

Beste [REDACTED],

Dank dat je ons kritisch volgt en vanuit die houding feedback geeft. Het houdt ons scherp en maakt ons extra bewust van datgene waar wij mee bezig zijn. We danken je daarom voor de moeite die je genomen hebt om ons een aantal vragen/opmerkingen/meningen voor te leggen.

Onderstaand onze reactie en natuurlijk altijd bereid tot een mondelinge toelichting.

1.

## **Waarom een paviljoen op de Markt van Valkenswaard?**

De discussies over het waarom van een paviljoen op de Markt in Valkenswaard hebben een aantal bijzondere punten naar voren gebracht. Dit lijken de twee voornaamste, tevens vreemdste redenen, die vaak worden genoemd:

### **1. Subsidie**

Er is een subsidie beschikbaar van € 169.000 (60% van de kosten), en men wil deze kans niet missen. Om in aanmerking te komen voor deze subsidie, heeft men een “ludiek” onderzoek laten doen om aan alle eisen van de subsidieverstrekker te voldoen. Dit betekent dat het paviljoen verschillende functies moet vervullen: voor jongeren, ouderen, eenzamen, kunst, cultuur, muziek, enzovoort.

Het is niet zo dat er een idee uitgewerkt is omdat er subsidie is. Er is wel degelijk bekeken of het idee een meerwaarde heeft. Dus niet kost wat kost de subsidie aanwenden.

### **2. Verfraaiing van de Markt**

Veel mensen vinden de huidige, lege Markt niet mooi en men wil iets toevoegen dat het plein aantrekkelijker maakt. Het liefst iets nostalgisch, zoals een kiosk, dorpspomp of een Heilig Hart beeld. Dit was ook de grootste reden voor het plaatsen van een kiosk, destijds.

Nee, verfraaiing van de markt is geen doel op zich en zeker niet het eerste doel. Een ontmoetingsplaats creëren waar dankzij uiterlijk, uitstraling en inhoud van programma en op te halen informatie over Groot Valkenswaard en ons immateriële erfgoed, de ontmoeting wordt gestimuleerd.

Dat er vraag naar is, dat er echt behoefte bestaat aan zo'n paviljoen, wordt, als je het kritisch bekijkt nergens echt duidelijk. Ook niet door dat “ludieke” onderzoek. (ludiek is niet mijn woordkeus maar kwam ik ergens op de site tegen)

Twee onderzoeken, een kwalitatief onderzoek onder 182 bewoners, en een kwantitatief onderzoek onder 580 jongeren, concluderen heel duidelijk dat er behoefte is aan een ontmoetingsplaats die volgens de ondervraagden moet voldoen aan een aantal criteria. Daar is rekening mee gehouden in ontwerp en programma.

## **Financiën**

### **Aanschaf**

1. De aanschaf van het paviljoen kost de gemeente geen geld, wat op het eerste gezicht positief lijkt.

Er is een subsidie beschikbaar van € 169.000 (60% van de kosten): waar komen de andere 40% vandaan?

**Uit sponsoring.**

- 2. Exploitatiekosten ○ Deze zijn begroot op € 36.000 per jaar, te bekostigen door giften en sponsoring. Hierbij rijzen echter een aantal vragen: □ € 36.000 Hoe haalbaar is dit, jaar in jaar uit?

**Uit giften en sponsoring. Vanwege onze Culturele ANBI status kunnen wij sponsoren een door de fiscus opgesteld 5 jarige overeenkomst aanbieden die tot 50% belastingvoordeel, zonder drempel, kan opleveren.**

Komen er reclames van sponsoren op of in het paviljoen? Sponsoren willen waarschijnlijk iets terug voor hun bijdrage

**Is mogelijk. Op een discrete wijze.**

Optredens zouden onbetaald zijn voor muzikanten en cabaretiers, wat de vraag oproept hoeveel optredens er daadwerkelijk zullen plaatsvinden.

**We hebben een grote lijst van activiteiten die veel verder reikt dan optredens van muzikanten en cabaretiers. Het is een scala aan culturele activiteiten voor jong en oud. De activiteiten zijn gratis te bezoeken voor iedereen.**

## **2. Praktische Overwegingen**

1. Aantrekkingskracht op ongewenste groepen ○ Het paviljoen kan een aantrekkingskracht hebben op junks, dronkaards, dorpsgekken en hangjeugd. Als deze mensen zich daar thuis gaan voelen, zullen andere mensen deze plek mijden. Wie zorgt ervoor dat deze mensen geweerd worden? Worden deze mensen überhaupt geweerd? Wie bekijkt de camerabeelden en wie treedt op, indien nodig?

**Samen met beheerplan, vrijwilligers, 24/7 camerabeheer, samenwerking met VVV, sociale controle durven wij dit aan.**

### **2. Inrichting en Optredens**

Het paviljoen van ongeveer 50 m<sup>2</sup> is ongeveer net zo groot als een grote huiskamer. Wat gebeurt er met tafels, stoelen en banken tijdens optredens? Gaan deze dan naar buiten (regen)?

Een optreden van een flinke blaaskapel en het paviljoen zit bijna vol.

**Klopt. Kleinschaligheid is het devies. Maar ook in deze durven wij het aan. Bij beter weer kunnen bijvoorbeeld alle deuren rondom open en hoort een tijdelijk overdekt buitenpodium tot de mogelijkheden.**

Bij optredens met een podium passen er mogelijk maar zo'n 20, 30 mensen in?

**Dat valt nog te bezien. De Horeca zegt dat er makkelijk 50 bezoekers inkunnen.**

Geluidsregels: Is er een muziekvergunning nodig? Wie regelt het volume, ook 's avonds? De horeca moet aan strenge regelgeving voldoen.

Wij ook. We streven naar meestal akoestisch, of semi-akoestische optredens en houden ons aan de geluidsvoorschriften.

Verwarming: Het paviljoen, dat op de koude grond staat, zou, bij kille, koude dagen, zeven dagen per week verwarmd moeten worden, van 9.00 uur tot 18.00 uur, plus enkele avonden. Dit roept de vraag op hoe deze kosten hiervoor gedekt worden. Zit dit in de exploitatiebegroting van € 36.000? Zonder verwarming is het paviljoen maar een klein deel van het jaar bruikbaar.

Er komt een vloer in en het is helemaal afgesloten bij koud weer. En wij werken in het kader van duurzaamheid aan zonnepanelen en een accu, in combinatie met een airco unit en/of stralingspanelen.

## **Exposities en Gebruik**

### **1. Schilderijen**

Een expositie van schilderijen wordt lastig met rondom glas.

We richten het zo in dat het mogelijk is. En er is altijd toezicht van een vrijwilliger.

### **2. Bewaking**

Overdag is er geen bewaking, wat de veiligheid van exposities e.d. kan beïnvloeden.

Bij exposities is er toezicht door vrijwilligers.

### **3. Zomers gebruik**

Bij een open paviljoen in de zomer, waar blijven de verwijderde wanden?

Schuifwanden/-ramen.

## **Demontabel**

Het paviljoen is demontabel; van het verplaatsen van dit paviljoen zal niet veel terecht komen; teveel werk en gedoe.

Kan in 1 dag, vanwege het modulaire ontwerp.

Een voordeel dat het paviljoen demontabel is, dat als dit project na 2 jaar niet blijkt te werken, het paviljoen gedemonteerd kan worden en worden opgeslagen. (In de tunnel op de Leenderweg bijvoorbeeld?- )

Of men plaatst het van de Markt op Marktplaats. Mocht dit zo gebeuren, dan reizen er nog twee vragen:

1. Als het project niet slaagt, wil de subsidieverstrekker dan (een deel) van het geld terug?

Nee.

2. Bij verkoop van het paviljoen, is de opbrengst dan voor deze stichting of voor de gemeente?

In principe voor de Stichting die het dan weer moet schenken aan een doel dat te vergelijken is met het doel van de Stichting.

3.

## **Conclusie**

Het is duidelijk dat er aanzienlijke bedenkingen zijn bij het plan om een paviljoen op de Markt te zetten. Hier is een samenvatting van de belangrijkste argumenten:

1. Alternatieve Locaties o Er zijn al bestaande locaties, zoals De Hofnar, die geschikt zijn voor de activiteiten die in het paviljoen gepland zijn. De Hofnar biedt vergelijkbare of betere faciliteiten. Net zoals het voormalige gemeenschapshuis Carolus waar men zonder consumptie kon verblijven. De Hofnar heeft destijds die taak overgenomen.

De vergelijking met Hofnar en het Marktpaviljoen gaat in zeer bescheiden mate op. Gratis, geen consumptieplicht, informatiepunt Valkenswaard, gratis activiteiten, enzovoort. Overigens, we gaan wel samenwerken met de Hofnar die het Marktpaviljoen ondersteunt. De subsidie toekenning en de uitkomst van de enquête wijzen beiden op de markt als locatie.

2. Gebrek aan Behoeft o Nergens uit blijkt, ook nationaal niet, dat er behoefte is aan een dergelijk paviljoen met bijbehorende exploitatie. Dit roept vragen op over de noodzaak en relevantie van het project.

Google eens door in te typen: ontmoeting burgers stimuleren – strategieën die ontmoeten stimuleren – ontmoeten in de publieke ruimte – enzovoort, enzovoort, enzovoort.

3. Succesvolle Voorbeelden Ontbreken o Er zijn geen bekende voorbeelden van andere plaatsen waar een paviljoen met vergelijkbare exploitatie succesvol is gebleken. Dit suggereert dat het model mogelijk niet levensvatbaar is.

Dit suggereert mogelijk dat wij uniek zijn en dat het levensvatbaar is.

4. Sceptis van de Horeca o De horeca in de omgeving ontkent, in tegenstelling van wat er gesuggereerd wordt, voorstander te zijn van het plan en heeft grote twijfels. Dit werpt een schaduw op de betrouwbaarheid van de toegezegde steun van andere stakeholders.

Er is contact geweest met het bestuur van de Horeca in Valkenswaard. De horeca staat er niet afwijzend tegenover, maar stelt vraagtekens bij het beheer. Overigens willen ze ons daarin wel adviseren.

5. Geloofwaardigheid van Muzikantenlijst o Er zou een lijst bestaan van 30 muzikanten en muziekgezelschappen die gratis willen optreden in het paviljoen, maar deze lijst is niet openbaar beschikbaar. Dit gebrek aan transparantie ondermijnt de geloofwaardigheid van deze claim.

Omdat de lijst van deelnemers aan het programma van het Marktpaviljoen nog niet compleet was, hebben we het nog niet openbaar gemaakt. Op 24 juni is er een voorlopig definitieve lijst van deelnemers, 43 individuen, verenigingen, instellingen, scholen, enzovoort, die bereid zijn mee te doen, als de politiek ja zegt tegen het Marktpaviljoen. Iedereen heeft dit persoonlijk bevestigd aan Jacques van Gerven. De komende tijd zal er nog met nieuwe partijen contact worden opgenomen om deze ook te laten deelnemen.

**Tot slot:**

**Een plan met veel pretenties en weinig potentie; niet doen dus.**

■■■■■■■■■■, ervaringsdeskundige.

Valkenswaard, juni 2024

Beste ■■■■■■■■■■, Als het allemaal doorgaat maken we graag gebruik van jouw expertise om de invulling nog verder te verbeteren.