



DIEPER IN DE STAD, VERDER IN DE WERELD

FESTIVAL AMBITIES 2013-2016



rotterdam
festivals!

HET BELANG VAN DE FESTIVALS

Tweederde van Rotterdammers bezoekt jaarlijks drie evenementen en de waardering voor die ervaring is al jarenlang hoog. 4.500 Rotterdammers zetten zich in als vrijwilliger voor een van de evenementen.(1) Waarom hebben de festivals zo'n grote plek in de harten van de Rotterdammers?

De festivals promoten de stad of vormen de poort naar cultuurinstellingen met een hogere drempel. Dat zijn mooie en zelfs belangrijke bijkomende effecten voor de stad. De festivals zijn boven alles zo belangrijk omdat ze diep verbonden zijn met de stadscultuur, met Rotterdam en met de Rotterdammers. Dat bleek heel mooi uit een door ons in samenwerking met het gemeentearchief uitgegeven boekje over de geschiedenis van de Rotterdamse festivals 'De verbeelding, verdieping en verbinding van een wereldfestivalstad'. Dat blijkt ook steeds weer uit het publieksonderzoek dat wij doen. Om het te zeggen in de woorden van een van onze bezoekers 'met de festivals vieren we dat we Rotterdammer zijn'.

Grote promotionele, sociaal culturele en economische neveneffecten

Die hechte band tussen festivals en hun bezoekers leidt tot grote positieve neven-effecten voor de stad.

De economische visie van de stad stelt dat Rotterdam definitief de stap dient te zetten naar "dé jonge aantrekkelijke stad waar iedereen wil zijn". Daarvoor is nog veel werk te verrichten en festivals kunnen daar een belangrijke rol in spelen. Ze creëren sfeer in de stad en laten de stad bruisen. Door de stad zelf centraal te stellen en de massale, positieve media aandacht brengen ze de sterke punten van de stad keer op keer onder de aandacht. Festivals positioneren Rotterdam als een aantrekkelijke stad om naar toe te gaan of te wonen.

Festivals maken cultuur zichtbaar en toegankelijk, vullen gaten op in het aanbod, creëren experimenteerruimte voor de cultuursector en stevige economische effecten doordat ze mensen naar de stad trekken die hier hun geld uitgeven. Uit recent onderzoek bleek dat de bezoekers jaarlijks bijna 200 miljoen euro in de stad uitgeven. De sector levert directe werkgelegenheid voor 250 fulltimers en 4.400 parttimers.(1)

Merkkracht

De festivalstad Rotterdam heeft de afgelopen decennia een sterke positie opgebouwd. In landelijke merkkraachtonderzoek(2) komt nadrukkelijk naar voren dat Rotterdam het in dit segment ook ten opzichte van andere steden en disciplines uitstekend doet. Het is zelfs onze sterkste culturele sector: 'Binnen de cultuursector van de regio Rotterdam heeft de festivalsector de meeste merkkraacht'. De waardering voor de festivalstad Rotterdam komt ook veelvuldig tot uitdrukking in nominaties en prijzen. In 2010 werd Rotterdam, samen met Edinburgh en Sydney gekozen tot 'Festival and Event City of the World'.

De inzet van dit plan is de sterke en profijtelijke positie van Rotterdam als belangrijke evenementenstad vast te houden en het rendement voor de stad nog verder te vergroten. Wij vragen daarbij de nadrukkelijke steun van de gemeente Rotterdam.

(1) Hofman, Salko (2011). *Festivals and Rotterdam "a view on the public event sector in Rotterdam*. Rotterdam: Erasmus School of Economics, Erasmus University Rotterdam.

(2) Beerda, H. (2011). *Strategische merkanalyse van de Rotterdamse Cultuursector*. Amsterdam: Hendrik Beerda Brand Consultancy.

DE ROL VAN ROTTERDAM FESTIVALS

Missie

Rotterdam Festivals realiseert een karakteristiek festivalaanbod en een breed publiek voor kunst en cultuur in Rotterdam. Wij coördineren het evenementenbeleid en stimuleren de cultuurparticipatie van Rotterdammers.

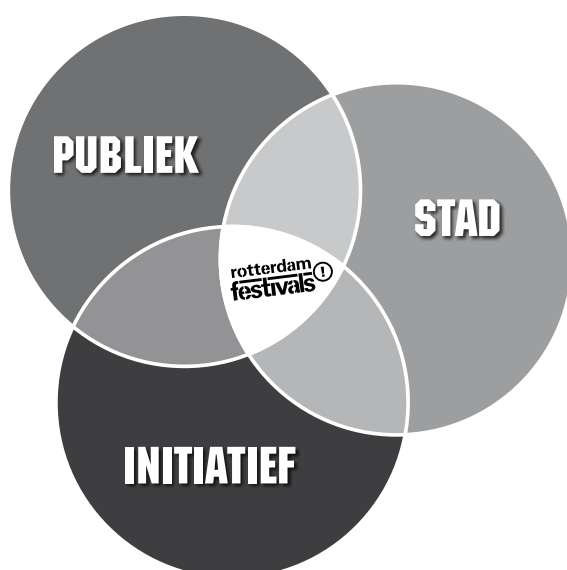
Visie

De evenementenstad Rotterdam presenteert een onderscheidend, gevarieerd aanbod van (inter)nationaal aansprekende evenementen. Evenementen die gedragen worden door de Rotterdammers, diep doordringen in de stad en die Rotterdam in binnen en buitenland profileren als een stad met een eigen identiteit, waar het prettig verblijven is. De stad en haar bewoners vormen de belangrijkste inspiratiebron voor de Rotterdamse evenementen. De evenementen samen vertellen het verhaal van Rotterdam.

Positionering: stad, publiek, initiatief

Rotterdam Festivals heeft van de Rotterdamse gemeenteraad het mandaat gekregen om, op enige afstand van de gemeentebestuur, het evenementenbeleid vorm te geven. De ideeënrijkdom en het organisatorisch vermogen van festivalorganisatoren en culturele instellingen vormen de onmisbare bron waarmee wij een samenhangend programma opbouwen dat voldoet aan de wensen van het publiek en de belangen van de stad dient.

Rotterdam Festivals is het kenniscentrum van de sector, brengt partijen bij elkaar, bouwt aan een sterke evenementen infrastructuur en versterkt het (inter)nationale profiel van de evenementenstad Rotterdam.



TERUGBLIK 2009-2012

Succes uit het verleden biedt geen garanties voor de toekomst. De wereld verandert, publiek verandert en het is goed de beleidsrichting van tijd tot tijd hierop aan te passen. Op basis van SWOT-analyses, vergelijking met andere steden en inbreng van alle stakeholders werd in februari 2010 de nota herijking evenementenbeleid (3) vastgesteld door het college van burgemeester en wethouders. In januari 2011 werd het beleid door het nieuwe college opnieuw bevestigd. Nadrukkelijke doelstelling was de positie van Rotterdam als dé evenementenstad van Nederland verder te verstevigen.

Het accent ligt daarbij op het vergroten van de betekenis en het rendement van de festivals voor de stad. Festivals gaan nog meer betekenen voor de bezoekers en zullen nog dieper in de stad doordringen. Een beperkt aantal topevenementen moet er voor gaan zorgen dat Rotterdam meerdere keren per jaar internationaal in het nieuws komt met evenementen die de Rotterdamse thema's uitdragen.

De daaropvolgende financiële ontwikkelingen waren helaas niet in lijn met de geformuleerde ambities. Binnen een jaar na het vaststellen van de nieuwe ambities werd het evenementenfonds, waaruit bijzondere projecten kunnen worden gefinancierd, gekort met 40%. Een miljoen euro minder dan was vastgesteld in de beleidsnota. De festival omzet van Rotterdam Festivals bedroeg in 2007 8,4 miljoen euro en in 2009 6,8 miljoen. In 2011 resteerde nog 4,3 miljoen euro.

Ook de externe inkomsten bij de door ons ondersteunde evenementen daalde sterk. De inkomsten uit sponsoring en fondsen daalde met ongeveer 25%. Tegelijkertijd stegen de kosten van evenementen sterk door nieuwe door de overheid opgelegde verkeers- en veiligheidseisen. De Dance Parade verdween hierdoor zelfs geheel van de kalender. Als gevolg van deze ontwikkelingen is het aantal evenementen* op de kalender met 27% gedaald tot 42%.

Toch zijn wij in het licht van deze uitdagende omstandigheden tevreden over de progressie in de afgelopen jaren. De versterking van onze coördinatierol en de samenwerking met de Directie Veiligheid hebben het stedelijke coördinatiemodel versterkt. De evenementen zijn beter over het jaar gespreid, de gekozen thematische aanpak rond de Rotterdamse thema's bleek ook in de praktijk een helder en inspirerend kader. De eerste resultaten rondom de uitbouw van clusters zijn veelbelovend.

Mede door de bij de aanscherping van het evenementen beleid gemaakte keuzes hebben wij onze positie als belangrijke evenementenstad behouden, net als de brede spreiding over alle doelgroepen. Het bereik en de waardering onder Rotterdammers blijft zeer hoog. 97% van de Rotterdammers is bekend met één of meer van de festivals, 66% bezoekt jaarlijks minimaal één van de festivals. (4) In de tabel (5) op de volgende pagina is de waardering en binding van de bezoekers van de festivals te zien.

*Dit betreft B en C evenementen; vergunningplichtige evenementen met een grote impact op de stad.

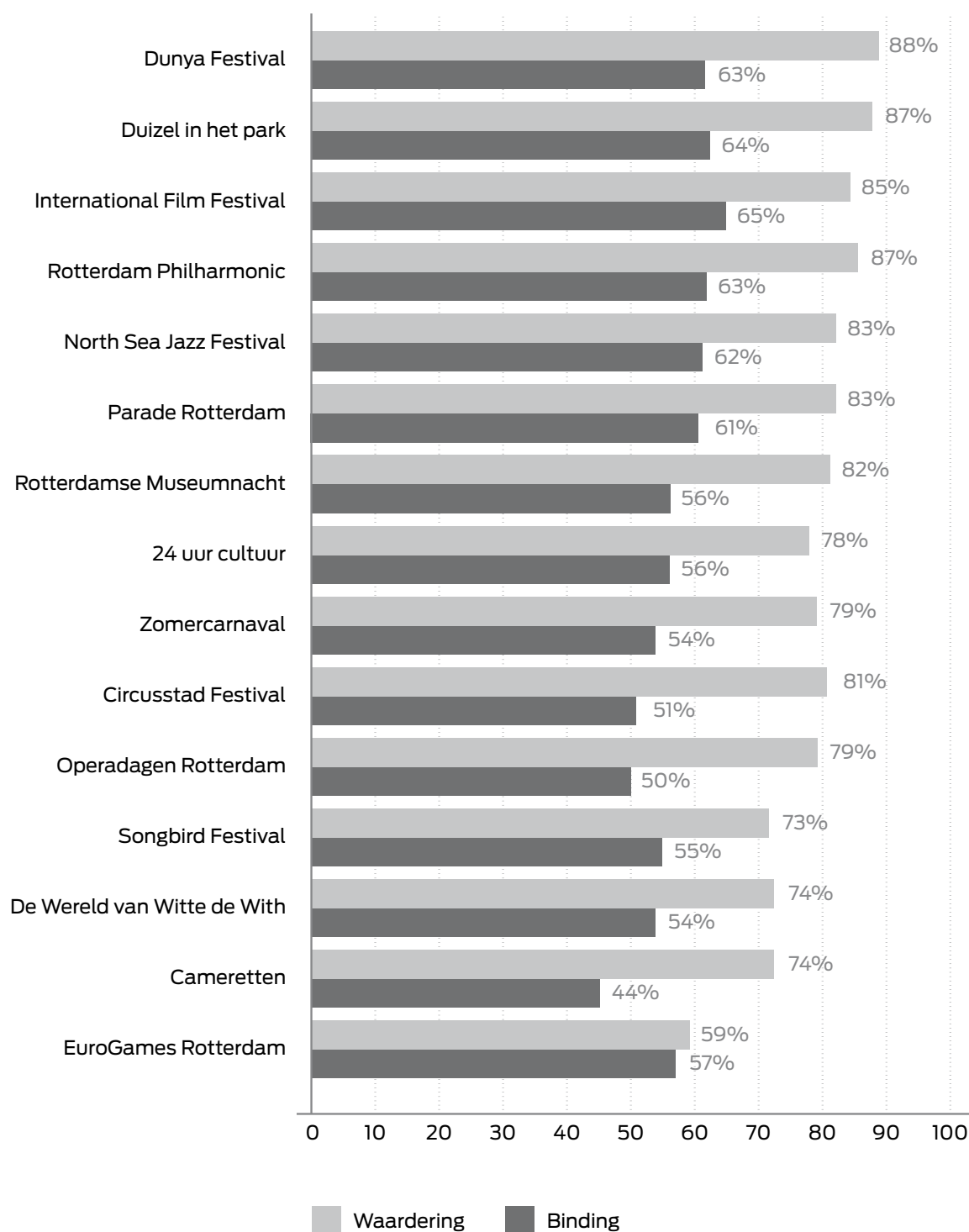
(3) Moerman, J., Suijker, M., Hanssens, R., Boom, R. de, Tang, K. en Oskam, M. (2010).

Herijking evenementenbeleid; Dieper in de stad, verder in de wereld. Rotterdam: Rotterdam Festivals

(4) Vries, C. de en Eskamp, M. (2010) *Cultuurparticipatie van Rotterdammers, 2009.* Rotterdam: Centrum voor Onderzoek en Statistiek.

(5) Beerda, H. (2012). *De kracht en waarde van de Rotterdamse festivals.* Rotterdam: Hendrik Beerda Brand Consultancy.

Merkkracht Rotterdamse festivals



bron: BrandAlchemyTM, Continu bezoekersonderzoek 2010-2011

Hendrik Beerda Brand Consultancy

AMBITIES 2013-2016

DIEPER IN DE STAD, VERDER IN DE WERELD

De nota herijking evenementenbeleid is en blijft de komende jaren de basis van het beleid. De huidige financiële situatie en bedreigingen zoals de door het kabinet voorgenomen doorbelasting van politiekosten, maken het moeilijk te voorspellen in welk tempo wij onze ambities kunnen realiseren en waar de Rotterdamse evenementen eind 2016 zullen staan.

Het is echter duidelijk waar we naar toe werken. Minder maar sterkere evenementen, die dieper in de stad doorwerken en tot de top horen in hun segment. We zullen de voor de toekomst belangrijke evenementen overeind houden en versterken.

Hierna volgen de accenten die wij de komende jaren leggen. Wij gaan daarbij ervanuit dat de financiële situatie de komende jaren niet verder verslechtert. Onze strategische doelen (SD), kritische succesfactoren (KSF) en de zoveel mogelijk concreet verwoorde kritieke prestatie indicatoren (KPI) voor de periode 2013 - 2016 zijn samengevat in het volgende schema*.

Missie en strategie

Rotterdam Festivals coördineert het evenementenbeleid in Rotterdam en stimuleert de cultuurparticipatie van Rotterdammers. Wij realiseren een karakteristiek festivaaanbod en een breed publiek voor kunst en cultuur in Rotterdam.

Visie festivals

Rotterdam is een stad met een onderscheidend, gevarieerd aanbod van internationaal aansprekende evenementen. Evenementen die gedragen worden door de Rotterdammers, diep doordringen in de stad en Rotterdam in binnen en buitenland profileren als een stad met een eigen identiteit, waar het prettig verblijven is. De stad en haar bewoners vormen de belangrijkste inspiratiebron voor de Rotterdamse evenementen. De evenementen samen vertellen het verhaal van Rotterdam.

SD	We bereiken een groot en breed publiek		We realiseren een karakteristiek aanbod met de identiteit van de stad verbonden evenementenaanbod	Profiel evenementenstad Rotterdam (internationaal) versterken	We dragen bij aan een sterke evenementensector in Rotterdam		
KSF	Gevarieerd aanbod dat zoveel mogelijk mensen aanspreekt.	Het evenemентаanbod is bekend bij het publiek.	Beleving evenementen op een hoog niveau houden.	Prioriteit aan met de thema's van de stad verbonden evenementen.	Iconische evenementen dringen dieper in de stad door.	Evenwichtige evenementen agenda in tijd en ruimte.	Efficiënte en effectieve bedrijfsvoering.
KPI	67% van de Rotterdammers bezoekt jaarlijks een evenement. Onderzoek COS.	Percentage van de Rotterdammers dat bekend is met evenementen aanbod van de stad. Onderzoek COS, 0 meting 2013.	Verhoging bewustzijn organisatoren; 75% van de evenementen dient in 2016 een visitors journey in.	Clustering evenementen rond thema's. In 2016 bij 5 van de 6 thema's een icoon.	Minimaal 6 samenwerkingsverbanden met scholen, ondernemers en iconen per jaar.	Oordeel stakeholders over de evenementen agenda. Jaarlijkse meting.	We komen 95% van de door ons gestelde servicenormen na.
KPI	De door Rotterdam Festivals ondersteunde festivals trekken 1.500.000 bezoekers per jaar. Meting en schatting Rotterdam Festivals.	Percentage van de Rotterdammers dat n.a.v. één van onze uitingen een festival bezoekt. Onderzoek COS, 0 meting 2013.	Waarderingscijfer beleving publiek blijft op 7,6. Publieksonderzoek, jaarlijks op 10 festivals.	Zichtbaarheid iconen wordt versterkt via randprogramma's en citydressing. Concreet eind 2012.	We versterken jaarlijks voor een aantal iconen internationale persbewerking. Budget concreet eind 2012.	Oordeel stakeholders over de evenementen agenda. Jaarlijkse meting.	Waarderingscijfer stakeholders (opdrachgevers en organisatoren) jaarlijkse meting.
KPI	Deze festivals trekken 35% bezoekers van buiten de regio. Meting en schatting organisatoren en Rotterdam Festivals.	In de zomerperiode worden 13 aansluitende weken geprogrammeerd, merendeels gratis toegankelijk.	Waarderingscijfer beleving publiek blijft op 7,6. Publieksonderzoek, jaarlijks op 10 festivals.	Zichtbaarheid iconen wordt versterkt via randprogramma's en citydressing. Concreet eind 2012.	We versterken jaarlijks voor een aantal iconen internationale persbewerking. Budget concreet eind 2012.	Oordeel stakeholders over de evenementen agenda. Jaarlijkse meting.	Waarderingscijfer stakeholders (opdrachgevers en organisatoren) jaarlijkse meting.

EEN GROOT EN BREED PUBLIEKSBEREIK

Wij schatten dat het aantal door ons financieel ondersteunde evenementen de komende vier jaar met 10% zal dalen tot tussen 35 en 40 per jaar.* Ook de omvang van de totale evenementenkalender zal naar verwachting met ongeveer 10% krimpen. Dit zal vooral middelgrote evenementen raken met een minder onderscheidend profiel en weinig verbinding met de stedelijke thema's.

De verwachte daling van het aantal evenementen is uitvloeisel van de economische situatie en de focus op zowel topevenementen als kleinschalige evenementen in het centrum van de stad. Het is geen doel op zich. Een nog verdere daling zou het brede publieksbereik en daarmee het draagvlak voor de culturele sector ondermijnen. Het is en blijft noodzakelijk een breed programma te presenteren waar alle Rotterdammers zich in herkennen. Onze huidige overkoepelende doelstelling van 1,5 miljoen bezoekers en een bereik van tweederde van de Rotterdammers handhaven wij om die reden.

Om de huidige hoge waardering bij het publiek op peil te houden dient bezoekersbeleving de komende jaren een belangrijke plaats in te nemen bij de planontwikkeling door organisatoren. Daarom ontwikkelen wij samen met de organisatoren en de Hogeschool voor Toerisme en Vrijetijd in Breda zogenaamde 'visitor journey'. Deze zal worden opgenomen in de procedure voor financiële ondersteuning door Rotterdam Festivals.

Rotterdam geeft in haar stadsvisie en merkenbeleid aan de kwaliteit van het leven in de stad te willen verhogen en beter onder de aandacht te brengen van een nationaal en ook internationaal publiek. Evenementen zijn uitgelezen instrumenten om dat te bereiken.

Een voor de stad relevant evenementenbeleid is diep geworteld in de stad en nauw verbonden met de karaktertrekken, de geschiedenis en de cultuur van de stad. Het beleid is daarom geconcentreerd rondom vijf belangrijke stedelijke thema's. Rotterdam Topsport is verantwoordelijk voor het zesde stedelijke thema 'internationale sportstad', dit thema wordt niet in dit plan besproken

(Inter)nationale Cultuurstad

De twee culturele evenementen met de meest evidente internationale positie zijn het International Film Festival Rotterdam en North Sea Jazz. Ze hebben internationale uitstraling en vervullen een business to business functie in hun sector. Wij zullen hen dieper in de stad laten doordringen en steunen bij hun internationale ontwikkeling.

De internationaal gewaardeerde beurs Art Rotterdam heeft de afgelopen jaren sterk aan kracht gewonnen en realiseert internationale bezoekers en pers voor de stad. Het is inmiddels omringd met een fringe programma en een publieksprogramma door samenwerking met de kunstinstellingen en galleries. Wij willen die ontwikkeling de komende jaren stimuleren zodat deze beeldende kunstweek over vier jaar een belangrijk uithangbord voor het beeldende kunstklimaat van de stad is.

Opening cultureel seizoen

De geslaagde vernieuwing van de opening van het culturele seizoen 24 uur cultuur zullen wij doorzetten en als een samenhangend geheel presenteren met De Wereld van Witte de With dat minder ambitieus van opzet wordt. Hierdoor worden kosten bespaard en ontstaat een stadsbreed evenement dat een groot publiek in contact brengt met cultuur.

*Dit aantal is exclusief kleinschalige evenementen en exclusief vanuit gemeentelijke diensten over te hevelen festivals.

EEN KARAKTERISTIEK AANBOD EN EEN (INTER)NATIONAAL PROFIEL

Jonge en Multiculturele Stad

Rotterdam is een stad met een jonge, multiculturele bevolking. Deze twee factoren zijn in toenemende mate cruciaal voor de plek die de cultuursector inneemt bij haar thuispubliek, de Rotterdammers. En daarmee essentieel voor het toekomstig succes en draagvlak van de sector.

Jong

Festivals als Metropolis en Motel Mozaique zijn nu er in de stad een grootstedelijk poppodium ontbreekt en andere podia met sluiting worden bedreigd nog meer relevant om voor een groot publiek een (inter)nationale aanbod te presenteren. Deze festivals krijgen de kans zich door te ontwikkelen, waarbij ook investeringen in ondernemerschap gestimuleerd worden. Ook het nog nieuwe urban culture evenement Bursa Rotterdam Beats is een goede aanvulling op de festivalkalender. Deze internationale, tweedaagse conferentie, met talenten-programma en showcasefestival past prima in de doelstellingen uit het evenementenbeleid van Rotterdam en willen wij verder uitbouwen. Een echt iconisch evenement in dit segment ontbreekt op dit moment. Eerder dan het geforceerd ontwikkelen van een groot evenement kiezen wij er in deze rijk geschakeerde sector voor om initiatieven 'van onderop' ruim te steunen, zodat deze de kans krijgen zich de komende jaren te ontwikkelen en te bewijzen.

Multicultureel

Dunya Festival en Zomercarnaval zullen in 2013 opgaan in een nieuw evenement: Rotterdam Unlimited, waardoor er bij deze belangrijke tradities weer ruimte ontstaat voor vernieuwing en groei. Rotterdam Festivals zal de organisator daarbij ondersteunen op financieel en promotioneel terrein. Ook zullen wij ons inzetten om het netwerk rondom het evenement (scholen, ondernemers, congres organisatoren) te organiseren die de potentie van het nieuwe evenement tot volle wasdom laat komen. Inzet is om met Rotterdam Unlimited nog in de cultuurplanperiode 2013-2016 een toppositie te veroveren in het nationale en internationale aanbod. Een evenement dat de rijkdom en kwaliteiten van de multicultuur zichtbaar maakt, ter discussie stelt en verder ontwikkeld.

Moderne Architectuurstad

Het behoeft geen twijfel dat architectuur, stedenbouw en de wijze waarop dat het leven van de Rotterdammers beïnvloedt een centraal thema voor de stad is en blijft. De Internationale Architectuur Biënnale Rotterdam (IABR) kan daarin een belangrijke rol spelen, mits men er in slaagt het evenement toegankelijker te maken voor een breed, geïnteresseerd publiek. Het Architectuurjaar in 2007 en ZigZagCity 2012 hebben nadrukkelijk aangetoond dat er grote belangstelling bestaat voor festivals die de stad zelf als onderwerp hebben, inhoudelijk relevant zijn en plezier bieden. Wij zetten daarom in op de continuering van ZigZagCity tijdens de biënnales van 2014 en 2016. Streven is dat te doen in een samenwerkingsverband met de IABR, de stichting AIR en het Nederlands Architectuurinstituut.

De terugkerende aandacht voor architectuur zal vorm krijgen via Architectuur Film Festival Rotterdam en de Dag van de Architectuur. Met beiden zullen wij afspraken maken om deze evenementen meer zichtbaar te maken in de openbare ruimte in het centrum van de stad.

Maritieme Stad

De haven en de internationale positionering die daar van nature uit voortkomt is het meest Rotterdamse onderwerp. Het eerste weekend van september waarin de Wereldhavendagen gepresenteerd worden, heeft het in zich uit te groeien tot een topevenement dat de haven viert en haar belang nationaal en internationaal benadrukt.

We hebben de stichting Wereldhavendagen gevraagd, in samenwerking met culturele en commerciële partners, een meerjarenplan te ontwikkelen die dat belang onderstreept en het evenement zichtbaarder in de stad maakt. Zodra brede overeenstemming is bereikt over dit plan zullen wij de organisator ondersteunen bij het realiseren van haar ambities. Over vier jaar hebben de Wereldhavendagen een nationale toppositie ingenomen met internationale uitstraling. Zowel de verbondenheid met het zakenleven als de jongeren uit de stad zal aanzienlijk zijn versterkt.

Meer rendement uit iconische evenementen

De grote, gezichtsbepalende evenementen kunnen de stad meer opleveren. Ze kunnen dieper doordringen in de stad, een grotere rol spelen in het debat over hun thema en een grotere bijdrage leveren aan de positionering van de stad. Verschuivingen binnen onze eigen begroting en het voor dit doel gereserveerde bedrag in het evenementenfonds van de stad stellen ons de komende jaren in staat deze ambitie uit de evenementennota te realiseren.

Dieper in de stad

Wij zullen de samenwerking tussen de iconische evenementen en scholen, universiteiten en binnenstad ondernemers actief ondersteunen door het innemen van een actieve makelaarsrol die het opbouwen van vaste patronen bevordert en zal leiden tot minimaal zes samenwerkingsprojecten per jaar.

Wij versterken de zichtbaarheid van evenementen via afspraken met de festivals over het gebruik van banieren en opvallende eyecatchers. Een speelplek en het grote beeldscherm in Rotterdam Centraal en het plein ervoor zullen een belangrijke rol krijgen in het sfeervol verwelkomen van gasten aan onze grote evenementen, een inzet die ook aansluit bij de ambitie de binnenstad te verlevendigen.

Verder in de wereld

Versterken van de internationale positie zullen wij stapsgewijs realiseren door in samenwerking met Rotterdam Marketing gericht de internationale persbewerking te intensiveren. De jaarlijks terugkerende iconische evenementen kunnen in competitie plannen indienen voor bijzondere projecten die hun internationale positie aantoonbaar versterkt. Een bedrag van in eerste instantie € 200.000, oplopend naar € 250.000 in 2016 is vanuit het evenementenfonds van de stad hiervoor beschikbaar. Deze plannen worden geïntegreerd in onze jaarlijkse afwegingsprocedure met een conclusie op 1 november.

ANDERE PRIORITEITEN

Naast de focus van ons beleid op grote evenementen en de stedelijke thema's, dragen wij graag bij aan de ambitie van het gemeentebestuur om de binnenstad te verlevendigen en te versterken en blijft het noodzakelijk een breed, op verschillende doelgroepen gericht programma te presenteren, waarin jonge evenementen zich kunnen ontwikkelen en ingespeeld kan worden op onverwachte kansen.

Citylounge, levendige binnenstad

Wij dragen de komende jaren bij aan de verlevendiging van de binnenstad via zorgvuldig geprogrammeerde kleinschalige evenementen die aansluiten bij de thema's en de evenementen van de stad, bij initiatieven van ondernemers, kunst- en cultuurinstellingen en festivalorganisatoren. Evenementen die vaak, zoals bij Parfum de BoemBoem, de ontwikkelingen in de binnenstad onder de aandacht brengen of bijdragen aan de discussie over de inrichting van de binnenstad, zoals met succes is aangetoond in de projecten van ZigZagCity.

Na de opening van het nieuwe station Rotterdam Centraal verzorgen wij, samen met de partners in het stationsgebied een op elkaar afgestemd centrumprogramma dat op een herkenbare manier bij het publiek onder de aandacht wordt gebracht. Het komt het succes ten goede als alle programmeringsbudgetten voor de openbare ruimte in het centrum via de jaarcyclus en de begroting van Rotterdam Festivals lopen. Door opname in onze cyclus en promotionele middelen kunnen losse initiatieven in competitie worden afgewogen, op elkaar worden afgestemd en als geheel worden gepromoot.

Evenementen voor de toekomst

Voor een vitaal evenementenklimaat is het van groot belang dat wij de komende jaren ruimte blijven bieden aan nieuwe evenementen. Dit kunnen eenmalige festivals zijn, of kansrijke initiatieven die we in de regel maximaal drie jaar de kans geven te groeien en tot volle wasdom te komen. Om die redenen bewaken wij dat minimaal 12,5% van ons budget wordt besteed aan deze evenementen voor de toekomst.

Bijzondere eenmalige evenementen

Naast het realiseren van een evenwichtig jaar-

programma, zet Rotterdam Festivals zich ook in om bijzondere, eenmalige projecten, in de tot stad tot stand te brengen. Dat doen we door ons gastvrij op te stellen naar initiatiefnemers van buiten de stad of door het samen met stedelijke partners ontwikkelen van voor de stad relevante evenementen. Financiering hiervoor is beschikbaar in het evenementenfonds van de stad.

Smaak

We hebben de ambitie om in 2013 een programma te realiseren rondom het thema Smaak. Daarbij willen we de Smaak van Rotterdam in alle facetten; onder andere cultureel, horeca, voedselindustrie en de rol van de haven, op een aantrekkelijk wijze tonen.

Jongerencultuur

Voor de jaren daarna zullen wij de kansen onderzoeken voor een manifestatie die de zogenaamde grootstedelijke mix in de spotlight zet. Steeds meer jongerenfestivals beperken zich niet tot één discipline, maar brengen verschillende stijlen, gericht op een eveneens gemengd, kosmopolitisch publiek; de zogenaamde grootstedelijke mix. De veelheid aan jongerencultuur uit zich met name in muziek, in dans en in de uitgaanscultuur. Wij zien dat als een voor de stad relevante en interessante kans om, vijf jaar na Your World, jongerencultuur opnieuw onder de aandacht te brengen.

Vrije ruimte

Om flexibel te kunnen opereren en in te springen op onverwachte kansen die zich voordoen of bedreigingen af te wenden zal bij de besluitvorming op 1 november minimaal € 100.000 vrijgehouden worden van het budget. In 2012 hebben wij vrijwel heel ons budget al voor de start van het jaar toegekend. Een éénmalige keuze die noodzakelijk was omdat wij de in 2012 opgelegde bezuinigingen pas door wilde geven aan structureel ondersteunde evenementen als ook de uitkomsten van de cultuurplandiscussie bekend zouden zijn.

Grote en kleine evenementen worden beoordeeld binnen het thema waarmee zij verbonden zijn. Binnen ieder van die thema's bestaat een ontwikkelingsrichting waaraan de evenementen dienen bij te dragen.

ROTTERDAM FESTIVALS DRAAGT BIJ AAN EEN STERKE EVENEMENTENSECTOR

Samen met Rotterdam Topsport, dat verantwoordelijk is voor de topsportevenementen, fungeert Rotterdam Festivals als stedelijke loket voor grote publieksevenementen.

Ondersteuning

Rotterdam Festivals, en Rotterdam Topsport voor de sportevenementen, zijn contractpartij en financieren, ondersteunen en begeleiden de evenementenorganisatoren.

Naast het eigen budget is er bij de gemeente Rotterdam een budget beschikbaar voor zeer grote, sector overstijgende, evenementen, het zogenaamde evenementenfonds van de stad. Beslissingen voor dit budget zijn toegewezen aan de directeur dienst Stedelijke Ontwikkeling, die dit doet op basis van advisering door Rotterdam Festivals of Rotterdam Topsport.

Stedelijke evenementenagenda

Rotterdam Festivals stelt een stedelijke evenementenagenda samen die evenwichtig is in tijd en ruimte. Wij beoordelen initiatieven op hun waarde voor het evenementenbeleid. In samenspraak met de organisatoren en de Directie Veiligheid zoeken wij vervolgens de beste locatie en datum voor een evenement. Naast de inhoudelijke beoordeling worden plannen getoetst aan de criteria die gelden voor de openbare orde en veiligheid. De burgemeester is hiervoor verantwoordelijk en bepaalt onder welke voorwaarden een evenement georganiseerd kan worden.

- De agenda coördinator signaleert vroegtijdig knelpunten in de agenda en lost die in goed onderling overleg op. Wij meten de waardering van stakeholders op dit punt via een jaarlijkse opinie peiling.
- Met de evenementen op de kalender bereiken tweederde van de Rotterdammers. Tweejaarlijks te meten via Vrijetijdsomnibus door het COS.

Evenementenkenniscentrum van de stad

Rotterdam Festivals verzamelt actief data over de Rotterdamse evenementen, over (inter) nationale trends en evenementenbeleid in vergelijkbare steden.

- De door ons ondersteunde evenementen leveren na afloop van het evenement gegevens aan over bezoekersaantallen, herkomst en leeftijdsverdeling. Wij streven er naar die gegevens vanaf 2013 te vragen aan alle evenementen en festivals die een plek op de evenementenagenda van Rotterdam Festivals hebben gekregen. Wij stellen voor dit als voorwaarde op te nemen bij de vergunningverlening.
- Via actieve participatie in het netwerk van de International Festival and Events Association (IFEA) blijven we op de hoogte van de laatste ontwikkelingen en vergroten we vakkennis en professionaliteit van Rotterdam Festivals medewerkers en de door ons ondersteunde partijen. Senior projectleiders bezoeken minimaal één keer per jaar een conferentie of leggen een werkbezoek af aan een met Rotterdam vergelijkbare stad.
- De bij Rotterdam Festivals aanwezige kennis is beschikbaar en wordt actief gedeeld met alle partijen in de Rotterdamse evenementensector. Wij organiseren minimaal twee kennisdelingsbijeenkomsten per jaar en verzenden zes BtoB nieuwsbrieven.
- **Gastheerschap.** Rotterdam Festivals heet organisatoren van buiten stad van harte welkom en helpt deze organisatoren verder in de stad. Deze hulp bestaat uit het wegwijs maken in Rotterdam, hulp bij praktische zaken als locatiekeuzes en vergunningentrajecten. Ondersteuning van de keuze voor juiste samenwerkingspartners en verbinding met partijen in de stad, zoals culturele en/of maatschappelijke instellingen en het bedrijfsleven. Ook levert Rotterdam Festivals voor deze evenementen en festivals een inhoudelijke en praktische ondersteuning in de marketing en communicatie.

De waardering van Rotterdam Festivals als kenniscentrum meten wij middels een jaarlijkse opinie peiling bij onze stakeholders

FINANCIËN

Overdracht evenementen op andere begrotingen

De gemeenteraad van Rotterdam heeft Rotterdam Festivals aangewezen als loket voor alle organisatoren buiten de sportsector. Dat heeft tot voordeel dat er door ons een samenhangend beleid kan worden gevoerd waarbij alle organisatoren door ons op dezelfde wijze worden beoordeeld en begeleid. Ook de tegenprestaties die de festivals aan de stad leveren kunnen op die manier op elkaar worden afgestemd, evenals de promotionele ondersteuning die wij de festivals bieden.

De praktijk heeft ook geleerd dat onze ervaring ons in staat stelt een beter onderhandelingsresultaat te boeken, problemen eerder te voorzien en evenementen dichter op het dna van de stad te binden.

Wij gaan er dan ook zonder meer van uit dat alle evenementen in de stad in de periode 2013-2016 onderdeel zullen zijn van ons pakket en begroting.

COLOFON

© Copyright Rotterdam Festivals, 2012

Fotografie cover: Bas Czerwinski
Tekstredactie: Rotterdam Festivals
Vormgeving: Oto9
Drukwerk: Multicopy

Niets uit deze uitgave mag verveelvoudigd
en/of openbaar gemaakt worden zonder
voorafgaande toestemming van Rotterdam
Festivals.

Rotterdam Festivals
Postbus 21362
3001 AJ Rotterdam
T (010) 433 25 11
F (010) 213 11 60
www.rotterdamfestivals.nl



rotterdam
festivals 