

Gemeenteraad van Hengelo
Postbus 18
7550AA Hengelo

Gemeente Hengelo

Postbus 18
7550 AA Hengelo

Onderwerp	Zaaknummer	Uw kenmerk	Datum
Uitwerkingsplan evenementen	2447963		29 oktober 2019

Geachte leden van de raad,

Aanleiding

Op 23 april van dit jaar bent u geïnformeerd over de bestuurlijke opdracht 'stimuleren evenementen in relatie tot Hengelo Promotie'. De bedoeling van deze opdracht is om in het najaar een uitwerkingsplan evenementen vast te stellen. Het uitwerkingsplan moet een solide basis bieden voor de evenementenprogrammering en de subsidierelatie tussen gemeente en Hengelo Promotie.

De strategische kaders voor het uitwerkingsplan liggen besloten in de gemeentelijke nota vrijetijdseconomie (2012). Het college heeft het uitwerkingsplan evenementen inmiddels vastgesteld en wil u hierover met deze brief informeren. Uiteraard is het college bereid om dit uitwerkingsplan, indien gewenst, in een politieke markt aan u toe te lichten.

Urgentie binnenstad

De aanleiding voor deze opdracht is dat in het coalitieakkoord en het integraal actieplan binnenstad is opgenomen dat het vergroten van de aantrekkelijkheid van de binnenstad een urgente opgave is. Evenementen en stadspromotie dragen in belangrijke mate bij aan een bruisende binnenstad en daarmee aan een aantrekkelijke binnenstad. In het actieplan is opgenomen dat we streven naar samenhangend evenementenbeleid passend bij het dna profiel van Hengelo.

Bij de uitwerking van een samenhangend beleid is Hengelo Promotie een belangrijke gemeentelijke partner. De gemeente heeft een subsidierelatie met Hengelo Promotie voor de coördinatie van de evenementenkalender, de toedeling van evenementenbijdragen aan evenementenorganisaties en de communicatie en promotie van het stedelijk vrije tijdsaanbod.

Proces

In de afgelopen periode hebben de gemeente, Hengelo Promotie, Stichting Centrummanagement en enkele vertegenwoordigers van evenementenorganisaties meerdere werksessies gehad waarin de kaders voor het stimuleren van evenementen, de uitwerking van de Hengelose kernwaarden in een onderscheidende positionering en de rol van Hengelo Promotie bij communicatie en stadspromotie zijn besproken. Hiervoor hebben we een externe, onafhankelijk marketing adviseur ingehuurd die de werksessies heeft begeleid. De uitkomsten van deze sessies zijn verwerkt in het bijgevoegde gemeentelijk uitwerkingsplan.

Uitwerkingsplan evenementen

Het uitwerkingsplan omvat zoals gezegd een uitwerking van vigerend beleid zoals opgenomen in de nota Vrijetijdseconomie (2012) en het Integraal Actieplan binnenstad (2017).

In het uitwerkingsplan 'stimuleren evenementen' zijn de volgende inhoudelijke kaders opgenomen die doorwerken in de activiteiten van Hengelo Promotie:

Vermeld altijd het zaaknummer als u contact opneemt met de gemeente.

Bezoekadres
Hazenweg 121

E-mailadres
gemeente@hengelo.nl
Telefoonnummer
14-074

- Versterken van het profiel van Hengelo.
- Inspelen op specifieke behoefte en wensen van de doelgroep.
- Toegankelijk en zoveel mogelijk gratis genieten en meedoen voor iedereen die dat wil.
- Vernieuwing en doorontwikkeling bestaande evenementen met specifieke aandacht voor duurzaamheid.
- Samenwerking en nieuwe vormen van partnerschap met financiële inbreng.
- Transparantie, objectiviteit en creëren van draagvlak bij de verdeling van financiële bijdragen.

Het uitwerkingsplan is als bijlage toegevoegd aan deze brief.

Subsidiebeschikking Hengelo Promotie 2020

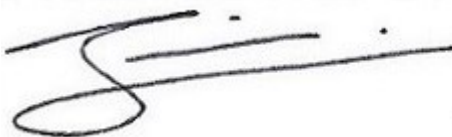
Hengelo Promotie heeft een subsidieaanvraag 2020 ingediend. De stichting heeft haar voorgenomen activiteiten beschreven in een jaarplan 2020 en onderbouwd met een financiële begroting. Wij hebben de aanvraag getoetst aan het gemeentelijk beleid en de subsidiebeschikking vastgesteld.

Wij vertrouwen er op u hiermee voldoende te hebben geïnformeerd.

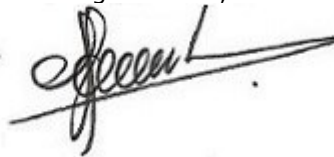
Met vriendelijke groet,

Burgemeester en wethouders van Hengelo,
de secretaris,

de burgemeester,



De heer J. Eshuis



De heer S.W.J.G. Schelberg

Bijlagen: 1

Vermeld altijd het zaaknummer als u contact opneemt met de gemeente.

Uitwerkingsplan ‘stimuleren evenementen in relatie tot subsidiebeschikking Hengelo Promotie’

1. Inleiding

Evenementen zijn belangrijk voor Hengelo. Ze dragen bij aan de levendigheid en sfeer en zorgen ervoor dat Hengelo aantrekkelijk is voor onze inwoners en bezoekers. Bovendien zorgen goed georganiseerde evenementen voor een economische spin-off in Hengelo. We hebben veel evenementen (totaal ca. 300 activiteiten op de evenementenkalender) en een groot aantal (circa 10) is inmiddels beeldbepalend voor onze stad. De evenementen worden door onze inwoners goed gewaardeerd met een ruime 7 (binnenstadsmonitor 2018) zowel qua kwaliteit, variatie als de hoeveelheid. Dit is een kracht van Hengelo. We vinden het daarom belangrijk om evenementen de komende jaren te blijven stimuleren.

De richting hiervoor is gegeven in de Nota Vrijtijdseconomie (2012) en de regionale afspraken met Twente Marketing. Deze is verder aangescherpt in het Integraal Actieplan Binnenstad (2017) en het coalitieprogramma (2018), waarmee de komende jaren de focus van evenementen op de binnenstad is komen te liggen. Het voorliggende uitwerkingsplan vertaalt deze beleidsdocumenten naar praktische kaders. Deze kaders gelden allereerst voor Stichting Hengelo Promotie, onze belangrijke uitvoeringsorganisatie op het gebied van evenementen, stadspromotie en toeristische informatievoorziening. Dit zijn tevens kaders voor andere manieren waarop we evenementen faciliteren, zoals in de vorm van materiaal en diensten bij de uitvoering van evenementen.

Het belang van evenementen voor onze stad

Evenementen hebben een maatschappelijke en economische betekenis:

- ontspanning en vermaak
- sociale verbinding (inclusieve samenleving)
- culturele vorming
- educatie
- participatie
- werkgelegenheid
- economische spin-off (winkels, horeca)
- citymarketing/ imago

2. Algemene doelen evenementen

We willen dat evenementen en in het verlengde daarvan stadspromotie, in Hengelo bijdragen aan de volgende algemene doelen:

- Inwoners en bezoekers van Hengelo meer belevingswaarde bieden (sfeer, cultuur en reuring)
- Aantrekken van meer bezoekers met langere verblijfsduur van binnen en buiten de stad (bevorderen toerisme)
- Versterken van onderscheidend profiel van Hengelo op basis van het DNA
- Stimuleren van de lokale economie
- Versterken van gevoel van trots op Hengelo
- Meer reuring creëren in de binnenstad

3. Rollen bij evenementen

Gemeente:

De gemeente heeft meerdere rollen:

- De gemeente stuurt op beleidsdoelen die worden beoogd met stimuleren van evenementen via de subsidieverlening aan Hengelo Promotie en monitort de effecten van het gevoerde beleid. Hiervoor is de gemeente een belangrijke gesprekspartner van Hengelo Promotie door het jaar heen.
- De gemeente heeft een formele rol bij het verlenen van de evenementenvergunning en de inzet op handhaving en toezicht. De gemeente ziet toe op de openbare orde, veiligheid en leefbaarheid van onze stad.
- De gemeente treedt tenslotte dienstverlenend op door het beschikbaar stellen (al dan niet tegen betaling) van faciliteiten voorafgaand, tijdens en na afloop van een evenement. Denk hierbij aan het leveren van stroom, hekwerken en schoonmaak.

Stichting Hengelo Promotie:

Stichting Hengelo Promotie is een uitvoeringsorganisatie die grotendeels met subsidie van de gemeente activiteiten uitvoert op het gebied van:

- Programmering van evenementen en vaststellen van de evenementenkalender;
- Coördineren en uitvoeren van de procedure evenementenbijdrage;
- Faciliteren en ondersteunen naar evenementenorganisaties. Met als uitgangspunt dat evenementenorganisaties in eerste instantie zelfstandig en zelfredzaam zijn;
- Communiceren en promoten van de evenementen (en daarnaast ook het overige vrijetijds aanbod in Hengelo).

Evenementenorganisator:

De organisatie van evenementen is in handen van evenementenorganisaties. Doorgaans zijn dit vrijwilligers uit de Hengelose samenleving, maar dit kunnen ook gesubsidieerde instellingen zijn (Bijv. Metropool) en in een uitzonderingsgeval is het de gemeente zelf (de Lambertuskermis). Van organisaties wordt verwacht dat zij een algemene professionele houding hebben, een deugdelijke begroting opvoeren, in principe in staat zijn eigen om verdienvermogen te genereren en over innoverend vermogen en creativiteit beschikken om bezoekers aan te trekken.

Om de kwaliteit en financiële haalbaarheid van het evenementenaanbod te borgen is het belangrijk dat evenementenorganisaties elkaar en stadspartners opzoeken om van elkaar te profiteren en elkaar te versterken. Denk hierbij aan de horeca, winkeliers en culturele partners.

4. Begripsomschrijvingen

Op basis van het bestaande beleid is een omschrijving gemaakt voor evenementen, stadspromotie en positionering. De kaders en uitgangspunten in hoofdstuk 5 vloeien voort uit deze omschrijvingen.

Evenementen:

Vanuit de APV (Algemene Plaats Verordening)

“Elke voor publiek toegankelijke verrichting van vermaak”.

Vanuit evenementenbeleid :

‘Tijdelijke activiteiten gericht op het aantrekken van grote groepen bezoekers (afhankelijk van de locatie en omstandigheden) die passen bij het Hengeloos profiel en de beoogde doelgroep. Waarbij de activiteiten openbaar en toegankelijk van karakter zijn met focus op de binnenstad en die bijdragen aan ontspanning en vermaak voor de bezoeker.’

Stadspromotie:

Het stedelijk vrijetijdsaanbod (zoals winkelen, horeca, evenementen en recreëren) met behulp van online en offline communicatiemiddelen en campagnes gericht onder de aandacht brengen van beoogde doelgroepen (bewoners, bezoekers en bedrijven) waardoor zij zich aangetrokken voelen tot onze stad en specifiek onze binnenstad. In het laden van de boodschap wordt telkens het Hengeloos profiel als uitgangspunt meegenomen.

Positionering:

Evenementen en stadspromotie maken onderdeel uit van een bredere communicatie-marketingstrategie voor de positionering van Hengelo en specifiek de Hengelose binnenstad. Daarin wordt uitgegaan van het bereiken van een onderscheidende positie van Hengelo in de perceptie van de beoogde doelgroepen. Een positie die positieve beelden oproept, beelden die ons onderscheiden van de concurrent en kunnen voldoen aan de wensen van de bezoeker. De gekozen positionering is opgehangen aan de kernwaarden uit het DNA, de beoogde doelgroepen en het onderscheidende aanbod.

5. Kaders en uitgangspunten evenementen nader uitgewerkt**a) Inspelen op specifieke behoefte en wensen van de doelgroep**

We willen een aantrekkelijk en divers evenementen aanbod dat gericht is op de behoefte van de eigen inwoners en de bezoekers van Hengelo uit de direct de omliggende gemeenten. De belangrijkste doelgroepen voor het algemene binnenstadsbezoek zijn gezinnen met kinderen en stellen/alleenstaanden 23-65 jaar (bron: Q&A rapport 'Wie kiest wordt gekozen', 2018). Hiermee bouwen we voort op het DNA, de doelgroepen en positionering, die onlangs zijn vastgesteld. De focus zal daarom moeten liggen op het aantrekken en behouden van deze doelgroepen. Hierbij wordt rekening gehouden met het voorkeursgedrag van deze doelgroepen op het gebied van vrijetijdsbesteding; welke media gebruiken deze doelgroepen, hoe besteden ze hun vrije tijd etc. De Provinciale leefstijlvinder is daarvoor een bruikbaar hulpmiddel: het benoemt de de meest voorkomende leefstijlen en hun voorkeursgedrag .

b) Versterken van het profiel van Hengelo

In het toegenomen (regionale) aanbod van evenementen willen wij in Hengelo onderscheidend zijn en blijven om de bezoeker te blijven binden en boeien en om Hengelo als stad positief te profileren. Het hebben van voldoende beeldbepalende en onderscheidende evenementen is hiervoor erg belangrijk. Dit zijn namelijk evenementen met een bovenlokaal karakter die een reden vormen om Hengelo te bezoeken en die de identiteit van Hengelo versterken of bepalen. We vinden het belangrijk dat typisch Hengelose evenementen en evenementen die passen bij ons DNA behouden blijven en zich in de toekomst verder kunnen ontwikkelen zowel qua onderscheidend en/of beeldbepalend profiel als qua publiekbereik (omvang en herkomst bezoekers). Hiermee bouwen we voort op het DNA, de doelgroepen en positionering, die onlangs zijn vastgesteld in het college, t.w. stads met dorps karakter, vaardig en vindingrijk en persoonlijke aandacht.

We streven ernaar dat deze kernwaarden op termijn als een herkenbaar Hengeloos 'merk' worden uitgedragen en betekenis gaat krijgen, ook via de evenementen. Het 'merk' Hengelo kan namelijk niet worden opgelegd, dat wordt sociaal gecreeerd door ervaringen van bezoekers en door verhalen die bezoekers horen. Wij zien hiervoor een actieve initierende rol voor Hengelo Promotie om de met de evenementenorganisaties in de stad de Hengelose kernwaarden de komendetijd positief te laden.

Bij de uitwerking van de merkpositionering wordt het brandfilter gehanteerd. Het bovenste filter is een uitgangspunt waar alle evenementen aan moeten voldoen. Door toepassing van de onderste twee filters kan invloed uitgeoefend worden op het onderscheidende karakter van evenementen om

daarmee het profiel van Hengelo uit te dragen en invloed uit te oefenen op de gewenste positionering.



c) Toegankelijk en zoveel mogelijk gratis genieten en meedoen voor iedereen die dat wil
Het is belangrijk dat een evenement toegankelijk is voor iedereen. Mensen moeten de kans krijgen erbij te zijn en deel te nemen. Jong, oud, rijk, arm en mindervaliden. Dit betekent dat het terrein toegankelijk is en de toegang en deelname zoveel mogelijk gratis is. Overigens hoeft dat niet te betekenen dat alle onderdelen van het evenement gratis zijn. Voor een drankje moet je doorgaans betalen. Echter de deelname en daarmee de beleving van het evenement zijn zoveel mogelijk gratis.

d) Niet méér evenementen, maar vernieuwing en doorontwikkeling bestaande evenementen
We hebben meer dan voldoende evenementen op de evenementenkalender staan. De uitdaging is om vooral de kwaliteit van het aanbod hoog te houden. Het Hengelo Panel waardeert de hoeveelheid, kwaliteit en variatie alle drie met een (ruime) 7.

In het totale aanbod van evenementen zorgen nieuwe (eenmalige of terugkerende) evenementen voor verrassing en nieuwsgierigheid bij het publiek. Dit vormt een reden om het evenement en daarmee de (binnen)stad te bezoeken. Wij vinden het belangrijk dat er in Hengelo een klimaat ontstaat waarbij creatieve ideeën uit de samenleving/markt worden gehoord en kunnen worden omgezet in concrete plannen voor een evenement. Dit sluit goed aan op ons stedelijk DNA. Initiatiefnemers met goede ideeën en plannen moeten ondersteund en gefaciliteerd worden door Hengelo Promotie. Ook in financiële zin.

Sommige evenementen zijn niet gratis om aan deel te nemen, denk aan de ijsbaan in de binnenstad of Heerlijk Hengelo. Dergelijke evenementen zijn inmiddels van betekenis geworden voor de stad en trekken grote bezoekersgroepen aan. We vinden het belangrijk dat dit soort type evenementen zich nieuw kunnen ontwikkelen in Hengelo en dat rechtvaardigt dat in de beginjaren een evenementenbijdrage verleend kan worden om de onrendabele top af te dekken.

Hengelo kent een rijke traditie van jaarlijks terugkerende bekende evenementen zoals het BAM festival, Vocaal Amusing en de Tropical Night. Evenementenorganisaties van deze grotere evenementen geven aan dat het aantrekken van veel bezoekers in de toekomst betekent dat er geïnvesteerd moet worden in het evenement. Wij vinden het belangrijk dat beeldbepalende evenementen die de afgelopen jaren zich hebben bewezen of evenementen met aangetoonde groeipotentie (waardering, bekendheid, bezoekers, spin-off) en een belangrijke bijdrage leveren aan het Hengeloos profiel, ook in de toekomst aantrekkelijk blijven voor de bezoeker.

Evenementenorganisaties die willen doorontwikkelen naar de toekomst moeten hiervoor de ondersteuning krijgen van Hengelo Promotie.

e) Samenwerking en nieuwe vormen van partnerschap met financiële inbreng

Partners zijn erg belangrijk bij het vormgeven en realiseren van het evenementenprogramma en de reuring in de stad. Het is belangrijk dat Hengelo Promotie regelmatig overleg heeft met bedrijven (waaronder winkel- en horecabedrijven), instellingen (cultuur en maatschappelijke instellingen) en de vertegenwoordigende partijen SCH en KHN om de kansen/mogelijkheden van samenwerken beter te benutten. We willen tot een betere synergie komen van evenementen van ondernemers in de binnenstad of met andere evenementen (bijv. cultuur). Dit resulteert in een grotere aantrekkingskracht op bezoekers, meervoudige bezoekmotieven en betere economische spin-off. Door samenwerking kan bovendien de financiële haalbaarheid van evenementen worden vergroot. De H500 (business club die sponsort) is een goed voorbeeld van samenwerking. De SCH en KHN zijn belangrijke partijen bij het creëren van financieel en inhoudelijk draagvlak voor reuring in de binnenstad. Met deze partners willen we dat tot concrete afspraken wordt gekomen over draagvlak en financiële inbreng. Hengelo Promotie neemt hierin het voortouw, waarbij de gemeente ook haar pakt.

f) Transparantie, objectiviteit en creëren van draagvlak bij de verdeling van financiële bijdragen

Organisaties moeten kunnen aantonen dat een financiële bijdrage van HP noodzakelijk is om het evenement te kunnen organiseren. We vinden het belangrijk dat evenementen eigen inkomsten genereren. Op basis van het primaire doel van het evenement en de begroting moet daarom zorgvuldig gekeken worden naar de noodzaak van (structurele) subsidie. Er moet wel gekeken worden of evenementen de mogelijkheid hebben tot het genereren van eigen inkomsten (bijv. uit horeca-omzet, verkrijgen van co financiering uit (cultuur) fondsen en/of participatie van andere investeerders reps. Partners die direct of indirect profijt hebben van de reuring in de stad. Voor evenementen die verspreid zijn over de stad of gesitueerd zijn op het toekomstige horecaplein (en niet georganiseerd worden door de horeca) is de mogelijkheid van het genereren van eigen inkomsten beperkter aanwezig.

We vinden het belangrijk dat het voor evenementenorganisaties voorafgaand aan het evenementenseizoen duidelijk is hoe de financiële bijdragen worden verdeeld.

Hierbij dient rekening gehouden te worden met verschillende type evenementen. Organisaties moeten hierover actief worden geïnformeerd op basis van een eenduidig

transparant toetsingskader en (aanvraag) proces opgesteld en vastgesteld door Hengelo Promotie. Het is belangrijk dat over de verdeling van middelen maatschappelijk draagvlak bestaat bij een breed aantal partijen in de stad. Het instellen van een breed samengestelde evenementencommissie voor de weging en beoordeling van aanvraag en daarmee adviserende rol naar Hengelo Promotie, draagt hieraan bij. De gemeente Hengelo maakt niet langer onderdeel uit van deze commissie omdat wij subsidie verstrekken aan Hengelo Promotie en sturen op beleidsdoelen en kaders en daarmee geen onderdeel moeten uitmaken van een commissie die de inhoudelijke afweging maakt hoe de evenementenbijdragen worden verdeeld.

Type evenementen



In het kader van de transparantie en eenduidigheid willen we dat Hengelo Promotie de organisatie is voor het toedelen van de evenementenbijdragen. Dat betekent dat in de toekomst de gemeente niet langer rechtstreeks subsidies zal verstrekken aan evenementenorganisaties (o.a. voor de bruisende binnenstad en Koningsdag).

6. Gemeentelijke ondersteuning met diensten en materialen

We willen een gastvrije en leefbare stad zijn. Hierbij past dat de gemeente evenementen actief ondersteunt door het leveren van diensten en materialen bij de uitvoering van het evenement. Denk aan het leveren van stroomvoorziening, plaatsen en gebruiken van dranghekken, afvalcontainers, het schoonmaken na afloop van een evenement. Dit deden we al (gedeeltelijk) en dit blijven we doen voor de grotere evenementen. We zorgen ervoor dat er duidelijke spelregels (logistiek, kosten/garantie) komen die actief worden gecommuniceerd naar organisaties en Hengelo Promotie. Belangrijk is dat er goede coordinatie is op deze dienstverlening. Dit kader wordt concreet uitgewerkt in een materialen/dienstenovereenkomst met Gildebor.

7. Monitoren van evenementen

Het is voor alle stakeholders (evenementenorganisaties, Hengelo Promotie, ondernemers en gemeente) belangrijk om de evenementen te monitoren. Niet alleen beleidsinhoudelijk, maar ook om inzicht te krijgen in de veiligheid/ leefbaarheid van evenementen. De gemeente wil samen met partners investeren in een periodieke evenementenmonitor met daarin onder andere de volgende indicatoren: bezoekersaantallen, bezoekersherkomst, verblijfsduur, druktebeelden, de bezoekerswaardering en omzet horeca/ detailhandel.

In periodieke accountgesprekken tussen Hengelo Promotie en de gemeente worden de doelen en inhoudelijke kaders in relatie tot de uitvoering van activiteiten besproken.

Bijlage 2 DNA Hengelo met uitgeschreven kernwaarden

Stads met dorps karakter

Hengelo is een grote stad en heeft daarvoor alles in huis, zoals culturele activiteiten en een veelzijdigheid aan winkels en horeca. wat Hengelo als stad juist zo bijzonder maakt is het dorps karakter met een ambachtelijke sfeer en talrijke verenigingen en evenementen. In Hengelo ervaar je de gezelligheid, maar ben je net zo goed anoniem. Van een spontane ontmoeting tot rustig de tijd voor jezelf kunnen nemen. Hengelo is de stadse huiskamer, waarin de Hengeloers betrokken, gastvrij en gezellig zijn.

Associaties: Huiskamergevoel, betrokken, vertrouwd, veilig, aangenaam, gastvrij, ontmoeten, leefbaar, samen, gezellig, actief.

Vaardig en vindingrijk

Vanuit het industriële verleden de maakindustrie is de mentaliteit van de Hengeloer vandaag de dag nog altijd samen te vatten in maken, vakmanschap, hands on en down to earth. Ondernemers van ambachtelijk en moderne speciaalzaken tot internationale bedrijven uit Hengelo zijn hier local heroes. Ze zijn het verhaal van Hengelo. ze zijn introvert, iets wat nerdachtig e roepen niet van de daken wie ze zijn, omdat zij zich liever bezighouden met de kwaliteit.

De wederopbouw van de stad zie je terug in de creatieve gebouwen en het industrieel erfgoed. Oude fabrieksgebouwen en –terreinen van onder andere Stork en Hazemeijer zijn omgetoverd tot een innovatief stadsdeel, trendy hotel, historische bezienswaardigheid en locatie waar technologie, duurzaamheid en creativiteit elkaar ontmoeten in kantoorruimtes en evenementen.

Associaties: makers, vrijheid, doelen, initiatieven, creatief, ondernemen, daadkracht, eerlijk, transparant, lef, vakmanschap.

Persoonlijke aandacht

Als klant voel jij je in een Hengelose winkel gezien en geholpen. Sterker nog, klanten komen vaak terug voor de klantvriendelijkheid in de winkels, salons en horecazaken. In Hengelo groet men elkaar op straat, er ontstaan spontane ontmoetingen en Hengeloers zijn open en eerlijk. Daarnaast kent Hengelo een rijk verenigingsleven wat zorgt voor saamhorigheid.

De mix van dorps saamhorigheid en innovatieve industrie maakt dat Hengelo een stad is met een bijzonder sociaal klimaat. Inwoners, ondernemers en instellingen dragen bij aan een samenleving waarin mensen oog hebben voor elkaar. deze sociale vanzelfsprekendheid is de drijvende kracht die Hengelo kenmerkt.

Associaties: sociaal, zinvol, eerlijk, open, verantwoordelijk, aandacht, samen, idealistisch.