


Rotterdam Festivals



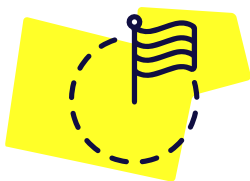
Criteria voor aanvragen
financiële ondersteuning

Wat mooi dat je een evenement wilt organiseren in de stad! Via Rotterdam Festivals kun je een financiële bijdrage aanvragen. Bekijk of en hoe je in aanmerking komt.

Voor wat voor soort evenement kun je een financiële bijdrage aanvragen bij Rotterdam Festivals?

Publieksevenement	→ Ja	Je evenement is publiek toegankelijk voor een culturele beleving en het wordt gehouden binnen een afgebakende plek en tijd.
Herdenking	→ Nee	rotterdam.nl/subsidie-samenleven-aanvragen 
Politieke bijeenkomst	→ Nee	
Religieuze bijeenkomst	→ Nee	
Lokaal evenement met minder dan 250 bezoekers, gericht op wijk of buurt	→ Nee	Richt je tot Cultuur Concreet of Gemeente Rotterdam.
Sportevenement	→ Nee	Richt je tot Rotterdam Topsport, Sportbedrijf Rotterdam of de Gemeente Rotterdam.
Event van cultuurplaninstelling of met andere (meerjarige) financiële bijdrage van de gemeente Rotterdam	→ Nee	Tenzij je duidelijk maakt voor welk specifieke doel je bij ons een aanvullende bijdrage aanvraagt.

Wat zijn de algemene eisen?



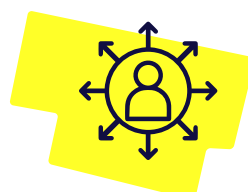
Binnen Rotterdam

Je activiteit vindt plaats binnen onze gemeentegrenzen.



Meer dan 250 live bezoekers

Je trekt meer dan 250 live bezoekers. Je activiteit is gericht op bezoekers, niet op deelnemers. Het verschil? Deelnemers doen mee aan een activiteit. Denk bijvoorbeeld aan schaatsen op een schaatsbaan. Bezoekers zijn toeschouwers van een evenement.



Bovenlokale/ stedelijke/ nationale/ internationale impact

Je trekt bezoekers uit de wijde omtrek, uit de hele stad, uit het land of zelfs daarbuiten.



Cultureel programma

Je evenement of activiteit heeft in de kern een cultureel programma.

Waarop beoordelen wij je aanvraag?

1. Je hebt een goed plan

De kwaliteit van de programmering sluit aan bij de ambities van het evenement. Leg in je plan uit wat je wilt organiseren, waar, wanneer en waarom. Beschrijf ook je trackrecord als organisator of motivatie als startende organisator, je samenwerking met andere partijen en hoe je het plan gaat uitvoeren. Hiervoor kunnen we referenties opvragen. Daarnaast ga je in je plan op de volgende punten:

2. Je evenement past bij de identiteit van Rotterdam

Rotterdam Festivals ondersteunt en promoot festival- en cultuuraanbod dat past bij de identiteit van onze unieke stad: rauw, internationaal en ondernemend. Je activiteit sluit aan bij die identiteit.

Dat betekent dat je met je evenement grenzen wilt verleggen. Door de experimenteren, door anders dan anders te zijn, door voorop te willen lopen, door op zoek te gaan naar plekken die nog niet af zijn, waar ruimte is om iets op te bouwen en toe te voegen. Je laat zien dat je een koploper bent. En je laat zien hoe je evenement verbonden is met Rotterdam. Zo zorgen we voor een cultuur- en festivalaanbod dat past bij onze unieke stad en haar inwoners.

3. Je activiteit past bij een thema van Rotterdam Festivals

Rotterdam Festivals heeft thema's bedacht die passen bij de identiteit van de stad. Met je activiteit kun je aansluiten bij die thema's.

- Een van de thema's is de **Rotterdamse haven**, die niet alleen staat voor het internationale karakter en de ondernemersgeest, maar ook voor vernieuwing en de innovaties op het gebied van de energietransitie.
- Rotterdam staat bekend om haar moderne en toonaangevende moderne architectuur. Die architectuur biedt perfecte aanknopingspunten voor een cultureel evenement. Rotterdammers en mensen daarbuiten worden betrokken bij de stedelijke ontwikkeling van Rotterdam en alle transitie en uitdagingen die daarbij horen.
- De Rotterdamse **street culture** verdient een podium. In de street culture draait het om het experiment, de vernieuwing, de diversiteit en de spannende ontmoeting tussen verschillende stijlen en stromingen.

4. Je evenement bereikt belangrijke doelgroepen

Het **Culturele Doelgroepenmodel** [↗](#) is voor Rotterdam Festivals een belangrijke tool om het collectieve bereik van cultuur in onze stad in kaart te brengen. Het model telt elf verschillende doelgroepen, verdeeld in drie hoofdgroepen. De hoofdgroep Licht maakt het minst gebruik van het culturele aanbod in de stad. Activiteiten speciaal voor die doelgroep hebben een streepje voor.

5. Je hebt een slim communicatieplan om je doelgroepen te bereiken

In je marketing- en communicatieplan beschrijf je hoe je je doelgroepen gaat bereiken. En hoe je het gewenste publieksbereik realiseert. Ook geef je aan hoe je de media gaat bereiken. En wat je online doet. In je plan stel je minimaal twee concrete en meetbare doelen, met onderbouwing.

6. Je stimuleert verbinding en verbondenheid

Festivals en cultuur zijn onderdeel van het leven van de Rotterdammer. Festivals zijn er om elkaar te ontmoeten en te begrijpen. En zorgen voor verbinding. Dat is belangrijk, want met 178 nationaliteiten is de diversiteit aan mensen in Rotterdam enorm. Deze mensen werken samen, creëren, dromen en vieren samen. De culturele vieringen markeren belangrijke momenten in het jaar. Dit zijn feestdagen, vieringen van vrijheid of een combinatie hiervan. Het zijn festivals waarbij samen vieren minstens zo belangrijk is als het inhoudelijke programma. Ze zijn gratis toegankelijk en spelen een belangrijke rol in het bereiken van doelgroepen en onderlinge verbondenheid. Denk hierbij aan Bevrijdingsfestival Zuid-Holland, Keti Koti Rotterdam en Rotterdam Pride.

7. Je voegt iets toe aan het bestaande cultuuraanbod

Met je evenement zorg je voor toegevoegde waarde in de stad. Je voegt iets vernieuwends toe aan het bestaande culturele aanbod in Rotterdam. Je loopt voorop in het landelijke cultuuraanbod.

8. Je zorgt goed voor je bezoekers en dat waarderen ze


Je zorgt ervoor dat bezoekers het naar hun zin hebben en blij en geïnspireerd weer naar huis gaan. De locatie is passend aangekleed, er is een gevarieerd aanbod

aan horecavoorzieningen en kwalitatief goede en voldoende faciliteiten, zoals toiletten. Daarbij zorg je voor duidelijke bezoekerscommunicatie, bijvoorbeeld over bereikbaarheid. Bovendien ben je bereikbaar en ontvankelijk voor ideeën en tips van bezoekers over hoe je het evenement kunt verbeteren. Op de volgende onderdelen wordt extra gelet:

- **Inclusiviteit**

Met je activiteit draag je bij aan een inclusieve samenleving. Je hebt nagedacht over hoe je je evenement toegankelijk maakt voor mensen met verschillende portemonnees en hoe fysiek toegankelijk je evenement is. Je zorgt ervoor dat het veilig is en dat iedereen zich veilig voelt. Je staat open voor suggesties om de toegankelijkheid te verbeteren.

- **Duurzaamheid**

Je werkt aan een duurzaam evenement. Je hebt maatregelen genomen die goed zijn voor het milieu en de natuur. Ook stimuleer je je bezoekers tot duurzaam gedrag. Duurzaamheid gaat ook over de maatschappelijke bijdrage die je kunt leveren als organisator. [Lees hier meer over.](#) 

9. Je financiële aanvraag is realistisch en onderbouwd

Dien een gezonde en sluitende begroting in, waarbij de kosten en opbrengsten realistisch zijn. Daarbij hoort ook een evenwichtig dekkingsplan met meerdere inkomstenbronnen, waaronder een substantieel deel publieksinkomsten.

Rotterdam Festivals financiert nooit het complete evenement, maar levert een financiële bijdrage aan het geheel. Is de gevraagde bijdrage hoger dan 10 euro per bezoeker, dan vragen we je om een toelichting. Dat doen we ook als minder dan 10% wordt besteed aan marketing en communicatie. Een bijdrage van Rotterdam Festivals kan niet worden gebruikt voor de financiële dekking van reguliere (cultuurplan) activiteiten, exploitatiekosten en/of structurele kosten.



Rotterdam Festivals laat de stad leven!

Rotterdam Festivals ondersteunt en promoot festival- en cultuuraanbod dat past bij het DNA van de stad: rauw, internationaal en ondernemend. Samen met creatieve festivalorganisatoren en cultuurmakers zorgen we ervoor dat Rotterdam die interessante metropool blijft, waar altijd wat bijzonders te beleven is. We staan midden in het culturele landschap, weten wat er speelt en signaleren trends als eerste. Vanuit die expertise adviseren we de Rotterdamse bestuurders over de culturele invulling van de openbare ruimte. Ook doen we onderzoek naar ons festivalpubliek, hun verwachtingen en behoeften, waaruit we waardevolle kennis halen.

contact

info@rotterdamfestivals.nl

010 - 433 25 11

www.rotterdamfestivals.nl

UIT Uitagenda
Rotterdam

ROTTERDAM.
MAKE IT HAPPEN.

Rotterdam Festivals