

September 2020

Deel II - Bijlagen

# Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle



# Inhoud

Onderwerp	Bladzijde
1. Landelijk beeld evenementenmarkt	3-5
2. Facts & figures Zwolle	6-13
3. Evenementenlocaties Zwolle	14-17
4. Grote evenementen in Zwolle	18-23
5. Rol van de gemeente Zwolle	24-30
6. Best practices: Deventer, Groningen en 's-Hertogenbosch	31-39
Over Respons & de samenstellers	40-41



Zwolle

Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle

1.



Zwolle



# Landelijk beeld evenementenmarkt

Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle

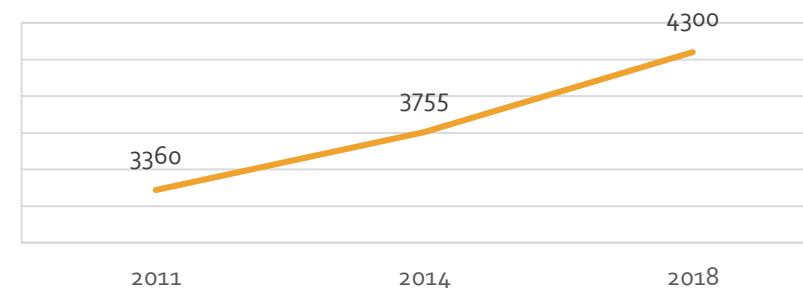


Evenementen  
Toerisme  
Citymarketing

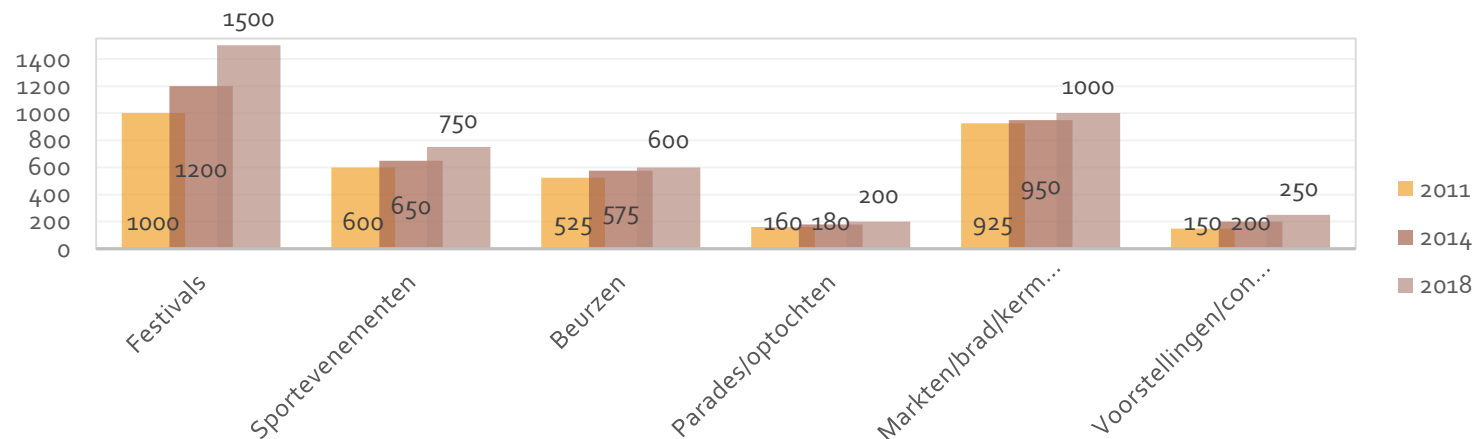
# Landelijke cijfers evenementenmarkt

Evenementenvorm	Criterium voor Respons	Aantal evenementen	Marktaandeel	Totaal bezoekaantal
Publieksbeurzen & vakbeurzen	>=1.000	600	14%	6.196.379
Festival	>=3.000	1500	35%	36.703.372
Jaarmarkt/braderie/kermis	>=5.000	1000	23%	23.109.830
Voorstelling/concert	>=3.000	250	6%	2.750.000
Parade/optocht	>=5.000	200	5%	9.050.438
Sportevenement	>=3.000*	750	17%	13.767.973
*voor topsportevenement, zoals NK 's, EK 's en WK 's gelden geen minimum bezoekaantallen. Daarnaast worden reguliere competitie- en bekerwedstrijden niet bijgehouden door Respons.				
<b>Totaal</b>		<b>4.300</b>	<b>100%</b>	<b>91.577.992</b>

Zie <https://respons.nl/nieuws/#definities> voor definities en afbakening.



Evenementenmarkt 2011 - 2018



Zwolle



Evenementen  
Toerisme  
Citymarketing

# Marktaandeel aantal evenementen per provincie



Zwolle

Provincies	Percentage aantal evenementen (landelijk)
Noord-Holland	23%
Zuid-Holland	16%
Noord-Brabant	13%
Gelderland	12%
Overijssel	7%
Limburg	6%
Utrecht	6%
Friesland	5%
Drenthe	4%
Flevoland	3%
Groningen	3%
Zeeland	1%
Landelijk	1%
<b>Eindtotaal</b>	<b>100%</b>

Bron: Respons (cijfers over 2018)

Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle

2.



# Facts & figures evenementen Zwolle



Zwolle

Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle

# Facts & figures evenementen Zwolle

	2017	2018	2019
Aantal evenementen	50	60	57
Bezoekaantallen (afgerond)	900.000	1.000.000	910.000
Organisatoren	46	52	47
Aantal gratis toegankelijke evenementen	29	33	29
Aantal entreeheffende evenementen	21	27	26
Binnen/buiten	24/26	28/32	26/31
Aantal accommodaties	16	19	15

Evenementenvorm	Criterium voor Respons	Aantal evenementen in Zwolle	Marktaandeel van Zwolle in Overijssel	Totaal bezoekaantal Zwolle
Publieksbeurzen	>=1.000	15	38,5%	112.962
Festival/voorstellingen	>=3.000	33	23,1%	663.153
Jaarmarkt/braderie/kermis	>=5.000	4	19,0%	185.000
Parade/optocht	>=5.000	2	9,5%	25.000
Sportevenement	>=3.000*	6	8,8%	72.600
<b>Totaal</b>		<b>60</b>	<b>20,55%</b>	<b>1.058.715</b>



Zwolle

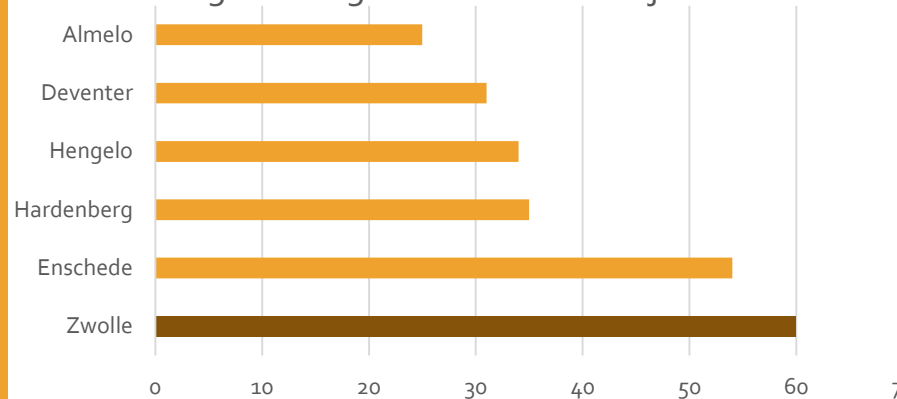
Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle



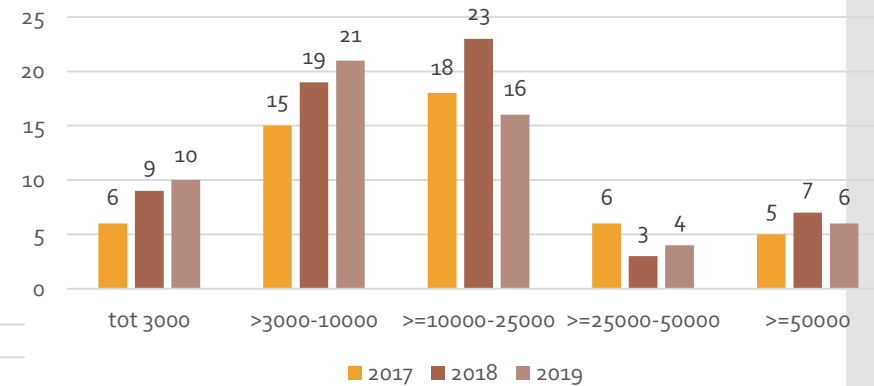
Evenementen  
Toerisme  
Citymarketing

# Facts & figures evenementen Zwolle II

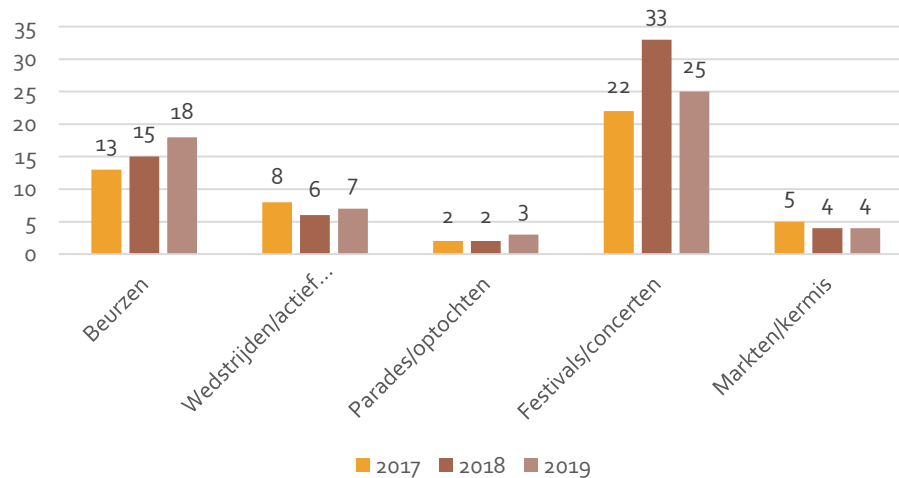
Aantal publieksevenementen 2018  
grootste gemeenten in Overijssel



Aantal evenementen naar categorie  
bezoekersaantallen



Aantal evenementen per genre



Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle



Zwolle



# Facts & figures evenementen Zwolle III



Zwolle

- Er vinden jaarlijks circa 60 evenementen (o.b.v. criteria Respons, zie bijlage 3) plaats (cijfers over 2018). Daarmee staat Zwolle net buiten de top 10 van het G50-onderzoek van **Respons**, maar is het wel de hoogst scorende gemeente van Overijssel.
- De meeste evenementen bevinden zich in het segment tot 25.000 bezoekers. Zwolle heeft vooral kleine (tot 10.000 bez.) en middelgrote (tot 25.000 bez.) evenementen. Zwolle heeft relatief weinig (10) grote evenementen ( $\geq 25.000$  bezoeken). Over het algemeen zijn grote evenementen eerder in staat om bezoekers van buiten de stad te trekken.
- Met een 'provincie'-marktaandeel van 20% is Zwolle de grootste evenementenstad van Overijssel (o.b.v. Het aantal evenementen en in alle categorieën). Het marktaandeel van Overijssel in Nederland is bijna 7% (zie bijlage 4). Op het gebied van festivals heeft Zwolle een marktaandeel van 23% in Overijssel.

*Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle*

- Op het gebied van sportevenementen is het marktaandeel een stuk lager, 9%. Bij publieksbeurzen is dat ruim 35%, maar dat komt door de (sterke) positie van de IJsselhallen. Met 30% marktaandeel is Evenementenhal Hardenberg de enige echte concurrent in Overijssel.



Evenementen  
Toerisme  
Citymarketing

# Facts & figures evenementen Zwolle IV

- De evenementenkalender van Zwolle bestaat voor het merendeel uit festivals en beurzen, er zijn weinig grote sportevenementen in Zwolle. Festivals/concerten (33 festivals/concerten) en publieksbeurzen (15) maken 80% uit van het Zwolse evenementenaanbod. Qua festivals is dat conform het landelijk beeld (zie bijlage 5).
- Ten aanzien van publieksbeurzen zijn de cijfers in Zwolle hoger, dat komt door de aanwezigheid van een evenementenhal (IJsselhallen). Naast de beurzen vinden er nog 10 evenementen in de IJsselhallen plaats (o.a. Jumping Zwolle, Nederlands IJsbeelden Festival). Een evenementenhal is derhalve belangrijk voor de stad, zeker in combinatie met een groot buitenterrein zoals bij de IJsselhallen. In het verleden zijn er tal van evenementen in/bij de IJsselhallen georganiseerd, die tegelijkertijd binnen en buiten plaatsvonden.
- Meest voorkomende genres in Zwolle zijn dance, pop, straattheater, beeldende kunst en eten/drinken (culinair). Deze genres vallen in de smaak bij kosmopolieten (overwegend jonger, vaker hoger inkomen, consumptiegericht, bovenmatige interesse in kunst en cultuur).
- Met het oog op de doelgroep kosmopolieten kan Zwolle nog wel een slag maken ten aanzien van het aantal kwalitatieve kunst- en culturele festivals. Over smaak valt niet te twisten natuurlijk, maar de stad 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.



*Aanpak doorontwikkeling  
evenementen Zwolle*



Zwolle

# Facts & figures evenementen Zwolle V

Doelgroep  
Jongeren-studenten



Zwolle

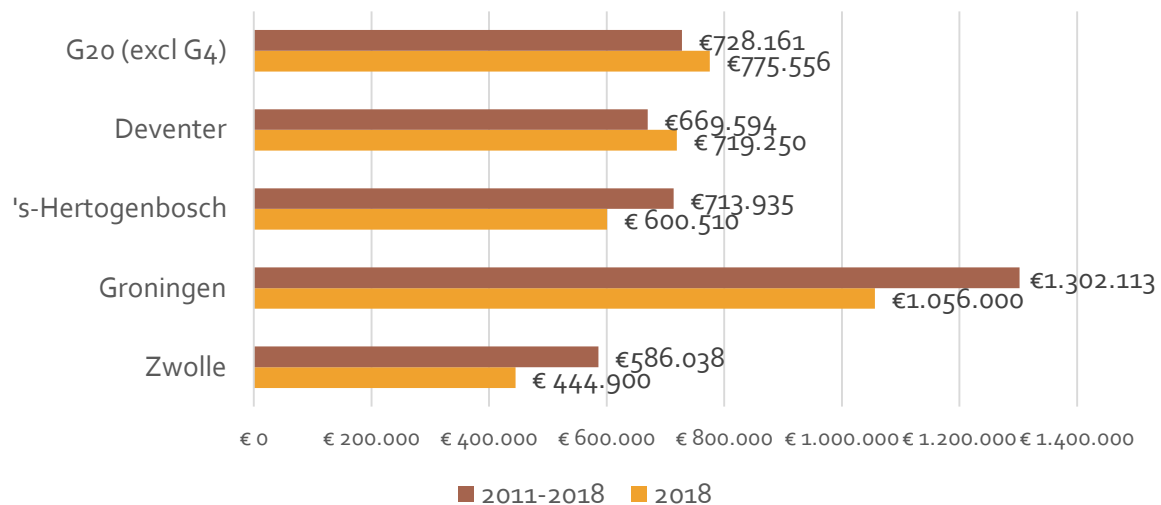
- Van de 60 evenementen die jaarlijks in Zwolle plaatsvinden, zijn er 7 waar de doelgroep t/m 25 jaar de grootste bezoekersgroep is, dat zijn er naar verhouding vrij weinig.
- De dance-evenementen Kingdance en Dance4Liberation zijn het populairst onder jongeren (90% van de bezoekers is jonger dan 25 jaar) en trekken ook veel jongere bezoekers aan van buiten Zwolle. Er zijn in het verleden meer dance-evenementen in Zwolle geweest, maar door het genre aan banden te leggen is het aantal ingeperkt.
- Bruisweken, het Bevrijdingsfestival (BFO), Coen & Sander's Koningsnachtspektakel en PROTO trekken ook veel jongeren in de leeftijdsgroep tot ca 25 jaar. Zo is 50% van de bezoekers van BFO niet ouder dan 25 jaar.
- Afgezien van de Bruisweken en PROTO zijn er in Zwolle geen (grote) evenementen die zich specifiek richten op de doelgroep studenten. De niet specifiek op deze doelgroep gerichte evenementen als het Bevrijdingsfestival, de Halve Marathon en de muziekfestivals van High Energy trekken ook studenten aan. Er zijn wel kleinere 'studenten'-evenementen, maar die vallen buiten de scope van dit onderzoek.
- Festival Woest is een van de schaarse evenementen van enige omvang (4.000 leerlingen) gericht op jongeren tot 17 jaar. 'Scholieren'-evenementen met minder dan 3.000 bezoekers zijn niet bekeken.
- Uit de gesprekken bleek dat een aantal Zwolse festivals waar de bezoekersgroep jongeren nog relatief klein is, jongeren/studenten wel steeds vaker betrekken bij de creatie van de evenementen. O.a. Stadsfestival, Architectuur Biënnale, Winters Zwolle en de Halve Marathon.

# Facts & figures evenementen Zwolle VI Evenementen- subsidies



Zwolle

Evenementensubsidie vergelijking 2011 - 2018



- De 20 grootste gemeenten van Nederland (excl. de G4) geven gemiddeld bijna € 730.000 (€ 4,46 per inwoner) per gemeente aan evenementensubsidies.
- Met € 440.000 (€ 3,45 per inwoner) in 2018 zit Zwolle beduidend lager dan het G20-gemiddelde (excl G4). Bovendien is het jaarlijks subsidieniveau in Zwolle de afgelopen jaren met gemiddeld € 100.000 afgenomen. Het hoogste subsidiebedrag gaat naar het Stadsfestival (€ 80.000), Zwolle Unlimited krijgt € 70.000, BFO € 50.000, de rest krijgt bedragen variërend van € 30.000 tot € 5.000.
- In 's-Hertogenbosch en Groningen zijn de evenementensubsidies in 2018 vergeleken met het gemiddelde van de jaren 2011-2018 afgenomen, in Deventer zijn de subsidies gestegen.
- In Zwolle gaat 75% (€ 315.000) naar 5 kernevenementen (gemiddelde bijdrage ca € 65.000). In totaal worden de evenementensubsidies in Zwolle verdeeld over 14 evenementen.

Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle



Evenementen  
Toerisme  
Citymarketing

# Facts & figures evenementen Zwolle VII Zwolle Studentenstad

- Zwolle heeft veel studenten (50.000), maar heeft niet het imago van een studentenstad.
- Op WO/HBO is Zwolle de 11<sup>e</sup> studentenstad van Nederland. Op MBO-gebied is Zwolle – na Amsterdam en Rotterdam – de 3<sup>e</sup> studentenstad van Nederland.
- Van de top 12 studentensteden in Nederland heeft Zwolle – na Den Bosch – het kleinste aantal in de stad wonende studenten.

	top 10 studentensteden	WO/HBO Opleidingen	Inwonende Studenten	MBO	Totaal
1	Amsterdam	108442	612	47168	37686 146128
2	Rotterdam	65235	248	26590	49748 114983
3	Utrecht	67449	408	31446	27464 94913
4	Groningen	55110	272	31291	28635 83745
5	Nijmegen	42430	164	18288	9352 51782
6	Eindhoven	32221	130	12020	19379 51600
7	Zwolle	20457	94	4803	30047 50504
8	Leiden	32215	572	12630	16775 48990
9	Den Haag	29661	93	17582	19098 48759
10	Leeuwarden	22238	102	6895	25367 47605
11	Den Bosch	16034	60	4672	17631 33665
12	Maastricht	20264	113	9323	13139 33403

Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle



Zwolle

3.



# Evenementenlocaties Zwolle



Zwolle

Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle

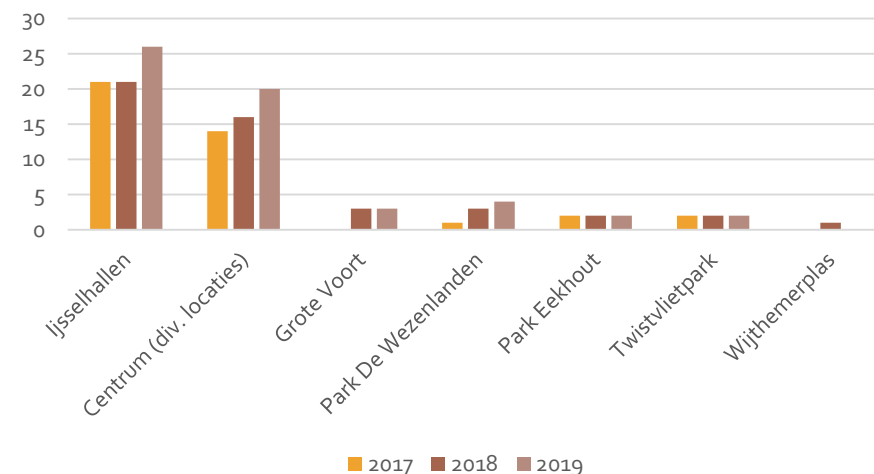


Evenementen  
Toerisme  
Citymarketing

# Evenementen-locaties Zwolle

- De 60 grote Zwolse evenementen vinden op 15 verschillende locaties plaats
- De meeste binnenevenementen (ca 25) vinden plaats in de IJsselhallen. Een evenementenhal is daarom belangrijk voor Zwolle, een belangrijk gegeven met het oog op de sluiting van de IJsselhallen in 2024. Ook de gesprekspartners zijn van mening dat een stad met de ambities van Zwolle een professionele en grote indoorlocatie nodig heeft (in combinatie met een groot buitenterrein). Deze zou ook geschikt gemaakt moeten worden voor evenementen gericht op jongeren (o.a. dance).
- Iets meer dan de helft (31) van de evenementen vindt buiten plaats.
- Zwolle heeft zeven locaties aangewezen voor grootschalige buitenevenementen: vier pleinen in het centrum, Wijthmenerplas, Park De Wezenlanden en Hessenpoort.
- Zo'n 20 evenementen vinden plaats op (diverse) pleinen in het centrum. In Park Wezenlanden vonden in 2019 4 evenementen plaats, op de Grote Voort 3 en in Park Eekhout en Twistvlietpark vinden jaarlijks 2 evenementen plaats. Op de Wijthmenerplas vinden geen (grotere) evenementen meer plaats. In het Ter Pelkwijkpark (aangewezen voor culturele evenementen) vond in 2019 alleen Kannen en Kruiken plaats. Dit jaar zou ook Lepeltje naar deze locatie verhuizen.

Evenementen per locatie



Zwolle

# Evenementen- locaties Zwolle II

## Bruisende Binnenstad

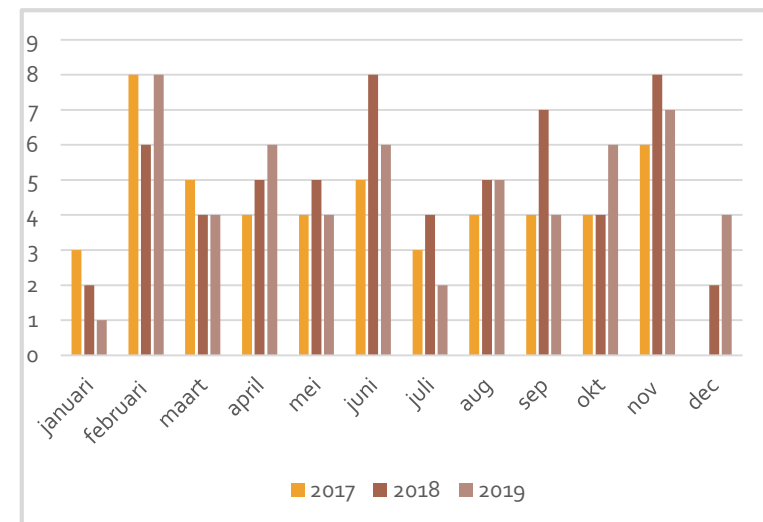


Zwolle

- De evenementenkalender bevat zo'n 20 grotere evenementen die in de binnenstad plaatsvinden. Deze evenementen trekken in totaal bijna 450.000 bezoekers en/of deelnemers en vinden vrijwel allemaal (15) plaats in de periode maart t/m september.
- In de periode maart t/m september zorgen deze 15 evenementen voor bijna 40 dagen 'evenementenvertier', gemiddeld elke 5 dagen een evenement.
- De centrumevenementen met de meeste bezoekers in die periode zijn: Blauwvingerdagen (100.000), Halve Marathon (60.000), Zomerkermis/Stratenfestival (50.000), Zwolle Unlimited (55.000) en het Stadsfestival (30.000).
- In december zorgen de festivalweken van Winters Zwolle voor 11 dagen evenementenvertier in de binnenstad, met o.a. een verhalen-, sprookjes- en circustheaterfestival. Tijdens de festivalweken vinden ook de langer lopende winterevenementen het

Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle

Ijsbeelden Festival, World Press Photo en De Lichtbeeldenroute plaats. In de maanden januari en februari en oktober en november vinden er geen grote evenementen in de binnenstad plaats, behalve o.a. de Intocht Sinterklaas.





# Evenementen-locaties Zwolle III



Zwolle

- Met het oog op meer nadruk op het vertellen van het cultuurhistorische verhaal van Zwolle is de binnenstad (met het historische decor) een belangrijke evenementenlocatie (bezoekmotief bezoekers van buiten).
- Door toenemende verdichting in de binnenstad, zal er de komende jaren minder ruimte zijn voor evenementen. Dit zet druk op de binnenstad als belangrijke evenementenlocatie in Zwolle. Gebiedsontwikkelingen als de Spoorzone bieden daarentegen ook kansen voor evenementen. Evenementen kunnen in de beginfase een belangrijke rol spelen bij placemaking, waarbij er samen met gebruikers wordt gewerkt aan de verbetering van een te ontwikkelen gebied.
- Door beperkende maatregelen (o.a. terugbrengen eindtijden en verlagen van geluidsniveaus) in het kader van de balans in de stad, is er minder mogelijk in de binnenstad en dat zet druk op de positie van Zwolle als aantrekkelijke stad

Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle

voor met name jongeren.

- Het aandeel grootschalige evenementen ( $\geq 25.000$ ) is in verhouding aan de magere kant. Dit wordt mede veroorzaakt door het beperken van de mogelijkheden op locaties als de Wijthemerplas en Park Wezenlanden.



res  
pon  
s

Evenementen  
Toerisme  
Citymarketing

4.



# Grote evenementen in Zwolle



Zwolle

Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle



Evenementen  
Toerisme  
Citymarketing

# Grote evenementen in Zwolle



Zwolle

Evenementen	Locatie(s)
Stadsfestival	Binnenstad
Zwolle Unlimited	Binnenstad
Nederlands IJsbeelden Festival	IJsselhallen
Bevrijdingsfestival Overijssel	Park De Wezenlanden
Halve Marathon Zwolle	Binnenstad
Ster van Zwolle	Binnenstad
De Vliegende Vrienden van Amstel LIVE!	Park De Wezenlanden
Kingdance Zwolle	Grote Voort
Dance4Liberation	Grote Voort
Chef's Revolution	Theater De Spiegel/De Librije
Winters Zwolle	Binnenstad
Architectuur Biennale	Binnenstad
Coen&Sander's Koningsnachtsppektakel	Grote Voort
Zwolle Pride	Binnenstad
Straatfestival Zwolle	Binnenstad
Blauwvingerdagen	Binnenstad
Zwolse Zomerkermis	Binnenstad
PROTO Art & Design Event	Culturele instellingen/Binnenstad

Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle

# Analyse grote evenementen



Zwolle

In Zwolle vinden zo'n 18 grote evenementen plaats. Deze evenementen zijn groot omdat ze veel bezoekers trekken ( $\geq 25.000$  bez.) of omdat ze bijzonder van aard zijn en/of zich op een speciale doelgroep richten. Deze evenementen zijn in het kader van deze opdracht door Respons geanalyseerd. De informatie is gebaseerd op cijfers over de jaren 2018 en/of 2019 van deze evenementen (bronnen: Respons, gemeente en organisatoren) en de gesprekken die met de organisatoren van 11 van deze evenementen zijn gevoerd.

- 15 evenementen zijn jaarlijks terugkerend, 2 zijn tweejaarlijks (Chef's Revolution, Architectuur Biënnale) en 1 evenement is incidenteel (Vliegende Vrienden van Amstel Live, 2018). 6 evenementen zijn jonger dan 5 jaar of hadden in 2019 nog geen 5 keer plaatsgevonden.
- Op Vliegende Vrienden na worden alle grote evenementen door Zwolse bureaus/stichtingen georganiseerd. Buiten de grote evenementen zijn er wel organisatoren van buiten Zwolle actief (o.a. Lepeltje-Lepeltje, Kannen & Kruiden). Het grote aandeel Zwolse organisatoren is enerzijds goed, Zwolle maakt gebruik van eigen creatieve krachten. Anderzijds is meer invloed van buiten ook goed voor Zwolle, dat zorgt voor innovaties.
- Naar opgave van de organisatoren trekken het Nederlands IJsbeelden Festival (50%), Kingdance (60%) en Dance4Liberation (60%) procentueel de meeste bezoekers van buiten de regio en hebben daarmee (toeristische) aantrekkingskracht op bezoekers van buiten de regio. BFO (33%) en Chef's (R)Evolution (35%) doen dat in iets mindere mate ook. Bij de andere grote evenementen die daar gegevens over hebben, komt het percentage bovenregionaal bezoek niet boven de 25% uit. Geconcludeerd kan worden dat de grote evenementen in Zwolle overwegend een lokaal en regionaal publiek trekken, met lagere additionele bestedingen als gevolg.

# Analyse grote evenementen II



Zwolle

- Van de (twee)jaarlijks terugkerende evenementen hebben 2 evenementen een begroting van meer dan € 1 miljoen (IJsbeelden Festival en BFO). 6 evenementen hebben een begroting tussen de 3-5 ton, waaronder het Stadsfestival en de Halve Marathon, de rest heeft een begroting van minder dan 3 ton. Op IJsbeelden Festival en BFO na zijn de evenementen in Zwolle te bestempelen als klein tot middelgroot. Daardoor komen de organisatoren slagkracht te kort en zijn ze te klein en missen ze formatie op o.a. artistiek terrein, financiën, fondsenwervingen en nationale/internationale samenwerkingen.
- Kijkend naar het (toeristisch) profiel van Zwolle (Experimentele Hanzestad, creatieve industriestad, moderne devotie, Thorbecke), dan is de conclusie dat de grote evenementen maar ten dele stadspromotionele meerwaarde hebben. Evenementen als het Stadsfestival, Zwolle Unlimited, Straatfestival en de Halve Marathon gebruiken nadrukkelijk de historische binnenstad als decor en zetten daarmee Zwolle in de picture, maar een aansluiting op het DNA van Zwolle mist nagenoeg. PROTO is het enige evenement dat inspeelt op het profiel van Zwolle als creatieve industriestad, maar dit evenement is nu nog relatief bescheiden van opzet.
- De Halve Marathon en BFO zijn als enige twee Zwolse evenementen benoemd tot beeldbepalend evenement 2020-2023 door de provincie Overijssel. Naar het oordeel van de provincie zijn dit belangrijke evenementen voor Overijssel en behoren ze op hun gebied tot de topevenementen van Nederland. De andere Zwolse evenementen die een aanvraag hebben gedaan moeten nog stappen maken om beeldbepalend te kunnen worden. De te nemen stappen gaan o.a. over artistieke meerwaarde, goede programmeringsoverwegingen, onderscheidend vermogen, vernieuwing/innovatie en publieksbeleving.

# Analyse grote evenementen III



Zwolle

- Organisatoren van grote evenementen weten elkaar steeds vaker te vinden. Daarnaast nemen ook de cross-sectorale samenwerkingen met culturele en de Zwolse onderwijsinstellingen toe (o.a. met Museum De Fundatie, Cibap). Dat zorgt voor vernieuwing en innovatie. Er liggen op dit vlak echter nog voldoende kansen om de cross-sectorale samenwerkingen verder uit te bouwen om een hogere mate van vernieuwing en innovatie te bereiken.
- 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.
- Een aantal van de grotere culturele evenementen hebben nog onvoldoende artistieke focus en geven geen goed beeld van de inhoudelijke overwegingen die bij de samenstelling van het programma worden gemaakt. De koers

die gevaren wordt komt onvoldoende tot uitdrukking.

- 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. Daarnaast is een vaste (permanente) organisatie nodig. De meeste grote culturele evenementen in Zwolle voldoen niet aan deze voorwaarden.
- Door een instabiele financiële basis is de continuïteit van een aantal festivals een zorg. Zo zijn een aantal festivals (te) afhankelijk van horeca-inkomsten, sponsoring en goed weer. De coronacrisis laat zien dat het weerstandsvermogen van een aantal festivals te gering is.

# Analyse grote evenementen IV



Zwolle

- Momenteel zijn er geen grote Zwolse festivals opgenomen in de meerjarige festivalregeling van het Fonds Podiumkunsten (FPK). Er is ook geen sprake van incidentele ondersteuning van het FPK of van een van de andere landelijke overheidsfondsen. Voor de nieuwe regeling 2021-2024 zijn er geen Zwolse culturele festivals die een aanvraag hebben gedaan. Blijkbaar zijn de Zwolse podiumkunstenfestivals zelf van mening dat ze niet in aanmerking komen voor opname door het fonds. Aangezien 'voldoende artistieke kwaliteit' een belangrijk criterium is vanuit de cultuurnota is dit een belangrijk aandachtspunt voor Zwolle.
- Stimuleringsfonds voor de Creatieve Industrie is het fonds voor vormgeving, architectuur, digitale cultuur en alle mogelijke cross-overs. Met het oog op de focus van de stad op de creatieve industrie/onderwijs, is dit fonds minstens net zo belangrijk voor Zwolle. Momenteel zitten er geen Zwolse festivals in de meerjarige regeling van het Stimuleringsfonds.
- Ten aanzien van de geboekte progressie op de verschillende ontwikkelpunten (o.a. artistieke kwaliteit, publieksbereik, organisatorische slagkracht, stadspromotionele waarde en erkenning door provincie en fondsen, blijven de prestaties van de grote evenementen in Zwolle achter bij de ambities van de stad.

**stimulerings  
fonds  
creatieve  
industrie**

A

lle

**FONDS  
PODIUM  
KUNSTEN  
PERFORMING  
ARTS FUND NL**



Evenementen  
Toerisme  
Citymarketing

5.



# Rol van de gemeente Zwolle

Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle



Zwolle

res  
pon  
s

Evenementen  
Toerisme  
Citymarketing



# Rol van de gemeente Zwolle

We hebben gekeken naar de status van Zwolle als evenementenstad, in deze paragraaf beschrijven wij de rol van de gemeente op het gebied van publieksevenementen. Dat doen wij op basis van het evenementenbeleid, gesprekken met de gemeente en de gesprekken met de stakeholders over de evenementenrol van de gemeente.

De uitgangspunten van de rol van de gemeente zijn vastgelegd in het evenementenbeleid uit 2012 ('Zwolle heeft het allemaal') en de evaluatie uit 2015. Met uitzondering van de kermis, organiseert de gemeente zelf geen evenementen, de gemeente houdt zich bezig met het faciliteren en subsidiëren van bestaande en nieuwe evenementen. De focus van de gemeente heeft daarbij in de afgelopen jaren (2012-2020) vooral gelegen bij het realiseren van een goede balans tussen reuring en rust. In de periode 2012 – 2015 was er volop aandacht voor het maximaal faciliteren van evenementen, om daarmee groei in het aantal evenementen te realiseren, Zwolle wilde een bruisende stad zijn.

In de periode na 2015 verschoof de focus in Zwolle meer naar reguleren en handhaven ('de rechtmatige en responsieve overheid'). Zo werd de groei in dance-evenementen aan banden gelegd, werden de mogelijkheden van diverse evenementenlocaties ingeperkt (o.a. Park de Wezenlanden en Wijthemerplas) en werden de eindtijden van evenementen in het centrum terugschroefd.



Evenementenstad voor iedereen

# Rol van de gemeente Zwolle II



Zwolle

## **Ambities: keuze voor kernevenementen, beperkt andere ambities**

Om het evenementenaanbod kwalitatief te versterken focust de gemeente Zwolle zich al aantal jaren op 5 kernevenementen: Halve Marathon, Ster van Zwolle, Bevrijdingsfestival, Stadsfestival en Zwolle Unlimited. Met deze evenementen, die 75% van het totale evenementenbudget opslokken, zijn meerjarige afspraken gemaakt zodat zij zich op verschillende indicatoren kunnen verbeteren.

Het traject met de 5 kernevenementen loopt vanaf 2012, maar heeft nog niet geleid tot de ontwikkeling van een bovenregionaal cultureel evenement van het kaliber Noorderzon (Groningen), Festival Boulevard (Den Bosch) en Deventer op Stelten (Deventer). Daar is ook een lange adem voor nodig, maar met oog op de conclusies uit de analyse grote evenementen is het de vraag of er voldoende progressie is geboekt. Daarnaast vragen stakeholders zich af of Zwolle persé (ook) een groot festival moet hebben. Men is van mening dat Zwolle meer ambitie op inhoud moet tonen, inzetten op wat de stad sterk maakt (talent, creatieve opleidingen/industrie) en goed beseffen wat men al in de stad heeft.

Door de keuze van de 5 kernevenementen is er onvoldoende budget over om het (culturele) evenementenaanbod in de breedte te kunnen versterken, een belangrijke ambitie van de gemeente. Uit de analyse blijkt dat het aanbod voor jongeren/studenten onvoldoende is en de gemeente heeft onvoldoende middelen om nieuwe initiatieven gericht op die doelgroep te kunnen ondersteunen of elders in te kopen. Het ontbeert de gemeente op dit moment aan financiële ruimte om op kansen in te kunnen spelen.

Onder andere via subsidiecriteria streeft de gemeente ernaar om evenementen en festivals een grote rol te laten spelen in het vertellen van het cultuurhistorische verhaal van Zwolle en bij het uitdragen van de propositie Experimentele Hanzestad. Dit streven is echter onvoldoende uitgewerkt.

# Rol van de gemeente Zwolle III



Zwolle

## Facilitaire ondersteuning: pro-actievere houding gewenst

De rol van de gemeente voor evenementen valt te typeren als vergunningverlener en het perspectief van de gemeente gaat uit van de veerkracht en de energie van de instellingen en organisatoren in de stad.

De gemeente levert daarmee primair een facilitaire ondersteuning aan de organisatoren. Hierover het volgende:

- De meeste organisatoren en instellingen zijn positief over de facilitaire ondersteuning van de gemeente. Betrokken afdelingen zijn flexibel en denken oplossingsgericht mee.
- Op basis van de input uit gesprekken en onze eigen waarneming, staat de gemeente te weinig voor haar evenementenambitie en spoort organisatoren onvoldoende aan om beeldbepalende allure te bereiken.
- Wij constateren dat een integrale aanpak van het facilitaire traject nog niet optimaal is ingevuld, waardoor de afstand tussen het voortraject en de vergunningverlening te groot is. Zeker voor de organisatoren van buiten die de weg minder goed kennen in Zwolle. Ook kan de gemeente actiever zijn om bepaalde verbindingen te leggen, o.a. tussen organisatoren van buiten en ondernemers/instellingen in de stad.
- Organisatoren uiten de wens dat de gemeente met een vast aanspreekpunt per organisator gaat werken, dat lijkt ons ook een logische gedachte. Een projectleider die een evenement van begin tot eind begeleidt en met een organisator meedenkt. Daarbij zijn goed advies over de communicatie naar de omgeving, afstemming met belanghebbenden, informatie over locatienmerken en in contact brengen met lokale ondernemers van groot belang.
- Organisatoren maken zich zorgen om de toenemende regeldruk (die van buitenaf wordt opgelegd). Men heeft de behoefte geuit om meer ondersteuning (ook proactief) te willen krijgen van de gemeente, o.a. over veiligheid en duurzaamheid.

# Rol van de gemeente Zwolle IV



Zwolle

## Financiële ondersteuning: criteria subsidieverlening onduidelijk

Naast facilitaire ondersteuning is financiële ondersteuning een belangrijke rol van de gemeente Zwolle. Het budget voor evenementensubsidies in Zwolle is jaarlijks ca €440.000. Het gemiddelde budget in de periode 2011-2018 ligt boven de € 500.000, het jaarlijks budget in Zwolle is in de laatste jaren met circa € 100.000 afgenomen.

- De subsidiecriteria zijn o.a. bijdrage aan Zwolle als levendige stad, versterking toeristisch profiel, zorgen voor stadspromotionele meerwaarde en zorgdragen voor additionele bestedingen. De subsidiecriteria zijn niet 'smart' (moeilijk tot niet meetbaar). Daarom is niet duidelijk waarom 14 evenementen subsidie hebben ontvangen en andere evenementen niet.
- Dat geldt feitelijk ook voor de keuze voor de 5 kernevenementen van Zwolle: Stadsfestival, Zwolle Unlimited, Ster van Zwolle, BFO en Halve Marathon, die driekwart van de totale evenementensubsidie krijgen. In het evenementenbeleid staat alleen omschreven dat deze evenementen bijdragen aan de gewenste brede profilering, kwalitatief goede organisatoren hebben en inhoudelijk tegemoet komen aan de verschillende beleidsvelden.
- Voor (top)sportevenementen gelden aanvullende criteria voor subsidie. Het evenement bevat een kwalificatie van de betreffende landelijke sportbond, is opgenomen op de nationale of internationale wedstrijdkalender en dient van het hoogste niveau te zijn in de betreffende tak van sport. Onduidelijk is hoe deze criteria zijn toegepast op o.a. Ster van Zwolle en Halve Marathon.
- Voor culturele evenementen gelden o.a. de volgende criteria: voldoende artistieke kwaliteit, origineel en vernieuwend zijn en experimenteel van aard. Hoe en of deze criteria zijn toegepast is niet duidelijk.

Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle

# Rol van de gemeente Zwolle V



Zwolle

## Integrale aanpak mist nog richting

- Ten aanzien van evenementen streeft de gemeente Zwolle een integrale aanpak na. De subsidiecriteria zijn afgestemd met het economisch, cultuur- en sportbeleid en de gemeente entameert en enthousiasmeert samenwerkingen tussen de verschillende organisatoren en tussen evenementenorganisatoren en (culturele instellingen). Structureel overleg tussen organisatoren (via o.a. een evenementenplatform) bestaat nog niet. De stakeholders in de stad geven aan elkaar makkelijk te kunnen vinden, maar dat de samenwerking nog te weinig toewerkt naar een gemeenschappelijk doel. Men heeft op dit vlak behoefte aan meer regie/sturing van de gemeente.
- Er liggen in Zwolle kansen om evenementenbeleid en centrummanagement beter op elkaar af te stemmen. De stad (gemeente, organisatoren en instellingen) moeten grotere inspanningen verrichten om bij grootschalige evenementen meer verbinding met het centrum te krijgen, o.a. BFO, IJsbeelden Festival en andere evenementen in de IJsselhallen.
- Wij zien mogelijkheden om het evenementenbeleid en de aanpak citymarketing nog beter op elkaar aan te laten sluiten. Zwolle kiest voor de propositie Experimentele Hanzestad, maar deze keuze is nog onvoldoende zichtbaar in het evenementenbeleid (o.a. bij de keuze voor de 5 kernevenementen). Een van de selectiecriteria bij culturele evenementen is 'experimenteel' dit criterium moet nog veel zichtbaar worden bij de evenementen en festivals die door de gemeente worden ondersteund en/of bij het initiëren van nieuwe initiatieven. Daarvoor is de Spoorzone een geschikte plek om door middel van placemaking experimentele evenementen te faciliteren en de makers van evenementen in de stad een broedplaats te bieden.

Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle

# Rol van de gemeente Zwolle VI



Zwolle

- Er is in Zwolle (bij diverse stakeholders) wat onduidelijkheid over de uitvoering van citymarketing. De strategische positionering is weliswaar een taak van Marketing Oost, maar een bureau dat in de stad de uitvoering van citymarketingactiviteiten uitvoert ontbreekt. Men ziet graag dat dit bureau de Zwolse evenementen gaat ondersteunen. Marketing Oost doet dat niet, de gemeente ook niet. Men zou graag zien dat de gemeente hierin de regie pakt om deze rol ingevuld te krijgen.
- Het ondersteunen van evenementen is in principe geen (kern)taak van een citymarketingorganisatie. Die taak ligt primair bij de evenementen zelf. Maar in samenwerking met o.a. centrummanagement (Zwolle Fonds) en de horeca, kan de gemeente wel nadenken over een ondersteunende rol op het gebied van evenementen (evenementenmanagement). Daarbij kan worden gekeken naar de wijze waarop steden als Groningen en Deventer dat hebben opgezet (zie volgende paragraaf).

## Extra ondersteuning in Coronatijd

- Met het oog op de huidige coronacrisis is extra ondersteuning (gaat niet alleen over geld, gaat ook over o.a. informatievoorziening) vanuit de gemeente belangrijk. Zo zien creatieve ondernemers op het moment kansen om binnen de coronaregels nieuwe initiatieven zoals pop up campings en horecaterrassen te starten. Andere organisatoren wachten naarstig op meer duidelijkheid. In welke mogelijke vorm kan bijvoorbeeld het Bevrijdingsfestival volgend jaar doorgaan. Tevens zijn er organisatoren die zekerheid over de toekenning van subsidies in 2020 en 2021 nodig hebben. De gemeente kan in het bijstaan van nieuwe initiatiefnemers en bestaande evenementenorganisatoren een voortrekkersrol vervullen.

## 6. Best practices



# Deventer/Groningen/ Den Bosch

Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle



Zwolle

res  
pon  
s

Evenementen  
Toerisme  
Citymarketing

# Best practices



Zwolle

Wat kan Zwolle leren van (evenementen)steden als Deventer, Groningen en Den Bosch en hun 'vlaggenschip'-evenementen. Op basis van analyse van informatie en gesprekken met vertegenwoordigers uit de 3 steden hebben wij diverse 'learnings' op een rij gezet. Niet om zomaar te kopiëren, de situatie is immers in iedere stad anders, maar meer ter inspiratie voor de doorontwikkeling van het evenementenaanbod in Zwolle. De uitgebreidere analyse van de 3 steden staat opgenomen in bijlage 7.

- **Deventer** heeft voor 3 evenementen gekozen (Dickens, Deventer op Stelten, Boekenmarkt) die Deventer landelijk op de kaarten zetten/houden. Deze evenementen worden georganiseerd door een publiek-private stichting (Stichting dEVENTer) dat zich ook breder met evenementen in de stad bezighoudt, zoals het benaderen van fondsen en sponsors. Het bureau schuift aan bij alle relevante overleggen in de stad. Daarnaast is er in Deventer een apart budget voor kleine evenementen en voor nieuwe initiatieven. In principe geen evenementen van buiten, men koopt niet van buiten in. Deventer gaat voor lokaal gewortelde evenementen, lange adem daarbij belangrijk.
- In **Groningen** gaat 2/3 van het budget naar 2 (kern)evenementen (Noorderzon, Eurosonic Noorderslag). Groningen geeft voorrang aan bestaande evenementen die ondersteunend zijn aan het merk Groningen. Daarnaast stelt de stad zich actief op om nieuwe spraakmakende evenementen die passen bij het profiel van Groningen in de stad te laten ontwikkelen of naar de stad te halen. Door te spreiden in tijd en locaties, streeft Groningen naar een optimale balans in de stad, ook wat betreft dance-evenementen. Samen met partners als Marketing Groningen, centrummanagement en de horeca voert de gemeente regie op evenementen en stelt de stad zich proactief op richting organisatoren.



# Best practices II



Zwolle

- In **'s-Hertogenbosch** gaat 60% van het evenementenbudget naar één (kern)evenement (Theaterfestival Boulevard). Den Bosch heeft het in haar evenementenbeleid mogelijk gemaakt om op basis van de gemeentelijke speerpunten 'oud voor nieuw' te kiezen. Daartoe neemt de gemeente zelf ook het initiatief tot nieuwe evenementen.
- Voor **Deventer op Stelten** (DoS) zet de organisatie fors in op marketing & communicatie (met formatie en met out-of-pocket budget). Daarnaast zet de organisatie eigen professionals en expertise van buiten in om in beeld te komen bij de landelijke fondsen. Daarnaast onderkent het festival het belang van de betrokkenheid van inwoners – om er naar uit te kijken zelf actief aan meedoen), dit is een belangrijke basis voor het succes. Deventer op Stelten heeft diverse internationale samenwerkingen.
- Heel Groningen (ook de gemeente) is trots op **Eurosonic-Noorderslag (ESNS)**. Net als bij Deventer op Stelten is betrokkenheid van het evenement een belangrijke voorwaarde voor het succes van het evenement. ESNS benadrukt daarnaast het belang van een landelijke mediapartner als belangrijke sleutel van het succes. Daarnaast heeft ESNS een aantal jaren geleden een belangrijke professionaliseringslag gemaakt. Het festival heeft nu vaste krachten die jaar rond voor de continuïteit van het festival zorgen. ESNS werkt samen met het Reeperbahn Festival in Duitsland.
- **Theaterfestival Boulevard** benadrukt ook het belang van betrokkenheid onder inwoners. Het festival wordt bezocht door veel Bosschenaren, ook doelgroepen die niet snel naar een festival gaan, komen er steeds vaker. Boulevard wordt – net als Deventer op Stelten en ESNS georganiseerd door een stichting die het hele jaar actief is met het festival. Boulevard erkent – net als DoS en ESNS – de waarde van nationale en internationale samenwerkingsverbanden.

Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle

# Best practices III Deventer



Zwolle

- In Deventer gaat 2/3 van het evenementenbudget (320K) naar 3 (kern)evenementen (Deventer Op Stelten, Dickens Festijn en de Boekenmarkt). In 2018 ontvingen 13 evenementen subsidie uit het budget grote evenementen (totaal ca € 470.000). Daarnaast is er een pot van € 250.000 voor kleine evenementen (o.a. Oranjevereniging), dit budget is tevens bestemd om nieuwe initiatieven te ondersteunen.
- Evenementen zijn in Deventer de verantwoordelijkheid van Evenementenbureau dEVENTer. Het doel van de Stichting dEVENTer is het bouwen aan de positie van Deventer als prominente evenementenstad, één en ander in de breedste zin van het woord. dEVENTer is naast de organisatie en uitvoering van festival 'Deventer Op Stelten' ook verantwoordelijk voor de Deventer Boekenmarkt en het Dickens Festijn.
- Het Evenementenbureau heeft een budget van € 500.000 (structurele subsidie) en heeft 5 FTE in dienst. Naast het organiseren van bovengenoemde evenementen, houdt de stichting zich ook bezig met het benaderen van fondsen en sponsors. Door lange historie van de evenementen veel naamsbekendheid gekregen en een groot internationaal netwerk opgezet. De stichting schuift aan bij alle overleggen in de stad.
- De grote evenementen (ca 15) beconcurreren elkaar niet, maar gaan voor het gezamenlijke belang van de stad. Er is tevens grote betrokkenheid vanuit inwoners, dat is een belangrijke basis voor succes. Daarvoor is het nodig om continu te werken aan draagvlak.
- Formules in Deventer sluiten heel goed aan op de stad en de bevolking. Vanuit hier zoekt men naar formules voor de stad. In principe geen evenementen van buiten, Deventer gaat voor lokaal gewortelde evenementen, lange adem daarbij belangrijk. Men koopt niet van buiten in.

Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle

# Best practices IV

## Deventer op Stelten



Zwolle

- Budget Deventer op Stelten is € 700.000, de gemeente draagt € 180.000, provincie € 100.000 en FPK € 125.000 bij. De stichting dEVENTer is eindverantwoordelijk en organisator van het evenement (van idee tot eindevaluatie). Deventer op Stelten is opgenomen in de meerjarige regeling van het FPK en is tevens een beeldbepalend festival van de provincie Overijssel.
- Om in beeld te komen bij de landelijke fondsen, zet de Stichting eigen professionals in. Huren daarvoor ook externe expertise voor in. Hebben ook een manifest geschreven toen vorig jaar de subsidies ter discussie stonden. Voeren nog steeds een PR-campagne voor behoud van culturele subsidies.
- De Stichting maakt geen reclame voor de stad Deventer, marketing is alleen gericht op het product (per festival). Daardoor wordt de marketing veel beter opgepikt door de media. Geen koppelverkoop. De stichting koopt ook spotjes in bij Ster & Cultuur. Veel mediaexposure is mede afhankelijk doordat zij zelf de marketing doen, stichting heeft hiervoor 1 FTE beschikbaar. Daarnaast loopt het evenement lang mee. Deze historische waarde genereert ook veel draagvlak bij de media. Bij de Boekenmarkt lukt het (komt door de historie) om vanzelf aandacht door landelijke media te krijgen. Moeten alleen relaties onderhouden.
- Grote betrokkenheid vanuit inwoners (er naar uit kijken; er actief aan meedoen). Is een belangrijke basis voor succes.

# Best practices V Groningen

- In Groningen gaat 2/3 van het budget (700K) naar 2 (kern)evenementen (Noorderzon, Eurosonic Noorderslag). In 2018 ontvingen 11 evenementen subsidie van de gemeente. Totale omvang evenementensubsidies is ruim 1 miljoen euro per jaar.
- Groningen volgt in haar evenementenbeleid twee sporen. Enerzijds voorrang en ruimte voor bestaande evenementen die ondersteunend zijn aan het merk Groningen. Anderzijds stelt de stad zich actief op om nieuwe spraakmakende evenementen die passen bij het profiel van Groningen naar de stad te halen.
- Groningen kiest nadrukkelijk voor evenementen en realiseert zich daarbij dat er conflicterende belangen zijn die niet voor alle partijen naar tevredenheid kunnen worden opgelost. Dat geldt o.a. voor dancemuziek waar Groningen binnen het evenementenbeleid ruimte voor biedt. Door spreiding in tijd en locaties streeft de stad naar een optimale balans.
- De gemeente Groningen heeft een adviesgroep Evenementenprogramma ingesteld. Daarin werkt de gemeente samen met Marketing Groningen, centrummanagement, horeca en de provincie. Deze groep zorgt voor meer regie op de belangrijkste evenementen en meer aandacht voor kwaliteit.
- Groningen werkt met Evenementen Management, waarbij men er naar streeft om al aan de voorkant in gesprek te gaan met organisatoren. Proactief i.p.v. reactief.
- Groningen heeft 3 festivals in de meerjarige festivalregeling van het FPK. Daarnaast kregen/krijgen 3 festivals incidentele subsidies van het FPK.

Groningen	Meerjarige festivalsubsidies 2017-2020	Jaarlijkse festivalsubsidies
	Noorderzon	Peter de Grote Festival (2017/2018/2019)
	Eurosonic Noorderslag	Soundsofmusic Groningen (2018)
	Jonge Harten Festival	Festival Literaturia (2018)

Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle



Zwolle

# Best practices VI

## Eurosonic Noorderslag (ESNS)



Zwolle

- Begroting Eurosonic Noorderslag: ca € 4 miljoen. Financiering: ticketverkoop, horeca, gemeente (€ 150.000), provincie (€ 300.000), FPK (€ 250.000), Fonds Cultuurparticipatie, VSB Fonds, Europese subsidies en projectsubsidies. ESNS heeft zich ingeschreven voor het subsidiebudget van de basisinfrastructuur (Cultuurbeleid 2021 – 2024, Ministerie van OC&W).
- De stichting heeft 10 medewerkers in vaste dienst (jaarrond), waarvan 4 medewerkers fulltime. Tijdens ESNS groeit het team met freelancers tot 100 personen. Het alleen werken met freelancers heeft de organisator voorheen in de problemen gebracht. Er zijn vaste krachten nodig voor de continuïteit van projecten en vaste taken. Daarbij speelde de groeiambitie, de groei in aantal bezoekers en zalen een rol. Om die te kunnen realiseren was een professionaliseringslag in de organisatie nodig.
- Hoe kom je in beeld bij de landelijke fondsen? Formatie voor regelen. Bij ESNS gaat het hoofd bedrijfsvoering over subsidies. Daarvoor wordt ook een subsidie-expert ingehuurd. ESNS werkt samen met het Reeperbahn Festival om voor Europese subsidies in aanmerking te komen.
- Voor evenementen met landelijke/bovenregionale aantrekkingskracht is een samenwerking met een landelijk mediapartij een must. ESNS heeft een eigen PR-medewerker in dienst die de relaties met de media onderhoudt.
- ESNS wordt gedragen door de stad: zowel inwoners als ondernemers. Ze zijn trots op ESNS en ventileren dat door het hele land (mond-tot-mond reclame). Hier ligt ook een belangrijke rol voor de gemeente. De gemeente moet ook heel trots op het evenement zijn.

Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle

# Best practices VII 's-Hertogenbosch

- In 's-Hertogenbosch gaat 60% van het evenementenbudget naar één (kern)evenement (Theaterfestival Boulevard). In 2018 ontvingen 10 evenementen subsidie van de gemeenten. Totale evenementensubsidie (2018): € 600.000
- De gemeente streeft ernaar om – samen met de culturele instellingen en festivals – met het domein kunst het verschil te maken in de samenleving.
- In de stad is de vraag van nieuwe evenementen ieder jaar groter dan er dagen in het jaar zijn en/of populaire plekken in de stad beschikbaar zijn. Daarom is in 2019 het evenementenbeleid herschreven en bepaald dat evenementen langs specifieke criteria beoordeeld gaan worden, om op basis daarvan mogelijk ook 'oud voor nieuw' te kiezen. Criteria gaan over zaken als duurzaamheid, maar ook over de manier waarop evenementen aansluiten bij gemeentelijke speerpunten.
- De gemeente is een van de initiatiefnemers van de Den Bosch Data Week (in 2018 voor het eerst), een evenement dat aansluit bij een van de economische speerpunten van de stad (datasciences).
- 's-Hertogenbosch heeft 4 festivals in de meerjarige festivalregeling van het FPK. Daarnaast krijgt Jazz in Duketown een jaarlijkse subsidie van het FPK.

Den Bosch	Meerjarige festivalsubsidies 2017-2020	Jaarlijkse festivalsubsidies
	Theaterfestival Boulevard	Jazz in Duketown (2018/2019)
	November Music	
	Festival Cement	
	Internationaal Vocalisten Concours	

Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle



# Best practices VIII

## Theaterfestival

### Boulevard



Zwolle

- Boulevard wordt georganiseerd door Stichting Bosse Nova dat het hele jaar actief is. Boulevard is de grootste productie van de stichting die daarnaast ook andere kleinere projecten uitvoert. Begroting: 3,5 miljoen, waarvan 3 miljoen voor Boulevard is. Er werken 10 mensen (7,2 fte). Functies: directeur (ft), controller (32 uur), administratief medewerkers (ft), bureau medewerker (ft), marketing (2x, ft), programmeur/dramaturg + hoofd programma (1,5 fte), producten (2x, 1,5 ft), development & internationalisering (16 uur). Financiering: 1 miljoen overheden (4,5 gemeente, 2,5 provincie NB, 3,0 Fonds Podiumkunsten), 1 miljoen publiek (tickets + f&b), 1 miljoen overig (sponsors, private fondsen, stichting Vrienden Boulevard).
- Om in beeld te komen bij de landelijke fondsen, is co-financiering vanuit de gemeente een vereiste. Daarnaast gaat het vooral om de artistieke koers van het festival (en internationale programmering). Ook kijken de fondsen naar meervoudige functies van het festival. En zijn nationale en internationale samenwerkingsverbanden belangrijk. Organisatiestructuur, financiën, etc. komen daarna in beeld en zijn ook randvoorwaardelijk voor een succesvolle aanvraag bij de fondsen.
- Boulevard is heel belangrijk voor Den Bosch, economische spin-off is substantieel. De hotels zitten vol, horeca en winkeliers zijn overwegend positief over festival. Ook brede steun in de raad. Boulevard wordt bezocht door veel Bosschenaren, ook doelgroepen die niet snel naar een festival gaan, komen er steeds vaker. Artistiek gezien zet Boulevard Den Bosch ook mede op de kaart.

# 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.

