

September 2020

Deel I – Hoofdrapportage

Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle



Inhoud

Onderwerp	Bladzijde
1. Inleiding	1-8
1.1. Aanleiding en aanpak	
1.2 Ambities van Zwolle	
1.3 Kernkwaliteiten van Zwolle	
2. Conclusies	9-18
2.1 Evenementenaanbod	
2.2 Evenementenlocaties	
2.3 Landelijke fondsen	
2.4 Rol van de gemeente	
2.5 Best practices: Deventer, Groningen en 's-Hertogenbosch	
3. Aanbevelingen	19-29
3.1 Evenementenambities Zwolle	
3.2 Evenementenstrategie	
3.3 Uitwerken strategie	
Overzicht geïnterviewde stakeholders	30-31
Over de samenstellers	32-33



Zwolle

1.



INLEIDING

Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle



Zwolle



Evenementen
Toerisme
Citymarketing

Aanleiding en aanpak



Zwolle

Zwolle wil haar positie als evenementenstad in het noordoosten van het land versterken en streeft naar een evenementenaanbod dat passend is voor een woon- en leefklimaat van een stad van deze omvang. Naast aandacht voor een breed en inclusief evenementenaanbod ligt de focus op een aanbod voor jongeren en studenten die Zwolle meer wil binden aan de stad.

Verder wil de stad op termijn jaarlijks één of meer evenementen met bovenregionale of landelijke uitstraling en aantrekkingskracht. De gemeente wil graag weten of en zo ja welke Zwolse culturele evenementen de potentie hebben om door te groeien naar een bovenregionaal of landelijk bereik. Daarnaast moet dit traject inzicht geven in de potentie om nieuwe, grootschalige evenementen van buiten aan te trekken die passen bij de Zwolse ambitie.

In dit rapport geeft **Respons** adviezen over
Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle

strategische keuzes die Zwolle zou moeten maken. Dit gebeurt door een analyse van het huidige evenementenaanbod. We zetten het Zwolse aanbod in landelijk en provinciaal perspectief en beschrijven enkele best practices. In de maanden februari, maart en april 2020 heeft een brede raadpleging plaatsgevonden onder organisatoren in Zwolle en daarbuiten. Ook zijn er gesprekken gevoerd met vertegenwoordigers van diverse Zwolse culturele instellingen en met de gemeente (bestuurlijk en ambtelijk). Een overzicht van alle gesprekspartners staat op pagina 30-31.

De focus van het onderzoek ligt vooral op culturele (buiten)evenementen. Sport-evenementen zijn zijdelings wel meegenomen, maar minder intensief geanalyseerd. Indien gewenst kan daar een aparte analyse voor worden gemaakt. Ook binnenevenementen zijn alleen in de analyses op geaggregeerd niveau meegenomen.

Aanleiding en aanpak II



Zwolle

Covid-19

De opdracht is voor de Covid-19 uitbraak verstrekt. Gedurende het onderzoek werden de 2020-edities van de meeste evenementen waar het onderzoek over gaat afgelast. Uit een onderzoek van Respons in opdracht van de gezamenlijke brancheverenigingen bleek dat de sector 'publieksevenementen' rekening moet houden met een omzetsderving van 70% waarbij 21.000 banen op de tocht staan. Het is niet in te schatten wat de gevolgen van de coronacrisis zal zijn op het Zwolse evenementenaanbod. Daarom is dit advies geschreven zonder rekening te houden met de Corona gevolgen.

Het advies vormt wel een goede basis om te dienen als één van de bouwstenen bij de doorontwikkeling van het Zwolse evenementenbeleid op het moment dat duidelijk wordt wat de lange termijn gevolgen van de Corona crisis zullen zijn voor het organiseren van evenementen.

Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle

Opbouw rapport

Het rapport bestaat uit twee delen. Deel I (Hoofdrapportage) bestaat uit de **aanbevelingen** en **conclusies**. De aanbevelingen zijn op 3 niveaus beschreven: ambities, strategie en uitwerking van de strategie. In Deel II (Bijlagen) staan onze **bevindingen** beschreven, die de basis vormen van de conclusies en aanbevelingen. Deel II bevat o.a. de facts & figures van het Zwolse evenementenaanbod, de analyse van de grote evenementen van Zwolle en best practices van 3 andere gemeenten (Deventer, 's-Hertogenbosch en Groningen) opgenomen.

1. Ambities van Zwolle



De stad Zwolle heeft als ambitie een aantrekkelijke stad te zijn voor haar inwoners, maar zij wil ook nieuwe doelgroepen aantrekken, in het bijzonder kenniswerkers. Daartoe zal Zwolle zich verder moeten ontwikkelen en profileren als economische en culturele hotspot. Zwolle is in trek, daar hoort een stevig voorzieningenniveau bij.

De Regio Zwolle heeft de ambitie om in 2030 de 4e economische toplocatie van Nederland te zijn. Deze ambitie is vooral een claim om de goede economische prestaties te benadrukken en economisch op de kaart te zetten ('squaring the triangle').

Daarbij hoort het profiel als stad die groeit, verrijkt, verrast, experimenteert en innoveert. Een stad waar je (als kenniswerker) wilt wonen, omdat Zwolle 'the new place to be' is. De stad investeert in een bruisende binnenstad. Door de Spoorzone te ontwikkelen ontstaat een nog groter centrumgebied.

Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle

Steden en stedelijke regio's worden steeds belangrijker, aldus de Raad voor Cultuur. Het zijn brandpunten in het culturele aanbod en van de creatieve industrie. Hierin zien we kansen voor Zwolle, waar de culturele instellingen en evenementen een publiek uit de wijde regio (kunnen) trekken bedienen doordat het aanbod verschilt ten opzichte van de regio. De ambitie van Zwolle is om de zichtbaarheid en levendigheid van cultuur in Zwolle verder te vergroten.

Aansluitend daarop is er de ambitie Zwolle te ontwikkelen en profileren als Experimentele Hanzestad; culturele en economische turbo voor de regio, om met die profilering meer in te zetten op het aantrekken van young potentials (Kosmopolieten).

Zwolle is een onderwijsstad. De 50.000 studenten zorgen voor dynamiek en bepalen mede het profiel van de stad. In het collegeakkoord staat dat de gemeente samen met de partners in het onderwijs, de Zwolse 8, het profiel van creatieve industrie de komende jaren meer vorm en inhoud wil geven.



Zwolle

2. Kern- kwaliteiten van Zwolle



Zwolle

- Zwolle scoort hoog in landelijke lijsten met onderwerpen als woonaantrekkelijkheid, economische prestaties, groei van het aantal inwoners, sociaal economische index en beste binnenstad. Zwolle heeft een centrale ligging en is uitstekend bereikbaar, zowel via OV als over de weg.
- Zwolle is een aantrekkelijke woonstad voor gezinnen door het gunstige woon- en leefklimaat. Hier vind je nabuurschap, iets wat de Randstad nauwelijks kent. Het heeft een kleine en aantrekkelijke binnenstad met een prachtig buitengebied. "Bruisend in een sterke regio" volgens het Planbureau voor de Leefomgeving, dat de Zwolse binnenstad het hoogste profiel toegekende.
- De stad Zwolle bevindt zich in een sterk "Umfeld". De groei in de regio op het gebied van de economische topsectoren heeft een positieve invloed en er zijn weinig concurrerende steden in de buurt. Als regionale hoofdstad kent Zwolle een rijkdom aan creatieve bedrijven, organisaties en onderwijs. In de creatieve industrie van Zwolle werken ongeveer 1.600 mensen, in ongeveer 1.000 bedrijven. Bovendien volgen in de stad 5.500 studenten een creatieve opleiding aan landelijk bekende onderwijsinstellingen als de Hogeschool voor de Kunsten ArtEZ, Deltion College, Landstede en Cibap. Onderwijsinstellingen en bedrijven vormen het cultureel-economische weefsel van de stad, dat wordt versterkt door knooppunten als de Creative Board en de Zwolse 8. Deze krachtige combinatie van innovatieve bedrijvigheid en toponderwijs zorgt voor een voortdurende cirkel van ontwikkelende energie en resultaten in Zwolle.

Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle

CREATIVE WORKS

REGIO
ZWOLLE

res
pon
s

Evenementen
Toerisme
Citymarketing



Kern- kwaliteiten van Zwolle II



Zwolle

- Met 50.000 studenten is Zwolle een belangrijke onderwijsstad (cijfers staan opgenomen in deel 2). De Zwolse onderwijsinstellingen zorgen tezamen voor een kwalitatief hoogstaand en breed opleidingsaanbod in de stad. Er vinden allerlei samenwerkingen plaats tussen onderwijs, bedrijven en culturele instellingen, dat geeft Zwolle onderscheidend vermogen.
- Zwolle trekt veel bezoekers door cultuurhistorisch erfgoed in de binnenstad en komt meer en meer bekend te staan als een cultuurstad. In de afgelopen jaren is er veel in stad geïnvesteerd, o.a. door verbouwing van de Fundatie en de bouw van een nieuw theater. Een aantal jaren geleden was één op de vijf bezoekers in Zwolle met een culturele activiteit als hoofdreden.
- Het cultuurhistorische verhaal van Zwolle wordt bepaald door Johan Rudolf Thorbecke, grondlegger van de parlementaire democratie en van de Moderne Devotie (Johan Cele). De stad is een Hanzestad wat veel rijkdom heeft gebracht. Museum de Fundatie en Waanders in de Broeren geven de stad tegenwoordig een cultureel gezicht en trekken veel bezoekers uit het hele land. Daarnaast is De Librije van Jonnie en Thérèse Boer een icoon van de stad.



Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle



res
pon
s

Evenementen
Toerisme
Citymarketing

2.



CONCLUSIES

Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle



Zwolle

2.1 Evenementen aanbod



Zwolle

Aanbod passend bij huidige omvang, maar met aandacht voor groei

- Met jaarlijks 60 (grotere) evenementen is de evenementenkalender voor inwoners en bezoekers van Zwolle in vergelijking met andere steden van een dergelijke omvang goed gevuld. Als 19^e gemeente van Nederland scoort Zwolle net buiten de top 10 van het G50-onderzoek van Respons en is Zwolle in cijfers de grootste evenementenstad van Overijssel. Bijna een kwart van alle Overijsselse festivals vindt in Zwolle plaats, op publieksbeurzengebied is dat zelfs ruim een derde, dat komt door de sterke positie van de IJsselhallen in de regio.
- Puur op basis van het aantal (grotere) evenementen heeft Zwolle – in vergelijking met steden van dezelfde omvang – een aanbod dat passend is bij een aantrekkelijke woon- en leefomgeving. Met het oog op de verwachte groei van de stad naar tenminste 140.000 inwoners is een kwantitatieve en kwalitatieve doorgroei van het evenementenaanbod echter wel noodzakelijk.
- Zwolle heeft vooral veel kleine tot middelgrote evenementen. Er zijn weinig grote evenementen, die vaker in staat zijn om bezoekers van buiten de stad te trekken en landelijke media-aandacht te genereren.
- Zwolle heeft veel festivals (ca 50% van het aanbod) van het type dance, pop, straattheater, beeldende kunst en eten/drinken (culinair). Deze genres zijn populair onder kosmopolieten, maar de stad moet – zeker met het oog op de verwachte schaalvergroting - nog wel een slag maken ten aanzien van het aantal kwalitatieve kunst- en culturele festivals. Zwolle heeft te weinig culturele festivals van het niveau zoals Stadsfestival, Zwolle Unlimited en Chef's Revolution. Een groot deel van de buitenfestivals zijn vrij toegankelijk, laagdrempelig en richten zich op een breed publiek.

Evenementen aanbod II



Zwolle

Te weinig aanbod voor jongeren en studenten

- Ondanks dat de gemeente meer focus wenst op evenementen voor jongeren en studenten, komen deze doelgroepen maar weinig aan hun trekken in Zwolle. Buiten de dance-evenementen van High Energy, richt zich maar een handje vol evenementen zich op deze doelgroepen (zoals Bruisweken en Woest).
- Als reden voor het beperkte aanbod voor jongeren en studenten komt naar voren het aan banden leggen van genre 'dance' en de beperkende maatregelen in de binnenstad ten aanzien van geluidsniveaus en eindtijden.

Zwolse evenementensubsidies lager dan de benchmark

- Met een budget van € 440.000 (€ 3,45/inw) zit Zwolle ruim onder het niveau van de G20-grootste gemeenten (excl G4) van € 730.000 (€ 4,46/inw). Het

budget in Zwolle ligt ook lager in vergelijking met de benchmarksteden 's-Hertogenbosch (€ 3,87/inw), Groningen (€ 4,53/inw) en Deventer (€ 6,62/inw).

- Anders dan in Zwolle, wordt in de 3 benchmarksteden (Deventer, 's-Hertogenbosch en Groningen) scherper gekozen. Er gaat meer geld naar minder (kern)evenementen.
- Als een gevolg ligt het gemiddelde subsidiebedrag per kernevenement in die steden hoger dan in Zwolle.
- Met een provinciaal marktaandeel van 20% is Zwolle qua aantallen evenementen de grootste evenementenstad van Overijssel, maar op basis van evenementensubsidies gaat de 'titel' in Overijssel naar Deventer.

Evenementen aanbod III



Zwolle

Prestaties grote evenementen sluiten onvoldoende aan op ambities stad

De grote evenementen in Zwolle (≥ 25.000 bezoekers of gerichte op specifieke doelgroep of voor Zwolle belangrijk thema) trekken gemiddeld genomen een lokaal en regionaal publiek, met lagere additionele bestedingen als gevolg.

- Op één evenement na zijn alle festivals van Zwolse makelij, er zijn geen organisatoren van buiten Zwolle actief in de stad (enkele uitzonderingen daargelaten). Door gebrek aan vernieuwing en invloeden van buiten, zit er te weinig innoverend vermogen in de Zwolse evenementensector. Cross sectorale samenwerkingen met o.a. Museum De Fundatie compenseren het tekort aan innovatie en invloeden van buiten voor een deel.
- Bij diverse grote evenementen zijn de culturele instellingen betrokken. Maar deze instellingen doen de festivals er te veel 'bij'. Daardoor is er te weinig tijd/ruimte om deze creatieve krachten optimaal voor de festivals in te zetten. Er is meer lange termijn commitment van de betrokken partijen partners nodig.
- Door de beperkte schaalgrootte van de meeste grote Zwolse evenementen(organisatoren), komen ze (financieel en qua formatie) slagkracht te kort om de noodzakelijke professionaliseringslag te kunnen maken. Om de evenementen op professionele wijze door te ontwikkelen is de juiste formatiemix nodig met voldoende expertise op o.a. o.a. aanvraag fondsen, marketing, internationalisering/ samenwerkingen en financiën.
- De stadspromotionele meerwaarde van de grote evenementen is overwegend te klein. De meeste evenementen komen niet verder dan het gebruik van de (historische) binnenstad als decor, maar missen een inhoudelijke aansluiting op het DNA van Zwolle.



Evenementen aanbod IV



Zwolle

Versterken aanbod met evenementen van buiten

- Uitgangspunt voor het versterken van het evenementenaanbod in Zwolle is om dat zo veel mogelijk met 'eigen kweek' in te vullen, maar het is ook belangrijk om open te staan voor concepten van buiten. Op de Zwolse evenementenkalender staan nu ook al enkele (commerciële) evenementen van buiten zoals Lepeltje-Lepeltje en Kannen & Kruiken. Deze evenementen zijn een welkome aanvulling voor de evenementenkalender en dragen bij aan de 'bruisende binnenstad'. Dat evenementen van buiten ook een positieve invloed kunnen hebben op het aantrekken van bezoekers van buiten en voor bovenregionale uitstraling kunnen zorgen, hebben De Vliegende Vrienden van Amstel Live in 2018 wel bewezen. Het evenement trok 30.000 bezoekers waaronder een groot aantal bezoekers van buiten Zwolle en de registratie van het evenement was een week later te zien bij SBS6.
- Daarnaast zijn spraakmakende evenementen van buiten goed voor de stad en zorgen voor bewonerstrots. Denk daarbij aan Koningsdag 2016 (bezoek van de koning).
- Jaarlijks terugkerende evenementen door organisatoren van buiten Zwolle kunnen zorgen voor bovenregionaal bezoek (o.a. Lego World), additionele horeca-inkomsten en hotelovernachtingen en kunnen een meerwaarde hebben voor het onderscheidend vermogen van Zwolle (citymarketing).
- Evenementen en/of organisatoren van buiten de stad kunnen Zwolle ook helpen bij het invullen van lacunes in het aanbod, o.a. evenementen voor jongeren. Uit de gesprekken met enkele organisatoren van buiten bleek dat men Zwolle een interessante keuze vindt vanwege de goede bereikbaarheid, het grote verzorgingsgebied (regio Zwolle), aanwezigheid van veel studenten en de diverse geschikte locaties (o.a. Park de Wezenlanden, binnenstad en Wythmenerplas).

Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle

res
pon
s

Evenementen
Toerisme
Citymarketing

2.2 Evenementen locaties



Zwolle

Evenementenlocaties: aandacht voor parken en de binnenstad

- Met o.a. Park de Wezenlanden en Wythmenerplas beschikt de stad over een aantal goede evenementenlocaties. Het verder beperken van de mogelijkheden op deze locaties (zoals bij dance) is echter wel een zorg. Zwolle wil een evenementenstad zijn, daar horen ook grote evenementen bij ($\geq 25.000+$) en evenementen voor de doelgroep jongeren/studenten bij. Het genre muziek/dance (met bijbehorende geluidsniveaus) is populair onder deze doelgroep.
- Een en ander geldt in zekere mate ook voor de locaties in de binnenstad. Door beperkende maatregelen (o.a. eindtijden en geluidsniveaus) in het kader van de balans in de stad, is er minder mogelijk en dat zet druk op de positie van Zwolle als aantrekkelijke stad voor met name jongeren.
- Het optimaal kunnen gebruiken van de binnenstad als evenementenlocatie heeft ook een stadspromotioneel doel, omdat de binnenstad bij uitstek is geschikt voor het uitdragen van het cultuurhistorische verhaal van Zwolle. Een derde van de 60 grotere evenementen vindt in de binnenstad plaats, voornamelijk in de periode maart t/m september.
- Ultimo 2023 sluiten de IJsselhallen haar deuren. Uit de analyse blijkt echter het belang van een grote multifunctionele indoor evenementenlocatie met een groot buitenterrein voor de stad Zwolle. Het belang van een indoor evenementenlocatie wordt tevens onderschreven door een meerderheid van de geïnterviewde stakeholders.
- Evenementen (met nadruk op het experiment) kunnen een belangrijk bestanddeel zijn tijdens de placemakingsfase in gebiedsontwikkelingen zoals de Spoorzone. Door creatieve makers daar te faciliteren, wordt het creatieve ecosysteem van de stad versterkt.

Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle

2.3 Landelijke fondsen



Zwolle

- Zwolse evenementen worden provinciaal en landelijk nog te weinig erkend. Momenteel zijn er geen Zwolse festivals opgenomen in de meerjarige festivalregeling van Fonds Podiumkunsten (FPK). Naar het oordeel van de provincie moeten de Zwolse evenementen stappen voorwaarts maken op o.a. artistieke kwaliteit, publieksbeleving en vernieuwing/innovatie. Deze indicatoren zijn ook belangrijk voor opname het FPK.
- Het FPK zal in de nieuwe periode een vertegenwoordiging willen hebben in iedere provinciehoofdstad. Iedere provinciehoofdstad moet een brandpunt in het culturele aanbod zijn, aldus de Raad van Cultuur. Dat geldt zeker ook voor Zwolle en haar rol in de regio. Om die reden is het voor Zwolle belangrijk om bij de volgende regeling (2025-2028) met tenminste één festival opgenomen te zijn in de meerjarige regeling van het FPK. Daarmee draait Zwolle ook op artistiek niveau mee met de beste steden van het land, wat een stimulans is voor talentontwikkeling.
- Naast het FPK zou Zwolle ook moeten gaan voor opname van een festival in het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie. De achtergrond van dit fonds sluit naadloos aan op de ambities die Zwolle heeft op het gebied van de creatieve industrie.
- Om in beeld te komen bij de landelijke fondsen is een lange adem nodig, zo bleek o.a. uit de analyse van de andere steden (Deventer, 's-Hertogenbosch). Er is kennis en ervaring nodig om resultaten te boeken ten aanzien van honorering door de fondsen.

Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle

2.4 Rol van de gemeente



Zwolle

Rol van de gemeente: meer als verbinder tussen de partijen

- Doordat de gemeente een groot deel van het budget aan de 5 kernevenementen spendeert, is er onvoldoende budget over om het culturele evenementenaanbod in de breedte te versterken, om nieuwe initiatieven gericht op jongeren/studenten te kunnen ondersteunen en om evenementen/festivals een grotere rol te laten spelen in het vertellen van het Zwolse verhaal.
- De gemeente ondersteunt de 5 kernevenementen al vanaf 2012, maar die aanpak heeft nog niet geleid tot een cultureel evenement met landelijke uitstraling van het kaliber Noorderzon of Theaterfestival Boulevard. BFO staat weliswaar bekend als een van de voorlopers op het gebied van bevrijdingsfestivals in Nederland, maar in dit genre is artistieke groei beperkt, het festival heeft andere doelstellingen. Om een cultureel festival professioneel door te ontwikkelen is een lange adem nodig, maar de vraag is of er al voldoende progressie is geboekt (zie conclusie grote evenementen).
- De meeste organisatoren en instellingen zijn positief over de facilitaire rol van de gemeente, er is één contactpersoon voor het hele traject. Wel blijkt de afstand tussen accounthouder en vergunningverlening soms wat te groot, kunnen organisatoren van buiten beter worden begeleid en kan de gemeente pro-actiever zijn als adviseur over o.a. nieuwe regelgeving op het gebied van duurzaamheid. Vraag is of de gemeente Zwolle momenteel wel over voldoende formatie beschikt om deze vraag naar een grotere facilitaire rol in te kunnen vullen.

Rol van de gemeente II



Zwolle

- De subsidiecriteria van de gemeente zijn op dit moment onvoldoende scherp geformuleerd, zijn niet SMART genoeg opgesteld en zijn daarom moeilijk of niet meetbaar. De huidige criteria hebben vooral een toeristisch karakter en sluiten onvoldoende aan bij de integrale doelen van de stad. Ook de evenementenambities (zie pagina 7) zijn onvoldoende vertaald naar de subsidiecriteria.
- De integrale aanpak die de gemeente Zwolle wel voorstaat, mist nog te vaak een gemeenschappelijk doel. Organisatoren weten elkaar onderling makkelijk te vinden, maar het is nog te vaak onduidelijk aan welk doel de samenwerking een bijdrage kan leveren. De gemeente zou daarvoor het initiatief moeten nemen, net als het bij dichter bij elkaar brengen van evenementenmanagement, Zwolle Fonds en citymarketing. Door deze disciplines te koppelen kan er meer gericht worden gewerkt aan onder andere het leggen van een verbinding met het centrum bij grote evenementen.
- Evenementen van buiten geven frisse impulsen en kunnen in behoeften van bewoners voorzien waar het regulier aanbod niet altijd in kan voorzien. Daarnaast kunnen deze evenementen voorzien in bovenregionale/landelijke uitstraling indien professioneel met de media-aandacht wordt omgegaan. Kortom: evenementen van buiten zijn een waardevolle toevoeging aan het Zwolse evenementenaanbod. Om hier voor Zwolle groei in te bereiken is een pro-actievere rol (met een accountmanager) van de gemeente nodig. Met het oog op de beperkte middelen is het de vraag of deze rol op dit moment prioriteit moet krijgen.
- Voor de eventensector duurt de onzekerheid naar aanleiding van corona al veel te lang. Menig Zwolse instelling en organisator maakt zich zorgen over de (nabije) toekomst. Wij vinden dat de gemeente een belangrijke bijdrage kan leveren aan het behouden van een gezond en maatschappelijk gewenst evenementenlandschap in de stad.

Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle

2.5 Best practices



Zwolle

De lessen uit Deventer, Groningen en Den Bosch

- Deventer, Groningen en Den Bosch hebben allemaal gekozen voor een (pro-) actieve rol van de gemeente. In Deventer heeft men die keuze vertaald naar een publiek-private 'evenementenkenniscel' die ook zelf organiseert (Stichting dEVENTer). In Groningen werkt de gemeente zelf met Evenementen Management en voert men samen met de marketingorganisatie, centrummanagement en de horeca een actieve regie op evenementen. In Den Bosch focust de gemeente zich op continue versterking van het culturele aanbod en ze doet dat samen met de culturele instellingen en festivals. Dat de aanpak vruchten afwerpt blijkt wel uit het feit dat Den Bosch 4 evenementen in de meerjarige regeling van het FPK heeft.
- De 3 steden uit de benchmark kiezen scherper dan Zwolle. Er gaat meer geld naar minder kernevenementen.
- De budgetten die de 3 gemeenten aan 'vlaggenschip'-evenementen als Boulevard, Deventer op Stelten en Eurosonic Noorderslag besteden, liggen fors boven het niveau van de bedragen in Zwolle. Door 'matching' van provincies en landelijke fondsen alsmede de bijdragen van private fondsen en sponsors, beschikken deze organisatoren over substantieel hogere budgetten dan de grote evenementen in Zwolle. Daardoor zijn deze organisaties in staat om zelf expertise op te bouwen in de eigen organisatie en waar nodig expertise van buiten in te huren.
- Doordat de organisatoren voldoende (financiële) slagkracht hebben zijn ze het hele jaar met het festival (of festivals) actief. Daardoor zijn deze organisatoren veel beter in staat om nationale en internationale samenwerkingen op te zetten en contacten te onderhouden.

Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle

3.



AANBEVELINGEN

Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle



Zwolle



Evenementen
Toerisme
Citymarketing

3.1 Evenementen-ambities van Zwolle



Zwolle

Voor de middellange termijn (2021-2030) hanteert Zwolle de volgende ambities op evenementengebied:

1. Zwolle wil zich nadrukkelijker profileren als **gastvrije evenementenstad** voor bewoners, bezoekers en evenementenorganisatoren.
2. Zwolle staat voor een schaa sprong, de stad gaat naar tenminste 140.000 inwoners. De groei van de stad manifesteert zich via stadsontwikkelingsprogramma's zoals de Spoorzone en het IJsselhalengebied, waardoor Zwolle de komende jaren nog aantrekkelijker wordt om er te wonen, te werken en te bezoeken. Daar hoort een kwalitatief goed gevulde evenementenkalender bij. Op cultureel vlak is daarom **versterking van het evenementenaanbod** nodig, om daarmee mensen raken die tot de doelgroep 'Kosmopolieten' behoren. Er moet daarbij ook meer aandacht zijn voor evenementen gericht op jongeren en studenten, zodat Zwolle deze doelgroepen beter kan binden aan de stad.
3. Daarnaast wil Zwolle, als hoofdstad van Overijssel, toe groeien naar een aanbod waarbij één of meer culturele evenementen **bovenregionale of landelijke uitstraling** en aantrekkingskracht hebben. Daar wordt onder verstaan: landelijke bekendheid en bovenregionaal bezoek, beeldbepalend provinciaal evenement en opname door de landelijke cultuurfondsen (o.a. Fonds Podiumkunsten of Stimuleringsfonds voor de Creatieve Industrie).

Evenementen-ambities van Zwolle II



Zwolle

4. Verhogen van de kwaliteit van de Zwolse culturele evenementen met als doel opname in de meerjarige regelingen van de **landelijke cultuurfondsen** (o.a. Fonds Podiumkunsten en Stimuleringsfonds Creatieve Industrie) en de regeling Beeldbepalende Evenementen van de provincie Overijssel.
5. Naast een stevigere evenementenkalender en een of meer evenementen met bovenregionale aantrekkingskracht, leeft de ambitie in Zwolle om gezamenlijk het **cultuurhistorische verhaal van Zwolle** (Moderne Devotie, Hanzestad en Democratie/Thorbecke) duidelijker neer te zetten en uit te dragen. Daarnaast wil Zwolle “Experimentele Hanzestad” zijn; de culturele en economische turbo voor de regio. Evenementen en festivals moeten dat profiel gaan versterken.
6. Bij de terugkeer naar het ‘normale’ leven (post Covid-19) ontstaat naar verwachting ruimte waarin evenementen weer mogelijk worden. Daarom wil Zwolle binnen de geldende voorschriften **een interessant aanbod voor haar inwoners in 2021** realiseren. Daarbij wil ze vanuit een faciliterende rol organisatoren ondersteunen bij het opnieuw starten van evenementen.

3.2 Evenementen- strategie



Zwolle

- Basis op orde door het versterken van de gemeentelijke evenementenondersteuning (budget en formatie), verhogen van het budget voor evenementensubsidies en het bieden van een kwalitatieve infrastructuur voor evenementen. Met een verhoging komt het budget van Zwolle tevens meer in lijn met de budgetten van de G20 grootste gemeenten in Nederland.
- Meer focus op het ondersteunen van kwalitatieve kunst- en cultuurevenementen om zo een rijker en beter aanbod te realiseren voor de doelgroep kosmopolieten en kenniswerkers.
- Kiezen voor een beperkt aantal kernevenementen, zodat deze optimaal gefaciliteerd kunnen worden om uit te kunnen groeien tot evenementen met bovenregionale of landelijke uitstraling.
- Opstarten van een meerjarig ontwikkeltraject met een sterke regievoering vanuit de gemeente om daarmee de kansen te vergroten dat Zwolse culturele evenementen worden opgenomen in de meerjarige regelingen van het FPK en het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie. Meerjarig is nodig omdat o.a. uit de analyse van Deventer bleek dat een lange adem nodig is om resultaten te boeken.
- Vaststellen - in overleg met stakeholders (o.a. citymarketing en het Zwolle Fonds) – van de criteria voor de bijdrage van evenementen aan het onderscheidende karakter en versterking van het cultuurhistorische verhaal van Zwolle.
- Opstellen van tijdelijk evenementenbeleid voor 2021 met investeringsbudget voor te nemen coronamaatregelen, proactieve houding ten aanzien van vergunning- en ontheffingsprocedures en intensieve samenwerking met de veiligheidsregio en de GGD.

3.3 Uitwerking strategie

Basis op orde



Zwolle

Basis op orde: (gemeentelijke) organisatie van evenementen

- Binnen de gemeente evenementenmanagement opzetten met als doel het begeleiden van evenementenorganisatoren (in het bijzonder extra zorg voor organisatoren van buiten) van a t/m z. Denk hierbij onder andere aan het opstellen van verkeers- en veiligheidsplannen, het locatiegebruik, in contact brengen met lokale partijen voor meer economische spin off en omgevingsmanagement. Daarmee krik je ook het profiel op van Zwolle als evenementenstad, waar organisatoren welkom zijn.
- Benoem accountmanager(s) evenementen, die zelf actief de markt op gaan. Zij leggen contacten met organisatoren en maken naar de markt duidelijk wat de wensen van Zwolle zijn. Verder vragen zij evaluaties op bij andere steden, bezoeken relevante congressen en bijeenkomsten en houden zich bezig met cijfers en onderzoek. Actief accountmanagerschap is ook goed voor het imago van Zwolle als evenementenstad.
- Een stap verder is om een (publiek-privaat) productiehuis/eventementenbureau voor ondersteuning van evenementenorganisatoren op te zetten. Het gaat dan om o.a. ondersteuning bij marketing, fondsenaanvragen, nationale en internationale contacten en het aanleggen van een database met freelance specialisten. Organisatoren ondersteunen met deskundigheid bij het organiseren van evenementen en actief inzetten op kennisontwikkeling bij organisatoren (opleidingsprogramma). Dit bureau wordt tevens gespreks-/sparringpartner van citymarketing (Marketing Oost/gemeente Zwolle), Zwolle Fonds en de Zwolse horeca.
- Initiatief nemen voor het opzetten van een evenementenplatform voor evenementenorganisatoren. Dit is daarna verantwoordelijkheid van de organisatoren zelf (of van het productiehuis/eventementenbureau).

Uitwerking strategie Basis op orde II



Zwolle

Basis op orde: evenementenlocaties

- Een gastvrije evenementenstad faciliteert gebruikers (organisatoren en bezoekers) met aantrekkelijke evenementenlocaties in de binnenstad. Daarbij moet een goede afweging worden gemaakt van de belangen van de verschillende doelgroepen.
- Voor de uitbreiding van het aanbod aan grootschalige evenementen, heeft Zwolle een aantal grote locaties nodig. Dat geldt zowel voor een (sfeervol) outdoor evenemententerrein (zoals de Wythemerplas), maar ook voor Park de Wezenlanden en de Grote Voort. Het is daarbij belangrijk dat de gemeente de regie voert over het gebruik van deze locaties, inclusief omgevingsmanagement en planologische verankering. Stel specificaties/beschrijving (riders) van de locaties op, zodat organisatoren weten wat ze kunnen verwachten. Park de Wezenlanden is een gewilde locatie bij organisatoren van buiten. Het zou een belangrijke toegevoegde waarde zijn als de faciliteiten van het provinciehuis daarvoor benut kunnen worden. De gemeente kan hier een bemiddelende rol in spelen.
- Een evenementenstad als Zwolle heeft tevens een grote multifunctionele evenementenhal nodig, met indien mogelijk aansluitend een groot buitenterrein dat ook voor evenementen ingezet kan worden.

Uitwerking strategie Focus op kunst- en cultuur



Zwolle

Focus ondersteuning kunst- en cultuurevenementen

- Het is belangrijk dat de huidige festivals gericht op jongeren in stand worden gehouden. Daarnaast is het nodig dat er nieuwe kunst- en cultuurfestivals gericht op jongeren worden ontwikkeld. De gemeente/evenementenbureau dient daarvoor in gesprek te gaan met de organisaties – binnen en buiten Zwolle - die zich op deze doelgroep richten (o.a. Buro Ruis, Top Hill, High Energy).
- Reserveer een deel van het evenementenbudget voor een 'fonds productontwikkeling', zodat de gemeente mee kan investeren in nieuwe culturele concepten. Groningen heeft dat bijvoorbeeld gedaan bij de evenementen van buiten zoals Winterfestijn (4PM) en Stadspark Live (Mojo Concerts). Dit budget kan ook worden gebruikt voor het aantrekken van bovenregionale of landelijke evenementen van buiten.
- Het is belangrijk om zo vroeg mogelijk in te spelen op toekomstige stadsontwikkelingsprogramma's zoals in de Spoorzone en bij de herontwikkeling van het IJsselhallegebied. Dit zijn potentiële broedplaatsen voor de creatieve industrie. Door makers van (experimentele) evenementen hier tijdens de placemakingsfase de ruimte te geven, wordt het creatieve ecosysteem van Zwolle versterkt.

Uitwerking strategie Kernevenementen



Zwolle

Kernevenementen: scherper kiezen en optimaal faciliteren

- De kernevenementen moeten een belangrijke bijdrage leveren aan de ambities van Zwolle. De keuze moet daarom worden bepaald aan de hand van:
 - Bijdrage aan het versterken van het culturele aanbod, met name gericht op de doelgroepen kosmopolieten en kenniswerkers.
 - Potentie om opgenomen te worden in de meerjarige regelingen van de landelijke fondsen. Dit moet worden vastgesteld op basis van de criteria van de landelijke fondsen.
 - Bijdrage aan het onderscheidende karakter en versterking van het cultuurhistorische verhaal van Zwolle.
- De nieuwe kernevenementen krijgen niet alleen financiële steun van de gemeente, maar de slagkracht van de organisatoren wordt waar nodig versterkt op onderstaande punten. Deze professionele ondersteuning kan worden gegeven door middel van het eerder genoemde productiehuis/evenementenbureau.

Directievoering	Weerstandsvermogen
Professionele formatie	Subsidies en fondsbijdragen
Artistieke kwaliteit	Internationale samenwerkingen
Marketing	

- Kernevenementen worden voor een periode van 4 jaar vastgesteld.
- Stel een onafhankelijke adviescommissie aan die – aan de hand van de criteria – het college een advies geeft over de kernevenementen. Het college stelt vervolgens de kernevenementen vast.

Uitwerking strategie Landelijke fondsen



Zwolle

Landelijke fondsen

- Voor opname in de regeling van de fondsen in de eerstvolgende periode (2025 – 2028) is co-financiering van de gemeente Zwolle een vereiste. Dat budget moet de komende jaren vastgesteld en vrijgemaakt worden.
- Profilering van Zwolle richting de fondsen moet prioriteit krijgen. De gemeente moet daarvoor kijken hoe andere gemeenten (met meerdere festivals in de regelingen) dat ingevuld hebben (o.a. 's-Hertogenbosch, Eindhoven).
- In Zwolle moeten gemeente en festivalorganisatoren aan de slag met de eisen van de fondsen. Er moet kennis komen over o.a. de eisen voor opname, aanvragen van andere evenementen moeten worden bestudeerd, bijeenkomst bijwonen en gesprekken voeren met partijen die de kennis hebben. Tevens moeten festivalorganisatoren worden gestimuleerd om nationale en internationale samenwerkingsverbanden aan te gaan, een vereiste voor opname in de fondsen.

**stimulerings
fonds
creatieve
industrie**

**FONDS
PODIUM
KUNSTEN
PERFORMING
ARTS FUND NL**

Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle



Evenementen
Toerisme
Citymarketing

Uitwerking strategie Onderscheidend karakter Zwolle



Zwolle

Onderscheidend karakter Zwolle

- Om evenementen en festivals zo goed mogelijk te matchen met het onderscheidend vermogen van Zwolle, is integratie met het cultuur- en citymarketingbeleid noodzakelijk. Er moet een visiedocument komen met handvatten voor organisatoren.
- De gemeenschappelijke visie op evenementen en festivals moet doorklinken bij de betrokken beleidsvelden (integrale aanpak), maar ook worden omarmd door derden (o.a. organisatoren, culturele instellingen). Iedereen moet hetzelfde verhaal over Zwolle vertellen, met uiteraard ruimte voor accenten per doelgroep.
- Organisatoren van bestaande Zwolse evenementen moeten worden geenthousiasmeerd om meer te doen met de onderscheidende aspecten van Zwolle. Crosssectorale samenwerkingsverbanden, met o.a. creatieve industrie, onderwijs en culturele instellingen kunnen daar een bijdrage aan leveren en moeten daarom worden versterkt.
- De Zwolse binnenstad is bij uitstek geschikt om het cultuurhistorische verhaal van Zwolle te vertellen. Organisatoren van festivals in de binnenstad moeten worden aangemoedigd om dit verhaal een prominentere rol in de programmering en decor te geven.

Uitwerking strategie Corona



Zwolle

Corona/post-corona

- Zorg dat de gemeente zich goed laat informeren over de betekenis van de coronawet voor evenementen, mogelijke versoepelingen die er ontstaan en protocollen die door brancheverenigingen worden ontwikkeld. Deel de opgedane kennis met de Zwolse organisatoren en denk proactief met hen mee over het opzetten van nieuwe initiatieven en aanvragen voor het coronaproof organiseren van evenementen.
- Reserveer een deel van het evenementenbudget of verhoog het budget om mee te investeren in te treffen coronamaatregelen.
- Draag zorg voor een snelle afwikkeling van vergunnings- en ontheffingsprocedures (zoals een ontheffing nodig in het kader van de coronawet).
- Organiseer goede afstemming en nauwe samenwerking met de experts van de hulp- en gezondheidsdiensten zodat actief wordt meegedacht over benodigde maatregelen.
- In de nasleep van de coronacrisis is het verstandig om weerstandsvermogen (bij tegenslagen) evenementenorganisatoren op te bouwen. Dit kan als voorwaarde bij subsidieverstrekking worden opgenomen.

Overzicht Geïnterviewde Stakeholders



Zwolle

Organisatoren Zwolle

Gesprekspartners	Organisatie
Theo Runhaar	KHN, afd. Zwolle
Anne Riemersma	Hedon/Stadsfestival
Rob Zuidema	Zwolse Theaters/Stadsfestival
Rob Bults	Zwolle Unlimited/Winters Zwolle
Jan van Ommen	Ster van Zwolle
Annemien Brugging & Emma Quilligan	Bevrijdingsfestival Overijssel
Eric Broekaart	Nederlands Ijsbeelden Festival
John Althof	High Energy
Bart Huydts	ArtEz/PROTO
Teun Bouwhuis	Halve Marathon
Irma Klevering	Architectuur Biënnale Zwolle/ZAP

Organisatoren buiten Zwolle

Gesprekspartner	Organisatie
Heine te Riele	Stichting dEVENTer
Viktorien van Hulst	Theaterfestival Boulevard
Jildau Stoelwinder	Eurosonic-Noorderslag
Janine Bond	Tribe Company
Philippe Hes	4PM Entertainment

Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle

Overzicht Geïnterviewde Stakeholders II



Zwolle

Instellingen Zwolle

Gesprekspartner	Organisatie
Ralph Keuning	Museum De Fundatie
Theo Runhaar	KHN, afd. Zwolle
Karel Jan Voogd	Academiehuis
Aukje Grauwstra	Zwolle Fonds
Vincent Robijn	Anno
Willem Uitenthuis	IJsselhallen

Lokale en regionale overheden

Gesprekspartner	Organisatie
Rene de Heer	Gemeente Zwolle
Monique Schuttenbeld	Gemeente Zwolle
Iskander Tuqan & Marga Wobma	Gemeente Zwolle
Marjan Willems	Gemeente Zwolle
Claudi Groot Koerkamp	Marketing Oost
Hélène Meelissen	Provincie Overijssel

Over Respons

Respons

Respons is hét kennisbureau op het gebied van evenementen, toerisme en citymarketing in Nederland, vakgebieden waartussen een grote synergie bestaat. Binnen de drie vakgebieden of combinaties van deze domeinen voert Respons ondermeer maatwerk onderzoek en analyse uit, schrijft advies- en uitvoeringsplannen, voert (interim) management en verzorgt presentaties. Daarnaast verzamelt Respons zelfstandig (evenementen)data die worden bewerkt en gepubliceerd in onafhankelijke rapporten (monitoren).



Over de samenstellers

Lex Kruijver

Lex Kruijver is oprichter van Respons en partner. Hij is een autoriteit op het gebied van evenementen (informatie) en een zeer ervaren specialist citymarketing. Hij werkt ruim 25 jaar als adviseur op met name deze vakgebieden. Daarnaast is hij inhoudelijk verantwoordelijk voor de diverse onafhankelijke onderzoeken (monitoren) die Respons binnen de evenementenbranche uitvoert en is initiator van de Nationale Congressen Evenementen en Citymarketing. Hij voert opdrachten uit als (interim) management, kwartiermakerschap, organisatorisch advies en (praktische) promotie- en marketingopdrachten en geeft regelmatig presentaties.

Mark Schoots

Mark Schoots ondersteunt als onafhankelijk adviseur bestuurders, beleidsmakers, evenementenregisseurs en vergunningverleners bij de organisatie van evenementen. Hij is vijftien jaar werkzaam in de eventensector en heeft in die jaren, naast een uitgebreid netwerk, zijn ervaring in verschillende buitenevenementen opgebouwd. Hij voert opdrachten uit als leiderschap, senior beleidsadvies, programmeren van evenementenlocaties (bijv. Spaarnwoude) en opstellen van evenementenbeleid/locatieprofielen (bijv. Malieveld, gemeente Oss, gemeente Utrecht). Mark woont in Zwolle.

