

Lelystad Evenementenstad

Ruim baan voor evenementen

Strategische visie evenementen Lelystad 2025-2028

Versie 3.0

29 augustus 2024

Inhoud

1. Inleiding	3
1.1 Waarom zijn evenementen belangrijk voor Lelystad	3
1.2 Waarom nieuw beleid	3
1.3 Totstandkoming evenementenbeleid	6
2. Waar staan we nu?	8
2.1 Terugblik Evenementenbeleid 2018-2021	8
2.2 Wat vindt Lelystad?	9
3. Visie en ambities	11
3.1 Visie - Ruim baan voor evenementen	11
3.2 Ambities evenementenbeleid	11
4. Doelen en aanpak	13
4.1 Doelen evenementenbeleid	13
4.2 Aanpak – hoe bereiken we de doelen?	15
4.2.1 Uitbreiden en versterken evenementenaanbod	15
4.2.2 Verbeteren evenementenklimaat	16
4.2.3 Stimuleren samenwerking	17
4.2.4 Integrale aanpak – bijdrage aan doelen van de stad	18
5. Financiën – hoe gaan we het betalen	19

1. Inleiding

1.1 Waarom zijn evenementen belangrijk voor Lelystad

De ambitie van Lelystad is om te groeien naar een aantrekkelijke, economisch sterke stad. Om een aantrekkelijke stad te zijn voor inwoners en ondernemers, is het belangrijk dat het voorzieningenaanbod op orde is of komt. Met Batavia Stad Fashion Outlet, en het Stadshart valt er genoeg te shoppen voor liefhebbers daarvan. Genieten van kunst en cultuur kan in het Agora Theater, De Kubus en Corneel (poppodium). Daarnaast zijn er ruimschoots horecagelegenheden te vinden in de stad. Lelystad is omringd door natuurgebieden en bossen zoals het Nationaal park Oostvaardersplassen. Met onder meer vier havens is Lelystad in trek bij watersporters en waterrecreanten. Evenementen zijn een onmisbare aanvulling voor een volledig en aantrekkelijk vrijetijdsaanbod: 'Lelystad Evenementenstad' is dan ook de ambitie die centraal staat in deze 'Strategische visie Evenementen Lelystad 2024-2028'.

Evenementen dragen bij aan meerdere doelen. In algemene zin zijn evenementen goed voor het economisch klimaat: ze brengen geld in het laatje van organisatoren, gemeente en ondernemers. Evenementen trekken bezoekers aan, zowel inwoners als mensen van buiten de stad. Ook zorgen ze voor een levendig en aantrekkelijk stadshart, waar mensen elkaar ontmoeten en zich thuis voelen. Bovendien dragen evenementen bij aan de zichtbaarheid, bekendheid en het imago van Lelystad en uiteraard trotse inwoners.

Meer gericht kunnen evenementen invulling geven aan de positie van Lelystad als kind- en jeugdvriendelijke stad en aan de thema's diversiteit en inclusiviteit.

Evenementen kunnen ook bijdragen aan beleidsdoelstellingen op het gebied van sport en cultuur. Zo kunnen sportieve evenementen mensen aanzetten tot bewegen. Culturele evenementen laten inwoners kunst, theater of muziek beleven op diverse binnen- en buitenlocaties. Omgekeerd dragen sport- en cultuur evenementen bij aan de ambitie 'Lelystad Evenementenstad'. Evenementen zijn ook heel geschikt om identiteit en imago van Lelystad te versterken en zo bij te dragen aan de citymarketingdoelen.

Kortom, de ambitie 'Lelystad Evenementenstad' is belangrijk om andere doelen en ambities te realiseren. Een goed gevulde evenementenkalender is een voorwaarde om evenementenstad te kunnen worden. Met evenementen voor jong en oud, verspreid over verschillende locaties en in alle seizoenen; dat maakt Lelystad aantrekkelijk om er te wonen, te bezoeken of om je bedrijf te vestigen.

Evenementen zorgen er zo mede voor dat Lelystad groeit naar meer inwoners en een aantrekkelijke evenementenstad wordt, een belangrijk doel uit het Raadsakkoord 2022-2026.

1.2 Waarom nieuw beleid

Herijking huidige evenementenbeleid

Het **Evenementenbeleid Lelystad 2018-2021 is toe aan actualisatie**. De ambitie uit het vorige beleid luidde: 'Lelystad wil met een evenwichtig evenementenaanbod haar imago en positie als bruisende evenementenstad versterken. En daarbij wil ze op een goede, snelle en efficiënte

manier vergunningen verlenen.’ Afgelopen periode zijn stappen in de goede richting gezet. Uit het participatietraject komt echter helder naar voren dat organisatoren, ondernemers en inwoners Lelystad nog allerm minst zien als bruisende evenementenstad. De ambitie blijft daarmee dus nog actueel en staat centraal in deze strategische visie op evenementen.

Landelijke ontwikkelingen evenementensector

Op het moment dat we deze nota schrijven is de evenementensector nog herstellende van de covid-19 pandemie. En terwijl veel organisatoren stevig hebben ingeteerd op hun weerstandsvermogen, worden ze geconfronteerd met een groot aantal nieuwe uitdagingen die deels door corona zijn versterkt. Zo hebben onder andere personeelskrapte en materiaaltekorten tot enorme prijsstijgingen geleid, waardoor veel organisatoren moeite hebben om de financiële eindjes aan elkaar te knopen. Uitdagingen worden groter door de teruggelopen inkomsten uit sponsoring en bestedingen van consumenten (bezoekers) die vanwege de hoge prijzen de hand op de knip houden. Uit cijfers van Onderzoeksbureau Respons blijkt dat bezoekersaantallen teruggelopen en dat bezoekers die wel komen minder besteden ‘aan de bar’.

Het nijpende tekort aan vrijwilligers is een (groot) probleem dat al langer in de sector speelt, maar door corona fors is versterkt. Veel vrijwilligers (van besturen en uitvoering) zijn tijdens/door corona afgehaakt. Daardoor haalt een groeiend aantal evenementen noodgedwongen de stekker eruit. Hoewel het in Lelystad nog steeds ‘lukt’ speelt het risico ook hier dat sommige evenementen directe gevolgen van het vrijwilligerstekort ervaart bij de haalbaarheid van een evenement.

Een geluid dat organisatoren steeds vaker laten horen, is dat zij vinden dat ze in toenemende mate zelf verantwoordelijk worden gehouden voor een veilig en ordelijk verloop van evenementen, vooral die in de openbare ruimte. Enerzijds komt dat door de terugtrekkende beweging van de diensten (vooral bij de politie) waardoor een organisator zelf (meer) beveiligers en verkeersregelaars moet regelen (en betalen). Anderzijds komt het doordat gemeenten de laatste jaren meer risicomijdend zijn geworden. Deze mindset is deels veroorzaakt door corona, toen het hele land bezig was met risicobeperking, maar is ook ingegeven door (veiligheids)incidenten op meerdere evenementen in de afgelopen jaren.

Veel organisatoren – met name vrijwilligersorganisaties- vinden het proces om een vergunning aan te vragen ingewikkeld en tijdrovend.

Duurzaamheid is een andere ontwikkeling die tot administratieve lastenverzwaring en kostenverhoging bij organisatoren heeft geleid. Door de nieuwe landelijke regels moeten organisatoren systemen gaan opzetten (en vaak zelf betalen) om plastic bekertjes te recyclen of te hergebruiken. Daarnaast stellen steeds meer gemeenten (ambitieuze) duurzaamheidsdoelen vast die o.a. het gebruik van (diesel)aggregaten verbieden of drastisch te reduceren. Ook worden organisatoren aangespoord om zoveel mogelijk lokale producenten in de hand te nemen om ook op die manier de CO₂ uitstoot te verminderen (minder vervoersbewegingen). Daar komen vanaf 2025 de nieuwe zero-emissieregels bij, waarbij bepaalde bedrijfsvoertuigen binnensteden niet meer binnen mogen komen.

Het toenemende ruimtegebrek met name in de openbare ruimte van stadscentra is eveneens een grote uitdaging voor de evenementensector. Door verdichting en vergroening is daar steeds minder ruimte voor (middelgrote en grote) evenementen die daardoor soms noodgedwongen uitwijken naar andere locaties in de stad. Meervoudig ruimtegebruik kan een oplossing zijn, door

de invoering van de omgevingswet worden gemeenten gedwongen om vanuit meerdere functies naar de openbare ruimte te kijken. De evenementenkalender en het evenementenbeleid zijn belangrijke instrumenten voor gemeenten geworden om de beschikbare ruimte te verdelen. Bij meer behoefte dan ruimte kan er een schaarste discussie ontstaan.

Door alles wat er speelt doen steeds meer organisatoren een **beroep op de (lokale) overheid** om op allerlei vlakken te helpen. Dit gebeurt ook in Lelystad: vooral niet commerciële organisatoren komen er niet meer uit en vragen de gemeente om bij te springen, zowel met ondersteuning (o.a. bij de vergunningsaanvraag) als met financiële middelen omdat men de begroting gewoonweg niet meer rond krijgt.

Aansluiting andere beleidsvelden

Met deze nieuwe ‘Strategische visie Evenementen Lelystad’ houden we de **aansluiting met andere beleidsdoelen** zoals die van cultuur, sport, diversiteit en op de doelen uit het gemeente brede Raadsakkoord.

Evenementen leveren een directe bijdrage aan Lelystads ambitie uit het **Raadsakkoord 2022-2026** en het **Koersdocument Lelystad 2040** om te groeien naar een aantrekkelijke, economisch sterke stad met 100.000 inwoners in 2040. Door onze positie als ‘Lelystad Evenementenstad’ te versterken, vergroten we de aantrekkelijkheid van de stad voor nieuwe en huidige inwoners. Ook kunnen evenementen Lelystads naamsbekendheid en aantrekkingskracht vergroten.

Ook het culturele voorzieningenniveau zal mee moeten groeien met de beoogde inwonersgroei. De **Beleidsvisie voor het cultuurbeleid 2024- 2030** beschrijft als een van de opgaven om ontmoeting met en deelname aan kunst en cultuur bij inwoners te stimuleren. Evenementen lenen zich uitstekend om dit te bewerkstelligen: laagdrempelige kunst- en cultuurevenementen in de wijken leiden tot culturele ontmoeting en versterken de betekenis van kunst en cultuur voor inwoners. Culturele evenementen van hoge kwaliteit met een bovenlokale uitstraling dragen bij aan Lelystads groeiambities: ze trekken bezoekers aan en geven Lelystad meer stedelijke allure. Dit soort evenementen ontbreekt momenteel in het aanbod.

Sportevenementen hebben een rol in het bereiken van gemeentelijke sportdoelstellingen: ze zetten inwoners aan tot meer bewegen of het uitproberen van nieuwe sporten. Dit sluit aan op het doel uit de **Sport- en beweegvisie Lelystad 2022-2030** om meer Lelystedelingen in beweging te krijgen. Lelystad wil jaarlijks een inspirerend sportevenement – voornamelijk gericht op jeugd en jongeren – toevoegen aan de evenementenkalender. Een dergelijk evenement helpt ook om de gewenste uitstraling van ‘vitale stad’ te verbeteren. Om het thema ‘vitale stad’ kracht bij te zetten, zet Lelystad ook in op een gezonde leefomgeving bij evenementen.

Binnen diverse beleidsvelden en in bijbehorende doelen komen de thema’s **inclusiviteit, diversiteit** en **sociale cohesie** naar voren. Uit het participatietraject voor deze strategische evenementenvisie blijkt dat stakeholders vinden dat evenementen bijdragen aan al deze thema’s: ze brengen mensen op een laagdrempelige manier samen. Dit zorgt ervoor dat inwoners zich thuis voelen en trots zijn op hun stad. Voorzieningen voor deze groep moeten dan op orde zijn. Vanzelfsprekend helpt het om specifieke evenementenaanbod voor deze groep een vaste plek op de evenementenkalender te geven.

Evenementen zijn daarnaast ook heel geschikt om **citymarketingdoelen** te bereiken, zoals het versterken van Lelystads aantrekkingskracht voor nieuwe inwoners en een grotere

naamsbekendheid. Een goed gevulde kalender geeft reuring en levendigheid en dat is belangrijk voor de positie van Lelystad als woon- en leefstad. Evenementen vormen bovendien een mooie aanvulling op het vrijetijdsaanbod voor de huidige Lelystedelingen en kunnen bijdragen aan een gevoel van trots op ‘hun’ stad.

De basis voor de citymarketing strategie is het **merkkompas**. Het merkkompas beschrijft wat voor stad Lelystad is en wil zijn. Nu en in de toekomst. Het is gebaseerd op wat Lelystad nu is met daarbij de ambitie naar wat voor stad we willen toegroeien. Het is heel belangrijk dat de iconische evenementen van Lelystad aansluiten bij de pijlers uit het merkkompas. Zodat de evenementen helpen bij het uitdragen van ons Verhaal. De evenementen zijn als het ware bewijsvoering van de keuze dat Lelystad een stad is die staat voor Gedurfd, Groei, Genieten.

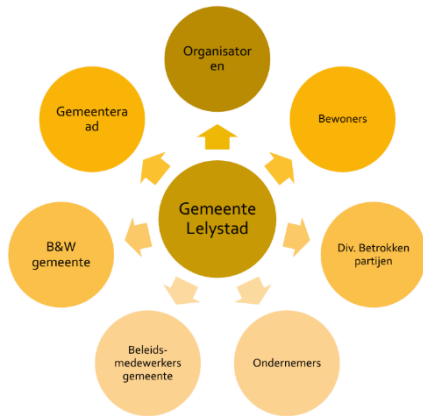
Als laatste spelen evenementen ook een belangrijke rol in het **Actieplan Stadshart**. Dit actieplan voorziet in een plan dat ertoe moet leiden dat het Stadshart voor de inwoners van Lelystad in de komende jaren weer het geliefde middelpunt van de stad wordt. Het Stadshart heeft daarbij een transitie door te maken van een place to buy naar place to be en wil haar ontmoetingsfunctie voor de Lelystedeling beter invullen. Evenementen spelen daar een belangrijke rol in. Ze zijn een krachtig middel om binding en trots te realiseren. Door middel van kleine en (middel)grote evenementen te organiseren die aansluiten bij verschillende doelgroepen is er het hele jaar door reuring die verbindend werkt en de aantrekkelijkheid van het centrum vergroot voor iedereen. Door afstemming met het Actieplan Stadshart beogen we de waarde van evenementen voor het Stadshart en daarmee de Lelystedeling te optimaliseren.

Relevante beleidskaders gemeente Lelystad

- Omgevingsvisie Lelystad 2040
- Raadsakkoord 2022-2026
- Koersdocument Lelystad 2040
- Beleidsvisie voor het cultuurbeleid 2024- 2030
- Sport- en bewegvisie Lelystad 2022-2030
- Citymarketingdoelen
- Actieplan Stadshart

1.3 Totstandkoming evenementenbeleid

Gestart is met een **analyse van het evenementenaanbod** in Lelystad. Hoeveel evenementen vinden er plaats in de stad, zijn dit grote of kleine evenementen? Wat zijn de bezoekersaantallen en welke typen evenementen onderscheiden we? Ook keken we naar de spreiding van evenementen door het jaar heen en of evenementen evenredig over de stad verspreid plaatsvinden. In hoofdstuk 2 wordt ingegaan op de uitkomsten van deze analyse en op de **evaluatie van het vorige evenementenbeleid**. In een **benchmark** met steden Purmerend, Almere en Rotterdam is Lelystad op relevante punten vergeleken om te kijken waar Lelystad nog verder in kan verbeteren of het juist al goed doet.



De gemeente Lelystad wilde van inwoners, evenementenorganisatoren, culturele instellingen en ondernemers weten hoe zij aankijken tegen evenementen in Lelystad. Hierbij is een uitgebreid **participatietraject** doorlopen. De opbrengst hiervan is verwerkt in deze nieuwe visie. Via enquêtes, sessies en interviews leverden organisatoren, ondernemers, culturele instellingen, inwoners en gemeentebestuur veel waardevolle inbreng voor hoe we de komende beleidsperiode inzetten om van Lelystad een evenementenstad te maken.

Het evenementenbeleid voor Lelystad bestaat uit deze **‘Strategische visie evenementen Lelystad’** en de **Beleidsregel ‘Vergunningverlening evenementen Lelystad’**.

Evenementen hebben een grote invloed op de leefomgeving en er is een grote betrokkenheid van omwonenden, de horeca en winkeliers. Hoe de gemeente Lelystad omgaat met evenementen is daarom vastgelegd in het evenementenbeleid. Jaarlijks terugkerende evenementen met zogenaamde ruimtelijke relevantie dienen op basis van actuele jurisprudentie echter ook in het bestemmingsplan te worden vastgelegd. Het paraplubestemmingsplan richt zich op de door de gemeente aangewezen evenemententerreinen en de grotere 'aandacht' of 'risico' evenementen die daar gehouden kunnen worden. Incidentele of kortdurende evenementen die gemeentebreed worden gehouden (zoals een straatfeest of barbecue) worden op basis van de APV geregeld. Deze zijn soms vergunningvrij, maar kunnen ook meldingsplichtig zijn of zelfs vergunningplichtig zijn. Meer informatie is te vinden in het Parapluplan Algemene regels evenemententerreinen Lelystad.

2. Waar staan we nu?

2.1 Terugblik Evenementenbeleid 2018-2021

Met het vorige evenementenbeleid had Lelystad al een duidelijke ambitie en twee heldere uitgangspunten: met een evenwichtig evenementenaanbod haar imago en positie als bruisende evenementenstad te versterken en daarbij op een goede, snelle en efficiënte manier vergunningen verlenen. In het evenementenbeleid hield de gemeente daarbij twee uitgangspunten voor ogen, namelijk:

- Lelystad is gastvrij
- Lelystad heeft veilige evenementen waarbij de leefbaarheid blijft gewaarborgd

Aan de hand van vijf punten is afgelopen beleidsperiode gewerkt aan de ambitie 'Lelystad Evenementenstad'. Ondernemers, organisatoren, inwoners, jongeren en culturele instellingen zien Lelystad echter nog niet zo.

Punten	Wat is bereikt?
1. Samen maken we het waar	Over de samenwerking met de gemeente is 60% van de organisatoren tevreden, over het proces 'subsidieverlening' is dit 80%. Er moet beter integraal afgestemd worden tussen gemeentelijke afdelingen cultuur, sport, vrijetijdseconomie. Men is tevreden over Stichting Evenementen Coördinatie Lelystad (ECL) als eerste aanspreekpunt. In vergelijking met de benchmarksteden Almere, Rotterdam en Purmerend doet Lelystad op onderdelen meer voor met name organisatoren van niet-commerciële evenementen. Organisatoren vinden het belangrijk dat de gemeente hen ook ondersteunt, met activiteiten zoals marketing/promotie of financieel. De subsidiebedragen liggen in Lelystad met € 2,14 lager dan in vergelijkbare (G50) gemeenten, het gemiddelde bedrag was in 2019 in deze gemeenten € 4,81.
2. Onderling vertrouwen	De gemeente streeft naar balans tussen bruisende initiatieven in de stad en de veiligheid. Onderling vertrouwen tussen gemeente en organisatoren is hierbij van belang. Dit vertrouwen blijkt er te zijn en organisatoren zijn tevreden over samenwerking met de gemeente.
3. Transparante aanvraagprocedure, waar mogelijk minder belastend	Organisatoren zijn niet zo tevreden met de huidige, omslachtige aanvraagprocedure vergunningen. Voorlichting, communicatie en goede informatie op de website kan helpen om het proces minder belastend te maken. Lelystad heeft vrij veel vergunningsvrije evenementen (waar een melding volstaat), Hiermee heeft Lelystad al maatregelen genomen om de regeldruk voor organisatoren te verminderen. Hier wordt verder op ingegaan in de beleidsregel vergunningverlening evenementen.
4. Faciliteren door aanwijzen evenementenlocaties	Evenementen vinden verspreid plaats op de daartoe aangewezen of incidentele locaties. In principe kunnen in Lelystad op elke locatie evenementen worden gehouden. Evenementen waar vaker evenementen plaatsvinden zijn opgenomen in het paraplubestemmingsplan evenementenlocaties (Meent, Agorahof, Stadhuisplein). Er zijn echter meer en beter geschikte

	evenementenlocaties nodig. Stakeholders zien o.a. Woldpark en het Luchthavengebied als potentiële locaties om (meer) evenementen te organiseren. Organisatoren noemden Bataviakwartier het meest als plek om geschikt te maken voor grote evenementen.
5. Goede communicatie	Dit punt gaat vooral over gemeentelijke communicatie van evenementen die plaats (gaan) vinden in Lelystad. Dit wordt uitgevoerd, er zijn geen concrete doelen aan verbonden. De gemeente communiceert via gemeentelijke publicaties van meldingen en vergunningen, ter inzagelegging van vergunningen en bewonersbrieven.

2.2 Wat vindt Lelystad?

De gemeente Lelystad wilde van inwoners en jongeren, evenementenorganisatoren, culturele instellingen en ondernemers weten hoe zij aankijken tegen evenementen in Lelystad. Hoe ervaren zij het ‘evenementenklimaat’ in de stad? Is het evenementenaanbod voldoende in aantal en kwaliteit? Missen er evenementen en zo ja voor welke doelgroep? Hoe kunnen we beter samenwerken? Met behulp van enquêtes, groepssessies en interviews is informatie opgehaald. De opbrengst van dit participatietraject is verwerkt in deze nieuwe visie.

Evenementenaanbod: meer evenementen, meer kwaliteit, meer voor jongeren

Kortgezegd mag het **evenementenaanbod wel wat ruimer**, kwalitatiever en voor meer doelgroepen geschikt. Dat vinden zowel inwoners, als organisatoren en andere stakeholders. De benchmark met steden Almere, Purmerend en Rotterdam toont ook aan dat in Lelystad minder evenementen plaatsvinden dan in deze andere steden. Het aantrekken van evenementen van buiten Lelystad zien stakeholders als kans om het aanbod van met name grote vaste evenementen te vergroten en de kalender aan te vullen met goede concepten van professionele organisatoren. Wat ontbreekt zijn evenementen voor jongeren, zoals muziek-evenementen en een festival. Ook markten, theaterfestivals, foodfestivals, sportevenementen, multiculturele evenementen en de kermis worden gemist.

Er moet meer aandacht zijn voor verbetering en behoud van de **kwaliteit** van het bestaande aanbod. Er moet dan ook ingezet worden op ‘eigen kweek’ om Lelystadse evenementen op te zetten, maar ook om de huidige een kwaliteitsimpuls te geven. Dit vinden met name organisatoren. Ook evenementen van buiten Lelystad aantrekken zorgt voor een meer gevulde evenementenkalender: er kunnen zo snel grotere evenementen met stadse uitstraling naar buiten aan het aanbod worden toegevoegd.

Het huidige aanbod richt zich met name op eigen inwoners. Een beperkt aantal evenementen zoals de Nationale Oldtimerdag, Hiswa te Water en Uitgast trekken ook veel bezoekers van buiten de gemeente. Culturele instellingen en ondernemers vinden dat de **doelgroepen jongeren**, bezoekers/toeristen en senioren (65+) het minst worden bereikt met het huidige evenementenaanbod. In de sessies werd nadrukkelijk aangegeven dat er evenementen van buiten naar Lelystad moeten worden gehaald, om daarmee het aanbod voor bovengenoemde doelgroepen te versterken.

Evenementen zorgen voor levendigheid en bekendheid

Jordaan in de Polder, Nationale Oldtimerdag, LelySTART en de Hiswa te Water zijn de evenementen die het best passen bij Lelystad. Hoewel deze evenementen niet uniek zijn voor Lelystad en/of passen bij de identiteit, vallen ze goed in de smaak. Om Lelystad als Evenementenstad te positioneren, vinden stakeholders dat ook niet per se nodig: evenementen moeten vooral bijdragen aan een **levendig stadshart** een aan de **aantrekkelijkheid en bekendheid** van Lelystad. Dat is ook belangrijk voor de groeiambitie naar een gemeente met tenminste 100.000 inwoners.

Ruimte voor evenementen nodig

Het ontbreekt het Lelystad aan een groot evenemententerrein met goede voorzieningen. Dit is nodig om grote organisatoren te faciliteren en zodoende de evenementenkalender kwalitatief te versterken. Organisatoren noemen vaak het Bataviakwartier als locatie om een groot evenemententerrein in te richten. Respondenten zien ook graag meer (ruimte voor) evenementen op het Stadhuisplein en op en rond het Agorahof. Ook het Woldpark en het Luchthavengebied worden genoemd als mogelijke locaties voor meer en/of nieuwe evenementen (vooral voor festivals). Bewoners willen ook graag meer evenementen in de wijken om zo het aantal evenementen op de kalender te laten groeien. Organisatoren en niet-organisatoren zijn overwegend positief over de spreiding van evenementen over het jaar. Bewoners willen wel graag meer reuring in de zomermaanden.

Evenementenklimaat: meer samenwerking en ondersteuning

De samenwerking tussen organisatoren, ondernemers en (culturele) instellingen onderling kan beter, met name de organisatoren zijn hier ontevreden over. Organisatoren zijn wel te spreken over de samenwerking met Stichting Evenementen Coördinatie Lelystad (ECL) als eerste aanspreekpunt. Om de samenwerking in de stad te bevorderen, moet de gemeente een faciliterende rol innemen door netwerk- of kennissessies te organiseren. Van de gemeente zelf wensen organisatoren meer financiële ondersteuning (subsidie). Ook is hulp met marketing/promotieactiviteiten welkom.

3. Visie en ambities

3.1 Visie - Ruim baan voor evenementen

De roep om een ruim, voor meerdere doelgroepen geschikt evenementenaanbod is luid en duidelijk: de stad wil levendiger zijn, er zijn sportieve en culturele ambities, we willen onze diversiteit aan inwoners en bezoekers samenbrengen en ons positioneren als jeugd- en kindvriendelijke stad waar inclusiviteit vanzelfsprekend is. De overkoepelende ambitie 'Lelystad Evenementenstad' is dan ook ruim ingestoken. In deze strategische visie op evenementen wordt bepaald waar de focus ligt en aan welke ambities en doelen we de komende beleidsperiode werken om evenementenstad te worden. Hierbij houden we de volgende visie steeds voor ogen:

Visie 'Lelystad Evenementenstad – ruim baan voor evenementen'

“Lelystad is in 2028 een bruisende evenementenstad. De evenementenkalender is het hele jaar door goed gevuld met een mix van evenementen van eigen ‘Lelystadse’ bodem en grotere evenementen van buitenaf. Deze combinatie geeft Lelystad de stadse uitstraling die past bij de groeiende stad. Het evenementenaanbod - geschikt voor jong en oud - maakt Lelystad levendig en daardoor aantrekkelijk voor nieuwe inwoners en bedrijvigheid. Dat organisatoren gastvrij onthaald worden, spreekt voor zich: de gemeente biedt ruimte en faciliteert, zodat organisatoren zo optimaal mogelijk mooie evenementen voor Lelystad kunnen maken.”

3.2 Ambities evenementenbeleid

Op basis van de opbrengst vanuit de participatie met de stad, de visie 'Lelystad Evenementenstad' wordt ingezet op 4 ambities waar we deze beleidsperiode naar toe werken en omzetten in doelen. Hoe dit aangepakt wordt, staat in hoofdstuk 4. De ambities zijn:

Ambitie 1: Lelystad Evenementenstad

De evenementenkalender is het hele jaar door goed gevuld, met grote en kleinere evenementen. Evenementen vinden plaats in het centrum en - met name zomers - ook in de wijken, dicht bij de inwoners. Vaste waarden die we terug willen zien op de evenementenkalender zijn: culturele evenement(en) van hoge kwaliteit met bovenlokale uitstraling, evenementen voor jongeren, een gratis toegankelijk muzikaal feest voor inwoners, de kermis komt weer terug en er vinden leuke evenementen tijdens Oud & Nieuw plaats. Lelystad staat ook open voor (thema)markten zoals een markt met streekproducten, een brocante- of plantjesmarkt, theaterfestivals, foodfestivals, sportevenementen en multiculturele evenementen.

Ambitie 2: Ruimte voor evenementen

Om bij te kunnen dragen aan een Levendig Stadshart (zie ambitie 4) is er meer ruimte nodig in het centrum. Ook liggen er kansen in het Bataviakwartier, tijdens de participatie bleek ook dat organisatoren daar graag meer willen doen. Het ontbreekt Lelystad aan een grote festivallocatie voor tenminste 5.000 bezoekers buiten het centrum. Met name vanuit de metropoolregio zoeken organisatoren steeds vaker een (festival)locatie voor hun evenement als alternatief voor

Amsterdam dat niet meer festivals kan plaatsen. Maar ook huidige organisatoren missen een groot evenemententerrein met voorzieningen. Om evenementenstad te worden is het geschikt maken van bestaande locaties en het realiseren van nieuwe locaties een voorwaarde.

Ambitie 3: Gastvrij voor organisatoren en bezoekers

Organisatoren ervaren zo min mogelijk drempels wanneer zij in Lelystad een evenement organiseren. De gemeente ondersteunt organisatoren met kennis, netwerk en in een aantal gevallen ook met subsidie. Evenementen Coördinatie Lelystad (ECL) en de Accountmanager Evenementen zijn daarvoor de schakel tussen organisatoren en gemeente.

Evenementbezoekers, veelal de Lelystedelingen zelf, weten wat er te doen is in de stad. Ze zijn goed op de hoogte van wat er plaatsvindt en worden gastvrij ontvangen. Evenementen zijn veilig te bezoeken en organisatoren besteden meer aandacht aan het toegankelijker maken van evenementen voor mensen met een fysieke, zintuigelijke, psychische, verstandelijke en/of hoog sensitieve beperking.

Ambitie 4: Levendig stadshart – altijd iets te doen

In het levendige Stadshart tref je elkaar, want er is altijd wel iets te doen. Culturele instellingen, organisatoren en horecaondernemers en winkeliers weten elkaar te vinden en werken samen aan een jaarprogramma met kleine en grotere activiteiten en evenementen. In het kloppend hart van de stad winkel je, geniet je van culturele optredens, je moedigt je burens aan op een sportief evenement, strijkt neer op een terras, of ontdekt nieuwe smaken tijdens een multiculturele foodmarkt. Kortom, er is reuring in het Stadshart op pleinen en straten door buitenevenementen. Zo ‘klopt’ het Stadshart niet alleen achter de winkelpuien en horecagevels maar in het hele centrum. Dit is de geliefde plek en het kloppend hart waar Lelystedelingen en bezoekers graag samenkomen en zich thuis voelen.

De visie en ambities zijn in hoofdstuk 4 uitgewerkt in (concrete) doelen met aanpak.

4. Doelen en aanpak

Welke stappen zetten we deze beleidsperiode om te werken aan onze positie als Evenementenstad? In dit hoofdstuk worden de visie en ambities vertaald in doelen voorzien van een puntsgewijze de aanpak om de doelen te bereiken. Er wordt zoveel mogelijk aangesloten op andere gemeentelijk beleidsdoelen, zoals die uit het Raadsakkoord, het Beleidsplan Cultuur, de Sport- en Beweegvisie en de gemeentelijke doelen op het vlak van diversiteit en inclusie.

4.1 Doelen evenementenbeleid

Doel: Uitbreiden en versterken van het evenementenaanbod

- De evenementenkalender is het hele jaar door gevuld met kleine en grote evenementen en activiteiten.
- Op de kalender staan evenementen voor alle doelgroepen (demografisch en leefstijlen: voor kinderen, jongeren, gezinnen en senioren (65+). Voor Plezierzoekers en Stijlzoekers.
- Bestaande evenementen bieden hun evenementenbezoekers kwaliteit in organisatie, programma en uitstraling;
- De huidige kalender wordt aangevuld met nieuw vast aanbod evenementen, zoals muziek- en foodfestivals en kermis;
- We gaan pro-actief op zoek naar evenementen van buiten die een aanvulling zijn op het bestaande aanbod en de doelgroepen jongeren, bezoekers/toeristen en senioren bedienen. Ook kijken we naar de leefstijlgroepen die we momenteel nog niet of onvoldoende bedienen;
- Kwalitatieve evenementen zijn ook duurzame evenementen. We streven naar evenementen die zuinig zijn met energie en water en die minder afval produceren. Ook streven we er naar om vervoersbewegingen te verminderen en promoten fiets- en OV-gebruik boven de auto. Ook propageren we dat organisatoren zoveel mogelijk gebruik van lokale aanbieders voor o.a. publiekscatering. Tevens moet het aanbod onze ambities ten aanzien van een gezonde leefstijl ondersteunen.
- Inwoners, (culturele) instellingen, ondernemers en organisatoren zien Lelystad als Evenementenstad;
- Het evenementenaanbod is breed bekend bij bewoners en bezoekers, onder meer via visitlelystad.nl;

Doel: Verbeteren van het evenementenklimaat

- Ruimte voor evenementen: het realiseren een evenementenlocatie die geschikt is voor evenementen tot 5.000 bezoekers in het stadscentrum. Het gebied rond het Agorahof is daarvoor in beeld.
- Ook op andere locaties in en rond het stadscentrum moeten meer evenementen en activiteiten kunnen plaatsvinden. Daarom zorgen we voor voldoende ruimte in de locatieprofielen en waar nodig voor aanvullende voorzieningen van o.a. het Agorahof, Woldpark en Stadhuisplein. Daarmee komt Lelystad ook in beeld om o.a. de rondreizende foodtruckfestivals naar Lelystad te kunnen halen.

- We realiseren een (groene) festivallocatie buiten het centrum voor evenementen van 5.000 bezoekers of meer. Het gebied rond de Luchthaven is hiervoor in beeld. Daarmee wordt tegemoet gekomen aan de vraag vanuit de metropoolregio Amsterdam en voegen we zo voor Lelystad interessante evenementen toe aan de kalender;
- Voor het verbeteren van het evenementenklimaat is een duidelijke positionering van het team evenementen (ECL en Accountmanager Evenementen) belangrijk. Het team evenementen van Lelystad is daarvoor in de lead, deze personen zijn de schakel tussen organisatoren en de gemeente. Het team evenementen is gezamenlijk met de afdeling vergunningen aanspreekpunt, linking-pin, verwijzer, en soms ook de 'smeerolie' tussen de backoffice van de gemeente en de organisatoren.
- Het doel van dit 'team evenementen' is onder meer om organisatoren en de ambtelijke diensten te helpen (nog) beter samen te werken in het proces van vergunningsaanvragen en daarin een integrale afweging te maken. Uiteindelijk moet dit leiden tot een soepelere gang van zaken voor organisatoren. Die we daarmee beter faciliteren om mooie evenementen voor Lelystad te organiseren.

Doel: Meer samenwerking in de stad

- De gemeente heeft en deelt kennis en data over evenementen, doelgroepen, locaties ter ondersteuning van evenementorganisatoren;
- Organisatoren, (culturele) instellingen, horeca- en retailondernemers weten elkaar te vinden en werken samen;
- Vanuit team evenementen wordt ook de samenwerking tussen organisatoren, retail & horeca en ondernemers gestimuleerd. We zorgen tevens voor ontmoeting en creëren een netwerk met en tussen organisatoren, culturele- en sportieve instellingen en ondernemers met de gemeente.
- Evenementen zijn veilig te bezoeken en goed toegankelijk ook voor mensen met een fysieke, zintuigelijke, psychische, verstandelijke en/of hoog sensitieve beperking.

Doel: Integrale aanpak - evenementen dragen bij aan gemeentelijke doelen

- Het *Levendig Stadshart* heeft een jaarprogramma met evenementen en activiteiten. Om dit te realiseren stelt de gemeente binnen de huidige formatie een aanjager aan;
- Het *Levendig Stadshart* biedt plek aan evenementen en activiteiten op haar pleinen en in straten: dit is het culturele hart van de stad en er is ruimte voor sport en spel. Dit sluit aan op het *Actieplan Stadshart*;
- De naamsbekendheid en positieve aantrekkingskracht van Lelystad wordt vergroot door jaarlijks terugkerende, grote evenementen aan te trekken, dit is ondersteunend aan de citymarketing van Lelystad en is een van de ambities uit het *Raadsakkoord*;
- In aansluiting op het *Beleidsvisie Cultuur 2024-2030* komt er een onderscheidend cultureel evenement van hoge kwaliteit met bovenlokale uitstraling in Lelystad. Dit evenement is beeldbepalend en sluit aan op de pijlers uit het merkkompas;

- Er worden sportieve evenementen toegevoegd aan de kalender, waaronder een jaarlijks terugkerend sportevenement gericht op jeugd en jongeren. Dit is een doel uit de *Sport en Beweegvisie 2023-2030*;
- We stimuleren organisatoren om hun evenementen in een gezonde leefomgeving te laten plaatsvinden en daarmee gezond gedrag door evenementenbezoekers te stimuleren.

4.2 Aanpak – hoe bereiken we de doelen?

In het stappenplan zetten we uiteen hoe we onze doelen willen bereiken. Als gemeente nemen we daarin een actieve en regisserende rol en werken samen met organisatoren en andere belanghebbenden. Samen werken we aan de realisatie van de doelen van het nieuwe evenementenbeleid:

	<i>Ambitie 1: Lelystad Evenementenstad</i>
	<i>Ambitie 2: Ruimte voor evenementen</i>
	<i>Ambitie 3: Gastvrij voor organisatoren en bezoekers</i>
	<i>Ambitie 4: Levendig stadshart – altijd iets te doen</i>

4.2.1 Uitbreiden en versterken evenementenaanbod

Versterking en behoud kwaliteit bestaande evenementen

We willen ons huidige evenementenaanbod kwalitatief verbeteren op de gebieden overall organisatie, programmering, duurzaamheid, gezonde leefstijl, uitstraling en promotie. We scherpen onze beoordelingscriteria op deze aspecten bij subsidieverstreking verder aan en vragen organisatoren om ontwikkelingsplannen op te stellen. Om evenementen ook inhoudelijk te kunnen versterken is meer budget nodig, daarom verhogen we ons subsidiebudget in de komende beleidsperiode. De gemeente wil ook meer doen op het gebied van o.a. onderzoek, marketing/promotie en kennisdeling met organisatoren.

Vanuit de gemeente krijgen organisatoren ondersteuning met de vermelding van hun evenementen op **visitlelystad.nl**. Daarnaast worden bepaalde evenementen meegenomen in specifieke campagnes die vanuit visitlelystad.nl worden opgezet. De gemeente deelt **kennis en data** over evenementen met organisatoren en zaken die te maken hebben met het organiseren van een evenement zoals wet- en regelgeving, toegankelijkheid, veiligheid of duurzaamheid. Daarvoor worden kennissessies georganiseerd en informatie gedeeld via o.a. nieuwsbrieven en de website.



Diversiteit & inclusiviteit, duurzaamheid & gezondheid

De gemeente vraagt organisatoren om in hun plannen aan te geven hoe ze omgaan met **toegankelijkheid, diversiteit, inclusie, duurzaamheid en gezondheid**. Als gemeente leggen we onze ambities op deze terreinen op het evenementenbeleid en geven aan waar we samen met organisatoren stappen kunnen zetten.

Voor een gezonde leefomgeving bij evenementen stimuleren we dat organisatoren gezond voedsel en ook alcoholvrije consumpties aanbieden, een niet roken beleid hanteren en gratis drinkwater of tappunten beschikbaar stellen.

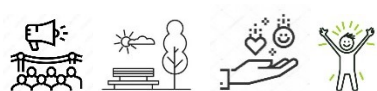


Aanvullen evenementenkalender met passende evenementen

Er moeten meer evenementen op de kalender van Lelystad zo bleek uit het participatietraject. Ook blijkt dat nog niet alle doelgroepen voldoende aan hun trekken komen. Zo voegen we voor de doelgroepen jeugd en jongeren de kermis en een Oud & Nieuw-evenement toe aan de kalender. Om met onze evenementen goed in te spelen op de behoeften van doelgroepen is het belangrijk om niet alleen naar demografische kenmerken en herkomst te kijken, maar ook naar **leefstijlkenmerken** (BSR model). We gaan onderzoeken bij welke doelgroepen het huidige aanbod op dit moment het beste aansluit. Voor alle leefstijlen moet er tenminste één evenement in Lelystad zijn dat ze graag willen bezoeken.

In samenspraak met de afdelingen cultuur wordt gezocht naar een geschikte organisator voor het **nieuwe culturele evenement met bovenregionale uitstraling** dat tevens aansluit op de pijlers uit het merkkompas. Dit initiatief wordt ondersteund met een ontwikkelsubsidie.

We gaan proactief op zoek naar **evenementen van buiten Lelystad** die een gewenste aanvulling zijn op ons evenementenaanbod. Ook wil Lelystad graag voldoen aan de vraag vanuit de metropoolregio Amsterdam om buitenevenementen vanaf 5.000 bezoekers te hosten. Uiteraard moet het dan wel bij Lelystad passende evenementen zijn.



4.2.2 Verbeteren evenementenklimaat

Verbetering risicogerichte beoordeling vergunningen

Lelystad wil gastvrij zijn voor organisatoren en daarom een goed 'evenementenklimaat' scheppen. Tegelijkertijd moeten evenementen veilig kunnen plaatsvinden en daarom zijn er regels en worden er eisen gesteld in het vergunningsproces. Op de vergunningaanvragen wordt risicogericht geadviseerd. Dit houdt in dat het advies gebaseerd is op de benodigde maatregelen op grond van een reëel beeld van risico's op het evenement. De aanwezigheid van het risico is daarbij leidend en niet de aanwezigheid van de regel. Dit vergt steeds maatwerk omdat geen een

evenement hetzelfde is en situaties per jaar weer anders kunnen zijn. Het verbeteren van het risicogericht beoordelen van vergunningaanvragen is daarom een continu proces samen met organisatoren en andere betrokken partijen.



Realiseren nieuwe evenemententerreinen

We gaan twee nieuwe evenemententerreinen realiseren die geschikt zijn voor 5.000 personen of meer: een vast terrein in het stadshart en een vast terrein buiten het stadshart. Voor het stadshart wordt het gebied rondom het Agorahof onderzocht als centrumlocatie voor evenementen voor 5.000 bezoekers of meer. Daarnaast komen locaties als Woldpark en het Bataviakwartier ook in aanmerking als 5.000+ - locaties. Voor het realiseren van nieuwe evenemententerreinen is eenmalig budget nodig voor o.a. het aanbrengen van voorzieningen en onderzoek naar de ondergrond.



4.2.3 Stimuleren samenwerking

Duidelijkheid & transparantie

Samenwerking tussen organisatoren onderling en tussen organisatoren en ondernemers kan beter, net als de samenwerking van de gemeente met partijen. Ontmoeting en communicatie is de sleutel, zo gaven partijen aan in het participatietraject. De gemeente neemt hierin de regie. Team evenementen is het eerste aanspreekpunt voor organisatoren en fungeert als **schakel tussen organisatoren en gemeente**.



Ontmoeting & kennisdeling

Twee keer per jaar een **kennis- en netwerkbijeenkomst** georganiseerd door de gemeente en ECL: één keer voor organisatoren en één keer voor organisatoren, culturele- en sportieve instellingen, ondernemers en de gemeente.



Informatie & promotie

Intensievere **communicatie over evenementen** via visitlelystad.nl: organisatoren delen informatie over hun evenementen en via visitlelystad.nl worden evenementen op zoveel mogelijk

plekken gecommuniceerd. Organisatoren, ondernemers en inwoners zijn goed op de hoogte van de geplande activiteiten waardoor afstemming en samenwerking verbetert.



4.2.4 Integrale aanpak – bijdrage aan doelen van de stad

Jaarprogramma Stadshart

Met partijen in het centrum wordt een jaarprogramma ontwikkeld met **evenementen en activiteiten in het Stadshart**. De gemeente stelt hiervoor samen met de ondernemers een aanjager aan, bijvoorbeeld iemand vanuit de ondernemersvereniging.



Ambtelijk evenementenoverleg

Evenementen dragen bij aan beleidsdoelen van onder meer sport, economie, cultuur, inclusiviteit, jeugd en aan de ambities uit het Raadsakkoord. Integrale afstemming binnen de gemeente over evenementen - van subsidiering tot vergunning - is dan ook een must. De gemeente richt een proces in om komende evenementen **ambtelijk gemeente breed te bespreken**.



Bijdragen aan marketing van Lelystad

De komende beleidsperiode wordt in een apart traject onderzocht welke **marketingpijlers en -doelgroepen** we hanteren opdat evenementen hierop in kunnen spelen en het stadsmerk Lelystad versterken.



	Ambities			
				
Aanpak: Uitbreiden en versterken evenementenaanbod	X		X	
Versterking en behoud kwaliteit bestaande evenementen	X		X	
Diversiteit & inclusiviteit, duurzaamheid & gezondheid	X	X	X	X
Aanvullen evenementenkalender met passende evenementen				
Aanpak: Verbeteren evenementenklimaat	X		X	
Meer risicogericht en minder regelgericht	X	X	X	
Realiseren nieuwe evenemententerreinen				
Aanpak: Stimuleren samenwerking	X		X	
Duidelijkheid & transparantie	X		X	
Ontmoeting & kennisdeling	X		X	X
Informatie & promotie				
Aanpak: Integrale aanpak – bijdrage aan doelen van de stad	X	X		X
Jaarprogramma Stadshart	X	X	X	X
Ambtelijk evenementenoverleg	X			X
Bijdragen aan marketing van Lelystad				

5. Financiën – hoe gaan we het betalen

De financiële druk van organisatoren op de gemeente om meer te doen, zowel financieel als facilitair zal de komende jaren naar verwachting toenemen. Een groeiend aantal evenementen, met name de vrij toegankelijke evenementen, komen niet meer uit de kosten en vragen de gemeente om bij te springen, zowel met meer subsidiegeld als met faciliteiten (o.a. hekken, stroom, schoonmaken), mensuren (hulpvragen) en beveiliging. Al eerder constateerden we dat er ook druk zit op andere financieringsbronnen, zoals horeca-inkomsten en sponsoring. De verwachting is bovendien dat er vanuit het Rijk niet meer middelen komen, eerder (fors) minder.

Om een toekomstbestendig Lelystads evenementenaanbod te kunnen garanderen is daarom meer geld nodig voor verhoging van het subsidiebudget. Meer budget is ook nodig om de ambities zoals verwoord in deze beleidsvisie waar te kunnen maken. Zo is voor het naar Lelystad halen van nieuwe evenementen extra budget nodig.

Het impulsbudget dat is vrijgegeven door de gemeenteraad biedt weliswaar een goede kans om onze ambities voor de komende jaren 2024 en 2025 een extra stimulans te geven. Echter een deel van dit budget is nodig om ons huidige aanbod overeind te houden, aangezien het bestaande budget nu onvoldoende is. Naast het evenementenbudget zijn er ook andere budgetten die bijdragen aan het evenementenaanbod in Lelystad, maar deze zijn vaak incidenteel en hebben primair een eigen beleidsdoel.