen - vliegervliegsport/ULV - zweefvliegen/para-sailing • voetbal - toernooi • wintersporten - bobsleeën - schaatsen/shorttrack/kunstsrijden - skiën/langlaufen/snowboarden - ijshockey - ijs speedway • zaalsporten - badminton - basketbal - handbal - ricochet - squash - tafeltennis - volleybal - zaal hockey - zaalkorfbal - zaalvoetbal • zeilen/surfen • zwemsporten - duiken - hardzwemmen - kunstzwemmen - schoonspringen - waterpolo	• stadsfeest • kermis • koninginnedag • sinterklaas/intocht • carnaval • corso • stadsstrand/-ijsbaan • voertuigen evenement - nautisch - vliegen - oldtimer - stoom - truck/trekker/tractorpulling
Beurzen/markten			Onderwijs & wetenschap
• braderie • markt • publieksbeurs • vakbeurs			• carrièredagen • studiemarkten • introductiedagen
Podiumkunsten			Special Events
• multidisciplinair • circus • dans • muziek - country & western - dance - jazz & blues - folklore-muziek - klassiek - nederlandstalig - opera - pop - wereldmuziek • theater - straat-/locatietheater - uitfestival - cabaret/ comedy - toneel - musical - openluchttheater			• bijzondere dagen • openingen • goede doelen

Bijlage III Evenementenkalender gemeente Nijmegen april 2010- nov 2010

Evenementenkalender gemeente Nijmegen

augustus 2010

Deze evenementenkalender bevat informatie over reserveringen en/of vergunningaanvragen voor een evenement en evenementenlocaties. Aan de vermelding op deze evenementenkalender kunnen geen rechten worden ontleend op een evenementenvergunning of of enigelei andere wijze. De evenementenkalender is een dynamisch document dat ieder moment kan worden aangepast. Dagelijks vindt een update plaats van de aangebrachte wijzigingen. Alle wijzigingen voorbehouden.

Datum / Periode	Evenement / activiteit <i>details</i>	Locatie(s)	Organisator / contactpersoon	Status	Clas. <i>Laatste mutatie</i>
28-08-2010	Boeken-, creatief- en curiosamarkt	Mariënburg locatie hoog (kerk en Lux) Nijmegen	st. kerst en zondagsmarkten Nijmegen, Martien van de Wal, Welthouder Burgerslee 4, Leuth	reservering (met recht)	C 26-11-2009
29-08-2010	Rock Royale Festival	Koningsstraat plein "koningsplein" Nijmegen	Café de Opera, Bilal Dijenli, Koningsstraat 32, NIJMEGEN	reservering (met recht)	B 27-11-2009
29-08-2010	Stichting Hortus Arcadie 24-05-2009 11:00 18:00 Activiteitdag; 07-06-2009 11:00 18:00 Activiteitdag; 21-06-2009 11:00 18:00 Activiteitdag; 05-07-2009 11:00 18:00 Activiteitdag; 13-08-2009 11:00 18:00 Activiteitdag; 06-09-2009 11:00 18:00 Activiteitdag; 20-09-2009 11:00 18:00 Activiteitdag; 04-10-2009 11:00 18:00 Activiteitdag;	d'Almarasweg Nijmegen	Stichting Hortus Arcadie, Wil Wellen, d'Almarasweg 22 D, NIJMEGEN	vergund	C 23-03-2010

Evenementenkalender gemeente Nijmegen

september 2010

Deze evenementenkalender bevat informatie over reserveringen en/of vergunningsaanvragen voor een evenement en evenementenlocaties. Aan de vermelding op deze evenementenkalender kunnen geen rechten worden ontleend op een evenementsvergunning of of enigzins andere wijze. De evenementenkalender is een dynamisch document dat ieder moment kan worden aangepast. Dagelijks vindt een update plaats van de aangebrachte wijzigingen. Alle wijzigingen voorbehouden.

Datum / Periode	Evenement / activiteit <i>details</i>	Locatie(s)	Organisator / contactpersoon	Status	Clas. <i>Laatste mutatie</i>
24-03-2010 31-10-2010	Loterij Stichting Ragweek	geeft grootplein zuid Nijmegen		vergund	19-02-2010
19-06-2010 18-09-2010	Stadsstrand Nijmegen	Stadsstrand Waal, uilenwaarden, Snelbinder Lent	ACBN Evenementenbureau Nijmegen, T. Vrijmoet, Keizer Karelplein 2 D, Nijmegen	vergund	C 29-01-2010
03-09-2010 05-09-2010	Citydance <i>04-09-2010 09:00 23:00 Evenementdag;</i>	Goffert Stadspark de Goffert Nijmegen		reservering (met recht)	A 02-04-2010
04-09-2010	feestcomité mw. van Brunschoot	dromedarisstraat Nijmegen		melding geaccepteerd	15-01-2010
04-09-2010	buurfeest	venusstraat Nijmegen		melding geaccepteerd	11-03-2010
04-09-2010 05-09-2010	rommelmarkt	heyendaalseweg Nijmegen		in behandeling	B 19-04-2010
04-09-2010 05-09-2010	Sambafestival Nijmegen	Centrum straten centrum Nijmegen	St. Sambafestival Nijmegen, R. Loendersloot, Vossenlaan 81, Nijmegen	reservering (met recht)	B 23-11-2009
05-09-2010	Koopzondag	Gemeente nijmegen		nvt	18-11-2009
05-09-2010	Koopzondag Bouwmarkten	Gemeente nijmegen		nvt	18-11-2009
05-09-2010	Good Life	Steinweglaan Openlucht theater Nijmegen		reservering (met recht)	B 11-08-2009
10-09-2010 12-09-2010	Evenementenvrij weekend Waalkade	Waalkade evenementenplein voor Holland Casino Nijmegen		nvt	12-03-2010
11-09-2010 12-09-2010	Scooterevenement Tandem	lagelandseweg Nijmegen lindenhoutseweg Nijmegen westkanalsdijk Nijmegen		in behandeling	C 29-03-2010
11-09-2010 14-09-2010	Kermis Lent	dorpsplein Nijmegen	Bureau de Kermisgids, I. Janvier, Oudememingsweg 8,	reservering (met recht)	C 29-01-2010
Gepubliceerd op: 20-04-2010 15:50:28		DGG - Openbare Ruimte - Stadsloezicht - Vergunningen			Pagina: 24

Evenementenkalender gemeente Nijmegen

september 2010

Deze evenementenkalender bevat informatie over reserveringen en/of vergunningaanvragen voor een evenement en evenementenlocaties. Aan de vermelding op deze evenementenkalender kunnen geen rechten worden ontleend op een evenementenvergunning of of enigzins andere wijze. De evenementenkalender is een dynamisch document dat ieder moment kan worden aangepast. Dagelijks vindt een update plaats van de aangebrachte wijzigingen. Alle wijzigingen voorbehouden.

Datum / Periode	Evenement / activiteit details	Locatie(s)	Organisator / contactpersoon	Status	Clas. Laatste mutatie
			Alphen aan den Rijn		
11-09-2010 12-09-2010	Uit festival Nijmegen	Centrum straten centrum Nijmegen	Lindenberg Theater, S Wagener, Ridderstraat 23, NIJMEGEN	reservering (met recht)	B 23-11-2009
11-09-2010	Puur Hollands	Goffert Stadsplan de Goffert Nijmegen	Costa B.V., P. Snijders	reservering (zonder recht)	A 04-03-2010
12-09-2010	Stichting Hortus Arcadie 24-05-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag; 07-06-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag; 21-06-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag; 05-07-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag; 13-08-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag; 06-09-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag; 20-09-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag; 04-10-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag;	d'Almarnsweg Nijmegen	Stichting Hortus Arcadie, Wil Wellen, d'Almarnsweg 22 D, NIJMEGEN	vergund	C 23-03-2010
15-09-2010	Bruggenloop Nijmegen	spoorbrugkade Nijmegen stieljessstraat Nijmegen veemarkt Nijmegen griftdijk zuid Lent Waalkade evenementenplein voor Holland Casino Nijmegen Hunnerspark locatie voor evenementen Nijmegen Valkhof evenementenlocatie Nijmegen General James Gavinweg Nijmegen	John Aalbers Sports/Bruggenloop/Nijmegen, J Aalbers, Onyxstraat 29 , Nijmegen	reservering (met recht)	C 23-11-2009
16-09-2010	Platen- en cdbeurs	Grote Markt evenementenplein Nijmegen	dynamite platen & cd beurs, A. Frieters, Kloosterhof 19, Silvolde	reservering (met recht)	C 30-11-2009
17-09-2010 19-09-2010	Nijmegen Frontstad 17-09-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 18-09-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 19-09-2010 09:00 23:00 Evenementdag;	Valkhof evenementenlocatie Nijmegen	Cultuur Historisch Projectbureau Nijm., H. van der Zand, van Welderenstraat 102, NIJMEGEN	reservering (met recht)	C 07-12-2009
17-09-2010 19-09-2010	Dag van de Dijk	oosterhousbedijk Lent		reservering (zonder recht)	C 21-01-2010

Evenementenkalender gemeente Nijmegen

september 2010

Deze evenementenkalender bevat informatie over reserveringen en/of vergunningsaanvragen voor een evenement en evenementenlocaties. Aan de vermelding op deze evenementenkalender kunnen geen rechten worden ontleend op een evenementenvergunning of of enigzins andere wijze. De evenementenkalender is een dynamisch document dat ieder moment kan worden aangepast. Dagelijks vindt een update plaats van de aangebrachte wijzigingen. Alle wijzigingen voorbehouden.

Datum / Periode	Evenement / activiteit details	Locatie(s)	Organisator / contactpersoon	Status	Clas. Laatste mutatie
18-09-2010	Fietsmarkt	Waalkeade evenementenplein voor Holland Casino Nijmegen Mariënborg locatie hoog (kerk en Lux) Nijmegen	Gemeente Nijmegen afd. G610, C. Falke	reservering (zonder recht)	C 12-03-2010
18-09-2010	Boekenmarkt	Plein 1944 evenementenplein Nijmegen Mariënborg locatie hoog (kerk en Lux) Nijmegen	st. kerst en zondagsmarkten Nijmegen, Marien van de Wal, Wethouder Burgersstee 4, Leuth	vergund	C 26-11-2009
18-09-2010	Duchenne Heroes 2010	Brakkenstein park brakkenstein Nijmegen	Emolfe, R. Broekema, Oude Broek 19 A, Amsterdam	reservering (met recht)	B 17-11-2009
19-09-2010	Festival de Oversteek	Lent (dorp) Lent	Festival De Oversteek, BAS Broeder, Ligulastraat 4, Oosterhout	reservering (met recht)	C 17-11-2009
19-09-2010	Koopzondag Woonboulevard	Gemeente nijmegen		nvt	18-11-2009
19-09-2010	Koopzondag Auto-, Bolen- en Carevanbranche	Gemeente nijmegen		nvt	18-11-2009
22-09-2010 28-09-2010	Al mo we Kruppe 25 jarig jubileum 24-09-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 25-09-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 26-09-2010 09:00 23:00 Evenementdag;	Grote Markt evenementenplein Nijmegen	Dweilorkest Al mo we kruppe, AW Phoele, Lange Hezelstraat 18, Nijmegen	reservering (met recht)	C 26-01-2009
25-09-2010	Boeken-, creatief- en curiosamarkt	Mariënborg locatie hoog (kerk en Lux) Nijmegen	st. kerst en zondagsmarkten Nijmegen, Marien van de Wal, Wethouder Burgersstee 4, Leuth	reservering (met recht)	C 26-11-2009
26-09-2010	Stichting Hortus Arcadie 24-05-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag; 07-06-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag; 21-06-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag; 05-07-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag; 13-08-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag; 06-09-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag; 20-09-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag; 04-10-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag;	d'almansweg Nijmegen	Stichting Hortus Arcadie, Wil Wellen, d'Almarasweg 22 D, NIMEGEN	vergund	C 23-03-2010
26-09-2010	Koopzondag WC Dukenburg	Zwanenveld 90e Winkelcentrum Dukenburg Nijmegen		nvt	18-11-2009

Evenementenkalender gemeente Nijmegen

september 2010

Deze evenementenkalender bevat informatie over reserveringen en/of vergunningaanvragen voor een evenement en evenementenlocaties. Aan de vermelding op deze evenementenkalender kunnen geen rechten worden ontleend op een evenementenvergunning of of enigzins andere wijze. De evenementenkalender is een dynamisch document dat ieder moment kan worden aangepast. Dagelijks vindt een update plaats van de aangebrachte wijzigingen. Alle wijzigingen voorbehouden.

Datum / Periode	Evenement / activiteit <i>details</i>	Locatie(s)	Organisator / contactpersoon	Status	Clas. <i>Laatste mutatie</i>
26-09-2010	Harley Dag Nijmegen	Woolkade evenementenplein voor Holland Casino Nijmegen Keltensbos evenementenplein Nijmegen Hunnerpark locatie voor evenementen Nijmegen	Van Zandt Event BV, H Wagenmaker, Populierenlaan 2 A , Rhenen	in behandeling	B 26-03-2010
28-09-2010 02-10-2010	Najaarskeuring Politie Honden	driehuizenweg Nijmegen	P.H.V. Noolgedacht, R.T.L. Rensen	reservering (met recht)	C 02-12-2009
29-09-2010 11-10-2010	Najaarskermis 02-10-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 03-10-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 04-10-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 05-10-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 06-10-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 07-10-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 08-10-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 09-10-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 10-10-2010 09:00 23:00 Evenementdag;	Centrum straten centrum Nijmegen	Bureau de Kermisgids, I. Janvier, Oudememingsweg 8, Alphen aan den Rijn	in behandeling	B 18-01-2010

Evenementenkalender gemeente Nijmegen

oktober 2010

Deze evenementenkalender bevat informatie over reserveringen en/of vergunningsaanvragen voor een evenement en evenementenlocaties. Aan de vermelding op deze evenementenkalender kunnen geen rechten worden ontleend op een evenementenvergunning of of enigzins andere wijze. De evenementenkalender is een dynamisch document dat ieder moment kan worden aangepast. Dagelijks vindt een update plaats van de aangebrachte wijzigingen. Alle wijzigingen voorbehouden.

Datum / Periode	Evenement / activiteit details	Locatie(s)	Organisator / contactpersoon	Status	Clas. Laatste mutatie
24-03-2010 31-10-2010	Loterij Stichting Ragweek	geeft grooteplein zuid Nijmegen		vergund	19-02-2010
28-09-2010 02-10-2010	Najaarskeuring Politie Honden	driehuizenweg Nijmegen	P.H.V. Noolgedacht, R.T.L. Rensen	reservering (met recht)	C 02-12-2009
29-09-2010 11-10-2010	Najaarskemis 02-10-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 03-10-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 04-10-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 05-10-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 06-10-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 07-10-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 08-10-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 09-10-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 10-10-2010 09:00 23:00 Evenementdag;	Centrum straten centrum Nijmegen	Bureau de Kermissgids, I. Janvier, Oudememingsweg 8, Alphen aan den Rijn	in behandeling	B 18-01-2010
01-10-2010 31-10-2010	Oktoberfeest	hobbemastrest Nijmegen	Cafe meneer Dijkstra, W Behrend	reservering (met recht)	C 23-11-2009
02-10-2010 10-10-2010	Najaarskemis	Centrum straten centrum Nijmegen	Bureau de Kermissgids BV, B. Douma,	reservering (met recht)	A 06-11-2009
03-10-2010	Koopzondag Bouwmarkten	Gemeente nijmegen		mit	18-11-2009
03-10-2010	Zondagsmarkt 07-03-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 24-05-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 03-10-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 28-11-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 19-12-2010 09:00 23:00 Evenementdag;	Centrum straten centrum Nijmegen	St. Kerst en Zondagsmarkten, M. van de Wal, Wethouder Burgers-lee 4, LEUTH	vergund	B 14-09-2009
03-10-2010	Koopzondag	Gemeente nijmegen		mit	18-11-2009
09-10-2010	Herfstkleurentocht	Gemeente nijmegen	Wandervereniging Gelderland, J. Wesseling, Biezenstraat 77, NIJMEGEN	reservering (met recht)	C 26-11-2009
10-10-2010	Herfstkleurentocht	Gemeente nijmegen		reservering (met recht)	C 27-11-2009

Evenementenkalender gemeente Nijmegen

oktober 2010

Deze evenementenkalender bevat informatie over reserveringen en/of vergunningaanvragen voor een evenement en evenementenlocaties. Aan de vermelding op deze evenementenkalender kunnen geen rechten worden ontleend op een evenementenvergunning of of enigzins andere wijze. De evenementenkalender is een dynamisch document dat ieder moment kan worden aangepast. Dagelijks vindt een update plaats van de aangebrachte wijzigingen. Alle wijzigingen voorbehouden.

Datum / Periode	Evenement / activiteit <i>details</i>	Locatie(s)	Organisator / contactpersoon	Status	Clas. <i>Laatste mutatie</i>
10-10-2010	59e Herfstkleurenlocht	Nijmegen (plaats) Nijmegen		in behandeling	C 19-04-2010
10-10-2010	Koopzondag Auto-, Boten- en Carsbranche	Gemeente nijmegen		nvt	18-11-2009
15-10-2010 17-10-2010	Evenementenvrij weekend Waalkade	Waalkade evenementenplein voor Holland Casino Nijmegen		nvt	18-01-2010
16-10-2010	Boekenmarkt	Plein 1944 evenementenplein Nijmegen Mariënborg locatie hoog (kerk en Lux) Nijmegen	st. kerst en zondagsmarkten Nijmegen, Martien van de Wal, Wethouder Burgersstee 4, Leuth	vergund	C 26-11-2009
16-10-2010 23-10-2010	Woonboulevard minikermis	Wijchenseweg locatie Woonboulevard Nijmegen		reservering (met recht)	C 27-11-2009
17-10-2010	Koopzondag Woonboulevard	Gemeente nijmegen		nvt	18-11-2009
17-10-2010	Bokbiendag	Koningsstraat plein 'koningsplein' Nijmegen	Café de Opers, Bilal Diyenli, Koningsstraat 32, NIJMEGEN	reservering (met recht)	B 30-11-2009
23-10-2010	Boekenmarkt	Plein 1944 evenementenplein Nijmegen Mariënborg locatie hoog (kerk en Lux) Nijmegen	st. kerst en zondagsmarkten Nijmegen, Martien van de Wal, Wethouder Burgersstee 4, Leuth	vergund	C 26-11-2009
24-10-2010	familiepicknick, fam dreed	Kronenburgpark park en locatie Nijmegen		melding geaccepteerd	09-03-2010
28-10-2010	Platen- en cdbeurs	Grote Markt evenementenplein Nijmegen	dynamite platen & cd beurs, A. Frieters, Kloosterhof 19, Silvalde	reservering (met recht)	C 30-11-2009
30-10-2010	Boeken-, creatief- en curiosamarkt	Mariënborg locatie hoog (kerk en Lux) Nijmegen	st. kerst en zondagsmarkten Nijmegen, Martien van de Wal, Wethouder Burgersstee 4, Leuth	reservering (met recht)	C 26-11-2009

Evenementenkalender gemeente Nijmegen

november 2010

Deze evenementenkalender bevat informatie over reserveringen en/of vergunningsaanvragen voor een evenement en evenementenlocaties. Aan de vermelding op deze evenementenkalender kunnen geen rechten worden ontleend op een evenementenvergunning of of enigzins andere wijze. De evenementenkalender is een dynamisch document dat ieder moment kan worden aangepast. Dagelijks vindt een update plaats van de aangebrachte wijzigingen. Alle wijzigingen voorbehouden.

Datum / Periode	Evenement / activiteit details	Locatie(s)	Organisator / contactpersoon	Status	Clas. Laatste mutatie
06-11-2010	Boekenmarkt	Plein 1944 evenementenplein Nijmegen Mariënborg locatie hoog (kerk en Lux) Nijmegen	st. kerst en zondagsmarkten Nijmegen, Martien van de Wal, Wethouder Burgersstee 4, Leuth	vergund	C 26-11-2009
07-11-2010	Koopzondag Tuincentra	Gemeente nijmegen		nvt	18-11-2009
07-11-2010	Koopzondag Bouwmarkten	Gemeente nijmegen		nvt	18-11-2009
07-11-2010	Koopzondag	Gemeente nijmegen		nvt	18-11-2009
13-11-2010	Boekenmarkt	Plein 1944 evenementenplein Nijmegen Mariënborg locatie hoog (kerk en Lux) Nijmegen	st. kerst en zondagsmarkten Nijmegen, Martien van de Wal, Wethouder Burgersstee 4, Leuth	vergund	C 26-11-2009
13-11-2010	Intocht Sint Nicolaas	Waalgade evenementenplein voor Holland Casino Nijmegen	Stichting Intocht Sint Nicolaas, M.P.J. Rubens	reservering (met recht)	B 26-11-2009
19-11-2010 21-11-2010	Evenementenvrij weekend Waalkade	Waalgade evenementenplein voor Holland Casino Nijmegen		nvt	18-01-2010
20-11-2010 23-11-2010	Muziekfestival Igv Zevenheuvelenloop 21-11-2010 09:00 23:00 Evenementdag;	Molenstraat Evenementenlocatie 'Molenplein' Nijmegen		in behandeling	C 11-03-2010
20-11-2010	Boekenmarkt	Plein 1944 evenementenplein Nijmegen Mariënborg locatie hoog (kerk en Lux) Nijmegen	st. kerst en zondagsmarkten Nijmegen, Martien van de Wal, Wethouder Burgersstee 4, Leuth	vergund	C 26-11-2009
21-11-2010	Koopzondag Auto-, Bollen- en Carsenbranche	Gemeente nijmegen		nvt	18-11-2009
21-11-2010	Zevenheuvelenloop	Gemeente nijmegen	Stichting Zevenheuvelenloop, R. Verbeek, Steinweglaan 3, Nijmegen	reservering (met recht)	A 27-11-2009
21-11-2010	Koopzondag Woonboulevard	Gemeente nijmegen		nvt	18-11-2009
21-11-2010	Activiteiten Igv de Zevenheuvelenloop	Koningsstraat plein 'koningsplein' Nijmegen	Café de Opera, Bilal Dijenli, Koningsstraat 32, NIJMEGEN	reservering (met recht)	B 30-11-2009
Gepubliceerd op: 20-04-2010 15:50:28		DGG - Openbare Ruimte - Stadsloezicht - Vergunningen			Pagina: 30

Evenementenkalender gemeente Nijmegen

november 2010

Deze evenementenkalender bevat informatie over reserveringen en/of vergunningaanvragen voor een evenement en evenementenlocaties. Aan de vermelding op deze evenementenkalender kunnen geen rechten worden ontleend op een evenementenvergunning of of enigzins andere wijze. De evenementenkalender is een dynamisch document dat ieder moment kan worden aangepast. Dagelijks vindt een update plaats van de aangebrachte wijzigingen. Alle wijzigingen voorbehouden.

Datum / Periode	Evenement / activiteit details	Locatie(s)	Organisator / contactpersoon	Status	Clas. Laatste mutatie
21-11-2010	Sint Nicolaasmars	Gemeente nijmegen	wandelsportvereniging B.E.O. Wijchen, M. van de Zwaard, Mijl 54, Beuningen	reservering (met recht)	C 26-11-2009
21-11-2010	Koopzondag Tuincentre	Gemeente nijmegen		nvt	18-11-2009
24-11-2010 28-11-2010	Wintertuinfeest	Gemeente nijmegen	Litterair Productiehuis De Winteruin, M. Hoefnagel	nvt	C 14-01-2010
27-11-2010	Boeken-, creatief- en curiosamarkt	Marienburg locatie hoog (kerk en Lux) Nijmegen	st. kerst en zondagsmarkten Nijmegen, Martien van de Wal, Wethouder Burgersstee 4, Leuth	reservering (met recht)	C 26-11-2009
28-11-2010	Sint Nicolaasmars	Gemeente nijmegen	wandelsportvereniging B.E.O. Wijchen, M. van de Zwaard, Mijl 54, Beuningen	reservering (met recht)	C 26-11-2009
28-11-2010	Koopzondag WC Dukenburg	Zwanenveld 90e Winkelcentrum Dukenburg Nijmegen		nvt	18-11-2009
28-11-2010	Koopzondag Bouwmarkten	Gemeente nijmegen		nvt	18-11-2009
28-11-2010	Koopzondag	Gemeente nijmegen		nvt	18-11-2009
28-11-2010	Koopzondag Tuincentre	Gemeente nijmegen		nvt	18-11-2009
28-11-2010	Zondagsmarkt 07-03-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 24-05-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 03-10-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 28-11-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 19-12-2010 09:00 23:00 Evenementdag;	Centrum straten centrum Nijmegen	St. Kerst en Zondagsmarkten, M. van de Wal, Wethouder Burgersstee 4, LEUTH	vergund	B 14-09-2009

Evenementenkalender gemeente Nijmegen

april 2010

Deze evenementenkalender bevat informatie over reserveringen en/of vergunningaanvragen voor een evenement en evenementenlocaties. Aan de vermelding op deze evenementenkalender kunnen geen rechten worden ontleend op een evenementenvergunning of of enigszins andere wijze. De evenementenkalender is een dynamisch document dat ieder moment kan worden aangepast. Dagelijks vindt een update plaats van de aangebrachte wijzigingen. Alle wijzigingen voorbehouden.

Datum / Periode	Evenement / activiteit details	Locatie(s)	Organisator / contactpersoon	Status	Clas. Laatste mutatie
24-03-2010 31-10-2010	Loterij Stichting Ragweek	geeft grootplein zuid Nijmegen		vergund	19-02-2010
31-03-2010 12-04-2010	Paaskermis 02-04-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 03-04-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 04-04-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 05-04-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 06-04-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 07-04-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 08-04-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 09-04-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 10-04-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 11-04-2010 09:00 23:00 Evenementdag;	Waalakade evenementenplein voor Holland Casino Nijmegen	Bureau de Kermisgids BV, B. Douma,	vergund	B 14-01-2010
03-04-2010 06-04-2010	Monster-Action Stuntshow 04-04-2010 15:00 17:00 Evenementdag; 05-04-2010 15:00 17:00 Evenementdag;	energieweg Nijmegen	Stunt Movie Production, JH de Niet	vergund	C 20-01-2010
03-04-2010	Boekenmarkt	Plein 1944 evenementenplein Nijmegen Marienburg locatie hoog (kerk en Lux) Nijmegen	st. kerst en zondagsmarkten Nijmegen, Martien van de Wal, Wethouder Burgersstee 4, Leuth	vergund	C 08-03-2010
05-04-2010	Koopzondag	Gemeente nijmegen		nvt	18-11-2009
05-04-2010	Koopzondag Bouwmarkten	Gemeente nijmegen		nvt	18-11-2009
05-04-2010	Paasmarkt 05-04-2010 09:00 23:00 Evenementdag;	Centrum straten centrum Nijmegen	St. Paasmarkt Nijmegen, Martien van de Wal, Wethouder Burgersstee 4, Leuth	vergund	B 26-11-2009
05-04-2010	Koopzondag Auto-, Bollen- en Carsenbranche	Gemeente nijmegen		nvt	18-11-2009
05-04-2010	Rose Mars	heyendaalseweg Nijmegen	Comité Rosamars, Th. Schenk / A. Berg, Knoop 5, BEUNINGEN	vergund	B 12-11-2009
05-04-2010 10-04-2010	Collecte St. Oranje commissie Lent	lentseveld Lent		vergund	27-01-2010

Evenementenkalender gemeente Nijmegen

april 2010

Deze evenementenkalender bevat informatie over reserveringen en/of vergunningsaanvragen voor een evenement en evenementenlocaties. Aan de vermelding op deze evenementenkalender kunnen geen rechten worden ontleend op een evenementenvergunning of of enigzins andere wijze. De evenementenkalender is een dynamisch document dat ieder moment kan worden aangepast. Dagelijks vindt een update plaats van de aangebrachte wijzigingen. Alle wijzigingen voorbehouden.

Datum / Periode	Evenement / activiteit details	Locatie(s)	Organisator / contactpersoon	Status	Clas. Laatste mutatie
05-04-2010	Koopzondag Woonboulevard	Gemeente Nijmegen		nvt	18-11-2009
05-04-2010	Koopzondag Tuincentra	Gemeente Nijmegen		nvt	18-11-2009
10-04-2010	WFM People	broersstraat Nijmegen		vergund	09-02-2010
10-04-2010	N.E.C. - AZ	Stadionplein locatie Goffert Stadion Nijmegen		nvt	A 02-07-2009
10-04-2010	Boekenmarkt	Plein 1944 evenementenplein Nijmegen Marienburg locatie hoog (kerk en Lux) Nijmegen	st. kerst en zondagsmarkten Nijmegen, Martien van de Wal, Wethouder Burgersstee 4, Leuth	vergund	C 26-11-2009
11-04-2010	Open Dag Cultuurspinnerij De Vasim	Winselingsweg locatie cultuurspinnerij De Vasim Nijmegen	Stichting Cultuurspinnerij De vasim, H Glaudemans/v.d.Goor/L.Otten, Winselingsweg 41, NIMEGEN	vergund	C 27-11-2009
11-04-2010	Midland Hunt, I. Daniëls		Midland Hunt, I.M. Daniëls, , Arnhem	vergund	19-02-2010
14-04-2010	Regionale Cruyff Courts Kampioenen 6 vs 6 14-04-2010 11:00 16:30 Evenementdag;	Kelfkensbos evenementenplein Nijmegen	Stg. Cruyff Courts KNVB Velden, Jeroen Molenaar	vergund	C 10-03-2010
14-04-2010 16-04-2010	melding container Pits Place nr 104	ziekerstraat Nijmegen		melding geaccepteerd	25-03-2010
16-04-2010 18-04-2010	Evenementenvrij weekend Waalkade	Waalkade evenementenplein voor Holland Casino Nijmegen		nvt	18-01-2010
17-04-2010	Boekenmarkt	Plein 1944 evenementenplein Nijmegen Marienburg locatie hoog (kerk en Lux) Nijmegen	st. kerst en zondagsmarkten Nijmegen, Martien van de Wal, Wethouder Burgersstee 4, Leuth	vergund	C 26-11-2009
18-04-2010 24-04-2010	Collecte St. Nationaal Fonds Kinderhulp	Centrum straten centrum Nijmegen		vergund	28-10-2009
18-04-2010	5e Kifloop	Pijlpuntstraat De Oversteek Nijmegen		vergund	10-03-2010
18-04-2010	5e Kif Loop	Pijlpuntstraat De Oversteek Nijmegen		vergund	02-03-2010
Gepubliceerd op: 20-04-2010 15:50:28		DGG - Openbare Ruimte - Stadsloezicht - Vergunningen			Pagina: 2

Evenementenkalender gemeente Nijmegen

april 2010

Deze evenementenkalender bevat informatie over reserveringen en/of vergunningaanvragen voor een evenement en evenementenlocaties. Aan de vermelding op deze evenementenkalender kunnen geen rechten worden ontleend op een evenementenvergunning of of enigzins andere wijze. De evenementenkalender is een dynamisch document dat ieder moment kan worden aangepast. Dagelijks vindt een update plaats van de aangebrachte wijzigingen. Alle wijzigingen voorbehouden.

Datum / Periode	Evenement / activiteit details	Locatie(s)	Organisator / contactpersoon	Status	Clas. Laatste mutatie
19-04-2010 21-04-2010	Promotiebruc groen	Grote Markt evenementenplein Nijmegen		vergund	C 29-03-2010
19-04-2010 24-04-2010	Donateurswerving Compassion in Worldfarming	Centrum straten centrum Nijmegen		in behandeling	A 06-04-2010
21-04-2010	Het Fonds	Heumensoord locatie bos Nijmegen		vergund	. 15-03-2010
22-04-2010	Platen- en cdbeurs	Grote Markt evenementenplein Nijmegen	dynamite platen & cd beurs, A. Frijters, Kloosterhof 19, Silvalde	reservering (met recht)	C 30-11-2009
24-04-2010	Boeken-, creatief- en curiosamarkt	Mariënborg locatie hoog (kerk en Lux) Nijmegen	st. kerst en zondagsmarkten Nijmegen, Martien van de Wal, Wethouder Burgerstee 4, Leuth	reservering (met recht)	C 26-11-2009
24-04-2010	Belavierenrace 24-04-2010 09:00 23:00 Evenementdag;	Gemeente nijmegen	Belavierenrace, M van Berchum	vergund	B 26-01-2010
24-04-2010	Nadia Schenker	Goffert Stadspark de Goffert Nijmegen		reservering (met recht)	. 22-03-2010
25-04-2010	Noviomagumlocht	Gemeente nijmegen	Wandelvereniging Magnus, Gerard Janssen Lok, Dr. Kanterslaan 31a, Grove	vergund	B 26-11-2009
25-04-2010	Koopzondag WC Dukenburg	Zwanenveld 90e Winkelcentrum Dukenburg Nijmegen		nvt	. 18-11-2009
25-04-2010	Nimega 100 Migja 25-04-2010 09:00 23:00 Evenementdag;	Waalakade evenementenplein voor Holland Casino Nijmegen		vergund	C 07-04-2010
26-04-2010 02-05-2010	Queensnight and day Molenplein 29-04-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 30-04-2010 09:00 23:00 Evenementdag;	Molenstraat Evenementenlocatie 'Molenplein' Nijmegen	Ondememers Molenstraat, T Westra, Molenstraat 79, NIMEGEN	in behandeling	C 11-03-2010
26-04-2010 27-04-2010	Jenaplanschool de Lanleeme	Daniëlsplein locatie Nijmegen		melding geaccepteerd	. 15-03-2010
28-04-2010	HIM Rutgers	beesplein Nijmegen ten katestraat Nijmegen		melding geaccepteerd	. 31-03-2010
28-04-2010	Herdenkingsdienst bij Monument Pelikaan	herman oobekkinkstraat Nijmegen		melding geaccepteerd	. 25-03-2010
Gepubliceerd op: 20-04-2010 15:50:28		DGG - Openbare Ruimte - Stadstoelzicht - Vergunningen			Pagina: 3

Evenementenkalender gemeente Nijmegen

april 2010

Deze evenementenkalender bevat informatie over reserveringen en/of vergunningaanvragen voor een evenement en evenementenlocaties. Aan de vermelding op deze evenementenkalender kunnen geen rechten worden ontleend op een evenementenvergunning of of enigzins andere wijze. De evenementenkalender is een dynamisch document dat ieder moment kan worden aangepast. Dagelijks vindt een update plaats van de aangebrachte wijzigingen. Alle wijzigingen voorbehouden.

Datum / Periode	Evenement / activiteit <i>details</i>	Locatie(s)	Organisator / contactpersoon	Status	Clas. <i>Laatste mutatie</i>
28-04-2010 02-05-2010	Queensday Molenplein 29-04-2010 14:00 00:00 Evenementdag; 30-04-2010 09:00 23:00 Evenementdag;	Molenstraat Evenementenlocatie 'Molenplein' Nijmegen	Ondernemers Molenstraat, T Westra, Molenstraat 79, NIMEGEN	vergund	C 12-04-2010
29-04-2010 01-05-2010	koninginnennacht en -dagviering 29-04-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 30-04-2010 09:00 23:00 Evenementdag;	Koningsstraat plein 'koningsplein' Nijmegen	Café de Opera, Bilal Diyenli, Koningsstraat 32, NIMEGEN	vergund	B 26-02-2010
29-04-2010 30-04-2010	Waalhallen Koninginnennacht 29-04-2010 22:00 00:00 Evenementdag; 30-04-2010 00:00 10:00 Evenementdag;	waalbandijk Nijmegen	Stichting Skateboarding Nijmegen, D. Wienke	vergund	B 26-01-2010
29-04-2010 30-04-2010	Koninginnennacht	Winselingsweg locatie cultuurspinnerij De Vasim Nijmegen	Stichting Cultuurspinnerij De vasim, H Glaudemans/v.d.Goor/L.Otten, Winselingsweg 41, NIMEGEN	vergund	C 27-11-2009
30-04-2010	Koninginnedag vrijmarkt	Goffert Stadspark de Goffert Nijmegen		vergund	B 11-03-2010
30-04-2010	Viering Koninginnedag	st. stephanusstraat Nijmegen heyendaalseweg Nijmegen esdooimveld Nijmegen wedesteinbroek 20e straat Nijmegen vossenpelsssestraat Lent Goffert Stadspark de Goffert Nijmegen Pijpstraat De Oversteek Nijmegen	Omroepstichting Nijmegen, G.J.P. Stroncken, Mesdagstraat 11, NIMEGEN	vergund	A 16-11-2009
30-04-2010	Talenterijcht 30-04-2010 12:00 21:00 Evenementdag;	Grote Markt evenementenplein Nijmegen	Café De Dende Kamer, B.J.M. van de Berg, Grote Markt 34, NIMEGEN	vergund	C 09-03-2010
30-04-2010	Omroep 2010	Hunnerpark locatie voor evenementen Nijmegen	Stg. 1 Pact, P.B. Onstein	vergund	B 23-11-2009
30-04-2010	activiteit reading	Goffert Stadspark de Goffert Nijmegen		melding geaccepteerd	. 16-04-2010
30-04-2010	Koninginnedagactiviteiten rondom Goffertboerderij	goffertweg Nijmegen	De Goffert Boerderij, Cheung-Ng, Goffertweg 17, NIMEGEN	reservering (met recht)	C 27-11-2009

Evenementenkalender gemeente Nijmegen

mei 2010

Deze evenementenkalender bevat informatie over reserveringen en/of vergunningsaanvragen voor een evenement en evenementenlocaties. Aan de vermelding op deze evenementenkalender kunnen geen rechten worden ontleend op een evenementenvergunning of of enigzins andere wijze. De evenementenkalender is een dynamisch document dat ieder moment kan worden aangepast. Dagelijks vindt een update plaats van de aangebrachte wijzigingen. Alle wijzigingen voorbehouden.

Datum / Periode	Evenement / activiteit details	Locatie(s)	Organisator / contactpersoon	Status	Clas. Laatste mutatie
24-03-2010 31-10-2010	Loterij Stichting Ragweek	geeft grooteplein zuid Nijmegen		vergund	19-02-2010
26-04-2010 02-05-2010	Queensnight and day Molenplein 29-04-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 30-04-2010 09:00 23:00 Evenementdag;	Molenstraat Evenementenlocatie 'Molenplein' Nijmegen	Ondememers Molenstraat, T Westra, Molenstraat 79, NIJMEGEN	in behandeling	C 11-03-2010
28-04-2010 02-05-2010	Queensday Molenplein 29-04-2010 14:00 00:00 Evenementdag; 30-04-2010 09:00 23:00 Evenementdag;	Molenstraat Evenementenlocatie 'Molenplein' Nijmegen	Ondememers Molenstraat, T Westra, Molenstraat 79, NIJMEGEN	vergund	C 12-04-2010
29-04-2010 01-05-2010	koninginnensnacht en -dagviering 29-04-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 30-04-2010 09:00 23:00 Evenementdag;	Koningstraat plein 'koningsplein' Nijmegen	Café de Opera, Bilal Diyenli, Koningstraat 32, NIJMEGEN	vergund	B 26-02-2010
01-05-2010	Boekenmarkt	Plein 1944 evenementenplein Nijmegen Marienburg locatie hoog (kerk en Lux) Nijmegen	st. kerst en zondagsmarkten Nijmegen, Martien van de Wal, Wethouder Burgersstee 4, Leuth	vergund	C 26-11-2009
01-05-2010	SCM BV	markenstraat Nijmegen		vergund	01-04-2010
02-05-2010	Koopzondag	Gemeente nijmegen		mut	18-11-2009
02-05-2010	Zondagsmarkt (Groenmarkt) 02-05-2010 10:00 17:00 Evenementdag; 02-05-2010 10:00 17:00 Evenementdag;	augustinusstraat Nijmegen burchtsstraat Nijmegen Grote Markt (adres) Nijmegen hoogstraat Nijmegen Kelfkensbos evenementenplein Nijmegen	St. Kerst en Zondagsmarkten, M. van de Wal, Wethouder Burgersstee 4, LEUTH	vergund	B 10-03-2010
02-05-2010	N.E.C. - Ajax	Stadionplein locatie Goffert Stadion Nijmegen		mut	A 02-07-2009
02-05-2010	Koopzondag Bouwmarkten	Gemeente nijmegen		mut	18-11-2009
03-05-2010 17-05-2010	Circus Renz Berlin 06-05-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 07-05-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 08-05-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 09-05-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 10-05-2010 09:00 23:00 Evenementdag;	Goffert Stadspark de Goffert Nijmegen		reservering (met recht)	B 14-01-2010

Evenementenkalender gemeente Nijmegen

mei 2010

Deze evenementenkalender bevat informatie over reserveringen en/of vergunningaanvragen voor een evenement en evenementenlocaties. Aan de vermelding op deze evenementenkalender kunnen geen rechten worden ontleend op een evenementenvergunning of of enigzins andere wijze. De evenementenkalender is een dynamisch document dat ieder moment kan worden aangepast. Dagelijks vindt een update plaats van de aangebrachte wijzigingen. Alle wijzigingen voorbehouden.

Datum / Periode	Evenement / activiteit details	Locatie(s)	Organisator / contactpersoon	Status	Clas. Laatste mutatie
	11-05-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 12-05-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 13-05-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 14-05-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 15-05-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 16-05-2010 09:00 23:00 Evenementdag;				
03-05-2010	oefening BHV-cursus	marienburg (adres) Nijmegen		in behandeling	16-04-2010
04-05-2010	Dodenherdenking - Valkhofeffaie	Valkhof evenementenlocatie Nijmegen		reservering (met recht)	16-07-2009
04-05-2010	Wijkraad Lent	Isaakwikstraat Lent		vergund	C 26-01-2010
05-05-2010 11-05-2010	Dag van het Levenslied 09-05-2010 14:00 00:00 Evenementdag;	Valkhof evenementenlocatie Nijmegen	Stichting dag van het levenslied, J. Smeets, Schoolstraat 103, NIJMEGEN	vergund	B 25-01-2010
05-05-2010	Futsal Chabab	Kellkensbos evenementenplein Nijmegen		reservering (met recht)	A 01-04-2010
08-05-2010	WFM People	Molensstraat (adres) Nijmegen		vergund	22-03-2010
08-05-2010	Boekenmarkt	Plein 1944 evenementenplein Nijmegen Marienburg locatie hoog (kerk en Lux) Nijmegen	st. kerst en zondagsmarkten Nijmegen, Marien van de Wal, Wethouder Burgersstee 4, Leuth	vergund	C 26-11-2009
09-05-2010	HAN KAN estafette & marathon	Gemeente nijmegen	HAN KAN marathon, M van Fruchten	vergund	B 23-11-2009
09-05-2010	Koopzondag Tuincentra	Gemeente nijmegen		mit	18-11-2009
09-05-2010	BEO mars	Gemeente nijmegen	wandelsportvereniging B.E.O. Wijchen, M. van de Zwaard, Mijl 54, Beuningen	vergund	C 26-11-2009
09-05-2010	Stichting Hortus Arcadie 24-05-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag; 07-06-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag;	d'almarsweg Nijmegen	Stichting Hortus Arcadië, Wil Wellen, d'Almarsweg 22 D, NIJMEGEN	vergund	C 23-03-2010

Evenementenkalender gemeente Nijmegen

mei 2010

Deze evenementenkalender bevat informatie over reserveringen en/of vergunningsaanvragen voor een evenement en evenementenlocaties. Aan de vermelding op deze evenementenkalender kunnen geen rechten worden ontleend op een evenementenvergunning of of enigszins andere wijze. De evenementenkalender is een dynamisch document dat ieder moment kan worden aangepast. Dagelijks vindt een update plaats van de aangebrachte wijzigingen. Alle wijzigingen voorbehouden.

Datum / Periode	Evenement / activiteit details	Locatie(s)	Organisator / contactpersoon	Status	Clas. Laatste mutatie
	21-06-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag; 05-07-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag; 13-08-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag; 06-09-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag; 20-09-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag; 04-10-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag;				
09-05-2010	Kronenburg Klassiek	Kronenburgerpark park en locatie Nijmegen	Koninklijke Zangver. Nijmeegs Mannenkoor, WTC Borsboom, de Geerkamp 1056, NIJMEGEN	vergund	C 16-12-2009
10-05-2010 14-05-2010	Dancelour Nijmegen 10-05-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 13-05-2010 09:00 23:00 Evenementdag;	Hunnerspark locatie voor evenementen Nijmegen	Dancelour, Dirk Malschaert	reservering (met recht)	A 07-09-2009
12-05-2010	Hemelvaartsnacht Molenplein	Molenstraat Evenementenlocatie 'Molenplein' Nijmegen	Ondememmers Molenstraat, T Westra, Molenstraat 79, NIJMEGEN	reservering (zonder recht)	C 10-03-2010
12-05-2010 13-05-2010	jubiläum Dunya Internationale	geeresteinstraat Nijmegen		reservering (met recht)	C 01-03-2010
12-05-2010 16-05-2010	Volksmuziekgilde "Woarum Nie"	malderburchstraat Nijmegen		in behandeling	. 10-02-2010
12-05-2010 18-05-2010	Marikenloop 16-05-2010 13:00 16:00 Evenementdag;	Gemeente nijmegen	Stichting Zevenheuvelenloop, R. Verbeek, Steinweglaan 3, Nijmegen	reservering (met recht)	A 02-03-2010
13-05-2010	Rommelmarkt feestcomm. Klein Jeruzalem	duindoomstraat Nijmegen		vergund	. 18-02-2010
13-05-2010	Koopzondag Bouwmarkten	Gemeente nijmegen		nvt	. 18-11-2009
13-05-2010	Hemelvaartsdag Molenplein	Molenstraat Evenementenlocatie 'Molenplein' Nijmegen	Ondememmers Molenstraat, T Westra, Molenstraat 79, NIJMEGEN	reservering (zonder recht)	C 12-01-2010
13-05-2010	Koopzondag Tuincentra	Gemeente nijmegen		nvt	. 18-11-2009
15-05-2010	SNP Media	Waalgade evenementenplein voor Holland Casino		reservering (zonder recht)	C 13-04-2010

Evenementenkalender gemeente Nijmegen

mei 2010

Deze evenementenkalender bevat informatie over reserveringen en/of vergunningaanvragen voor een evenement en evenementenlocaties. Aan de vermelding op deze evenementenkalender kunnen geen rechten worden ontleend op een evenementenvergunning of of enigzins andere wijze. De evenementenkalender is een dynamisch document dat ieder moment kan worden aangepast. Dagelijks vindt een update plaats van de aangebrachte wijzigingen. Alle wijzigingen voorbehouden.

Datum / Periode	Evenement / activiteit details	Locatie(s)	Organisator / contactpersoon	Status	Clas. Laatste mutatie
		Nijmegen			
15-05-2010	Boekenmarkt	Plein 1944 evenementenplein Nijmegen Mariënborg locatie hoog (kerk en Lux) Nijmegen	st. kerst en zondagsmarkten Nijmegen, Martien van de Wal, Welhouder Burgersstee 4, Leuth	vergund	C 26-11-2009
16-05-2010	Kronenburg Klassiek	Kronenburgpark park en locatie Nijmegen	Koninklijke Zangver. Nijmeegs Mannenkoor, WTC Borsboom, de Geerkamp 1056, NIJMEGEN	vergund	C 16-12-2009
16-05-2010	Project 'Oke ik doe mee'	reggestraat Nijmegen rivierstraat Nijmegen		vergund	C 22-03-2010
17-05-2010	oefening BHV-cursus	marienburg (adres) Nijmegen		in behandeling	. 16-04-2010
17-05-2010 27-05-2010	Music Meeting 22-05-2010 15:30 00:00 Evenementdag; 23-05-2010 14:00 00:00 Evenementdag; 24-05-2010 13:00 22:00 Evenementdag;	Brakkenstein park brakkenstein Nijmegen	Stichting Music Meeting, HHAM Basten, Prins Hendrikstraat 7, Nijmegen	reservering (met recht)	B 09-03-2010
19-05-2010	Sponsorloop voor Unicef	Goffert Stadspark de Goffert Nijmegen		reservering (met recht)	C 15-03-2010
20-05-2010	Diesfestival	erasmusplein Nijmegen		in behandeling	. 02-03-2010
20-05-2010	Platen- en cdbeurs	Grote Markt evenementenplein Nijmegen	dynamite platen & cd beurs, A. Frijters, Kloosterhof 19, Silvalde	reservering (met recht)	C 30-11-2009
21-05-2010 23-05-2010	Evenementenvrij weekend Waalkade	Waalkade evenementenplein voor Holland Casino Nijmegen		nvt	. 18-01-2010
22-05-2010	Boekenmarkt	Plein 1944 evenementenplein Nijmegen Mariënborg locatie hoog (kerk en Lux) Nijmegen	st. kerst en zondagsmarkten Nijmegen, Martien van de Wal, Welhouder Burgersstee 4, Leuth	vergund	C 26-11-2009
22-05-2010	Straatevangelisatie	Molenstraat/Broerstraat kruising Nijmegen	Evangelie gemeente 'De Deur', LG Marselis, Crocusplein 2, Nijmegen	vergund	C 26-11-2009
Gepubliceerd op: 20-04-2010 15:50:28		DGG - Openbare Ruimte - Stadsloezicht - Vergunningen			Pagina: 8

Evenementenkalender gemeente Nijmegen

mei 2010

Deze evenementenkalender bevat informatie over reserveringen en/of vergunningaanvragen voor een evenement en evenementenlocaties. Aan de vermelding op deze evenementenkalender kunnen geen rechten worden ontleend op een evenementenvergunning of of enigefei andere wijze. De evenementenkalender is een dynamisch document dat ieder moment kan worden aangepast. Dagelijks vindt een update plaats van de aangebrachte wijzigingen. Alle wijzigingen voorbehouden.

Datum / Periode	Evenement / activiteit details	Locatie(s)	Organisator / contactpersoon	Status	Clas. Laatste mutatie
23-05-2010	Kronenburg Klassiek	Kronenburgerpark park en locatie Nijmegen	Koninklijke Zangver. Nijmeegs Mannenkoor, WTC Borsboom, de Geerkamp 1056, NIJMEGEN	vergund	C 16-12-2009
23-05-2010 25-05-2010	Pinksteren 2010 Molenplein 24-05-2010 14:00 00:00 Evenementdag;	Molenstraat Evenementenlocatie 'Molenplein' Nijmegen	Van Buren Boogie Nijmegen, SF Tang, Molenstraat 79, NIJMEGEN	reservering (zonder recht)	C 10-03-2010
23-05-2010	Rommelmarkt Feestlocomite de Trompsstraat			vergund	03-03-2010
23-05-2010	voetbalvereniging SV Blauw-wit	energieweg Nijmegen		vergund	C 30-10-2009
24-05-2010	Koopzondag Auto-, Bolen- en Caravanbranche	Gemeente nijmegen		nvt	18-11-2009
24-05-2010	Zondagsmarkt 07-03-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 24-05-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 03-10-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 28-11-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 19-12-2010 09:00 23:00 Evenementdag;	Centrum straten centrum Nijmegen	St. Kerst en Zondagsmarkten, M. van de Wal, Welhouder Burgers-slee 4, LEUTH	vergund	B 14-09-2009
24-05-2010	Koopzondag Bouwmarkten	Gemeente nijmegen		nvt	18-11-2009
24-05-2010	Dag van het Kasteel	Valkhof evenementenlocatie Nijmegen	Nederlandse Kastelenstichting, Esther Maas-Beca	vergund	C 18-12-2009
24-05-2010	sportvereniging blauw-wit	energieweg Nijmegen		vergund	C 30-10-2009
24-05-2010	Koopzondag Woonboulevard	Gemeente nijmegen		nvt	18-11-2009
24-05-2010	Koopzondag Tuincentra	Gemeente nijmegen		nvt	18-11-2009
24-05-2010	Koopzondag	Gemeente nijmegen		nvt	18-11-2009
26-05-2010	Nijmegen Global Athletics	heemraadsstraat Nijmegen	Nijmegen atletiek, K Fairly	reservering (met recht)	B 26-11-2009

Evenementenkalender gemeente Nijmegen

mei 2010

Deze evenementenkalender bevat informatie over reserveringen en/of vergunningaanvragen voor een evenement en evenementenlocaties. Aan de vermelding op deze evenementenkalender kunnen geen rechten worden ontleend op een evenementenvergunning of of enigzins andere wijze. De evenementenkalender is een dynamisch document dat ieder moment kan worden aangepast. Dagelijks vindt een update plaats van de aangebrachte wijzigingen. Alle wijzigingen voorbehouden.

Datum / Periode	Evenement / activiteit details	Locatie(s)	Organisator / contactpersoon	Status	Clas. Laatste mutatie
27-05-2010 30-05-2010	Allround Beach Soccer 29-05-2010 09:00 23:00 Evenementdag;	Waalkeade evenementenplein voor Holland Casino Nijmegen	Allround Beach Sport Events, R. Dielesen, Nieuwe Veenendaalseweg 116 A	reservering (zonder recht)	C 10-02-2010
27-05-2010	Donateurswerving Fight Cancer door Streektwee	broerstraat Nijmegen		in behandeling	06-04-2010
29-05-2010	Boeken-, creatief- en curiosamarkt	Marienburg locatie hoog (kerk en Lux) Nijmegen	st. kerst en zondagsmarkten Nijmegen, Martien van de Wal, Wethouder Burgersteet 4, Leuth	reservering (met recht)	C 26-11-2009
29-05-2010	Bewonerscomité de Wellenkamp	de wellenkamp 15e straat Nijmegen		melding geaccepteerd	08-04-2010
29-05-2010	Ledenwerving Fight Cancer	broerstraat Nijmegen		in behandeling	06-04-2010
29-05-2010 30-05-2010	Dukenburg mars	malvert 51e straat Nijmegen	S.O.V. Groot Dukenburg, A Ustunkan	vergund	B 17-11-2009
29-05-2010	Open dag Crisisopvang Nijmegen	uranusstraat Nijmegen		in behandeling	20-04-2010
29-05-2010	Volleybalbemoed	Brakkenstein park brakkenstein Nijmegen		reservering (met recht)	C 17-12-2009
29-05-2010	Dhr. Chris	observantenstraat Nijmegen		melding geaccepteerd	08-04-2010
29-05-2010	Buurtmemoriedag 85 jaar Waalkazerne complex	papengas Nijmegen		vergund	23-03-2010
29-05-2010	Roze Mei Feest 2010	grotestraat Nijmegen		in behandeling	C 02-04-2010
29-05-2010	Popkoor Switch	Koningsstraat plein 'koningsplein' Nijmegen		vergund	07-01-2010
30-05-2010	Kronenburg Klassiek	Kronenburgpark park en locatie Nijmegen	Koninklijke Zangver. Nijmeegs Mannenkoor, WTC Borsboom, de Geerkamp 1056, NIJMEGEN	vergund	C 16-12-2009
30-05-2010	Rommelmarkt	varensstraat Nijmegen		vergund	11-03-2010
30-05-2010	Open dag Lindenberg	riddersstraat Nijmegen		vergund	C 18-12-2009
Gepubliceerd op: 20-04-2010 15:50:28		DGG - Openbare Ruimte - Stadslozezicht - Vergunningen			Pagina: 10

Evenementenkalender gemeente Nijmegen

mei 2010

Deze evenementenkalender bevat informatie over reserveringen en/of vergunningaanvragen voor een evenement en evenementenlocaties. Aan de vermelding op deze evenementenkalender kunnen geen rechten worden ontleend op een evenementenvergunning of of enigszins andere wijze. De evenementenkalender is een dynamisch document dat ieder moment kan worden aangepast. Dagelijks vindt een update plaats van de aangebrachte wijzigingen. Alle wijzigingen voorbehouden.

Datum / Periode	Evenement / activiteit details	Locatie(s)	Organisator / contactpersoon	Status	Clas. Laatste mutatie
30-05-2010	sport-onthoofdingdag buurtbewoners	lingestraat Nijmegen		melding geaccepteerd	16-04-2010
30-05-2010	Nimma's skate event	Goffert Stadspark de Goffert Nijmegen	, JCA Blinker, Opasstraat 79, NIMEGEN	reservering (met recht)	C 20-11-2009
30-05-2010	Stichting Hortus Arcadie 24-05-2009 11:00 18:00 Activiteitdag; 07-06-2009 11:00 18:00 Activiteitdag; 21-06-2009 11:00 18:00 Activiteitdag; 05-07-2009 11:00 18:00 Activiteitdag; 13-08-2009 11:00 18:00 Activiteitdag; 06-09-2009 11:00 18:00 Activiteitdag; 20-09-2009 11:00 18:00 Activiteitdag; 04-10-2009 11:00 18:00 Activiteitdag;	d'almarsweg Nijmegen	Stichting Hortus Arcadie, Wil Willems, d'Almarweg 22 D, NIMEGEN	vergund	C 23-03-2010
30-05-2010	Annet van Wolferen	berberisstraat Nijmegen		melding geaccepteerd	A 08-04-2010
30-05-2010	Dag van het Park	Gemeente nijmegen		reservering (zonder recht)	C 22-02-2010

Evenementenkalender gemeente Nijmegen

juni 2010

Deze evenementenkalender bevat informatie over reserveringen en/of vergunningaanvragen voor een evenement en evenementenlocaties. Aan de vermelding op deze evenementenkalender kunnen geen rechten worden ontleend op een evenementsvergunning of of enigzins andere wijze. De evenementenkalender is een dynamisch document dat ieder moment kan worden aangepast. Dagelijks vindt een update plaats van de aangebrachte wijzigingen. Alle wijzigingen voorbehouden.

Datum / Periode	Evenement / activiteit details	Locatie(s)	Organisator / contactpersoon	Status	Clas. Laatste mutatie
24-03-2010 31-10-2010	Loterij Stichting Ragweek	geeft grooteplein zuid Nijmegen		vergund	19-02-2010
02-06-2010	Sportdag St.Nicolaasschool	Goffert Stadspark de Goffert Nijmegen	Jenaplanbasisschool Sint Nicolaas, Th. Smedts, Antoinette van Pinxterenlaan 4, NIJMEGEN	vergund	C 06-11-2009
05-06-2010	Jaarmarkt	van welderenstraat Nijmegen	Ordememersvereniging v. Welderenstraat, E. de Jonge, van Welderenstraat 93, NIJMEGEN	reservering (met recht)	C 23-11-2009
05-06-2010	Nijmegen Live 05-06-2010 09:00 23:00 Evenementdag;	Goffert Stadspark de Goffert Nijmegen		reservering (met recht)	A 20-10-2009
06-06-2010	Buurtfeest Distelstraatfeest	distelstraat Nijmegen		melding in behandeling	C 13-11-2009
06-06-2010	Nijmeegs Muziekfestival	Centrum straten centrum Nijmegen	Stg. Nijmeegs Muziekfestival, CAM Graauwman, Lindenberghaven 1 A, Nijmegen	reservering (met recht)	B 23-11-2009
06-06-2010	Koopzondag	Gemeente nijmegen		nvt	18-11-2009
06-06-2010	Nijmeegs Straattheaterfestival 06-06-2010 09:00 23:00 Evenementdag;	Centrum straten centrum Nijmegen	Artos en V.B.O. Nijmegen, E.P.J. van Laëthem, Derick Huessensstraat 18, NIJMEGEN	reservering (met recht)	C 14-04-2010
06-06-2010	Koopzondag Bouwmarkten	Gemeente nijmegen		nvt	18-11-2009
06-06-2010	Nijmeegse Bierfeesten	pauwelstraat Nijmegen Koringsstraat plein 'koningsplein' Nijmegen	Café de Opera, Bilal Diyenli, Koningstraat 32, NIJMEGEN	vergund	B 27-11-2009
08-06-2010 11-06-2010	Avondvierdaagse Lent	Lent (dorp) Lent		reservering (met recht)	C 27-11-2009
08-06-2010 11-06-2010	Avondvierdaagse	Gemeente nijmegen	Wandelvereniging Gelderland, J. Wesseling, Biezenstraat 77, NIJMEGEN	reservering (met recht)	C 26-11-2009
09-06-2010	speel-GOED, Guido Groenendijk	boomvalkstraat Nijmegen		melding geaccepteerd	18-02-2010

Evenementenkalender gemeente Nijmegen

juni 2010

Deze evenementenkalender bevat informatie over reserveringen en/of vergunningsaanvragen voor een evenement en evenementenlocaties. Aan de vermelding op deze evenementenkalender kunnen geen rechten worden ontleend op een evenementenvergunning of of enigzins andere wijze. De evenementenkalender is een dynamisch document dat ieder moment kan worden aangepast. Dagelijks vindt een update plaats van de aangebrachte wijzigingen. Alle wijzigingen voorbehouden.

Datum / Periode	Evenement / activiteit details	Locatie(s)	Organisator / contactpersoon	Status	Clas. Laatste mutatie
10-06-2010	Platen- en cdbeurs	Grote Markt evenementenplein Nijmegen	dynamite platen & cd beurs, A. Frijters, Kloosterhof 19, Silvalde	reservering (met recht)	C 30-11-2009
11-06-2010 13-06-2010	Totalloss hockeytoernooi	stadddijk Nijmegen		vergund	C 04-03-2010
11-06-2010 12-06-2010	Nijmegen Zingt 12-06-2010 19:00 00:00 Evenementdag;	Grote Markt evenementenplein Nijmegen	Nijmegen Zingt, GJF van Groningen, Zonsstraat 18, Nijmegen	vergund	C 27-10-2009
11-06-2010 20-06-2010	Muse 19-06-2010 16:30 00:00 Evenementdag;	Goffert Stadspark de Goffert Nijmegen	LOC7000 Evenb, M. de Reus, Hanzeweg 26, Lochem	in behandeling	A 09-04-2010
12-06-2010	Boekenmarkt	Plein 1944 evenementenplein Nijmegen Marienburg locatie hoog (kerk en Lux) Nijmegen	st. kerst en zondagsmarkten Nijmegen, Martien van de Wal, Wethouder Burgerstee 4, Leuth	vergund	C 26-11-2009
12-06-2010 13-06-2010	St. Michaelmars	Gemeente nijmegen	Stichting Michael, Chris Kleinpenning, Basalt 33, Malden	reservering (met recht)	B 27-11-2009
13-06-2010	Wijkevenement Zaterdag	heidebloemstraat Nijmegen		in behandeling	C 29-03-2010
13-06-2010	Stichting Hortus Arcadie 24-05-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag; 07-06-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag; 21-06-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag; 05-07-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag; 13-08-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag; 06-09-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag; 20-09-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag; 04-10-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag;	d'almarsweg Nijmegen	Stichting Hortus Arcadie, Wil Wellen, d'Almarsweg 22 D, NIMEGEN	vergund	C 23-03-2010
13-06-2010	Lindenberg locatie Aldenhof open dag	aldenhof 13e straat Nijmegen		vergund	C 25-01-2010
14-06-2010	WK 2010	Molenstraat Evenementenlocatie 'Molenplein' Nijmegen	Horecamanager Nijmegen Oubaha Beheer B.V, Shu Fun Tang	reservering (zonder recht)	B 02-03-2010
14-06-2010 22-06-2010	Romeinenfestival 18-06-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 19-06-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 20-06-2010 09:00 23:00 Evenementdag;	kopseweg Nijmegen	Stichting Romeinen Festival, Sander Ederveen, Glashuis 13, NIMEGEN	in behandeling	B 26-11-2009

Evenementenkalender gemeente Nijmegen

juni 2010

Deze evenementenkalender bevat informatie over reserveringen en/of vergunningaanvragen voor een evenement en evenementenlocaties. Aan de vermelding op deze evenementenkalender kunnen geen rechten worden ontleend op een evenementsvergunning of of enigzins andere wijze. De evenementenkalender is een dynamisch document dat ieder moment kan worden aangepast. Dagelijks vindt een update plaats van de aangebrachte wijzigingen. Alle wijzigingen voorbehouden.

Datum / Periode	Evenement / activiteit details	Locatie(s)	Organisator / contactpersoon	Status	Clas. Laatste mutatie
14-06-2010 21-06-2010	Toneel Nieuw Leven Lent 60jr bestaan	griftdijk noord Lent		in behandeling	C 29-03-2010
17-06-2010	Promotieactie Fight Cancer door Streetwise	broerstraat Nijmegen		in behandeling	06-04-2010
18-06-2010 20-06-2010	Evenementenvrij weekend Waalkade	Waalkade evenementenplein voor Holland Casino Nijmegen		nvt	18-01-2010
19-06-2010	Boekenmarkt	Plein 1944 evenementenplein Nijmegen Mariënborg locatie hoog (kerk en Lux) Nijmegen	st. kerst en zondagsmarkten Nijmegen, Martien van de Wal, Wethouder Burgersstee 4, Leuth	vergund	C 26-11-2009
19-06-2010	WK 2010	Molenstraat Evenementenlocatie 'Molenplein' Nijmegen	Horecamanager Nijmegen Oubaha Beheer B.V., Shu Fun Tang	reservering (zonder recht	B 02-03-2010
19-06-2010 18-09-2010	Stadsbrand Nijmegen	Stadsbrand Waal, uilenwaarden, Snelbinder Lent	ACBN Evenementenbureau Nijmegen, T. Vrijmoet, Keizer Karelplein 2 D, Nijmegen	vergund	C 29-01-2010
20-06-2010	Koopzondag Woonboulevard	Gemeente nijmegen		nvt	18-11-2009
20-06-2010	Marken van Nijmegen-licht	Nijmegen (plaats) Nijmegen	W.I.O.S., W. van Rosmalen, Einsteinstraat 159, Nijmegen	in behandeling	C 06-11-2009
20-06-2010	Koopzondag Auto-, Boten- en Caravanbranche	Gemeente nijmegen		nvt	18-11-2009
24-06-2010	WK 2010	Molenstraat Evenementenlocatie 'Molenplein' Nijmegen	Horecamanager Nijmegen Oubaha Beheer B.V., Shu Fun Tang	reservering (zonder recht	B 02-03-2010
24-06-2010	Promo-actie Fight Cancer	broerstraat Nijmegen		in behandeling	06-04-2010
24-06-2010	studentenbuurtheest	stroomstraat Nijmegen		melding geaccepteerd	16-04-2010
25-06-2010 29-06-2010	Rock 'n Park 27-06-2010 09:00 23:00 Evenementdag;	Goffert Stadspark de Goffert Nijmegen	LOC7000 Evenb, M. de Reus, Hanzeweg 26, Lochem	in behandeling	A 09-04-2010

Evenementenkalender gemeente Nijmegen

juni 2010

Deze evenementenkalender bevat informatie over reserveringen en/of vergunningsaanvragen voor een evenement en evenementenlocaties. Aan de vermelding op deze evenementenkalender kunnen geen rechten worden ontleend op een evenementenvergunning of of enigzins andere wijze. De evenementenkalender is een dynamisch document dat ieder moment kan worden aangepast. Dagelijks vindt een update plaats van de aangebrachte wijzigingen. Alle wijzigingen voorbehouden.

Datum / Periode	Evenement / activiteit details	Locatie(s)	Organisator / contactpersoon	Status	Clas. Laatste mutatie
26-06-2010 27-06-2010	Streek2daagse Nijmegen	Gemeente Nijmegen	Wandelvereniging Gelderland, J. Wesseling, Biezenstraat 77, NIJMEGEN	in behandeling	C 26-11-2009
26-06-2010	Stratevangelisatie	Molenstraat/Broerstraat kruising Nijmegen	Evangelie gemeente 'De Deur', LG Marselis, Crocusplein 2, Nijmegen	vergund	C 26-11-2009
26-06-2010	Bikini Spikri Oplucht	augustinusstraat Nijmegen broerstraat Nijmegen burchtstraat Nijmegen Grote Markt (adres) Nijmegen grotestraat Nijmegen hoogstraat Nijmegen pauwelstraat Nijmegen Plein 1944 (adres) Nijmegen Waalkade (adres) Nijmegen Mariënborg locatie hoog (kerk en Lux) Nijmegen	Afrika Museum, P.M. Kooistra	reservering (zonder recht)	C 17-02-2010
26-06-2010	Zomerconcerten SBN	Genzenheuvel locatie Nijmegen Raadhuisshof locatie Nijmegen		in behandeling	B 19-04-2010
26-06-2010	Boeken-, creatief- en curiosamarkt	Mariënborg locatie hoog (kerk en Lux) Nijmegen	st. kerst en zondagsmarkten Nijmegen, Martien van de Wal, Wethouder Burgersstee 4, Leuth	reservering (met recht)	C 26-11-2009
27-06-2010	rommelmarkt	anjeliereweg Nijmegen		in behandeling	. 12-04-2010
27-06-2010	Stichting Hortus Arcadie 24-05-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag; 07-06-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag; 21-06-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag; 05-07-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag; 13-08-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag; 06-09-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag; 20-09-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag;	d'Almarasweg Nijmegen	Stichting Hortus Arcadie, Wil Wellen, d'Almarasweg 22 D, NIJMEGEN	vergund	C 23-03-2010

Evenementenkalender gemeente Nijmegen

juni 2010

Deze evenementenkalender bevat informatie over reserveringen en/of vergunningsaanvragen voor een evenement en evenementenlocaties. Aan de vermelding op deze evenementenkalender kunnen geen rechten worden ontleend op een evenementenvergunning of of enigzins andere wijze. De evenementenkalender is een dynamisch document dat ieder moment kan worden aangepast. Dagelijks vindt een update plaats van de aangebrachte wijzigingen. Alle wijzigingen voorbehouden.

Datum / Periode	Evenement / activiteit <i>details</i>	Locatie(s)	Organisator / contactpersoon	Status	Clas. <i>Laatste mutatie</i>
<i>04-10-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag;</i>					
27-06-2010	Cars and Stripes	Waalakade evenementenplein voor Holland Casino Nijmegen	cars en strips, Tamara A.G. Gerissen, Gerstweg 2, NIJMEGEN	vergund	C 25-01-2010
27-06-2010	Kleurrijk Halert	couwensbergstraat Nijmegen	Kleurrijk Halert, PLGW van Rijn, Weg door Jonkerbos 43 , Nijmegen	reservering (met recht)	B 16-11-2009
28-06-2010 29-06-2010 WK 2010		Molenstraat Evenementenlocatie 'Molenplein' Nijmegen	Horecamanager Nijmegen Oubaha Beheer B.V, Shu Fun Tang	reservering (zonder recht)	B 02-03-2010
29-06-2010 06-07-2010	FortaRock- The Festival <i>03-07-2010 11:00 23:30 Evenementdag;</i>	Brakkenstein park brakkenstein Nijmegen	Stichting Doornroosje, A.A.M Tax , Groenewoudseweg 322, NIJMEGEN	reservering (met recht)	B 13-04-2010

Evenementenkalender gemeente Nijmegen

juli 2010

Deze evenementenkalender bevat informatie over reserveringen en/of vergunningaanvragen voor een evenement en evenementenlocaties. Aan de vermelding op deze evenementenkalender kunnen geen rechten worden ontleend op een evenementsvergunning of of enigzins andere wijze. De evenementenkalender is een dynamisch document dat ieder moment kan worden aangepast. Dagelijks vindt een update plaats van de aangebrachte wijzigingen. Alle wijzigingen voorbehouden.

Datum / Periode	Evenement / activiteit details	Locatie(s)	Organisator / contactpersoon	Status	Clas. Laatste mutatie
24-03-2010 31-10-2010	Loterij Stichting Ragweek	geeft grooteplein zuid Nijmegen		vergund	19-02-2010
19-06-2010 18-09-2010	Stadsstrand Nijmegen	Stadsstrand Waal, uilenwaarden, Snelbinder Lent	ACBN Evenementenbureau Nijmegen, T. Vrijmoet, Keizer Karelplein 2 D, Nijmegen	vergund	C 29-01-2010
29-06-2010 06-07-2010	FortaRock- The Festival 03-07-2010 11:00 23:30 Evenementdag;	Brakkenstein park brakkenstein Nijmegen	Stichting Doornroosje, A.A.M Tax , Groenewoudseweg 322, NIJMEGEN	reservering (met recht)	B 13-04-2010
01-07-2010 30-08-2010	Open dag	Stadionplein locatie Goffert Stadion Nijmegen	NEC BV, Jan Blyssens, Stadionplein 1, NIJMEGEN	reservering (met recht)	A 23-11-2009
02-07-2010 03-07-2010	WK 2010	Molenstraat Evenementenlocatie 'Molenplein' Nijmegen	Horecamanager Nijmegen Oubaha Beheer B.V, Shu Fun Tang	reservering (zonder recht)	B 02-03-2010
02-07-2010 04-07-2010	X-life LAN Party (game evenement)	Winselingsweg locatie cultuurspinnerij De Vasim Nijmegen	Stichting Cultuurspinnerij De vasim, H Glaudemans/v.d.Goor/L.Otten, Winselingsweg 41, NIJMEGEN	reservering (met recht)	C 27-11-2009
03-07-2010	Boekenmarkt	Plein 1944 evenementenplein Nijmegen Mariënborg locatie hoog (kerk en Lux) Nijmegen	st. kerst en zondagsmarkten Nijmegen, Mariën van de Wal, Wethouder Burgersstee 4, Leuth	vergund	C 26-11-2009
03-07-2010	Picknick	de Omloop Park de Omloop, Lindenhof Nijmegen		vergund	C 27-08-2009
04-07-2010	Koopzondag	Gemeente nijmegen		nvt	. 18-11-2009
06-07-2010 07-07-2010	WK 2010	Molenstraat Evenementenlocatie 'Molenplein' Nijmegen	Horecamanager Nijmegen Oubaha Beheer B.V, Shu Fun Tang	reservering (zonder recht)	B 02-03-2010
08-07-2010 11-07-2010	Opening sportpark "nieuw Balveren"	kieftstraat Nijmegen	Stg. Accommodaties en Facilitair O.S.C., CG Nab, Peperstraat 64 , Oosterhout	reservering (met recht)	B 30-03-2010
10-07-2010 11-07-2010	WK 2010	Molenstraat Evenementenlocatie 'Molenplein' Nijmegen	Horecamanager Nijmegen Oubaha Beheer B.V, Shu Fun Tang	reservering (zonder recht)	B 02-03-2010
Gepubliceerd op: 20-04-2010 15:50:28		DGG - Openbare Ruimte - Stadsloezicht - Vergunningen			Pagina: 17

Evenementenkalender gemeente Nijmegen

juli 2010

Deze evenementenkalender bevat informatie over reserveringen en/of vergunningsaanvragen voor een evenement en evenementenlocaties. Aan de vermelding op deze evenementenkalender kunnen geen rechten worden ontleend op een evenementsvergunning of of enigszins andere wijze. De evenementenkalender is een dynamisch document dat ieder moment kan worden aangepast. Dagelijks vindt een update plaats van de aangebrachte wijzigingen. Alle wijzigingen voorbehouden.

Datum / Periode	Evenement / activiteit details	Locatie(s)	Organisator / contactpersoon	Status	Clas. Laatste mutatie
10-07-2010	Anneke speelt buiten	fransesstraat Nijmegen	Cafe St. Anneke, P.J.M.M. de Haard, St. Annasstraat 55, NIJMEGEN	reservering (met recht)	C 16-11-2009
10-07-2010	Boekenmarkt	Plein 1944 evenementenplein Nijmegen Mariënborg locatie hoog (kerk en Lux) Nijmegen	st. kerst en zondagsmarkten Nijmegen, Marien van de Wal, Wethouder Burgersstee 4, Leuth	vergund	C 26-11-2009
11-07-2010	Street Games	Goffert Stadspark de Goffert Nijmegen		in behandeling	C 19-04-2010
11-07-2010	evenement Grote Markt	Grote Markt evenementenplein Nijmegen	Café De Dende Kamer, B.J.M. van de Berg, Grote Markt 34, NIJMEGEN	reservering (zonder recht)	C 21-12-2009
11-07-2010	Stichting Hortus Arcadie 24-05-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag; 07-06-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag; 21-06-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag; 05-07-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag; 13-08-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag; 06-09-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag; 20-09-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag; 04-10-2009 11:00 18:00 Activiteitsdag;	d'almarsweg Nijmegen	Stichting Hortus Arcadie, Wil Wellen, d'Almarsweg 22 D, NIJMEGEN	vergund	C 23-03-2010
14-07-2010	Kolpingmars	Gemeente nijmegen		reservering (met recht)	C 27-11-2009
17-07-2010 23-07-2010	Vierdaagsefeesten	Centrum straten centrum Nijmegen	Stichting Vierdaagsefeesten Nijmegen, T. Vrijmoet, Keizer Karelplein 2 D, Nijmegen	reservering (met recht)	A 10-11-2009
17-07-2010 22-08-2010	Zomerexpositie 2010 Stevenskerk	St stevenskerkhof locatie Nijmegen	Stichting Kunst en Bewegen, THJM van Stiphout, Pater Brugmansstraat 29 , Nijmegen	reservering (met recht)	C 17-11-2009
18-07-2010	Koopzondag	Gemeente nijmegen		niel	. 18-11-2009
20-07-2010 23-07-2010	Internationale Vierdaagse Afstandsmarsen Nijmegen	Nijmegen (plaats) Nijmegen	Stichting Internationale Vierdaagse, , Groesbeekseweg 39, NIJMEGEN	reservering (met recht)	A 10-11-2009

Evenementenkalender gemeente Nijmegen

juli 2010

Deze evenementenkalender bevat informatie over reserveringen en/of vergunningaanvragen voor een evenement en evenementenlocaties. Aan de vermelding op deze evenementenkalender kunnen geen rechten worden ontleend op een evenementenvergunning of of enigefei andere wijze. De evenementenkalender is een dynamisch document dat ieder moment kan worden aangepast. Dagelijks vindt een update plaats van de aangebrachte wijzigingen. Alle wijzigingen voorbehouden.

Datum / Periode	Evenement / activiteit <i>details</i>	Locatie(s)	Organisator / contactpersoon	Status	Clas. <i>Laatste mutatie</i>
23-07-2010 25-07-2010	Evenementenvrij weekend Woalkade	Woalkade evenementenplein voor Holland Casino Nijmegen		nvt	18-01-2010
31-07-2010	Boeken-, creatief- en curiosamarkt	Mariënborg locatie hoog (kerk en Lux) Nijmegen	st. kerst en zondagsmarkten Nijmegen, Marien van de Wal, Wethouder Burgersstee 4, Leuth	reservering (met recht)	C 26-11-2009
31-07-2010	Stratevangelisatie	Molenstraat/Broerstraat kruising Nijmegen	Evangelie gemeente 'De Deur', LG Marselis, Crocusplein 2, Nijmegen	vergund	C 26-11-2009

Evenementenkalender gemeente Nijmegen

augustus 2010

Deze evenementenkalender bevat informatie over reserveringen en/of vergunningaanvragen voor een evenement en evenementenlocaties. Aan de vermelding op deze evenementenkalender kunnen geen rechten worden ontleend op een evenementenvergunning of of enigzins andere wijze. De evenementenkalender is een dynamisch document dat ieder moment kan worden aangepast. Dagelijks vindt een update plaats van de aangebrachte wijzigingen. Alle wijzigingen voorbehouden.

Datum / Periode	Evenement / activiteit details	Locatie(s)	Organisator / contactpersoon	Status	Class. Laatste mutatie
24-03-2010 31-10-2010	Loterij Stichting Ragweek	geeft grooteplein zuid Nijmegen		vergund	19-02-2010
19-06-2010 18-09-2010	Stadsstrand Nijmegen	Stadsstrand Waal, uilenwaarden, Snelbinder Lent	ACBN Evenementenbureau Nijmegen, T. Vrijmoet, Keizer Karelplein 2 D, Nijmegen	vergund	C 29-01-2010
01-07-2010 30-08-2010	Open dag	Stadionplein locatie Goffert Stadion Nijmegen	NEC BV, Jan Bluyssen, Stadionplein 1, NIJMEGEN	reservering (met recht)	A 23-11-2009
17-07-2010 22-08-2010	Zomerexpositie 2010 Stevenskerk	St Stevenskerkhof locatie Nijmegen	Stichting Kunst en Beweging, THJM van Stiphout, Pater Brugmansstraat 29, Nijmegen	reservering (met recht)	C 17-11-2009
01-08-2010 02-08-2010	Bottendaal Alive	burghardt vd berghstr Nijmegen		in behandeling	A 12-04-2010
01-08-2010	NK Traplopen	Waalgade evenementenplein voor Holland Casino Nijmegen Grote Markt evenementenplein Nijmegen Kelfkensbos evenementenplein Nijmegen	Upstairs, S. Dijkstra	reservering (zonder recht)	B 22-02-2010
01-08-2010	Koopzondag	Gemeente nijmegen		nvt	18-11-2009
04-08-2010 06-08-2010	Bouwdorp speelruimte Veldje	clenalisstraat Nijmegen		in behandeling	18-02-2010
07-08-2010	Boekenmarkt	Plein 1944 evenementenplein Nijmegen Marienburg locatie hoog (kerk en Lux) Nijmegen	st. kerst en zondagsmarkten Nijmegen, Marien van de Wal, Welthouder Burgersteet 4, Leuth	vergund	C 26-11-2009
14-08-2010	Boekenmarkt	Plein 1944 evenementenplein Nijmegen Marienburg locatie hoog (kerk en Lux) Nijmegen	st. kerst en zondagsmarkten Nijmegen, Marien van de Wal, Welthouder Burgersteet 4, Leuth	vergund	C 26-11-2009
14-08-2010 29-08-2010	Introdactie Universiteit Molenplein 15-08-2010 09:00 23:00 Evenementdag; 16-08-2010 14:00 00:00 Evenementdag; 17-08-2010 14:00 00:00 Evenementdag; 26-08-2010 14:00 00:00 Evenementdag; 27-08-2010 14:00 00:00 Evenementdag;	Molenstraat Evenementenlocatie 'Molenplein' Nijmegen	Ondernemers Molenstraat, T Westra, Molenstraat 79, NIJMEGEN	reservering (zonder recht)	C 11-03-2010

Evenementenkalender gemeente Nijmegen

augustus 2010

Deze evenementenkalender bevat informatie over reserveringen en/of vergunningsaanvragen voor een evenement en evenementenlocaties. Aan de vermelding op deze evenementenkalender kunnen geen rechten worden ontleend op een evenementenvergunning of of enigzins andere wijze. De evenementenkalender is een dynamisch document dat ieder moment kan worden aangepast. Dagelijks vindt een update plaats van de aangebrachte wijzigingen. Alle wijzigingen voorbehouden.

Datum / Periode	Evenement / activiteit details	Locatie(s)	Organisator / contactpersoon	Status	Clas. Laatste mutatie
16-08-2010	Openingsmarkt Introductie RU	Brokkenstein park brakkenstein Nijmegen	Radboud Universiteit Nijmegen, Sigrid van den Berg	reservering (met recht)	B 23-02-2010
19-08-2010	Platen- en cdbeurs	Grote Markt evenementenplein Nijmegen	dynamite platen & cd beurs, A. Frijters, Kloosterhof 19, Silvalde	reservering (met recht)	C 30-11-2009
20-08-2010 22-08-2010	Evenementenvrij weekend Waalkade	Waalkade evenementenplein voor Holland Casino Nijmegen		nvt	. 18-01-2010
20-08-2010 27-08-2010	Bouwdorp Hazenkamp	Goffert Stadspark de Goffert Nijmegen	Stichting Kinderevolutie Hazenkamp, SM van der Honing, Harriet Freezerlaan 82, Nijmegen	vergund	C 29-03-2010
21-08-2010	Boekenmarkt	Plein 1944 evenementenplein Nijmegen Mariënborg locatie hoog (kerk en Lux) Nijmegen	st. kerst en zondagsmarkten Nijmegen, Marien van de Wol, Wethouder Burgersteet 4, Leuth	vergund	C 26-11-2009
21-08-2010	Stratevangelisatie	Malenstraat/Broerstraat kruising Nijmegen	Evangelie gemeente 'De Deur', LG Marsela, Crocusplein 2, Nijmegen	vergund	C 26-11-2009
22-08-2010 26-08-2010	Bouwdorp Dukendam	malvert 80e straat Nijmegen	RM Lally, Schouwenburgstraat 16, Nijmegen	reservering (met recht)	C 16-11-2009
22-08-2010 27-08-2010	Bouwdorp Hees	komelensstraat Nijmegen	Vereniging dorpsbelang Hees, MPCJ Vermeulen, Urenusstraat 2, Nijmegen	reservering (met recht)	C 17-11-2009
22-08-2010 26-08-2010	Waken Teken 2010 Grote geest Waterkwarf	riverstraat Nijmegen	Kinderbouwdorp Waterkwarf, C.L. Dijk, Nina Simonestreet 38, NIJMEGEN	reservering (met recht)	C 12-11-2009
23-08-2010 27-08-2010	Bouwdorp Lindenburg	weteringweg Nijmegen	Bouwdorp Lindenburg, JMGP Mameef, Hillekensacker 14e str 1461, Nijmegen	reservering (met recht)	C 26-11-2009
23-08-2010 27-08-2010	Kinderbouwdorp Benedenstad/Binnenstad	Kronenburgerpark park en locatie Nijmegen	Werkgroep Bouwdorp Benedenstad/centrum, P. van Stratum, De Ruyterstraat 38, Nijmegen	reservering (met recht)	C 05-11-2009
23-08-2010 27-08-2010	Kinderbouwdorp Benedenstad/Binnenstad	Kronenburgerpark park en locatie Nijmegen	Werkgroep Bouwdorp Benedenstad/Centrum, P van Stratum, de Ruyterstraat 38, Nijmegen	reservering (met recht)	C 12-11-2009
Gepubliceerd op: 20-04-2010 15:50:28			DGG - Openbare Ruimte - Stadsloezicht - Vergunningen		Pagina: 21

Evenementenkalender gemeente Nijmegen

augustus 2010

Deze evenementenkalender bevat informatie over reserveringen en/of vergunningsaanvragen voor een evenement en evenementenlocaties. Aan de vermelding op deze evenementenkalender kunnen geen rechten worden ontleend op een evenementenvergunning of of enigzins andere wijze. De evenementenkalender is een dynamisch document dat ieder moment kan worden aangepast. Dagelijks vindt een update plaats van de aangebrachte wijzigingen. Alle wijzigingen voorbehouden.

Datum / Periode	Evenement / activiteit details	Locatie(s)	Organisator / contactpersoon	Status	Class. Laatste mutatie
23-08-2010 27-08-2010	Bouwdorp 2010 Brekkenstein	d'Almarasweg Nijmegen	Stichting Bouwdorp Brekkenstein, TCH Cornelissen, Karunnik Pelstraat 32, Nijmegen	reservering (met recht)	C 06-04-2010
23-08-2010 31-08-2010	Gebroeders van Limburg Festival 28-08-2010 07:00 23:00 Evenementdag; 29-08-2010 09:00 23:00 Evenementdag;	burchtsstraat Nijmegen st. stevenskerkhof Nijmegen Valkhof evenementenlocatie Nijmegen Kronenburgerpark park en locatie Nijmegen Centrum straten centrum Nijmegen	Stichting Gebroeders van Limburg, Henk van der Zand, van Welderstraat 102, Nijmegen	reservering (met recht)	A 26-11-2009
24-08-2010 25-08-2010	HAN introductie	Hunnerpark locatie voor evenementen Nijmegen	particulier, P. Jansen	reservering (zonder recht)	C 01-04-2010
24-08-2010	RU in Town	Centrum straten centrum Nijmegen	Radboud Universiteit Nijmegen, Sigrid van den Berg	reservering (met recht)	B 11-12-2009
25-08-2010 28-08-2010	Introductie HAN Molenplein	Molenstraat Evenementenlocatie 'Molenplein' Nijmegen	Ondememmers Molenstraat, T Westra, Molenstraat 79, Nijmegen	reservering (zonder recht)	C 12-01-2010
26-08-2010 31-08-2010	Gebroeders van Limburg Festival 28-08-2010 07:00 23:00 Evenementdag; 29-08-2010 09:00 23:00 Evenementdag;	burchtsstraat Nijmegen st. stevenskerkhof Nijmegen Valkhof evenementenlocatie Nijmegen Kronenburgerpark park en locatie Nijmegen Centrum straten centrum Nijmegen	Stichting Gebroeders van Limburg, Henk van der Zand, van Welderstraat 102, Nijmegen	reservering (met recht)	A 26-11-2009
27-08-2010	Inbo Han festival	Centrum straten centrum Nijmegen	HAN Event, F van den Kommenacker, Heyendaalbeweg 141, Nijmegen	reservering (met recht)	B 12-11-2009
28-08-2010	Café Frowijn Buurfeest	portanusstraat Nijmegen	Café Frowijn, PJ Huismans, Portanusstraat 51, Nijmegen	reservering (met recht)	C 06-11-2009
28-08-2010 29-08-2010	Gebroeders van Limburg Festival 28-08-2010 07:00 23:00 Evenementdag; 29-08-2010 09:00 23:00 Evenementdag;	burchtsstraat Nijmegen st. stevenskerkhof Nijmegen Valkhof evenementenlocatie Nijmegen Kronenburgerpark park en locatie Nijmegen Centrum straten centrum Nijmegen	Stichting Gebroeders van Limburg, Henk van der Zand, van Welderstraat 102, Nijmegen	reservering (met recht)	A 26-11-2009

Bijlage II Enquête

Onderzoek naar de wensen van studenten betreffende (Nijmeegse) evenementen

Beste Respondent,

Het doel van deze enquête is om meer inzicht te krijgen in de wensen van Nijmeegse studenten met betrekking tot evenementen. Waar liggen de interesses en voldoet het Nijmeegse evenementenaanbod aan de wensen van studenten?

Wil je aub aankruisen wat op jouw situatie het meest van toepassing is?

Geslacht ☐ Man
 ☐ Vrouw

Leeftijd jaar

Aan welke onderwijsinstelling studeer je?

☐ Universiteit
☐ HBO
☐ Anders, namelijk:.....

In welk jaar van je studie zit je?

☐ 1^e jaar
☐ 2^e jaar
☐ 3^e jaar
☐ 4^e jaar
☐ Anders, namelijk:.....

Woon je op kamers?

☐ Ja
☐ Nee, ik woon nog thuis
☐ Anders, namelijk:.....

In welke gemeente woon je?

☐ Gemeente Nijmegen
☐ Anders, namelijk:.....

Kun je aankruisen of zelf invullen (ja of nee en waarom) wat op jou van toepassing is betreffende onderstaande categorieën van evenementen? Indien de hokjes te klein zijn, kun je eronder verder schrijven. Je mag meerdere hokjes aankruisen.

		Filmfestival	Vakbeurs/markt	Introductiefestival	Fotografie	Tentoonstelling	Literatuur	Pop, Rock	Dance / house	Jazz & blues	Country /western	Klassieke muziek	Nederlandstalig	Toneel, Musical	Cabaret, Comedy	Binnensport/ Denksport	Auto/motorsport	Buissport/ Buitensport	Wielersport	Loopsport
JA	Ik ben er geweest																			
	En ik zou het ook aanraden aan anderen																			
	Ik vind het interessant																			
	Gezellig, goede sfeer																			
	Om anderen met dezelfde interesse te ontmoeten																			
	Omdat vrienden er heen gaan																			
	Omdat het gratis is																			
	Om er iets van te leren																			
	Om te ontspannen																			
	Anders, namelijk																			
N																				
EE	Nooit eerder van gehoord																			
	Er komt geen leuk publiek																			
	Omdat vrienden niet gaan																			
	Vanwege financiële redenen																			
	De sfeer staat me niet aan																			
	Ik vind het te druk																			
	Ik vind het niet interessant																			
	Maar ik zou er best een keer naar toe willen																			
	Anders, namelijk																			

Ga je weleens naar een van de volgende Nijmeegse buitenevenementen toe? (ja of nee en waarom + je mag meerdere antwoorden aankruisen)

		Dag van het levenslied	Hemelvaartnacht	Samba festival	Roos v Nijmegen	Marikenloop	Music Meeting	Kronenburg Klassiek	Wk Molenplein	7-heuvelenloop	Kunstsprong Lux	Boekenmarkt plein 1944	Gebroeders v Limburg	Forta Rock	Nimege 100 Miglia	Rock Royale	(Valkhof)	(Hunnerpark)	(grote markt)	(Kelfesbos)
JA	Ik ben er geweest																			
	En ik zou het ook aanraden aan anderen																			
	Ik vind het interessant																			
	Gezellig, goede sfeer																			
	Om anderen met dezelfde interesse te ontmoeten																			
	Omdat vrienden er heen gaan																			
	Omdat het gratis is																			
	Om er iets van te leren																			
	Om te ontspannen																			
	Anders, namelijk																			
N																				
EE	Nooit eerder van gehoord																			
	Er komt geen leuk publiek																			
	Omdat vrienden niet gaan																			
	Vanwege financiële redenen																			
	De sfeer staat me niet aan																			
	Ik vind het te druk																			
	Ik vind het niet interessant																			
	Maar ik zou er best een keer naar toe willen																			
	Anders, namelijk																			

Ga je weleens naar een van de Nijmeegse buitenevenementen toe die niet in deze vragenlijst genoemd zijn?

- ☐ Ja, namelijk.....
.....
.....
.....
- ☐ Nee
- ☐ NVT, ik ga nooit naar dit soort evenementen

Bedankt voor het invullen van de enquête!

Bijlage III Bezoekersmotieven in percentage en redenen om niet te gaan in percentage berekend over n studenten dat wel is gegaan of niet naar het festival is gegaan (n= 40 min aantal dat wel geweest is).

		Filmfestival	Vakbeurs/markt	Introductiefestival	Fotografie	Tentoonstelling	Literatuur	Pop, Rock	Dance / house	Jazz & blues	Country / western	Klassieke muziek	Nederlandstalig	Toneel, Musical	Cabaret, Comedy	Binnensport/ Denksport	Auto/motorsport	Buissport/ Buitensport	Wielersport	Loopsport
JA	Ik ben er geweest	10 %	23 %	70 %	20 %	45 %	5 %	55 %	80 %	20 %	3%	13 %	50 %	70 %	60 %	13 %	13 %	38 %	25 %	43 %
	En ik zou het ook aanraden aan anderen	75 %	44 %	75 %	63 %	22 %	50 %	59 %	69 %	63 %	0%	40 %	65 %	64 %	83 %	40 %	60 %	67 %	40 %	35 %
	Ik vind het interessant	75 %	44 %	14 %	88 %	83 %	50 %	18 %	16 %	25 %	0%	60 %	10 %	46 %	29 %	60 %	60 %	20 %	10 %	24 %
	Gezellig, goede sfeer	25 %	0%	79 %	0 %	0 %	0 %	82 %	75 %	38 %	0%	40 %	80 %	46 %	54 %	0 %	20 %	47 %	40 %	29 %
	Om anderen met dezelfde interesse te ontmoeten	25 %	11 %	46 %	0 %	6 %	0 %	14 %	19 %	13 %	0%	0 %	10 %	0 %	0 %	0 %	0 %	7 %	0 %	6 %
	Omdat vrienden er heen gaan	25 %	0%	36 %	0 %	6 %	0 %	73 %	66 %	50 %	10 %	0 %	65 %	18 %	25 %	20 %	40 %	53 %	40 %	35 %
	Omdat het gratis is	0%	0%	18 %	0 %	0 %	0 %	5 %	9 %	0 %	0%	0 %	5 %	4 %	0 %	0 %	0 %	0 %	10 %	0 %
	Om er iets van te leren	50 %	89 %	7 %	38 %	6 %	0 %	5 %	0 %	0 %	0%	20 %	0 %	11 %	4 %	0 %	0 %	7 %	10 %	0 %
	Om te ontspannen	50 %	0%	39 %	13 %	0 %	50 %	86 %	63 %	63 %	0%	60 %	75 %	68 %	92 %	60 %	40 %	53 %	40 %	35 %
	Anders, namelijk	0%	0%	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0%	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	12 %
N EE	Nooit eerder van gehoord	14 %	16 %	8 %	16 %	5 %	13 %	6 %	0 %	16 %	13 %	11 %	10 %	0 %	6 %	17 %	9 %	8 %	10 %	9 %
	Er komt geen leuk publiek	0%	3%	0 %	6 %	0 %	3 %	0 %	13 %	3 %	3%	3 %	5 %	0 %	0 %	3 %	0 %	4 %	3 %	4 %
	Omdat vrienden niet gaan	6%	0%	0 %	3 %	0 %	3 %	0 %	0 %	0 %	0%	0 %	0 %	0 %	0 %	3 %	3 %	4 %	0 %	0 %
	Vanwege financiële redenen	0%	0%	8 %	3 %	5 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0%	3 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
	De sfeer staat me niet aan	3%	3%	0 %	3 %	0 %	5 %	6 %	0 %	0 %	0%	6 %	5 %	0 %	0 %	0 %	0 %	4 %	3 %	4 %
	Ik vind het te druk	3%	0%	8 %	3 %	0 %	0 %	6 %	0 %	0 %	0%	0 %	5 %	0 %	0 %	0 %	3 %	4 %	0 %	0 %
	Ik vind het niet interessant	25 %	52 %	50 %	41 %	45 %	63 %	56 %	38 %	47 %	85 %	74 %	60 %	58 %	31 %	66 %	74 %	76 %	83 %	78 %

Maar ik zou er best een keer naar toe willen	56 %	32 %	17 %	38 %	41 %	16 %	39 %	75 %	34 %	3%	9 %	10 %	42 %	69 %	11 %	14 %	12 %	3 %	13 %
Anders, namelijk	0%	0%	0 %	0 %	5 %	0 %	0 %	0 %	3 %	3%	3 %	10 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %

		Dag van het levenslied	Hemelvaartnacht	Samba Festival	Roos v Nijmegen	Marikenloop	Music Meeting	Kronenburg Klassiek	Wk Molenplein	7-heuvelenloop	Kunstsprong Lux	Boekenmarkt plein 1944	Gebroeders v Limburg	Forta Rock	Nimege 100 Miglia	Rock Royale	(Valkhof)	(Hunnerspark)	(grote markt)	(Kettesbos)
JA	Ik ben er geweest	35 %	45 %	13 %	5 %	18 %	8%	3%	60 %	30 %	3%	10 %	3%	0 %	0 %	3%	50 %	68 %	35 %	50 %
	En ik zou het ook aanraden aan anderen	64 %	44 %	60 %	50 %	43 %	10 0%	10 0%	67 %	25 %	10 0%	50 %	0 %	0 %	0 %	10 0%	60 %	63 %	29 %	50 %
	Ik vind het interessant	7 %	11 %	40 %	50 %	14 %	33 %	0 %	25 %	8 %	10 0%	50 %	0 %	0 %	0 %	0 %	10 %	19 %	14 %	5 %
	Gezellig, goede sfeer	71 %	72 %	80 %	50 %	57 %	10 0%	0 %	83 %	58 %	10 0%	0 %	10 0%	0 %	0 %	10 0%	85 %	67 %	57 %	75 %
	Om anderen met dezelfde interesse te ontmoeten	21 %	11 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	13 %	0 %	10 0%	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	10 %	22 %	7 %	0 %
	Omdat vrienden er heen gaan	64 %	33 %	20 %	0 %	29 %	33 %	0 %	46 %	33 %	10 0%	0 %	0 %	0 %	0 %	10 0%	60 %	70 %	21 %	60 %
	Omdat het gratis is	21 %	6 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	13 %	8 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	10 %	15 %	7 %	5 %
	Om er iets van te leren	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	10 0%	50 %	0 %	0 %	0 %	0 %	5 %	4 %	0 %	0 %
	Om te ontspannen	50 %	28 %	40 %	0 %	43 %	33 %	0 %	46 %	17 %	0 %	25 %	0 %	0 %	0 %	0 %	40 %	48 %	29 %	35 %
	Anders, namelijk	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
N EE																				
	Nooit eerder van gehoord	31 %	50 %	43 %	74 %	12 %	54 %	62 %	13 %	7 %	64 %	50 %	74 %	60 %	80 %	64 %	45 %	8 %	50 %	45 %
	Er komt geen leuk publiek	8 %	18 %	0 %	3 %	3 %	0 %	3 %	0 %	0 %	3 %	3 %	0 %	5 %	0 %	13 %	0 %	8 %	8 %	0 %
	Omdat vrienden niet gaan	0 %	0 %	6 %	3 %	3 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	3 %	5 %	8 %	0 %	0 %	4 %	5 %
	Vanwege financiële redenen	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	3 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	3 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
	De sfeer staat me niet aan	4 %	9 %	9 %	3 %	6 %	0 %	3 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	15 %	8 %	5 %
	Ik vind het te druk	4 %	5 %	0 %	0 %	9 %	0 %	0 %	25 %	4 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	8 %	0 %	0 %
	Ik vind het niet interessant	31 %	9 %	26 %	18 %	36 %	16 %	33 %	31 %	46 %	18 %	39 %	15 %	28 %	5 %	18 %	30 %	46 %	19 %	30 %

		%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
	Maar ik zou er best een keer naar toe willen	27 %	14 %	20 %	3 %	24 %	22 %	0 %	25 %	32 %	13 %	0 %	5 %	3 %	5 %	15 %	15 %	15 %	5 %
	Anders, namelijk	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %

.....