



Foto: Koos Davidsse

# Evenementenbeleid

2013-2018

# Inhoudsopgave

<b>Samenvatting</b>	<b>3</b>	<b>7. Handhaving</b>	<b>28</b>
		7.1 Verantwoordelijkheden	28
		7.2 Inzet afdeling Handhaving	28
<b>Op weg naar nieuw evenementenbeleid</b>	<b>6</b>	<b>8. Alcohol en evenementen</b>	<b>29</b>
<b>1. Evenementen in Leiden - de uitgangspositie</b>	<b>7</b>	8.1 Begin- en eindtijden	29
1.1 Belang van evenementen	7	8.2 Alcoholverkoop	29
1.2 Identiteit Leiden	7	8.3 Bewustmaking	29
1.3 Gemeentelijke beleidskaders	9		
1.4 Evaluatie evenementenbeleid	9	<b>9. Op- en afbouw</b>	<b>31</b>
1.5 Trends en ontwikkelingen	11	9.1 Afval en schoonmaak	31
1.6 SWOT-matrix	13	9.2 Inzameling plastic bekertjes	31
		9.3 Sanitaire voorzieningen	31
<b>2. Visie en ambities</b>	<b>14</b>	9.4 Verkeer	31
2.1 Visie	14	<b>10. Locaties en geluid</b>	<b>33</b>
2.2 Ambitie 1 Breed en divers aanbod	14	10.1 Locaties	33
2.3 Ambitie 2 Onderscheidend aanbod	15	10.2 Geluid	35
2.4 Ambitie 3 Aantrekkelijke en leefbare stad	15	<b>Beheersaspecten</b>	<b>37</b>
		<b>11. Middelen</b>	<b>38</b>
<b>Realisatie van de ambities</b>	<b>17</b>	11.1 Meerjarenraming beschikbare middelen	38
<b>3. Versterken van het aanbod</b>	<b>18</b>	11.2 Vermindering administratieve lasten	38
3.1 (Meerjarige) subsidieverlening en indirecte kosten	18	<b>12. Monitoring, planning en evaluatie</b>	<b>40</b>
3.2 Uitwerking criteria	19	12.1 Monitoring	40
3.3 Samenwerking met stadspartners	21	12.2 Planning en evaluatie	40
<b>4. Dienstverlening naar organisatoren</b>	<b>23</b>	<b>Bijlagen</b>	<b>41</b>
4.1 Website en vergunningprocedure	23	1. Overzicht van vigerende wetgeving	
4.2 Cultuurverandering	23	2. Evaluatie evenementenbeleid 2008	
4.3 Opzetten overleg organisatoren	23	3. Locatiescan	
<b>5. Dienstverlening naar bewoners en bedrijven</b>	<b>24</b>	4. Geluidbeleid	
5.1 Informatievoorziening bewoners en bedrijven	24		
5.2 Goede klachtenlijn	24		
<b>6. Veiligheid</b>	<b>26</b>		
6.1 Toetsen op risico's	26		
6.2 Regionale samenwerking	26		
6.3 Crowdmanagement	27		

# Samenvatting

## Op weg naar nieuw evenementenbeleid (hoofdstuk 1 en 2) Identiteit van de stad en het belang van evenementen

Leiden is een stad van kennis, cultuur en cultuurhistorie. Zij is de derde monumentenstad, de derde museumstad en de vierde cultuurstad van ons land. Een stad waar van oudsher al verschillende volksfeesten en tradities zijn en waar de afgelopen jaren ook veel nieuwe evenementen zijn ontstaan. De jaarlijkse 3 Oktoberviering is wel ons meest bekende feest. Evenementen zijn belangrijk voor de stad. Ze bepalen mede de levendigheid en sfeer en maken Leiden tot een bruisende en aantrekkelijke stad. Evenementen versterken de onderlinge band tussen mensen en zo de sociale cohesie. Ook hebben evenementen een belangrijke economische betekenis voor Leiden.

### Evaluatie

Leiden heeft haar evenementenbeleid grondig geëvalueerd. Conclusie is dat het beleid versterking behoeft. De stad vindt dat het de goede kant op gaat met het evenementenbeleid, maar er zijn toch nog enkele grotere en kleine punten, zorgen, wensen en ambities. Het gaat dan om onderwerpen als kwaliteit, zichtbaarheid, geluid en afval.

### Visie

Leiden heeft een breed en divers evenementenaanbod, dat de levendigheid en aantrekkingskracht van de stad vergroot. Er zijn grotere en kleinere evenementen, voor jong en oud, voor bezoekers en inwoners, voor de gezelligheid of voor een beleving van cultuur, sport, ontspanning of vermaak. Een deel van de evenementen richt zich op versterking van het profiel van Leiden Stad van Ontdekkingen en sluit sterk aan bij de pijlers kennis en cultuur in de historische (binnen)stad. Zij zijn onderscheidend ten opzichte van andere steden, vernieuwend en/of uniek. Bij de organisatie van deze evenementen streven we bundeling en kwaliteit na. De evenementen-

organisatoren en de lokale economie zoeken elkaar op om van elkaar te profiteren en elkaar te versterken. Het evenementenaanbod voldoet aan een aantal randvoorwaarden zodat de stad veilig, schoon en bereikbaar blijft en eventuele hinder voor bewoners en bedrijven in de binnenstad niet onevenredig groot is. Deze visie werken we uit in drie ambities.

### Ambitie 1: breed en divers aanbod

Leiden heeft een breed en divers aanbod van kleinere en grotere evenementen. In de binnenstad maar ook daarbuiten. Ze richten zich zowel op inwoners als bezoekers, van jong tot oud. Ze dragen bij aan de levendigheid en aantrekkelijkheid van de stad, maar hebben ook meerwaarde doordat ze de sociale samenhang vergroten, voor ontmoeting zorgen en gezelligheid geven. Vooral de zogenoemde 'volksfeesten' als Koninginnedag, de 3 Oktoberviering, de Lakenfeesten (inclusief Leiden Culinair) en de Leiden Marathon spelen hierin een belangrijke rol. Deze evenementen wil Leiden helpen mogelijk te maken. Door ze facilitair te ondersteunen en de juiste randvoorwaarden te creëren voor een goed verloop.

### Ambitie 2: onderscheidend aanbod

Leiden heeft een aantal evenementen van een kwalitatief hoog niveau, die zich richten op versterking van het profiel van Leiden Stad van Ontdekkingen en nauw aansluiten bij de pijlers kennis en cultuur in de historische (binnen)stad. Zij zijn onderscheidend ten opzichte van evenementen in andere steden en vaak vernieuwend en/of uniek. Deze evenementen hebben bij voorkeur een (boven)regionale of landelijke uitstraling, maar kunnen ook 'klein maar fijn' zijn. De evenementen zijn zichtbaar en voelbaar in de stad. Ze vergroten de levendigheid en aantrekkingskracht van de stad. Ze hebben een spin-off naar andere sectoren, zoals de horeca, middenstand, musea en kunstenaars. Deze evenementen wil Leiden stimuleren en ondersteunen. In een aantal gevallen door een meerjarige subsidie.

### Ambitie 3: aantrekkelijke en leefbare stad

Het evenementenaanbod voldoet aan een aantal randvoorwaarden zodat de stad aantrekkelijk, veilig, schoon en bereikbaar blijft en eventuele hinder voor bewoners en bedrijven in balans is. Grotere feesten worden zo georganiseerd dat de waardering onder bezoekers en het draagvlak onder bewoners positief is.

### Realisatie van de ambities (hoofdstuk 3 t/m 10)

#### Versterken van het aanbod

Hoofdstuk 3 gaat over de realisatie van ambities 1 (breed en divers aanbod) en 2 (onderscheidend aanbod). De volgende onderwerpen komen aan de orde:

- *(Meerjarige) subsidieverlening en indirecte kosten:* er komt een nieuwe deelverordening 'bijzondere cultuurprojecten en cultuurevenementen'. De Leidse Cultuurweken blijven we subsidiëren. We maken meerjarenafspraken met nieuwe kansrijke evenementen en evenementen die zich bewezen hebben voor het profiel van de stad. We gaan een weerstandsvermogen van 10% toestaan en in bijzondere omstandigheden maatwerkafspraken maken. We stellen bij de grote volksfeesten bepaalde faciliteiten en diensten ter beschikking die niet verhaald worden op de evenementenorganisatoren. Hierbij gaan we onderzoeken hoe we de indirecte kosten transparanter en consequenter kunnen doorberekenen aan organisatoren en welke uitzonderingen gelden.
- *Uitwerking criteria:* evenementen die zorgen voor een levendige en aantrekkelijke stad en die voor subsidie in aanmerking willen komen, moeten voldoen aan bepaalde criteria: bijdrage aan het profiel van Leiden Stad van Ontdekkingen, kennis en cultuur; onderscheidend zijn en kwaliteit bieden; ondernemerschap; samenwerking en meervoudig bezoekmotief stimuleren; (boven)regionaal en landelijk bereik genereren; toegevoegde waarde hebben voor aanbod, voor doelgroepen en voor

andere sectoren; speciale aandacht voor jongeren, kenniswerkers en expats. In belangrijke mate geldt dit ook voor organisatoren die een vergunning aanvragen.

- *Samenwerking met de stadspartners Leiden Marketing, het Centrummanagement en de cultuurmakelaar:* samen gaan we meer richting geven aan het aanbod van evenementen in Leiden en zorgen dat deze een meerwaarde hebben voor de stad. Er is met name aandacht voor verbinding, bundeling, samenwerking, het totaalaanbod, locaties en de communicatie.

#### Randvoorwaarden

Hoofdstukken 4 t/m 10 gaan vooral in op de realisatie van ambitie 3 (aantrekkelijke en leefbare stad).

Aan de orde komen:

- *Dienstverlening aan organisatoren* (verbeteren gemeentelijke website, opstellen digitaal handboek, verbeteren digitaal vergunning aanvragen, regulier overleg met organisatoren).
- *Dienstverlening aan bewoners en bedrijven* (normen voor het tijdig informeren van omwonenden, verbeteren klachtenlijn).
- *Veiligheid* (overleg en afstemming over risico's en maatregelen).
- *Handhaving* (verantwoordelijkheden, inzet).
- *Alcohol tijdens evenementen* (o.a. buitentap niet voor 13.00 uur vergunnen, met organisator bespreken methoden van alcoholmatiging bij evenementen gericht op jongeren).
- *Op- en afbouw* (maatregelen op het gebied van afval, schoonmaak, sanitaire voorzieningen en bereikbaarheid).
- *Locaties* (passende locaties en voorrangregels; in een aparte locatiescan zijn tevens locaties in beeld gebracht en gebundeld, uitspraak over het aantal waterafsluitingen).
- *Geluid* (nieuwe geluidbeleid is opgenomen in een aparte bijlage, al met al zal dit beleid leiden tot een verlaging van de geluidbelasting bij omwonenden).

## **Beheersaspecten (hoofdstuk 11 en 12)**

De nota formuleert het nieuwe beleid binnen de beschikbare budgetten. We investeren als gemeente in evenementen door subsidies, maar ook via indirecte kosten.

Na het vaststellen van de nota worden er uitvoeringsbesluiten genomen (verordeningen, beleidsregels, wijzigingen APV) en consequenties verwerkt in procedures en werkwijzen. Het nieuwe evenementenbeleid zien we daarbij niet als een statisch gegeven, maar als een model dat in ontwikkeling blijft, met name daar waar het gaat om de randvoorwaardelijke onderdelen uit deze nota.

**Kortom, evenementen zijn belangrijk voor Leiden.**

**We hopen met deze nota het enthousiasme voor evenementen in Leiden te behouden en te vergroten. Zodat bezoekers nóg vaker naar onze mooie evenementen komen; de organisatoren hun krachten meer bundelen tot geweldige evenementen en een betere dienstverlening ontvangen van de gemeente; de plaatselijke economie een grotere spin-off heeft en omwonenden minder piekbelasting ondervinden door betere spreiding en duidelijke eisen aan de organisatie! Laten we er samen een groot feest van maken, passend in onze historische binnenstad, in onze stad van ontdekkingen!**



# Op weg naar nieuw evenementenbeleid



# 1. Evenementen in Leiden - de uitgangspositie

## 1.1 Belang van evenementen

De 3 Oktoberviering, de Lakenfeesten, het Leids Filmfestival, de Cultuurweken, Werfpop, het Gouden Petfestival, enkele voorbeelden van tot de verbeelding sprekende Leidse evenementen. Evenementen zijn van cruciaal belang voor onze stad. Waarom?

### Levendigheid en leefbaarheid

Evenementen bepalen voor een belangrijk deel de levendigheid en sfeer van de stad. Ze maken Leiden op die manier een bruisende en een aantrekkelijke verblijfsstad. Ze dragen bij, mits in goede balans, aan de leefbaarheid en voorzien in de behoefte aan ontspanning en vermaak.

### Aantrekkingskracht en imago

De aanwezigheid van evenementen en cultuur in het algemeen heeft een belangrijk effect op het (positieve) imago en de aantrekkingskracht van een stad. Het draagt bij aan een aantrekkelijk woonklimaat voor burgers, aan het vestigingsklimaat voor bedrijven en aan de aantrekkingskracht voor toekomstige bewoners en bezoekers.

Evenementen zijn heel zichtbaar in een stad en laagdrempelig. Door evenementen wordt het imago van onze gemeente naar buiten toe versterkt. Door een goed aanbod van evenementen, verspreid over het jaar, kan Leiden haar naamsbekendheid vergroten.

Steden kiezen meestal voor een profilering van die evenementen op regionaal/landelijk niveau, die passen bij het profiel van de stad. Zij gebruiken deze om de stad nog meer op de kaart te zetten. Leiden heeft als onderscheidend profiel in de ontwikkelingsvisie 'Leiden Stad van Ontdekkingen' gekozen voor profilering op de pijlers kennis en cultuur.

### Economische betekenis

Verder hebben evenementen een belangrijke economische betekenis voor Leiden. Een groot aantal bedrijven, stichtingen en accommodaties houdt zich

bezig met het organiseren van evenementen. Dit levert economische activiteiten op. Bezoekers van evenementen geven in Leiden geld uit en voegen dus substantieel koopkracht toe aan de stad. Andersom kunnen bedrijven via sponsoring ook exposure generen via evenementen die aansluiten bij het imago van het bedrijf. Evenementen zorgen in veel gevallen voor financiering van buiten de stad. Geld dat door lokale bestedingen weer terecht komt in de Leidse economie.

### Sociale cohesie

Evenementen dragen bij aan de sociale cohesie. Ze versterken de onderlinge band tussen mensen in de stad en zorgen voor verbinding. Inwoners en bedrijfsleven zijn daarbij actief. En, zeker belangrijk, evenementen dragen bij aan de trots op de stad. Wanneer bewoners evenementen waarderen, zullen zij deze trots op de stad vervolgens binnen en buiten Leiden uitdragen.

### Deelname en intrinsieke waarde

Tot slot dragen culturele evenementen bij aan de ontwikkeling en het in stand houden van het culturele klimaat in de stad. Deze evenementen zijn van belang voor cultuurdeelname en de verbreding daarvan. Sportevenementen zijn daarnaast van belang voor de sportdeelname van de Leidse burgers. Ook stimuleren evenementen vrijwilligerswerk en hebben ze vaak een educatieve waarde.

## 1.2 Identiteit Leiden

De identiteit van een stad wordt bepaald door haar karakteristieke kenmerken, historie, ligging en bevolking. Leiden is een stad van kennis, cultuur en cultuurhistorie. Zij is de derde monumentenstad, de derde museumstad en de vierde cultuurstad van ons land.

Leiden is van oudsher een kennisstad. Niet alleen door de oudste universiteit van Nederland, maar ook door het Leids Universitair Medisch Centrum, het Bio Science Park en de vele musea die vaak tevens (inter)nationaal kenniscentrum op hun gebied zijn. Vele baanbrekende



### Wat verstaan we onder een evenement?

In deze nota hanteren we de volgende definitie voor een evenement: 'elke voor publiek toegankelijke verrichting van vermaak, met uitzondering van: bioscoopvoorstellingen, markten, kansspelen, dansen in een horecagelegenheid, betogingen, etc' (APV). Aanvullende definitie in deze beleidsnota, een evenement:

- is voor iedereen<sup>1</sup> toegankelijk<sup>2</sup>
- wordt doelbewust georganiseerd voor een relatief groot aantal bezoekers
- heeft een tijdelijk karakter
- is incidenteel (voornamelijk jaarlijks)
- kan binnen en buiten plaatsvinden
- heeft een positieve inhoud (ter lering of vermaak)
- heeft een recreatief karakter (vrijtijdsbesteding)
- mag niet zomaar georganiseerd worden, er is toestemming van de gemeente voor nodig (buitenevenement)

Een festival is een vorm van een evenement. Het gaat om: 'een, meestal openbaar toegankelijk en entreeheffend, cultureel evenement dat onder één noemer wordt gepresenteerd. Diverse presentaties worden gegeven op diverse binnen- en/of buitenlocaties, die met elkaar verbonden of op loopafstand van elkaar zijn.'

We kiezen nadrukkelijk voor binnen- en buitenevenementen. Als Leiden hebben we ook veel interessante evenementen, zoals het Leids Film Festival, de Jazzweek, het Cabaretfestival, de Museumnacht en Open Monumentendagen die hoofdzakelijk binnen plaatsvinden. Het zou een gemiste kans zijn om deze niet mee te nemen in de visie op evenementen, in de promotie en uitstraling van de stad.

Het visiedeel van de nota richt zich vooral op grotere binnen- en buitenevenementen, die voornamelijk in de binnenstad plaatsvinden. Buurt- en wijkfeesten vallen niet onder deze noemer.

<sup>1</sup> Dus ook voor inwoners met een lichamelijke beperking.

<sup>2</sup> Vrij toegankelijk is niet hetzelfde als gratis toegankelijk.

wetenschappelijke ontdekkingen zijn de afgelopen eeuwen in Leiden gedaan.

Leiden is van oudsher een stad voor vrije geesten, een gastvrije stad. Een stad waar vluchtelingen onderdak vonden. De geboortestad van Rembrandt. De stad waar van oudsher al verschillende volksfeesten en tradities zijn. De jaarlijkse viering van 3 oktober, ter herinnering aan de bevrijding in 1574 door de watergeuzen, is wel het meest bekende feest in de Leidse traditie.

Leiden heeft al eeuwenlang een rijk cultureel leven. Theater (met de oudste Schouwburg van Nederland), concerten, boeken en musea (inclusief Corpus 1 miljoen bezoekers per jaar). Dit brede aanbod draagt bij aan het prettige woonklimaat en maakt Leiden aantrekkelijk voor bezoekers.

Leiden ligt centraal in de Randstad, te midden van water en groen, dichtbij de kust en vlakbij Schiphol. De Leidse regio is een aantrekkelijke uitvalsbasis voor bedrijven en voor bewoners met de Randstad en de rest van

de wereld als werkterrein. Binnen de regio vervult Leiden de functie van centrumgemeente.

Deze karakteristieken zijn mede van invloed op de bevolkingsopbouw. In Leiden wonen veel mensen die in de creatieve sector werken, waaronder wetenschappers, kenniswerkers en expats. De bevolking is hoog opgeleid. Er wonen veel professionals die op innovatie zijn gericht. Daarnaast heeft Leiden een grote groep jongeren tussen de 18 en 26 jaar, wat voor een groot deel te verklaren is door de studenten. De vergrijzing is in Leiden nog beperkt ten opzichte van andere steden. Maar rond 2018 is het moment waarop Leiden meer 65-plussers zal hebben dan 20-minners. Om de vitaliteit in de stad en het evenwicht in de bevolkingssamenstelling te behouden, vraagt dit om extra aandacht voor het aantrekken en behouden van jongeren ('boeien en binden').



### 1.3 Gemeentelijke beleidskaders

We sluiten in deze evenementennota aan bij een aantal bestuurlijk vastgestelde beleidsdocumenten. De belangrijkste worden op de volgende pagina kort toegelicht. Andere beleidsdocumenten met een link naar evenementen zijn onder andere de nieuwe sportnota, de economische visie, horecasferen in de binnenstad, de nota dierenwelzijn (alle vier in de maak), de Handhavingnota, het Integraal Veiligheidsplan Leiden en de nota cultureel erfgoed. In de bijlage van deze nota is tevens een overzicht opgenomen van de vigerende wetgeving.

### 1.4 Evaluatie evenementenbeleid

De afgelopen jaren zijn er al verschillende kleine aanpassingen rondom het evenementenbeleid geweest. Met name de randvoorwaarden bij een evenement zijn volop in beweging. In 2011 is er een tussenrapportage van het evenementenbeleid opgesteld en begin 2012 de eindevaluatie (zie bijlage voor het volledige rapport). Hiervoor zijn gesprekken gevoerd met verschillende betrokkenen en verschillende enquêtes uitgevoerd. De evaluatie geeft belangrijke input voor het nieuwe beleid. Samengevat komt het volgende naar voren: De stad is het er gemiddeld gezien mee eens dat het de goede kant op gaat met het evenementenbeleid in Leiden (een kwart is positiever gaan denken over evenementen in Leiden), maar er zijn toch nog grotere en kleine punten, zorgen, wensen en ambities, waardoor mensen niet zeggen dat het al echt goed is. Soms gaat dat om de kwaliteit, soms om de zichtbaarheid, soms om het geluid of het afval bij een evenement.

#### Inhoud en visie

- De uitkomsten van onder andere het LeidenPanel laten zien wat de stad belangrijk vindt voor Leiden: dat culturele evenementen worden gestimuleerd, dat evenementen via extra bezoekers de economie stimuleren, dat evenementen uniek en innovatief zijn en dat ze de onderlinge band tussen mensen versterken. Evenementen die met sport te maken hebben vindt men minder belangrijk.
- Zowel evenementen die aansluiten op de pijlers

van de stad, kennis en cultuur, als volksculturele evenementen die met name een bijdrage leveren aan sociale samenhang, vindt men van belang. Er is veel waardering voor de grote volksfeesten.

- Leiden heeft een divers aanbod, maar dit aanbod heeft nog lang niet het (boven)regionale bereik dat we wensen. Bovendien heeft nog niet het hele aanbod de kwaliteit die het zou moeten hebben.
- De stad heeft al veel mooi aanbod en regelmatig nieuwe (studenten)initiatieven. Wat ontbreekt is versterking, bundeling, samenwerking (tussen organisatoren, tussen sectoren) en betere promotie.
- Een betere balans in het aanbod bereik je door de inhoud van het totaal aan evenementen in je stad beter te bekijken en te beoordelen, waardoor een afgewogen aanbod kan ontstaan. De gemeente kan daarbij richting geven via subsidies en via voorrangsregels bij de evenementenkalender. Samen met de gemeente zouden Leiden Marketing, het Centrummanagement en de cultuurmakelaar een rol kunnen hebben in het creëren van een samenhangend aanbod. Daarbij moet de stad ook interessante evenementen van elders naar zich toe trekken.
- Over sommige evenementen zijn klachten. Dit zijn vaak de evenementen die weinig binding met de stad Leiden hebben en/of veel geluidsoverlast geven. De gemeente zou bij de vergunningverlening beter de voor- en de nadelen van evenementen moeten afwegen (past het bij de stad, waarom in Leiden, wat levert het op aan promotie, bezoekers en omzet, past het bij de locatie) en hier pro-actiever op kunnen reageren.

#### Subsidies en vergunningen

- Organisatoren hebben behoefte aan transparante criteria die worden gehanteerd bij de toekenning van subsidie. De huidige subsidievoorwaarden (de 3 V's: Verrassen, Verbinden, Verleiden) zijn weinig onderscheidend. Aanvragers kunnen hun aanvraag altijd wel zo opstellen dat deze voldoet.

In de Leidse binnenstad komen functies als winkelen, uitgaan, cultuur, werken en wonen samen. Met het **Programma Binnenstad** wil Leiden meer bezoekers trekken, hogere bestedingen stimuleren en hogere waardering oogsten. Het cultuuraanbod speelt daarin een belangrijke rol, maar kan nog beter worden benut. De *concept structuurvisie 'Verder met de Binnenstad'* laat de verschillende functies van en in de binnenstad zien, met de gewenste ontwikkelingen en het karakter van de verschillende gebieden: wonen, kernwinkelgebied, zwerfmilieu, academische cultuur, stedelijke cultuur met cultuurkwartier, nieuwe stadscultuur en stationsbuurt. Het programma omvat 18 ontwikkellocaties en allerlei activiteiten die de binnenstad verbeteren en aantrekkelijker maken om te bezoeken, te werken, te leven en te wonen. In 2017 hoopt Leiden de verkiezing van de Beste Binnenstad van Nederland te winnen, door naast de fysieke ontwikkelingen ook de identiteit te versterken met evenementen en het imago van de stad te verbeteren.

In de **Ontwikkelingsvisie 2030, 'Leiden, stad van ontdekkingen'** stelt de gemeente zichzelf de opgave om samen met haar partners maximaal gebruik te maken van de bijzondere kwaliteiten waarover Leiden beschikt. De inspanningen worden daarbij gericht op het versterken van de kwaliteiten 'internationale kennis' en 'historische cultuur' en op de randvoorwaarden waaraan voldaan moet zijn om die kwaliteiten te kunnen ontwikkelen, zoals een goede bereikbaarheid. De Ontwikkelingsvisie 2030 geeft daarmee richting aan het gemeentelijk handelen en levert een belangrijke bijdrage aan de welvaart en het welzijn van de bewoners van Leiden, van de Leidse regio, van Holland Rijnland en de zuidvleugel van de Randstad. Een aansprekend en onderscheidend evenementenbeleid is een van de uitwerkingen om een aantrekkelijke stad te zijn en te blijven voor inwoners, ondernemers, studenten en bezoekers.

Het **beleidskader 'Naar een verleidelijke winkelstad'** geeft aan hoe wij met de stadspartners de binnenstad als winkelgebied aantrekkelijker willen maken. De ambitie is om in 2020 bekend te staan als binnenstad waar je in een historische omgeving goed kunt winkelen, zowel in grote als in kleinere winkels, met een kwalitatief hoogwaardig aanbod en waar winkelen een 'belevenis' is. Eén van de doelstellingen is dat de binnenstad bruisend moet zijn: veel beleving en verrassing zowel in het winkelaanbod als in andere activiteiten, zoals grote én kleine evenementen die ertoe leiden dat bezoeken gecombineerd worden.

In de **Cultuurnota 2012-2018** luidt de visie: Cultuur in onze historische stad is een dragende pijler van de stadsvisie Leiden, Stad van Ontdekkingen en maakt daardoor Leiden één van de aantrekkelijkste steden van Nederland: de kracht van cultuur is de toekomst van de stad! Om deze visie te realiseren, zijn drie ambities geformuleerd. De eerste ambitie is gericht op waarborgen van het brede en diverse cultuuraanbod, met meer kwaliteit en vernieuwing. De tweede ambitie is dat cultuur de levendigheid en identiteit van de (binnen)stad versterkt. De derde ambitie luidt: cultuur (ver)bindt en ontwikkelt talenten en activiteiten die passen bij Leiden, Stad van Ontdekkingen. Om deze ambities te realiseren is ook een rolverandering nodig. Aan de cultuursector en stad vragen we meer externe oriëntatie, eigen kracht, samenwerking en cultureel ondernemerschap. Vanuit de gemeente willen we culturele initiatieven vanuit de gemeentebrede organisatie meer faciliteren en ondersteunen.

De **regionale beleidsvisie 'Verslavingspreventie Zuid-Holland Noord'** heeft als doel het terugdringen van overmatig alcoholgebruik door jongeren. In dit integrale beleid zijn verschillende regionale en lokale acties geformuleerd om alcoholgebruik onder jongeren op zoveel mogelijk plaatsen onder de aandacht te krijgen, en dus ook via een plek in de nieuwe evenementennota.

De **Sociaal Maatschappelijk Structuurvisie 2025 'Leven in Leiden'** is een overkoepelend kader voor diverse beleidsvelden. Het leidend uitgangspunt is 'De kracht van mensen'. Daarbij gaat het vooral om het stimuleren en ondersteunen van initiatieven en inzet vanuit de stad. De gemeente wil meer openstaan voor deze initiatieven door deze te faciliteren en ruimte te geven aan experiment en talent. De opgave 'Investeren in Leiden, Stad van Ontdekkingen, aantrekkelijke stad' biedt basis voor het organiseren van cultureel aanbod en evenementen. Daarnaast zorgt deze voor ontmoeting. Dit is van belang bij de opgave 'Iedereen doet mee'.

- Naast het budget voor (kleinere) evenementen zijn er nog enkele andere budgetten waaruit evenementen worden bekostigd. Een goede afstemming tussen deze subsidiebudgetten draagt bij aan een aantrekkelijke evenementenkalender.
- Toetsen van de vergunning gebeurt met name op openbare orde, veiligheid en beheersbaarheid en niet op inhoud en meerwaarde voor de stad. Juridisch gezien is dat ook lastig. De gemeente zou meer richting kunnen geven door beter te omschrijven wat zij op welke locatie in de stad wil en wat daar mogelijk is.
- De voorrangregels voor bepaalde evenementen worden in de praktijk niet toegepast omdat er tot nu toe nauwelijks aanvragen op gelijktijdige locaties en dagdelen zijn gedaan. Wanneer je schaarste creëert in het aantal evenementendagen, zal afwijking tussen evenementen sneller aan de orde zijn.
- Het opstellen van veiligheids- en calamiteitenplannen en de afstemming met diverse partijen verloopt steeds professioneler en consequenter.

### Dienstverlening

- De meerderheid van de organisatoren is over het algemeen tevreden over het proces van vergunningverlening. Wel kan de digitale aanvraag verder worden doorontwikkeld.
- Meer evenementen zouden op de evenementenkalender moeten worden aangemeld, zodat in een vroegtijdig stadium helder is wat er wanneer plaatsvindt in de stad.
- De communicatie rondom evenementen verloopt niet altijd soepel. Bewoners en bedrijven zijn soms laat op de hoogte van wat hen te wachten staat qua eindtijden, wegafzettingen etc. De informatievoorziening moet consequent en tijdig zijn.

### Randvoorwaarden

- Veiligheid wordt een steeds belangrijker aspect bij evenementen. De gemeente speelt hier onder andere op in met steeds betere veiligheids- en

calamiteitenplannen en crowd control in de vorm van matrixborden en afhekken.

- Er is behoefte aan differentiatie per locatie. Sommige locaties worden overvraagd.
- Bij het beheersbaar houden van evenementen speelt handhaving een belangrijke rol. Sommige geïnterviewden vinden dat er (te) beperkte handhavingcapaciteit is.
- Er speelt een discussie in de stad over de geluidsterkte bij evenementen. Waar sommigen meer geluid willen bij evenementen, vinden anderen de geluidsnormen bij bepaalde evenementen te hoog. Ook is er soms onduidelijkheid over de sancties bij overschrijding van de geluidsnormen.
- Sommige bewoners ervaren (over)last door evenementen. (Over)last in de vorm van afval, geluid, wildplassen en verkeersaangelegenheden.

## 1.5 Trends en ontwikkelingen

Met deze nota willen we optimaal inspelen op belangrijke trends en ontwikkelingen op het gebied van evenementen. Deze vatten we kort samen.

### Verandering behoefte bezoekers

- Bezoekers stellen hogere kwaliteitseisen aan evenementen, zowel op inhoud als op randvoorwaarden.
- Bij het publiek is meer behoefte aan verrassing, bezoekers willen een hoge positieve belevingswaarde.
- Evenementen zijn steeds vaker gericht op een thema of hebben aandacht voor educatie.
- Maar er is ook een tegentrend zichtbaar: er is behoefte aan authenticiteit en intimiteit. Bezoekers verlangen naar 'echt' en 'eerlijk'.

### Demografische trends

- Burgers ontlenen hun identiteit en status minder aan materiële zaken en meer aan vrijetijdsgedrag.
- Etnische diversiteit leidt tot meer variatie in vrijetijdsbehoefte.
- Mediores en senioren krijgen meer geld en vrije tijd te besteden.

- De belangstelling voor (cultuur-)historie is sterk groeiend.
- Steeds meer mensen bezoeken een evenement.

### Trends bij de overheid

- Evenementen worden vaker ingezet als marketing-instrument voor steden.
- Evenementen hebben een belangrijke plaats ingenomen als sociale ontmoetingsplaatsen, wat leidt tot meer saamhorigheid onder de inwoners.
- Er is toenemende interstedelijke concurrentie bij het binnenhalen van grote evenementen.
- De druk op de openbare ruimte neemt toe. Het maken van transparante afwegingen wordt hiermee steeds belangrijker.

### Ontwikkelingen bij de organisatie van evenementen

- Bij de organisatie van evenementen is toenemend aandacht voor veiligheid en overlast.
- De concurrentie tussen evenementen neemt toe.
- Evenementen maken steeds meer gebruik van sociale media voor promotie en informatievoorziening.

### Trends op financieel gebied

- Door de hogere kwaliteitseisen lopen de kosten van evenementen op en nemen de financiële risico's toe.
- De economische crisis heeft negatieve gevolgen voor de sponsoring van evenementen vanuit het bedrijfsleven en voor het beschikbare subsidiebedrag vanuit de overheid.
- Door de economische crisis heeft de consument minder te besteden.



## 1.6 SWOT-matrix

Als we onze uitgangspositie, de identiteit van Leiden, de bestaande beleidskaders, de evaluatie en de trends en ontwikkelingen op een rij zetten, komen we tot de volgende SWOT-matrix; een overzicht van sterke en zwakke punten, kansen en bedreigingen. Op basis hiervan maken we in de volgende hoofdstukken keuzes en benoemen we uit te voeren acties.

Sterktes	Zwaktes
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gedegen en breed gedragen stadsvisie met pijlers kennis en (historische) cultuur</li> <li>• Historische binnenstad, vrijwel alles op loopafstand, mooi decor voor evenementen</li> <li>• Derde museumstad, derde monumentenstad, vierde cultuurstad van Nederland</li> <li>• Ligging in toeristisch aantrekkelijke regio</li> <li>• Belang van evenementen wordt onderkend</li> <li>• Ondernemers vinden Leiden de beste vestigingsplaats</li> <li>• Draagvlak voor stimuleren van culturele evenementen, economie stimuleren, uniek en innovatief zijn en rol voor sociale samenhang</li> <li>• Breed aanbod van evenementen</li> <li>• Leiden centrumgemeente voor regio</li> <li>• 90% van de Leidenaren bezoekt ten minste één Leids evenement per jaar</li> <li>• Positieve betrokkenheid organisatoren en vrijwilligers</li> <li>• Goede samenwerking hulpdiensten</li> <li>• Nieuwe (studenten)initiatieven</li> <li>• Bestaan van Cultuurfonds Leiden, Centrummanagement en Leiden Marketing</li> <li>• 1 evenementencoördinator</li> <li>• Relatief lage leges: gastvrij aanbieden openbare ruimte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Benutten meerwaarde van evenementen voor de stad</li> <li>• Te weinig aan Leiden gebonden, grote publiekstrekkende evenementen met bovenregionale of nationale uitstraling</li> <li>• Partnerschap en samenwerking tussen verschillende partijen</li> <li>• Bereikbaarheid van winkels/woningen en verkeersafsluitingen tijdens evenementen</li> <li>• Spreiding evenementen over locaties</li> <li>• Weinig sturing via vergunningen en subsidies</li> <li>• Weinig sturing op inhoud en daardoor versnippering</li> <li>• Subsidiebudgetten te weinig afgestemd</li> <li>• Niet optimaal benutten rol Leiden Marketing, Centrummanagement en cultuurmakelaar bij sturing op aanbod</li> <li>• Te weinig informatie en communicatie omtrent evenementen</li> <li>• Weinig (gezamenlijke) marketing en promotie evenementen</li> <li>• Evenementenjaarkalender niet volledig genoeg en slecht vindbaar</li> </ul>
Kansen	Bedreigingen
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evenementen maken de stad levendiger en aantrekkelijker</li> <li>• Passende evenementen versterken kwaliteit openbare ruimte en historische omgeving</li> <li>• Evenementen meer systematisch inzetten voor economische promotie en verbetering sociale samenhang</li> <li>• Evenementen belangrijk voor groepen die Leiden wil hebben/houden</li> <li>• Meerwaarde halen uit bestaande evenementen</li> <li>• Ondernemers meer betrekken</li> <li>• Nieuwe evenementenlocaties</li> <li>• Biedt evenementen meer in (seizoens)blokken aan</li> <li>• Groeiend besef cultureel ondernemerschap</li> <li>• Belangstelling voor belevingseconomie groeit</li> <li>• Stijgend aantal bezoekers</li> <li>• Sociale media en digitalisering</li> <li>• Met evenementenbeleid voortbouwen op nieuwe cultuurnota</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Problemen geluid, leefbaarheid en verstoring openbare orde</li> <li>• Steeds meer kwaliteitseisen</li> <li>• Kosten van evenementen nemen toe</li> <li>• Bezuinigingen door rijk</li> <li>• Sponsoring vanuit bedrijven neemt af</li> <li>• Toenemende financiële risico's</li> <li>• Concurrentie in de vrijetijdssector</li> <li>• Concurrentie citymarketing tussen steden</li> <li>• Evenementen van buitenaf die geen meerwaarde voor Leiden hebben</li> </ul>

## 2. Visie en ambities

Wat is onze visie op evenementen in Leiden en welke ambities formuleren we?

Op basis van alle verzamelde informatie presenteren we hier onze visie op evenementen in Leiden. Daarbij formuleren we drie ambities: een breed en divers aanbod, een onderscheidend aanbod en een aantrekkelijke en leefbare stad.

### 2.1 Visie

Een breed en divers aanbod van evenementen.

Extra aandacht voor onderscheidende evenementen die passen bij Leiden, Stad van Ontdekkingen.

Met zorg voor de aantrekkelijke en leefbare stad.

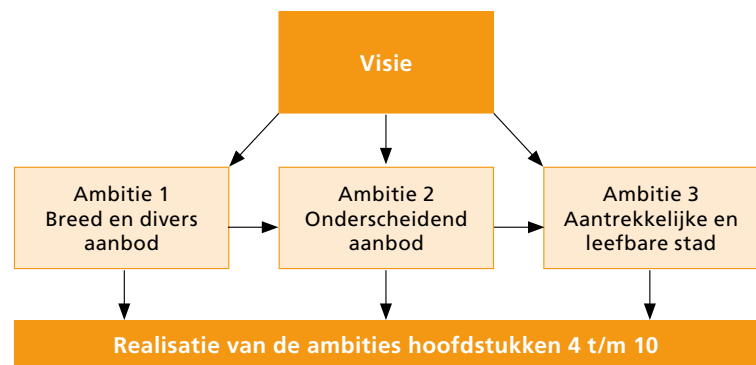
Leiden heeft een breed en divers evenementenaanbod, dat de levendigheid en aantrekkingskracht van de stad vergroot. Er zijn grotere en kleinere evenementen, voor jong en oud, voor bezoekers en inwoners, voor de gezelligheid of voor een beleving van cultuur, sport, ontspanning of vermaak.

Een deel van deze evenementen richt zich op versterking van het profiel van Leiden Stad van Ontdekkingen en sluit sterk aan bij de pijlers kennis en cultuur in de historische (binnen)stad. Zij zijn onderscheidend ten opzichte van andere steden, vernieuwend en/of uniek. Bij de organisatie van deze evenementen streven we bundeling en kwaliteit na. De evenementenorganisatoren en de lokale economie zoeken elkaar op om van elkaar te profiteren en elkaar te versterken.

Het evenementenaanbod voldoet aan een aantal randvoorwaarden zodat de stad veilig, schoon en bereikbaar blijft en eventuele hinder voor bewoners en bedrijven in de binnenstad niet onevenredig groot is.

### 2.2 Ambitie 1: Breed en divers aanbod

Leiden heeft een breed en divers aanbod van kleinere en grotere evenementen. In de binnenstad maar ook daarbuiten. Ze richten zich zowel op inwoners als bezoekers, van jong tot oud. Ze dragen bij aan de levendigheid en aantrekkelijkheid van de stad, maar hebben



ook meerwaarde doordat ze de sociale samenhang vergroten, voor ontmoeting zorgen en gezelligheid geven. Vooral de zogenoemde 'volksfeesten' als Koninginnedag, de 3 Oktoberviering, de Lakenfeesten (inclusief Leiden Culinaire) en de Leiden Marathon spelen hier een zeer belangrijke rol in. Deze evenementen wil Leiden helpen mogelijk te maken. Vooral door deze facilitair te ondersteunen en de juiste randvoorwaarden te creëren voor een goed verloop.

### Kernwoorden

**Breed en divers aanbod - 'volksfeesten' - facilitair ondersteunen - voor elk wat wils - levendigheid - sociale cohesie - maatschappelijke effecten - leefbaarheid**

In Leiden vinden evenementen plaats die verschillen van omvang, bereik, doelgroep en aard. Ze zorgen voor vermaak, participatie, ontspanning en ontmoeting tussen Leidenaren, inwoners van de regio Holland Rijnland, dagbezoekers en toeristen.

Deze evenementen zijn belangrijk voor de stad. Leiden heeft veel evenementen die aan deze ambitie bijdragen en waardeert deze evenementen zeer. De gemeente wil deze evenementen goed facilitair ondersteunen. Het is immers van groot belang dat deze - vaak omvangrijke - feesten goed verlopen, zodat organisatoren, bezoekers en omwonenden kunnen genieten van een succesvol en veilig evenement.

Voor elk is er wat wils in Leiden. We ambiëren een breed en divers aanbod dat bijdraagt aan de levendigheid van de stad, waarbij aan alle doelgroepen wordt gedacht en aan alle lagen van de bevolking.

De (binnen)stad is daarbij een plek waar mensen elkaar ontmoeten en genieten van hetgeen er te beleven is in een multifunctionele mix van wonen, winkels, horeca, evenementen en cultuur.

Dit brede aanbod is vooral van belang voor onze eigen inwoners, die het wonen in Leiden daardoor positief beleven en voor wie evenementen een middel kunnen zijn om de sociale samenhang te versterken.

Het draagt bij aan maatschappelijke effecten die de gemeente wil bereiken in het vastgestelde beleid op diverse beleidsterreinen. Meer mogelijkheden tot vrijetijdsbesteding, een grotere deelname aan sportactiviteiten en het stimuleren van de band tussen inwoners en de Leidse bedrijvigheid zijn zulke positieve maatschappelijke effecten.

Leiden wil haar ambitie vooral waarmaken door de grote volksfeesten facilitair te ondersteunen en door goede vergunning- en dienstverlening. Er is daarbij wel een grens aan het aantal te ondersteunen evenementen.

### 2.3 Ambitie 2: Onderscheidend aanbod

Leiden heeft een aantal evenementen van een kwalitatief hoog niveau, die zich richten op versterking van het profiel van Leiden en nauw aansluiten bij de pijlers kennis en cultuur in de historische (binnen)stad.

Zij zijn onderscheidend ten opzichte van evenementen in andere steden en vaak vernieuwend en/of uniek.

Deze evenementen hebben bij voorkeur een (boven-)regionale of landelijke uitstraling, maar kunnen ook 'klein maar fijn' zijn. De evenementen zijn zichtbaar en voelbaar in de stad. Ze vergroten de levendigheid en aantrekkingskracht van de stad en hebben een spin-off naar andere sectoren, zoals de horeca, middenstand, musea en kunstenaars. Deze evenementen wil Leiden stimuleren en ondersteunen. In een aantal gevallen door een meerjarige subsidie.

#### Kernwoorden

**Profilering - stadspromotie - beeldbepalend - aantrekkingskracht - onderscheidend - vooral pijlers kennis en cultuur - combinatiebezoek - spin-off - verblijfsduur - aandacht voor**

**(toekomstige) kenniswerkers, studenten, expats - Leiden op de kaart zetten - versterking bekendheid- imago - kwaliteit - identiteit - talent - vernieuwend**

Evenementen zijn een visitekaartje voor de stad.

Inwoners én bedrijven hebben hier voordeel bij.

Met evenementen willen we Leiden als aantrekkelijke Stad van Ontdekkingen op de kaart zetten voor (toekomstige) bewoners, bezoekers en ondernemers. Evenementen kunnen het imago van onze stad naar buiten toe versterken.

Leiden wil daarom ook evenementen ondersteunen die sterk aansluiten bij Leiden Stad van Ontdekkingen en de pijlers kennis en cultuur in de historische stad versterken. Deze evenementen zijn onderscheidend ten opzichte van evenementen in andere steden en zijn vaak vernieuwend en/of uniek. Kortom, zij zorgen voor een bijzondere beleving.

Dit evenementenaanbod leidt tot een actieve promotie en een positieve naamsbekendheid van de stad.

We gebruiken met name deze profilering om Leiden met een aantal evenementen nog meer (boven-)regionaal op de kaart te zetten en de stad op een hoger niveau te brengen.

Evenementen trekken bezoekers die hier geld besteden en hebben daardoor ook een economische betekenis. Van belang is om daarbij te zorgen voor een spin-off naar andere sectoren.

Dit onderscheidend evenementenaanbod kan speciaal interessant zijn voor de bijzondere doelgroepen uit Leiden Stad van Ontdekkingen: jongeren, kenniswerkers en expats. Voor deze laatste groep vindt daarom (de promotie van) het aanbod ook meertalig plaats. Leiden wil haar ambitie waarmaken door vergunning- en (meerjaren) subsidieverlening.

### 2.4 Ambitie 3: Aantrekkelijke en leefbare stad

Het evenementenaanbod voldoet aan een aantal randvoorwaarden zodat de stad aantrekkelijk, veilig, schoon en bereikbaar blijft en eventuele hinder voor bewoners en

bedrijven in de binnenstad in balans is. Grotere feesten worden zo georganiseerd dat de waardering onder bezoekers en het draagvlak onder bewoners positief is.

### **Kernwoorden**

**Aantrekkelijkheid - leefbaarheid - veiligheid - draagvlak - passendheid - gastheerschap - herkenbaarheid - duidelijkheid**

Evenementen hebben een meerwaarde voor de stad. In de visie en vorige twee ambities is dit uitgebreid aan de orde gekomen. Tegelijkertijd dienen evenementen goed geregeld te worden. Daar komt veel bij kijken: duidelijkheid vooraf over op welke locaties hoeveel en welk soort evenementen gehouden kunnen worden. Afstemming in de jaarkalender zodat niet alle evenementen op dezelfde dag plaatsvinden. Kiezen bij vergunningverlening voor evenementen die logisch en passend zijn bij de datum en plaats en een meerwaarde hebben voor het gebied. Vergunningen verlenen en de voorschriften naleven en handhaven. Bewoners en gebruikers van de (binnen)stad tijdig en goed informeren over komende evenementen. Aansturen op contact (en samenwerking) tussen organisatoren en wijkvertegenwoordigers. Een inschatting maken van eventuele risico's en zo nodig veiligheidsmaatregelen nemen. Eventuele gevolgen voor het verkeer regelen. In sommige gevallen gebruik maken van crowd control. Tot slot afspraken maken over afval ophalen en schoonmaken, op- en afbouw. Door van aantrekkelijkheid en leefbaarheid een ambitie te maken, zullen zowel organisatoren als bewoners meer duidelijkheid krijgen over het gewenste evenwicht tussen genieten en ergeren. Het gaat daarbij om kwantitatieve aspecten (aantallen evenementen, bezoekers, decibellen), maar ook om kwalitatieve aspecten (soort evenement bij passende locatie, samenwerking met wijk, uitstraling, etc.).



# Realisatie van de ambities



Foto: Frank van Delft

In de hoofdstukken 3 t/m 10 geven we aan hoe we onze ambities willen realiseren.

Hoofdstuk 3 gaat vooral in op realisatie van de ambities 1 (breed en divers aanbod) en 2 (onderscheidend aanbod). Geschetst wordt hoe we op verschillende manieren het aanbod willen versterken en meer richting willen geven. Zodat hiermee het aanbod optimaal benut kan worden voor de levendigheid en aantrekkelijkheid van de stad. Omdat het gemeentelijke subsidie-budget beperkt is, zal ook via andere manieren moeten worden samengewerkt.

Hoofdstukken 4 t/m 10 gaan vooral in op de realisatie van ambitie 3 (aantrekkelijke en leefbare stad). De randvoorwaarden die hierbij komen kijken, zijn nodig om een evenement goed en veilig te laten verlopen en te zorgen voor een

goed evenwicht tussen enerzijds het organiseren van evenementen in Leiden en anderzijds de zorg die de gemeente heeft voor de leefbaarheid van de bewoners van Leiden. We bespreken die onderwerpen (accenten), waarvan naar voren is gekomen dat hier extra aandacht voor nodig is of waarvoor veranderingen in beleid nodig zijn.

## Realisatie van de ambities

Hoofdstuk 3	Hoofdstukken 4 t/m 10
<b>Versterken van het aanbod</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• (Meerjarige) subsidieverlening en indirecte kosten</li> <li>• Uitwerking criteria</li> <li>• Samenwerking met stadspartners</li> </ul>	<b>Randvoorwaarden</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dienstverlening organisatoren, bewoners en bedrijven</li> <li>• Veiligheid</li> <li>• Handhaving</li> <li>• Alcohol en evenementen</li> <li>• Op- en afbouw</li> <li>• (Passende) locaties</li> <li>• Geluid</li> </ul>

## 3. Versterken van het aanbod

**In dit hoofdstuk geven we aan hoe we op verschillende manieren het aanbod willen versterken en meer richting willen geven. Instrumenten hierbij zijn subsidie, het beschikbaar stellen van faciliteiten en diensten, maar ook vergunningverlening. Goede samenwerking met stadspartners is daarbij uiteraard van groot belang.**

### 3.1 (Meerjarige) subsidieverlening en indirecte kosten

#### Nieuwe deelverordening

Allereerst willen we meer richting geven aan het aanbod met een heldere en transparante deelverordening. Met subsidie willen we evenementen die aansluiten bij het profiel van de stad (ambitie 2) stimuleren.

De gemeente zal een nieuwe deelverordening 'bijzondere cultuurprojecten en cultuurevenementen' opstellen, die volgens planning gaat gelden voor de subsidieaanvragen vanaf seizoen 2013.

De bestaande deelverordeningen 'evenementen' en 'kunst en cultuursubsidies/onderdeel bijzondere projecten' vormen we om tot één nieuwe deelverordening met één budget. In de praktijk wordt namelijk op beide budgetten aangevraagd door organisatoren en al afgestemd tussen afdelingen. Dit is klantvriendelijker richting aanvragers.

De gemeente gaat subsidievoorwaarden stellen, die aansluiten bij de hierna volgende paragrafen. Het gaat dan om een bijdrage aan het profiel van de stad, toegevoegde waarde voor aanbod, doelgroepen en andere sectoren, bereik, onderscheidend zijn, kwaliteit, ondernemerschap, spin-off en samenwerking (zie paragraaf 3.2). Subsidieaanvragen worden afgestemd met stadspartners (zie paragraaf 3.3).

De indieningsdata voor een subsidieaanvraag laten we logisch aansluiten op het evenementenseizoen. De regeling is bedoeld voor zowel professionals als amateurs.

#### De Leidse Cultuurweken

Naast het evenementenbudget, continueert de gemeente de subsidie voor De Leidse Cultuurweken (voorheen 'Juni Cultuurmaand'). De subsidie is deels bestemd voor marketing en promotie en deels voor de programmering. Subsidie en sponsoring van (onderdelen van) De Leidse Cultuurweken door verschillende partijen zorgen daarbij voor vermeerdering van het beschikbare budget. Deze weken waaronder diverse evenementen vallen, vormen een profielversterkend, jaarlijks terugkerend evenement, dat een landelijk bereik kan genereren. De organisatie is hierbij in handen van Leiden Marketing (marketing en promotie) en de cultuurmakelaar (programmering). Daarnaast zal er tot en met 2014 subsidie gaan naar het Kennisfestival (of een variant hierop), dat door Leiden Marketing in samenwerking met stadspartners en kennisinstellingen wordt georganiseerd.

#### Meerjarenafspraken

Om organisatoren van kleine en grote evenementen meer zekerheid en waardering te geven, gaat de gemeente meerjarenafspraken maken bij evenementen die zich inmiddels bewezen hebben voor de identiteit en aantrekkingskracht van de stad, of bij evenementen die kansrijk zijn en waar we vertrouwen in hebben. Daardoor kunnen bij organisatoren risico's worden gespreid, kunnen zij gemakkelijker gelden bij derden binnenhalen en kan aan de groei (inhoud, publieksbereik) van een evenement worden gewerkt. Essentieel daarbij is een goed overleg tussen de gemeente en de organisatie die subsidie aanvraagt. Bij beide partijen moet duidelijk zijn wat wordt verwacht. Er worden daarbij meerjarige afspraken gemaakt, waarin aspecten aan de orde komen als financiën (subsidie), inhoud, groei en bereik. Ook de kwaliteit van de organisatie speelt hierbij een rol.

## Weerstandsvermogen

Organisatoren lopen verschillende risico's, bijvoorbeeld doordat ingeschatte inkomsten niet worden gehaald, als gevolg van achterblijvende bezoekersaantallen of een lagere baromzet. Zeker bij openluchtactiviteiten speelt het weer een grote rol. Vanwege deze risico's en om de groei van evenementen te stimuleren, wil de gemeente organisatoren toestaan een weerstandsvermogen op te bouwen. Dit betekent dat bij een goed jaar het voordelig saldo niet (volledig) aan de gemeente hoeft te worden terugbetaald, bij een slecht jaar kunnen financiële tegenvallers zo beter worden opgevangen. Op basis van de Algemene Subsidieverordening kan worden toegestaan dat 10% van de omzet als weerstandsvermogen wordt aangemerkt. In bijzondere omstandigheden zullen hierover aanvullende maatwerkafspraken worden gemaakt bij de beschikking tot subsidieverlening, dan wel subsidievaststelling.

## Indirecte kosten

Als gemeente willen we de grote volksfeesten, die op meerdere plekken tegelijk in de stad plaatsvinden met een maatschappelijk of collectief karakter en die we zeer belangrijk vinden voor de stad, blijven ondersteunen. Dat doen we door het beschikbaar stellen van bepaalde faciliteiten en diensten die niet doorberekend worden aan evenementenorganisatoren. Het kan dan bijvoorbeeld gaan om schoonmaakkosten buiten het evenemententerrein of het niet innen van gederfde parkeergelden. Het kan voorkomen dat een zelfde soort kosten bij de ene organisator wel in rekening worden gebracht en bij de andere organisator niet. Wij gaan onderzoeken hoe we deze kosten transparanter en consequenter kunnen doorberekenen aan organisatoren en welke uitzonderingen wij hierop willen maken. Hiertoe zullen we nadere voorstellen doen. We zullen in ieder geval per 2016 vanuit de budgetten van Stedelijk Beheer bij grote evenementen € 75.000 moeten gaan besparen door kosten door te berekenen aan organisatoren of organisatoren zelf taken uit te laten voeren die nu door Stedelijk Beheer worden uitgevoerd.

## Acties

1	Opstellen nieuwe deelverordening 'bijzondere cultuurprojecten en cultuurevenementen', op basis van de in paragraaf 3.2 genoemde criteria.
2	De Leidse Cultuurweken blijven subsidiëren, waarbij de subsidie deels bestemd is voor marketing en promotie en deels voor programmering. De organisatie is hierbij in handen van Leiden Marketing (marketing en promotie) en de cultuurmakelaar (programmering).
3	Meerjarenafspraken maken met evenementen die zich bewezen hebben voor het profiel van de stad en met nieuwe kansrijke evenementen.
4	Organisatoren een weerstandsvermogen van 10% toestaan. Daarnaast in bijzondere omstandigheden maatwerkafspraken maken.
5	Het college stelt vast welke kosten wel en welke kosten niet worden doorberekend aan organisatoren. We zullen in ieder geval per 2016 vanuit de budgetten van Stedelijk Beheer bij grote evenementen € 75.000 gaan besparen.

## 3.2 Uitwerking criteria

We vinden dat evenementen die zorgen voor een levendige en aantrekkelijke stad, moeten voldoen aan bepaalde voorwaarden. Dat geldt in het bijzonder voor evenementen die subsidie aanvragen, maar in belangrijke mate ook voor evenementen die alleen een vergunning aanvragen. Voor dit laatste zullen de juridische mogelijkheden worden verkend. Met deze criteria willen we meer richting geven aan het aanbod.

### Bijdrage aan profiel kennis en cultuur

Beeldbepalende evenementen die subsidie van de gemeente vragen, moeten aantoonbaar aansluiten bij het profiel van Leiden Stad van Ontdekkingen en de pijlers kennis en cultuur.

### Onderscheidend zijn en kwaliteit bieden

Er is concurrentie met andere steden, doe daarom niet precies wat elders al is, maar onderscheid je. Zorg voor een bepaalde uniciteit. Bied daarnaast kwaliteit. Een evenement moet in zijn soort voldoende kwaliteit bieden. Sommige bestaande evenementen kunnen kwalitatief nog verbeteren. Kwaliteit heeft niet te maken met high of low culture. Ook de peurbakkentocht kan bijvoorbeeld aan kwaliteit winnen als de boten nog mooier zijn aangekleed. Met kwaliteit bedoelen we naast artistieke kwaliteit

ook ondernemerschap, samenwerking en een goede organisatie van het evenement.

### Ondernemerschap

Het kunnen beheren, organiseren en vermarkten is een belangrijke eigenschap voor een succesvol evenement. Daarom zullen bij de beoordeling van evenementen die gemeentelijke ondersteuning vragen de volgende zaken belangrijk zijn: een professionele houding, het bedrijf op orde hebben, een goede marketing, innoverend vermogen, eigen verdienvermogen, een zogenoemde 'stakeholders'- benadering (directe betrokkenheid van de klant bij het product) en een gezamenlijke propositie maken voor andere sectoren en voor mogelijke financiers. Daarnaast aandacht voor het aanboren van externe financieringsmogelijkheden als mecenaten, fondsenwerving en crowdfunding. Bedrijven kunnen goed exposure generen via evenementen die aansluiten bij het imago van het bedrijf. Ook zien wij graag creatieve plannen om bezoekers langer in de stad vast te houden.

Uitgangspunt bij het ondersteunen van evenementen is de zelfstandigheid en zelfredzaamheid van de organisaties. Kosten van evenementen worden in principe door de organiserende partij gedragen. Organisaties worden geacht hun uiterste best te doen om middelen te genereren om de kosten te dekken. Een bijdrage van de gemeente is slechts een aanvulling of extra ondersteuning. Organisatoren die met het evenement uitsluitend een commercieel belang beogen, krijgen geen gemeentelijke financiële bijdrage toegekend. Hierbij kan worden gedacht aan bijvoorbeeld activiteiten georganiseerd door horecaondernemers, winkeliers of verkooporganisaties van een bepaald product die geen ander doel hebben dan het maken van winst.

### Samenwerking en meervoudig bezoeks-motief stimuleren

Evenementenorganisatoren moeten elkaar en stads-partners in verschillende sectoren nog vaker opzoeken

om van elkaar te profiteren en elkaar te versterken. Denk hierbij aan horeca, winkeliers en andere culturele partners als musea, kunstenaars en amateurkunst. De mogelijkheden voor samenwerking, partnerschap en cross-overs moeten nog meer worden benut. Het is onder meer wenselijk dat er een betere synergie komt van evenementen met ondernemers in de binnenstad of met andere evenementen. Dit resulteert in een hoger publieksbereik en meervoudige bezoeks-motieven (bijvoorbeeld combinatie met horeca, bezienswaardigheden, winkelen) en brengt daarmee een economische spin-off met zich mee. Een goed voorbeeld daarvan zijn bijvoorbeeld 'de verrassende winkelweekenden', de cultuurweken en de Lakenfeesten. Bezoekers van evenementen moeten we nog meer als dagjesmensen zien.

Door samenwerking kan er ook een verbinding komen tussen bijvoorbeeld kleinschalige evenementen en publiekstreckende evenementen, zodat een divers en breed samengesteld publiek wordt bediend. Samenwerking tussen diverse evenementen leidt ook tot een duidelijker profilering van de samenwerkende evenementen, een betere bundeling van de evenementen in Leiden en het versterken van elkaars kracht. We vragen de grote podia en gezelschappen in Leiden om samenwerkingen aan te gaan met evenementen-organisatoren (cultureel mentorschap). Ook nemen we in ons vergunningaanvraagformulier een item op waarin we vragen met wie er wordt samengewerkt.

### (Boven)regionaal en landelijk bereik genereren

Leiden heeft een prachtig evenementenaanbod, maar dat aanbod heeft nog lang niet het bereik dat we moeten hebben. Er zijn in Leiden nog te weinig (boven)regionale evenementen die bijdragen aan de bekendheid van Leiden. Een aantal Leidse evenementen heeft de potentie om door te groeien naar nationale allure en bekendheid. Bij de subsidieverlening nemen we hier (meerjaren) afspraken over op. We gaan eisen stellen aan het bereik. (Boven)regionale of nationale evenementen genereren veel positieve publiciteit voor Leiden en helpen daardoor mee de ambities van Leiden te realiseren.



We willen hierbij als centrumgemeente ook een rol spelen voor inwoners in de regio, die mede gebruik (kunnen) maken van ons aanbod. Het richten op een groter bereik in de regio heeft voordelen voor Leiden, maar ook voor de regio. Bewoners van de regiogemeenten kunnen genieten van ons brede en diverse aanbod.

We verwachten dat evenementenorganisatoren zelf een goede promotie voeren. Daarnaast zorgt Leiden Marketing op lokaal niveau voor informatie (website, folders e.d.) en bij profiel versterkende, onderscheidende evenementen voor promotie op (boven)regionaal en landelijk niveau.

### **Toegevoegde waarde voor aanbod, voor doelgroepen en voor andere sectoren**

Voor nieuwe evenementen geldt dat zij een toegevoegde waarde moeten hebben ten opzichte van het huidige aanbod. Zij dragen bij aan de diversiteit van het aanbod. Niet twee keer hetzelfde, in dat geval moet worden gekeken naar samenwerking/bundeling. Ook moeten evenementen goed gespreid zijn over het jaar.

Toegevoegde waarde betekent ook: publieksgericht, voor ieder wat wils, worden alle doelgroepen bediend, is er voor jong tot en met oud een mooi aanbod in Leiden, voor Leidenaren zelf en voor bezoekers van buiten Leiden.

Daarnaast betekent toegevoegde waarde dat het evenement de Leidse economie moet stimuleren, bijvoorbeeld via het bevorderen van een meervoudig bezoeks-motief of doordat verschillende sectoren op het evenement zelf actief zijn (horeca, detailhandel, werkgevers, cultuursector). Hierbij speelt een afweging tussen lusten en lasten.

Zoals al eerder gezegd kunnen we hier via subsidie richting aan geven, maar willen we hier bij vergunningverlening ook aandacht aan besteden.

### **Speciale aandacht voor jongeren, kenniswerkers en expats**

We zullen extra alert zijn of er voldoende aanbod is voor jongeren, kenniswerkers en expats. Groepen die we vanuit ons stadsprofiel belangrijk vinden om te hebben

en te behouden voor onze stad. Waar nodig vindt (de promotie van) het aanbod ook meertalig plaats.

### **Acties**

6	We vragen de grote podia en gezelschappen in Leiden om samenwerkingen aan te gaan met evenementenorganisatoren (cultureel mentorschap).
7	In de vergunningaanvraag een item opnemen waarin we vragen naar samenwerking met andere organisatoren en sectoren.

## **3.3 Samenwerking met stadspartners**

We willen onze ambities ook realiseren door als gemeente nauw samen te werken met Leiden Marketing, het Centrummanagement en de cultuurmakelaar. Samen met hen willen we meer richting geven aan het aanbod van evenementen in Leiden en zorgen dat deze een meerwaarde hebben voor de stad.

Samen met deze organisaties willen we in het vervolg bij de verschillende partijen ingediende subsidieaanvragen en te verwachten evenementen afstemmen. Hierbij zijn de criteria zoals genoemd in paragraaf 3.2 leidend en handelen we vanuit één strategie. Ieder met behoud van eigen eindverantwoordelijkheid, taken en expertise (acties/besluiten richting ondernemers, organisatoren, bewoners, cultuursector, marketing, profilering). Leiden Marketing zal dit overleg minimaal één keer per kwartaal bijeen roepen en waar nodig vaker. De volgende punten kunnen in dit overleg worden signaleerd en opgepakt:

- Is er verbinding, bundeling of samenwerking mogelijk met een ander evenement of een andere sector. Denk hierbij aan horeca, winkeliers en culturele partners.
- Is er in het totaalaanbod van evenementen voor ieder wat wils, is het aanbod divers en worden alle doelgroepen bediend. Of liggen er nog niches.
- Is een evenement mogelijk beter passend op een andere locatie of op een andere datum.
- Is er een goede en logische verdeling van evenementen door het jaar heen.

- Zijn er bestaande evenementen (buitenkansen) die we kunnen aantrekken en naar de stad kunnen halen.
- Zijn er evenementen die nog moeten worden toegevoegd aan de kalender op de stadsportal [www.leiden.nl](http://www.leiden.nl).
- Kunnen er nog meer evenementen in themablokken door het jaar heen worden gemarkeerd. Door blokken te maken per thema, of door evenementen uit te dagen zo te programmeren dat het passend is bij een thema, kunnen ze elkaar versterken. De blokken kunnen worden ingezet voor gezamenlijke marketing en zo de bekendheid van bepaalde evenementen vergroten. De Leidse Cultuurweken zijn hier een goed voorbeeld van en tonen aan dat het geheel meer is dan de som der delen. Hierdoor ligt ook landelijke reclame voor Leiden in het verschiet.
- Organisatoren stimuleren dat ze vroegtijdig aangeven wat ze van plan zijn te organiseren, zodat daarop ingespeeld kan worden.
- Gezamenlijke, kwantitatieve en kwalitatieve monitoring.

Tot slot is voor deze samenwerking van belang dat organisatoren op tijd aangeven wat voor evenement ze willen organiseren. Dat is nu nog niet altijd het geval. Zo krijgen we een duidelijk overzicht en kunnen we daarop goed inspelen. Ook voor omwonenden en belangstellenden is dit fijn.

### Acties

8	Vast overleg tussen gemeente, Leiden Marketing, het Centrummanagement en de cultuurmakelaar organiseren. Dit om meer richting te geven aan het aanbod en te zorgen dat evenementen een meerwaarde voor de stad hebben.
9	Leiden Marketing maakt de digitale evenementenkalender op de stadsportal <a href="http://www.leiden.nl">www.leiden.nl</a> goed vindbaar en volledig. Voor profielversterkende, onderscheidende, evenementen zorgt Leiden Marketing, voor promotie van evenementen op (boven)regionaal en landelijk niveau.
10	Opnieuw de rol van Leiden Marketing, het Centrummanagement, de cultuurmakelaar en de gemeente benoemen op het gebied van evenementen. Dit doen we via de nieuwe uitvoeringsovereenkomsten 2013-2016 (UVOK).
11	Actief bestaande evenementen (buitenkansen) aantrekken en naar de stad halen, waarmee we ons (boven)regionaal kunnen profileren.
12	Organisatoren vragen tijdig aan te geven welk evenement ze willen gaan organiseren.

## 4. Dienstverlening naar organisatoren

**Om onze ambities te bereiken, is het ook nodig om te zorgen voor goede dienstverlening en informatievoorziening richting organisatoren. Daarnaast is er een cultuurverandering bij de gemeente nodig. Zo zorgen we ervoor dat we voorspelbaar zijn en houden we organisatoren enthousiast en gemotiveerd om een evenement te organiseren.**

### 4.1 Website en vergunningprocedure

Het is belangrijk dat de gemeentelijke website meer achtergrondinformatie biedt over het organiseren van een evenement in Leiden. Hiervoor gaat onder andere het digitale handboek 'Organiseren van een evenement in Leiden' fungeren. Dit handboek geeft praktische uitleg over het vergunningproces en duidelijkheid over de randvoorwaarden bij een evenement.

De vergunningaanvraag wordt steeds vaker digitaal gedaan. Dit gaat nog niet altijd vlekkeloos. De gemeente gaat het systeem van de digitale aanvraag nog verder doorontwikkelen, mogelijk met het 'evenementen-assistent' systeem, waarmee nu een proef loopt. Ook wordt een verbeterslag gemaakt richting organisatoren die jaarlijks hetzelfde evenement aanvragen, zodat zij minder gegevens hoeven in te vullen.

### 4.2 Cultuurverandering

De gemeente moet makkelijk toegankelijk zijn voor organisatoren en hen in staat stellen om onder de gestelde randvoorwaarden en condities evenementen te organiseren. Als gemeente willen we aandacht geven aan de wensen en initiatieven van de stad en de kracht van de samenleving benutten. De stad moet meer samenwerken, maar tegelijk moet de gemeente zelf ook meer openstaan voor initiatieven, meedenken en faciliteren. Om het organiseren van goede initiatieven uit de stad te stimuleren, is een cultuurverandering bij de gemeente nodig. Dat gaat naast meedenken over hoe we dingen mogelijk maken, ook om rollen. Rollen die we niet klassiek vanuit onze evenementen-

coördinatie vervullen. Een goed voorbeeld daarvan is het initiatief 'Beelden in Leiden', waarbij men niet met klassieke vragen voor vergunning, subsidie of geluidsoverlast bij de gemeente kwam, maar met heel andere vragen (over bijvoorbeeld de verzekering en cameratoezicht). Dit zijn vragen die normaal niet aan de gemeente worden gesteld. Als gemeente moeten we hier op in kunnen spelen.

Andersom verwacht de gemeente van de organisator van een evenement een professionele houding. Dat geldt voor de voorbereiding van een evenement, de op- en afbouw daarvan, het tijdig aanvragen van een vergunning op kwalitatief goede wijze, de communicatie over het evenement en het verloop van het evenement.

### 4.3 Opzetten overleg organisatoren

Organisatoren hebben de behoefte om niet allemaal afzonderlijk het wiel uit te vinden. Samenwerking is ook van belang als het gaat om het binnenhalen van fondsen en sponsoring, gezamenlijk inkopen of om een link naar andere partijen in de stad te leggen. Deze samenwerking kan worden bevorderd door een regulier overleg met organisatoren te hebben en zodoende afstemming, samenwerking en hulp aan nieuwe initiatieven te bieden. De cultuurmakelaar zal hiervoor vier keer per jaar een overleg gaan organiseren. Ook zal er een digitale organisatorenengids komen waarin alle contacten van organisatoren zijn gebundeld, zodat men elkaar goed en snel kan vinden.

#### Acties

13	Verbeteren van de gemeentelijke website met (achtergrond-)informatie over evenementen voor organisatoren. O.a. door goede uitleg van het vergunningproces en de randvoorwaarden bij evenementen beschikbaar te stellen via een digitaal handboek voor organisatoren.
14	Het systeem van digitale aanvraag verder doorontwikkelen.
15	Verbeterslag doorvoeren richting organisatoren die jaarlijks hetzelfde evenement aanvragen, zodat zij minder gegevens hoeven in te vullen.
16	Opzetten van een regulier overleg met leidse organisatoren en een organisatorenengids door de cultuurmakelaar.

## 5. Dienstverlening naar bewoners en bedrijven

**Goede dienstverlening is niet alleen van belang richting organisatoren, maar ook richting bewoners en bedrijven. Er ligt een taak voor de gemeente en organisatoren om hen goed en tijdig te informeren. Op die manier wordt het voor iedereen beter voorspelbaar hoe een evenement verloopt.**

**In een gemeentelijk communicatieplan wordt vastgesteld hoe te communiceren over evenementen richting bewoners en bedrijven. Hierin komen zowel de taken en verantwoordelijkheden van de gemeente, als van de organisator aan de orde. Onderstaande informatie vormt hiervoor de basis.**

### 5.1 Informatievoorziening bewoners en bedrijven

Het is van belang dat bewoners en bedrijven weten wat er wanneer en waar gaat gebeuren. Op die manier kunnen zij rekening houden met mogelijke activiteiten voor de deur en eventuele wijzigingen in het verkeer, wat invloed kan hebben op bereikbaarheid van huizen en bedrijven. De communicatie moet gaan over de bereikbaarheid van de stad en de locatie, inhoud, datum, doelgroep, organisator en tijden van het evenement.

#### Gebruik bewonersbrieven en stadskrant

De organisator dient directe omwonenden uiterlijk twee weken voor het evenement via een bewonersbrief te informeren. Ervaring leert, dat het goed werkt wanneer organisatoren en omwonenden elkaar van te voren spreken, bijvoorbeeld via het bestuur van de wijkvereniging. Als een omwonende weet hoe het programma eruit ziet, waar hij aan toe is en wie hij kan bellen of aanspreken voor, tijdens en na het evenement, scheelt dat een hoop.

Bij grote evenementen die op meerdere plekken in de stad plaatsvinden of evenementen die veel

gevolgen hebben voor het verkeer, biedt de gemeente ondersteuning via een publicatie in de Stadskrant, op de website en in sommige gevallen via het verspreiden van bewonersbrieven. Hiervoor gaan we vaste formats hanteren.

De gemeente neemt verder in haar vergunningaanvraagformulier een vraag op over hoe de organisator de omgeving gaat informeren, wie zij gaat informeren en wanneer. Daarnaast zetten we voor organisatoren een voorbeeld bewonersbrief op de website. Zo willen we aansturen op contact (en samenwerking) tussen organisatoren en wijkvertegenwoordigers.

#### Gemeentelijke website

Op de gemeentelijke website over evenementen komt op één plek informatie te staan over alle lopende vergunningverzoeken en de verleende vergunningen. Deze informatie moet volledig, up-to-date en duidelijk vindbaar zijn. Het geheel vormt een totaaloverzicht van aangevraagde en verleende vergunningen.

Daarnaast kijken we of we in de toekomst kunnen aansluiten op een (gemeentebreed) meldingssysteem dat wordt ingevoerd. Mensen die hun e-mailadres achterlaten, krijgen een melding als er iets in hun omgeving gebeurt (bijvoorbeeld een wegafsluiting, vergunningaanvraag). Op dit moment kunnen mensen zich al abonneren op een maandelijkse mailing waarin staat welke evenementen er de betreffende maand plaatsvinden.

#### Afstemming vergunning en evaluatie

Bij veel grote evenementen wordt een coördinatie- en evaluatieoverleg gehouden tussen de gemeente, de hulpdiensten en de organisator. Hierbij nodigt de gemeente voortaan ook een contactpersoon uit namens de omwonenden en een contactpersoon namens de ondernemers van de desbetreffende evenementenlocatie.

## 5.2 Goede klachtenlijn

Wanneer er klachten zijn over een evenement, kan een bewoner overdag bellen met het evenementenbureau en 's avonds met de evenementenklachtenlijn. Zij registreren de klacht en als deze spoedeisend is wordt deze doorgegeven aan de Omgevingsdienst West Holland, afdeling Handhaving of de politie. De klachten worden verder betrokken bij de evaluatie van het evenement.

De gehanteerde procedure van melding, registratie, naar eventuele actie en terugkoppeling is op dit moment onduidelijk voor klagers, die vervolgens het idee hebben dat hun klacht blijft liggen. Ook is het voor hen niet altijd duidelijk welk nummer voor welke overlast moet worden gebeld.

Deze situatie gaan we verbeteren. Er moet adequaat geholpen, doorverwezen en teruggekoppeld worden naar bewoners. Dit proces moet helder zijn en men moet tevreden zijn over de afhandeling. Andersom is het voor organisatoren van belang dat zij op de hoogte zijn van klachten, zodat zij hiernaar kunnen handelen.

### Acties

17	Vaststellen van een communicatieplan waarin staat hoe te communiceren bij evenementen richting bewoners en bedrijven (vanuit gemeente en vanuit organisator) en waarin een opzet wordt gegeven voor een verbeterde gemeentelijke website over evenementen.
18	Opnemen vraag in aanvraagformulier over informeren bewoners en bedrijven door organisator (wie, wanneer, hoe).
19	Voorbeeld bewonersbrief op gemeentelijke website zetten.
20	Informatie over vergunningverzoeken en verleende vergunningen duidelijk en up-to-date op de gemeentelijke website weergeven.
21	Onderzoeken of we in de toekomst kunnen aansluiten op een (gemeentebreed) meldingssysteem om bewoners en bedrijven te informeren.
22	Bij coördinatie- en evaluatie overleggen ook een contactpersoon namens de omwonenden en een contactpersoon namens de ondernemers van de betreffende evenementenlocatie uitnodigen.
23	Het proces van afhandeling van klachten rondom een evenement verbeteren. Hierover duidelijke informatie op de gemeentelijke website plaatsen.



## 6. Veiligheid

**Veiligheid is een zeer belangrijk aspect bij evenementen. De laatste jaren zijn er op het gebied van veiligheid veel ontwikkelingen geweest. Landelijk wordt steeds scherper gestuurd op veiligheid tijdens evenementen. Veiligheid is één van de belangrijkste gronden waar een evenement op kan worden geweigerd. In het coördinatieoverleg stemmen gemeente en hulpdiensten met elkaar af (politie, brandweer, GHOR, Verkeer en Wijkmanagement, Handhaving, Stedelijk Beheer, Openbare Orde en Veiligheid, de Omgevingsdienst en het evenementenbureau). In het kader van veiligheid vinden we het belangrijk te toetsen op risico's, regionaal samen te werken en voorzorgsmaatregelen als matrixborden en afhekken in te zetten.**

### 6.1 Toetsen op risico's

De gemeente doet, ongeacht het aantal bezoekers van een evenement, consequent een risicoanalyse op alle evenementenaanvragen om de risico's van een evenement in te schatten. Deze scan wordt uitgevoerd door het evenementenbureau.

Naast het risicoanalysemodel, is ook het opstellen van veiligheids- en calamiteitenplannen erg belangrijk om risico's in kaart te brengen. Calamiteitenplannen zijn alleen verplicht bij een categorie C evenement. De term calamiteitenplannen gaat in de toekomst veranderen in Integraal operationele plannen.

We willen dat deze voortaan uiterlijk vier weken voor het evenement zijn vastgesteld. Hiervoor wordt een duidelijke procesomschrijving ontwikkeld. Tijdsige vergunningverlening en gereed zijn van het calamiteitenplan brengen met zich mee dat veiligheidsplannen ook tijdig gereed moeten zijn en de hulpdiensten zo hun inzet beter kunnen plannen. Met betrekking tot deze onderwerpen zijn op landelijk niveau verschillende ontwikkelingen gaande, zo is recent de Handreiking Evenementenveiligheid ontwikkeld. Deze handreiking is als hulpmiddel te gebruiken bij de voorbereiding, uitvoering en nazorg van publieksevenementen.

Middels een **risicoscan** kan een (eerste) oordeel worden gegeven over de waarschijnlijkheid dat het evenement:

1. leidt tot risico's voor de openbare orde, openbare veiligheid, de volksgezondheid of het milieu;
2. maatregelen of voorzieningen vergt van het daartoe bevoegd gezag om die dreiging weg te nemen.

De risicoscan is gebaseerd op verschillende indicatoren die gaan over het activiteitenprofiel, publieksprofiel en ruimtelijke profiel van een evenement. De scan is bepalend voor de vergunningvoorwaarden en andere veiligheidsmaatregelen. Uit de scan volgt de indeling van een evenement in klasse A (laag risico, geen aanvullende maatregelen nodig), klasse B (gemiddeld risico, aanvullende maatregelen nodig) en klasse C (sterk verhoogd risico, calamiteitenplan noodzakelijk).

### 6.2 Regionale samenwerking

Op het gebied van veiligheid wordt ook in regionale overlegstructuren beleid ontwikkeld. Zo maakt de gemeente Leiden deel uit van Werkgroep Evenementen van de veiligheidsregio Hollands Midden. Hier wordt nagedacht over hoe de regionale samenwerking in afstemming en toetsing nog beter vorm kan krijgen. Dit heeft inmiddels onder andere geleid tot een regionale vertaling van de landelijke handreiking. Dit kader beschrijft de manier waarop gemeenten en hulpverleningsdiensten in Hollands Midden met evenementenveiligheid omgaan. Het doel is een procesbeschrijving te geven van het bepalen van de behandelingsaanpak van een evenement tot en met het houden en evalueren van een evenement.

De gemeente Leiden behandelt de aanvragen voor evenementenvergunning al volgens deze aanpak. De regionale samenwerking zal daarom niet voor veel verandering zorgen.

Grote evenementen worden binnen de regio Hollands Midden structureel afgestemd met omliggende gemeenten. Dit gaat vooral over openbare orde en veiligheid, inzet en capaciteit van hulpdiensten en het

afstemmen van de kalenders bij met name de B en C evenementen. Doel van de regionale samenwerking is om in 2013 te komen tot een regionale evenementenkalender en een integraal advies van de hulpdiensten op aanvragen van de B en C evenementen. Voordeel van de regionale evenementenkalender is dat de inzet en capaciteit van de hulpdiensten bij de diverse evenementen afgestemd kunnen worden.

### 6.3 Crowdmanagement

Om evenementen veilig en beheersbaar te houden is crowdmanagement van belang. Hierover vindt overleg plaats in het coördinatieoverleg tussen gemeente en hulpdiensten.

Crowdmanagement bestaat doorgaans uit een samenstel van maatregelen. Dit met als doel om grote groepen bezoekers in goede banen te leiden.

Crowdmanagement kan plaatsvinden door het gebruik maken van bijvoorbeeld dranghekken, het voorschrijven van een maximaal aantal bezoekers per vierkante meter, een vrijgestelde calamiteitenroute of door communicatiemiddelen- en systemen om te kunnen communiceren met het publiek. Ook van de organisator wordt in deze gevraagd om de nodige maatregelen te nemen, zoals het opstellen van een veiligheidsplan, benodigd bij

een B of C evenement en het inzetten van beveiligers en EHBO-ers.

Per evenement wordt door zowel gemeente en hulpdiensten, als door de organisator gezien welke maatregelen worden ingezet (maatwerk). De afspraken hierover worden opgenomen in de vergunning. Matrixborden, om het publiek goed en tijdig te informeren, worden voornamelijk alleen bij de 3 Oktoberviering ingezet. Naar aanleiding van de drukte tijdens Koningsdag 2012 wordt overwogen deze in het vervolg ook bij dit evenement in te zetten. In zijn algemeenheid streeft het college naar minder afgezeilde evenementen zodat zichtbaar is wat er achter de hekken gebeurt. Als er sprake is van afgezeilde evenementen, mag er geen gebruik gemaakt worden van hekken met zwarte zeilen.

#### Acties

24	Calamiteitenplannen worden uiterlijk vier weken voordat het evenement plaatsvindt vastgesteld. Dit heeft consequenties voor het voortraject. In een procesomschrijving zal dit traject gedetailleerder worden uitgewerkt.
24a	Nadere afspraken maken over hoe van grote risicovolle binnenevenementen structureel melding gemaakt dient te worden.
25	Samen met omliggende gemeenten ontwikkelen van regionaal beleid en een regionale evenementenkalender.

## 7. Handhaving

**Bij het beheersbaar houden van evenementen speelt toezicht en handhaving een belangrijke rol. Leiden gaat ervan uit dat organisatoren zich houden aan de gestelde regels en voorschriften in hun vergunning. Toch is het nodig om toe te zien op de gang van zaken bij evenementen en indien nodig handhavend op te treden. Soms is dit optreden gericht aan de organisatoren, soms gaat het om de bezoekers van evenementen.**

### 7.1 Verantwoordelijkheden

De afdeling Handhaving ziet namens de gemeente toe op de naleving van de lokale wet- en regelgeving, zoals vastgelegd in de APV, en het Bouwbesluit. Zij controleert op onderdelen uit de verleende vergunningen als buitentaps, bebording en podia. Eveneens verwijderd de afdeling Handhaving obstakels op of rondom het evenemententerrein, bijvoorbeeld verkeerd geparkeerde voertuigen, boten of fietsen. Ook de politie en de Omgevingsdienst hebben een rol in de handhaving bij evenementen. In bijgaand schema zijn de primaire verantwoordelijkheden op het gebied van handhaving weergegeven.

Onderwerp <sup>4a</sup>	Gemeente	Politie
Geluidsoverlast	X <sup>3</sup>	
Eindtijd	X	
Wildplassen		X
Verstoren openbare orde		X
Verwacht: Drank- en Horecawet <sup>4</sup>	X	
Aanwijzing verkeersregelaars	X	
Zwerfvuil	X	
Parkeren	X	
Bouwwerken (tijdelijke)	X	

De Omgevingsdienst handhaaft en controleert op geluid bij evenementen met een vergunning. De Omgevingsdienst kan een dwangsom opleggen en opereert hiermee namens de burgemeester.

<sup>3</sup> De handhaving op geluid valt onder verantwoordelijkheid van de Omgevingsdienst.

<sup>4</sup> De overheveling van de Drank- en Horecawet naar gemeenteverantwoordelijkheid, treedt naar verwachting in de loop van 2013 in werking. Toezicht en handhaving vallen daarmee onder verantwoordelijkheid van de afdeling Handhaving.

<sup>4a</sup> Dierenwelzijn wordt in landelijke wetgeving geregeld. De Gezondheids- en Welzijnswet voor Dieren is bedoeld als een uitputtende wettelijke regeling voor het welzijn van dieren. Daarom mag dierenwelzijn in de gemeentelijke APV (Algemene Plaatselijke Verordening) niet worden opgenomen als grondslag voor het weigeren van vergunningen.

### 7.2 Inzet afdeling Handhaving

In het kader van veiligheid vinden we het belangrijk dat de verantwoordelijkheden tussen de verschillende partijen duidelijk zijn verdeeld en er voldoende inzet en prioriteit aan handhaving bij evenementen gegeven wordt om controles en toezicht uit te oefenen.

De inzet van de afdeling Handhaving bij evenementen is de afgelopen jaren steeds hoger geworden.

Incidenteel wordt ook al na 23.00 uur doorgewerkt.

‘Veilige evenementen’ is een van de prioriteiten in de Handhavingnota. De inzet en het budget van handhaving bij evenementen blijft de komende jaren prioriteit houden, ook vanwege de overheveling van de Drank- en Horecawet naar de verantwoordelijkheid van de gemeente. De taken en werktijden van de afdeling Handhaving zullen hierop worden aangepast. Jaarlijkse controle of de inzet voldoende is en het budget dekkend voor de inzet is noodzakelijk.

Het is belangrijk dat deze inzet niet alleen geldt tijdens evenementen, maar ook in de voorbereiding. Hierbij gelden als uitgangspunten voor handhaving: slimmer handhaven door meer inzet op preventie en integraal handhaven in samenwerking met politie en brandweer door bijvoorbeeld controles op het gebied van veiligheid samen uit te voeren. Bij de op- en afbouw van een evenement is de afdeling Handhaving in het kader van schoon en heel in samenwerking met Stedelijk Beheer in de toekomst steekproefsgewijs aanwezig. Hiervoor zal er in eerste instantie een proef worden gedaan met voor- en na-opnames (schouw). Terplekke kan de situatie goed worden beoordeeld en indien nodig overleg plaatsvinden met de organisator. Zodoende kan een vooropname overlast en onveilige situaties voorkomen (preventie) en is er aan de voorkant meer helderheid voor organisatoren en ondernemers. Met deze proef kunnen we ervaring opdoen en bij welslagen zullen we overwegen deze als vaste werkwijze in te voeren (zie ook 9.1).

#### Acties

26	Jaarlijks wordt in overleg met de afdeling Handhaving bezien of de inzet van handhavende activiteiten en het budget voldoende is (gebleken).
----	--

## 8. Alcohol en evenementen

**Tijdens evenementen wordt er vaak veel gedronken. Bezoekers kunnen dan worden geconfronteerd met overmatig alcoholgebruik, dat regelmatig gepaard gaat met geweld en overlast. Ook heeft het overmatig gebruik van alcohol schadelijke gevolgen voor de gezondheid, met name voor jongeren onder de 18 jaar. Alcoholgebruik onder de 16 is bij wet verboden. De gemeente heeft een aantal maatregelen opgesteld om bewuster om te gaan met alcohol tijdens evenementen.**

### 8.1 Begin- en eindtijden

De horeca is vaak betrokken bij evenementen en heeft een belangrijke functie. Sommige horecaondernemers zijn ook zelf organisator van een evenement.

Met buitentaps en muziekoptredens verhogen zij voor veel mensen het feestgevoel in de stad voornamelijk tijdens 'volksfeesten'. Ook organisatoren zelf plaatsen vaak buitentaps om de feest sfeer van het evenement te verhogen en zo uit de kosten te komen.

Om bewuster om te gaan met alcohol tijdens evenementen en meer helderheid te verschaffen aan vergunningaanvragers stellen we de begintijd waarop een buitentap vergund mag worden gelijk aan de start van het evenement en op zijn vroegst om 13.00 uur. De eindtijd van buitentaps is maximaal een uur na het eindigen van het evenement.

### 8.2 Alcoholverkoop

Tijdens evenementen is de alcoholverkoop door avondwinkels, snackbars en supermarkten een punt van aandacht waar veel over wordt gesproken. Deze verkoop is niet goed te reguleren en leidt tot ongewenste effecten. De alcohol wordt niet meer gekocht voor thuisgebruik, maar wordt op straat genuttigd.

Het gebruik van alcohol op straat is bovendien op grond van artikel 2:48 APV niet toegestaan op daartoe aangewezen gebieden. De binnenstad is zo'n aangewezen gebied. Indien het gebruik van alcohol op straat leidt tot ongewenste situaties kan actiever

gecontroleerd en gehandhaafd gaan worden op het nuttigen van alcohol buiten het evenemententerrein.

### 8.3 Bewustmaking

Het is belangrijk dat organisatoren en buitentap vergunninghouders zich bewust zijn van alcoholgebruik bij evenementen, en dan vooral bij jongeren.

Door een extra paragraaf over alcohol toe te voegen in het aanvraagformulier voor een buitentap, wordt de aanvrager gedwongen meer na te denken over het schenken van alcohol tijdens een evenement en het omgaan met jongeren en beschonken bezoekers. Ook gaan we bij ieder besluit om een buitentap te vergunnen een handreiking aan de organisator meesturen met daarin meer informatie en voorlichting om verstandig om te gaan met alcohol. Verder gaat de evenementencoördinator bij evenementenaanvragen speciaal gericht op een publiek met veel jongeren in gesprek met de organisator, om mogelijkheden zoals instructie van het barpersoneel en voorlichting aan bezoekers te bespreken.

#### Acties

27	Meer bewustwording creëren voor alcohol en jongeren, door extra paragraaf over alcohol in aanvraagformulier buitentap op te nemen.
28	Versturen van handreiking aan organisator bij besluit tot vergunnen buitentap.
29	Evenementencoördinator bespreekt methoden van alcoholmatiging met vergunningaanvragers van evenementen die vooral gericht zijn op jongeren.

**Eindtijden****De eindtijden bij een evenement zijn:**

- zondag t/m donderdag: - 23.00 uur
- vrijdag en zaterdag: - 0.00 uur

Voor Koninginnennacht/dag, de 3 Oktoberviering en de Lakenfeesten zijn er afwijkende eindtijden. Hierbij mag er, mits de hulpdiensten hiermee akkoord zijn, buiten alcohol worden geschonken tot maximaal een uur na het evenement. Voor bijzondere, incidentele evenementen kunnen afwijkende tijden worden vastgesteld (denk aan Glazen Huis).

**Eindtijden Koninginnennacht/dag**

- Koninginnennacht - 01.00 uur
- Koninginnedag - zondag t/m donderdag: 23.00 uur  
- vrijdag en zaterdag: 00.00 uur

**Eindtijden Lakenfeesten**

- donderdag - 23.00 uur
- vrijdag en zaterdag - naar keuze één van deze dagen tot 01.00 uur, de andere dag tot 00.00 uur
- zondag - 23.00 uur

**Eindtijden 3 Oktoberviering**

- Starttijd kermis - 14.00 uur

	Gebied binnen de singels	rest van de stad
<b>Indien tussen de viering van 2 en 3 oktober een zondag valt</b>		
<b>Eindtijden van zaterdag op zondag</b>		
einde kermis	02.00	n.v.t.
geluid buiten uit	02.00	01.00
buitentap dicht	03.00	02.00
deur dicht	03.00	02.00
<b>Eindtijden van zondag op maandag</b>		
einde kermis	22.00	n.v.t.
geluid buiten uit	22.00	22.00
buitentap dicht	23.00	23.00
deur dicht	01.00	01.00
<b>Eindtijden van maandag op dinsdag</b>		
einde kermis	01.00	n.v.t.
geluid buiten uit	01.00	00.00
buitentap dicht	02.00	01.00
deur dicht	02.00	01.00
<b>Indien tussen de viering van 2 en 3 oktober geen zondag valt op 2 oktober</b>		
einde kermis	02.00	n.v.t.
geluid buiten uit	02.00	01.00
buitentap dicht	03.00	02.00
deur dicht	03.00	02.00
<b>Indien tussen de viering van 2 en 3 oktober geen zondag valt op 3 oktober</b>		
einde kermis	01.00	n.v.t.
geluid buiten uit	01.00	00.00
buitentap dicht	02.00	01.00
deur dicht	02.00	01.00



## 9. Op- en afbouw

**Er zijn nog meer randvoorwaarden waaraan een evenement moet voldoen. Hieronder vallen maatregelen op het gebied van afval en schoonmaak, sanitaire voorzieningen en bereikbaarheid. Wanneer niet aan deze randvoorwaarden wordt voldaan, zorgt dit voor overlast.**

### 9.1 Afval en schoonmaak

De organisator is verantwoordelijk voor de op- en afbouw van het evenemententerrein. Dit betreft het gereed maken van het terrein, het plaatsen van hekken, maar ook de schoonmaak en het verwijderen van zwerfafval. Uitzondering zijn de grote volksfeesten die door de hele stad plaatsvinden, waarbij de gemeente een aantal zaken op zich neemt.

De organisator bepaalt of hij zaken uitbesteedt aan de gemeente (Stedelijk Beheer) of zelf een extern bedrijf inhuurt. Als bij afbouw wordt verzaakt het evenemententerrein in de normale staat terug te brengen, wordt de rekening verhaald op de organisator. Belangrijk hierbij is dat ook de schoonmaak in de aangrenzende straten niet wordt vergeten, zodat er geen zwerfafval na een evenement achterblijft. Deze schoonmaak valt onder de verantwoordelijkheid van de organisator.

De gemeente (Stedelijk Beheer in samenwerking met afdeling Handhaving) gaat hier scherper op letten door voorcontroles en na-opnames in te bouwen om achterblijvend afval te voorkomen. Daarnaast zullen in het vervolg de roosters van het regulier legen van de gemeentelijke afvalbakken worden aangepast op de datum, tijd en locatie waarop een evenement plaatsvindt. Zo wordt voorkomen dat de gemeentelijke afvalbakken na een evenement overvol zijn en pas na dagen worden geleegd.

### 9.2 Inzameling plastic bekerters

Tijdens Koninginnedag 2012 is op initiatief van de Koninklijke Horeca Nederland, regio Leiden een proef uitgevoerd met de inzameling van plastic bekerters met

als doel het tegengaan van vuil op straat. Dit als alternatief voor de invoering van eco-glazen.

De eerste resultaten zijn positief. De straten werden schoon opgeleverd na afloop van het evenement. Bij het opgehaalde afval bleek daarbij een klein aandeel van het totaal opgehaalde gewicht aan afval te bestaan uit ingezamelde plastic bekerters.

Bij de Lakenfeesten zal deze inzamelingsmethode herhaald worden. Vervolgens zal er een standpunt door de gemeente worden ingenomen over het definitief invoeren van deze inzamelingsmethode zoals voorgesteld door de Koninklijke Horeca Nederland afdeling Leiden.

### 9.3 Sanitaire voorzieningen

De organisator is verplicht te voorzien in voldoende sanitaire voorzieningen. Wanneer deze voldoende aanwezig zijn, dan voorkomt dit veel overlast. De gemeente ziet toe op de aanwezigheid en optimale plaatsing. Afhankelijk van het evenement en reguliere horeca in de omgeving wordt in de regel de volgende norm gehanteerd: één toiletgroep per 250 gelijktijdig aanwezige bezoekers met voldoende toiletpapier, met minimaal twee toiletten. Het aantal is afhankelijk van het geschatte maximaal aantal bezoekers dat op één moment aanwezig is, maar ook van het soort evenement, de leeftijd van de bezoekers, de doelgroep, tijdstip van de dag, het weer en de gemiddelde verblijftijd van bezoekers bij het evenement. In de vergunning worden hierover afspraken vastgelegd.

### 9.4 Verkeer

Evenementen kunnen belangrijke consequenties hebben voor het verkeer in de directe omgeving. Omwille van een evenement kunnen (delen van) wegen worden afgesloten en kan verkeer worden omgeleid. Het is belangrijk deze afzettingen en omleidingen zo voordelig en optimaal mogelijk in te zetten, zodat de stad en de bezoekers hier zo min mogelijk last van hebben.

De gemeente ziet toe dat dit zo efficiënt mogelijk plaatsvindt en dat organisatoren op het eigen terrein op- en afbouwen. Op- en afbouw is niet toegestaan tussen 22.00 uur en 07.00 uur. Uitzonderingen zijn de afbouw van de 3 Octoberviering, evenementen op het marktterrein die eindigen op de dag/avond voor de warenmarkt en het weghalen van dure apparatuur direct na het einde van het evenement.

De gemeente zorgt ook voor goede bewegwijzering. Goede en tijdige communicatie over dit alles richting bewoners, bedrijven en bezoekers is van belang.

### Acties

30	In vergunning aangeven tot welke grenzen de organisator dient schoon te maken en afspraken vastleggen over het aantal en de plaatsing van sanitaire voorzieningen.
31	Een proef uitvoeren met voor- en na-opnames van het evenemententerrein door de afdelingen Handhaving en Stedelijk Beheer. Wanneer deze slaagt, overwegen hier een vaste werkwijze van te maken.
32	De roosters van het regulier legen van de gemeentelijke afvalbakken aanpassen op datum, tijd en locatie, waarop een evenement plaatsvindt. Tijdige afstemming tussen het evenementenbureau en Stedelijk Beheer is hierbij van belang.

# 10. Locaties en geluid

## 10.1 Locaties

### Passende locaties

Vanuit vergunningverlening willen wij evenementen gastvrij ontvangen en een plek bieden. Leiden biedt daarbij op veel plekken een schitterend openlucht podium met sfeer. De afgelopen jaren is er al geëxperimenteerd met het doorverwijzen naar andere locaties, bijvoorbeeld vanuit de Beestenmarkt. In de toekomst willen we nog beter bekijken op welke locatie een evenement het beste tot zijn recht komt. Hierbij komen vragen aan de orde als: wat voor soort evenement is het, past het evenement bij het karakter van de locatie, vormt de omgeving een goed decor voor het evenement, stimuleert het op deze plek combinatiebezoek en hiermee een spin-off. Over deze punten kunnen het Centrummanagement, Leiden Marketing en de cultuurmakelaar met de gemeente meedenken. Daarnaast gaat het ook om zaken als bezoekersaantallen, geluidsproductie, bereikbaarheid, risico-profielen, andere evenementen die gelijktijdig in de buurt plaatsvinden en spreiding om (over)last te voorkomen. Bij deze punten ligt een rol voor beoordeling door gemeente, Omgevingsdienst en samenwerkende hulpdiensten.

Vinden we een evenement niet passen, dan zullen we het evenement verwijzen naar een meer passende locatie. Vinden we het evenement geen toegevoegde waarde hebben voor de stad, dan proberen we het af te houden. Ook kan gebruik worden gemaakt van de bestaande voorrangsregels wanneer er voor een locatie meer aanvragen zijn, dan dat er plek is (schaarste)<sup>5</sup>. Hierdoor krijgen evenementen die we belangrijk vinden voorrang en ruimte om een goed aanbod neer te zetten. Denk aan bijvoorbeeld Koninginnedag, de Cultuurweken of El Cid-week.

Om de meest geschikte locatie voor een evenement te vinden, moet richting organisatoren inzicht worden gegeven welke evenementenlocatie voor welke evenementen geschikt is. Hiervoor zijn kansrijke locaties in beeld gebracht. De meest kansrijke locaties zijn gebundeld samen met de bestaande locaties tot de locatiescan (zie bijlage). Dit overzicht geeft de differentiatie per locatie aan (geluidsproductie, bezoekersaantallen, maximaal aantal evenementen etc.). De gemeente zal een publieksversie van de locatiescan op haar website plaatsen, om hiermee organisatoren te ondersteunen bij het kiezen van een geschikte locatie.

### Regels per locatie

Evenementen met geluidscategorie 2 en 3 beperken we net als voorheen per locatie en dagdeel (zie tabel einde hoofdstuk). Er zijn daarbij enige aanpassingen gedaan ten opzichte van 2011. Er is een afweging gemaakt tussen de belangen van omwonenden, ondernemers en organisatoren. De categorie-indeling in geluid, dagdelen en de aantallen is een balans hier-tussen, waarmee we een goede spreiding willen bereiken. In totaal blijven er ongeveer evenveel evenementen als in 2011 en daarvoor mogelijk. Wel is er meer gespreid en zijn er aanpassingen op het gebied van geluid (zie 10.2). Het aantal evenementen dat op de Garenmarkt mag plaatsvinden wordt teruggebracht en ook is hier qua geluid een aanpassing gedaan. De Lammermarkt zien we als een geschikte locatie, zeker als deze in de toekomst autovrij is en onderdeel uitmaakt van het Singelpark. Het is echter niet de bedoeling problemen van de Garenmarkt hiernaartoe te verplaatsen. Ook hier gelden voorwaarden ten aanzien van het aantal evenementen, plaatsing van podia en geluid.

Daarnaast zijn er locaties als kansrijk bevonden, die we wellicht vaker gaan inzetten voor (de spreiding van)

<sup>5</sup> Prioriteitsvolgorde: 1. Koninginnedag (VKL), Cultuurweken, Kennisfestival, 3 Oktoberviering (3 October Vereniging) en overige grote Leidse cultureel/maatschappelijke evenementen (Lakenfeesten, Leiden Culinaire, Leiden Marathon, intocht Sinterklaas, Werfpop, EL CID-week); 2. Evenement met evenementensubsidie; 3. Oud voor nieuw; 4. Loting.

evenementen. Dit zijn onder andere het Huigpark en Park Matilo. Verder vervalt de mogelijkheid om evenementen te organiseren op de Beestenmarkt op het moment dat deze wordt ingericht als een terrassenplein<sup>6</sup>.

Deze ambitie is eerder vastgesteld in de structuurvisie 'Verder met de Binnenstad'.

Ook liggen de bouw van de ondergrondse parkeergarages Lammermarkt en Garenmarkt in het verschieft.

Hierdoor kunnen er tijdelijk geen evenementen op deze locaties plaatsvinden. De gemeente ziet toe op een zo efficiënt mogelijke planning van de bouw en kijkt samen met organisatoren naar (tijdelijke) alternatieve locaties<sup>7</sup>.

## Waterafsluitingen

De gemeente wil meer voorspelbaar zijn, zowel richting horeca, als richting rederijen. Er is daarom gekeken naar een aanvaardbaar aantal waterafsluitingen ter hoogte van de Nieuwe Rijn/Stadhuisplein. Er spelen hier verschillende belangen en partijen kijken verschillend aan tegen waterafsluitingen.

Eenzijds vinden sommige geruime tijd juist deze locatie, waar veel te zien en te vertellen is aan klanten, belangrijk om te laten zien. Men is van mening dat elke dag dat hier niet kan worden gevaren, geld kost. Ook rekenen klanten erop dat een rederij altijd geopend is, betrouwbaar is richting de klant en heeft men mensen in dienst. Elke dag dat er niet kan worden gevaren, kost geld. Een waterafsluiting, juist op deze plek, is dan niet gewenst, vooral niet in het vaarseizoen. Anderzijds zijn er rederijen die zeggen juist te profiteren van evenementen en er leuke arrangementen bij bedenken. Zij vinden het niet erg om een keer een andere route te varen, of kunnen er rekening mee houden als ze op tijd van de afsluiting op de hoogte zijn.

Evenementen zorgen echter ook voor meer bezoekers en hiermee voor een economische spin-off voor de stad. Horeca-ondernemers en winkeliers rondom het Stadhuisplein zijn bereid daarin te investeren. Daarbij zorgt één groot podium op het water voor meer bezoek

en bekendheid dan meerdere kleine podia, het vergroot onze aantrekkingskracht. Het vormt een uniek 'centraal plein' in het midden van de stad, dat we op andere locaties op die manier niet hebben in Leiden.

Ook vanuit veiligheidsoogpunt, geluidsoptiek, het beperken van overlast en samenwerking heeft dit de voorkeur boven feesten aan beide kanten van het water.

Alle belangen en opvattingen hebben we zorgvuldig afgewogen en we zijn uitgekomen op maximaal twee volledige, korte waterafsluitingen per jaar vanaf 2012 van het water van de Nieuwe Rijn. Dit komt inclusief op- en afbouw uit op:

- Koninginnedag/nacht 2,5 dag
- 3 Oktoberviering 2,5 dag
- Wanneer (de op- en afbouwactiviteiten van) deze evenementen op een marktdag vallen zal de waterafsluiting een dag langer duren.
- Als de 3 Oktoberviering op zondag valt, zal de waterafsluiting een dag langer duren.

Daarnaast willen we één langere volledige afsluiting per jaar in de winterperiode toestaan. In deze periode zijn er weinig tot geen (reguliere) rondvaarten van reders. Tevens bestaat er voor hen de mogelijkheid om te kiezen voor een andere vaarroute. We kiezen hier voor een afsluiting van maximaal 38 dagen voor de ijsbaan. Dit om ondernemers de gelegenheid te geven om een goede op- en afbouw te kunnen verzorgen en een haalbare exploitatie te realiseren. We komen daarmee inclusief op- en afbouw uit op maximaal één volledige, langere afsluiting van het water van de Nieuwe Rijn per jaar vanaf 2012:

- Voor de ijsbaan in de periode tussen 27 november en 19 januari maximaal 38 dagen.

De gemeente zal daarbij nauw toezien op een zo efficiënt mogelijke op- en afbouw van de faciliteiten op het water. Daarnaast geldt voor alle waterlocaties in Leiden dat we ernaar streven niet meer dan één afslui-

<sup>6</sup> De Beestenmarkt zal als terrassenplein worden ingericht. Daarmee vervalt hier de mogelijkheid om evenementen te organiseren. Uitzondering op deze regel zijn de kermis bij de viering van Leidens Ontzet, de intocht van Sinterklaas en de evenementen die juist ter versterking van het terrassenplein worden georganiseerd.

<sup>7</sup> De bouw van de eerste garage staat gepland om in 2015 te starten, de bouw van de tweede garage in 2017. Het is nog niet bekend op welke locatie als eerste gebouwd zal worden. Op het moment dat een evenemententerrein vanwege bouwwerkzaamheden of andere omstandigheden (tijdelijk) niet meer bruikbaar is als evenemententerrein, kunnen de aantallen op andere terreinen (tijdelijk) omhoog worden bijgesteld. Dit wordt vastgesteld door de burgemeester.

ting tegelijk op één dag te hebben op vaste rondvaartroutes in de binnenstad.

### Acties

33	Vaker verwijzen van evenementen naar een passende locatie.
34	Voor organisatoren een publieksversie van de locatiescan maken en op de gemeentelijke website plaatsen. Hiermee inzicht geven in welke locatie voor welk evenement geschikt is.

### Acties (uit locatiescan)

35	Aanleggen van drainage in het Huigpark in 2013 en verhogen van het beheerbudget voor deze locatie.
36	Onherstelbare schade opzettelijk aangebracht aan een grasmat van een evenementenlocatie verhalen op de organisator van een evenement.
37	Bij nieuwbouwprojecten rekening houden met aanpassingen voor evenementen.

## 10.2 Geluid

In de bijlage is het nieuwe geluidbeleid bij evenementen in Leiden opgenomen. Samengevat is het nieuwe geluidbeleid in hoofdzaak gericht op het beperken van de aanzienlijke geluidbelasting die sommige bewoners nu kunnen ervaren. Daarnaast wordt voor een aantal grote evenementen wat meer speelruimte gegeven. Al met al zal dit leiden tot een verlaging van de geluidbelasting bij omwonenden.

Ruimte voor grote evenementen:

- De viering van Leidens Ontzet, het evenement City Moves Queensday met onder meer Armin van Buuren en de viering van Koninginnenacht en -dag op de Nieuwe Rijn zijn evenementen die zich in het centrum van Leiden afspeelen. Deze evenementen hebben zowel voor Leidenaren als voor mensen buiten de stad een grote aantrekkingskracht. Voor deze evenementen is, gezien de locaties en het grote aantal bezoekers, maximaal categorie 3 gerechtvaardigd.

Vermindering van de geluidoverlast door:

- Nieuwe categorie-indeling waarbij categorie II wordt opgedeeld in evenementen tot 80 dB(A) en tot 85 dB(A). Hierdoor ontstaat een vermindering van de mogelijke overlast.

- Geluidnorm ook in de praktijk baseren op de dichtstbijzijnde geluidgevoelige gevel.
- Afstand van de geluidbronnen van een evenement tot een geluidgevoelige gevel van minimaal 5 meter.
- De dB(C)-norm voor categorie II wordt verlaagd. Verschil dB(A) - dB(C) maximaal 12 dB, met een bovengrens van 100 dB(C). Deze norm biedt beschermingsmogelijkheden voor de woonomgeving tegen, met name, de bussen.
- Daar waar nodig kan de burgemeester bij de viering van Leidens Ontzet een afwijkende geluidsnorm vaststellen.

### Acties (uit geluidbeleid)

38	Minimale afstand geluidbron tot woningen bedraagt 5 m bij een evenement categorie 2a, 10 m bij een evenement categorie 2b en 15 m bij een evenement categorie 3. De viering van Leidens Ontzet vormt hierop een uitzondering. Hierbij wordt de wijze van normering in 2011 aangehouden.
39	Bij vergunningen voor evenementen hoger dan categorie 2a wordt een plattegrond gevoegd waarop de geluidmeetpunten en de geluidnormen zijn aangegeven.
40	De dB(C)-norm bedraagt maximaal 12 dB meer dan de dB(A)-norm met een bovengrens van 100 dB(C). Dit betekent een verlaging met 3 dB(C) van de oude categorie II (100 dB(C)) in vergelijking met de nieuwe categorie 2b (97 dB(C)). De bovengrens voor categorie 3 blijft 100 dB(C).
41	Voor de vrijdag van de Lakenfeesten en voor de viering van Koninginnenacht geldt, een eindtijd van 01.00 uur. Dit zal in een beleidsregel worden vastgesteld.
42	Ook voor de viering van Leidens Ontzet gelden afwijkende eindtijden. Deze zijn in het nieuwe evenementenbeleid opgenomen.
43	Voor de viering van Leidens Ontzet geldt de geluidnorm van categorie 3 niet op de dichtstbijzijnde gevel van een woning van derden maar op, op een bij de vergunning behorende plattegrond, aangegeven meetlocaties.
44	Met uitzondering van de viering van Leidens Ontzet moet bij een evenement categorie 2b en 3, als de locatie daarvoor geschikt is bevonden, de organisator altijd gebruik maken van een continue meetsysteem, waarbij het geluidniveau gedurende het gehele evenement via internet is te volgen. De kosten hiervoor liggen bij de organisator.
45	Bij een evenement in categorie 2b en 3, als de locatie daarvoor geschikt is bevonden (zie § 3.2), dient de organisator altijd gebruik maken van een continue meetsysteem, waarbij het geluidniveau gedurende het gehele evenement via internet is te volgen. De kosten hiervoor liggen bij de organisator.
46	Bij evenementen categorie 2b en 3, in overleg met de organisator, voorlichting geven ten aanzien van de gevaren voor gehoorschade en daarvoor waarschuwen. In handboek voor organisatoren een paragraaf opnemen over voorkomen gehoorschade. Gehoorbescherming aanbieden tegen de kostprijs of lager.
47	De beleidsregel bij overtreding geluidsnormen evenementen (april 2012) aanpassen in verband met wijziging categorie-indeling.



Verdeling aantal evenementen naar categorie, locatie en dagdeel<sup>8</sup>

categorie 1: in principe overall mogelijk tussen 09.00 en 20.00 uur, zondag vanaf 13.00 uur

Locatie categorie 2a, 2b en 3:	dagen toegestaan			waarvan dagdelen <sup>9</sup>		
	2a	2b	3 <sup>10</sup>			
	dagen			ochtend	middag	avond
Beestenmarkt <sup>11</sup>	14	6	-	12	20	18
Garenmarkt/Doezastraat/Herenstraat/Van der Werfpark <sup>12</sup>	4	5	1 <sup>13</sup>	10	10	10
Stadhuisplein/Nieuwe Rijn/Botermarkt/Vismarkt/Koornbrugsteeg	3	8	2 <sup>14</sup>	10	13	13
Vrouwenkerkplein	8	4	-	6	12	9
Hoogstraat/Waaghoofd/Stille Mare	6	4	2 <sup>14</sup>	8	12	10
Burcht/Nieuwstraat/Hooglandse Kerkgracht	8	4	-	6	12	9
Rapenburg Noord <sup>15</sup>	4	4	-	6	8	6
Rapenburg Zuid/Kaiserstraat <sup>16</sup>	4	4	-	6	8	6
Pieterskerkplein/'t Gerecht <sup>17</sup>	6	2	-	4	8	6
Morspoort	4	4	-	4	8	6
Lammermarkt/Parkeerterrein Molen de Valk	5	3	1 <sup>13</sup>	4	9	9
Arsenaalplein	4	2	-	2	6	4
Stationsweg	3	2	-	2	5	3
Oude Singel/Oude Vest/Volmolengracht	3	2	-	2	5	3
Breestraat	2	2	-	2	4	3
Boommarkt/Apothekersdijk	2	2	-	2	4	3
Huigpark	2	2	-	2	4	3
Park Matilo	4	2	-	4	6	2
Noorderkwartier/De Kooi	4	4	-	8	8	6
Leidse Hout <sup>18</sup>	4	4	-	8	8	6
Merenwijk/Kopermolen	4	2	-	6	6	3
Vijf Meiplein	4	2	-	6	6	3
Stevenshof	4	2	-	6	6	3
Parcours/water en straten <sup>19</sup>						
Op overige straten/pleinen/parken <sup>20</sup>	2	2	-	4 per locatie	4 per locatie	2 per locatie

<sup>8</sup> Genoemde aantallen zijn exclusief de viering van Leidens Ontzet. Op het moment dat een evenemententerrein vanwege bouwwerkzaamheden of andere omstandigheden (tijdelijk) niet meer bruikbaar is als evenemententerrein, kunnen de aantallen op andere terreinen (tijdelijk) omhoog worden bijgesteld. Dit wordt vastgesteld door de burgemeester. Jaarlijks mogen 2 El Cid categorie 2a evenementen omgezet worden naar een 2b evenement. Dit mag op elke locatie, behalve op de Garenmarkt.

<sup>9</sup> Ochtend = 09.00 – 13.00 uur, middag = 13.00 – 20.00 uur, avond = 20.00 – 23/24.00 uur

<sup>10</sup> Een evenement categorie 3 moet in de evenementenkalender zijn opgenomen en dus tijdig zijn aangevraagd. Indien niet aangevraagd als 3 kan deze ook in de loop van het seizoen als lagere categorie worden aangevraagd.

<sup>11</sup> De Beestenmarkt zal als terrasplein worden ingericht. Daarmee vervalt op dat moment hier de mogelijkheid om evenementen te organiseren. Uitzondering op deze regel zijn de kermis bij de viering van Leidens Ontzet, de intocht van Sinterklaas en de evenementen die juist ter versterking van het terrasplein worden georganiseerd.

<sup>12</sup> Tussen twee evenementen op de Garenmarkt dient minimaal 1 weekend te zitten waarop geen evenement georganiseerd wordt.

<sup>13</sup> Op dit moment toegekend aan Armin van Buuren. Mocht dit feest in de toekomst verplaatsen naar de Lammermarkt, dan verhuist de categorie 3 mee.

<sup>14</sup> Betreft de viering van Koninginnenacht én -dag.

<sup>15</sup> Rapenburg Noord: tussen Noordeinde en Doelensteeg

<sup>16</sup> Rapenburg Zuid/Kaiserstraat: tussen Doelensteeg en Doezastraat, incl. Kaiserstraat

<sup>17</sup> Op het Gerecht is alleen categorie 2a toegestaan.

<sup>18</sup> In de periode van het half maart t/m eind juni zijn hier geen 2a en 2b evenementen toegestaan in verband met het broedseizoen.

<sup>19</sup> Gezien de belangen van rederijen mag het water van de Nieuwe Rijn maximaal 3 keer per jaar worden afgesloten: 2½ dag voor de viering van Koninginnedag, 2½ dag voor de viering van Leidens Ontzet (als deze op zondag valt 1 dag langer), bij marktdagen of als de normale opbouw dag of afbouw dag op een marktdag valt Koninginnedag en Leidens Ontzet 1 dag langer; maximaal 38 dagen in de periode tussen 27 november en 19 januari ten behoeve van de ijsbaan. Verder wordt gestreefd naar maximaal 1 afsluiting tegelijk op één dag op vaste rondvaartroutes in de binnenstad.

<sup>20</sup> Voornamelijk straatfeesten, braderieën, enkele El-Cid-activiteiten et cetera. In het bos van Bosman is maximaal 4 keer per jaar een evenement categorie 2a mogelijk en geen categorie 2b.

# Beheersaspecten



Foto: Koos Davids

# 11. Middelen

**We investeren als gemeente in evenementen door subsidies, maar ook via indirecte kosten. Uitgangspunt is dat de nota binnen de beschikbare budgetten het nieuwe beleid formuleert.**

## 11.1 Meerjarenraming beschikbare middelen

Bijgaande budgetten geven een overzicht van beschikbare subsidies voor evenementen en aanpalende

beleidsterreinen. Hierin zijn eventuele indirecte kosten die de gemeente maakt niet meegeteld.

## 11.2 Vermindering administratieve lasten

Organisatoren willen graag snel rekeningen vanuit de gemeente ontvangen en betalen. Andersom wil de gemeente inkomsten op een efficiëntere manier kunnen innen. De huidige vorm van precario innen is bijvoorbeeld vrij arbeidsintensief. We gaan onder-

	Instellingen	Begr 2012	2013 <sup>18</sup>	2014	2015
<b>Evenementen en cultuur</b>					
De Leidse Cultuurweken	Stichting Leiden Marketing	100.000	100.000	100.000	100.000
Kennisfestival	Stichting Leiden Marketing	100.000	100.000	100.000	-
Deelverordening kunst en cultuursubsidies/ onderdeel bijzondere projecten <sup>19</sup>	Subsidie diverse instellingen	50.000	50.000	50.000	50.000
Deelverordening evenementen <sup>19</sup>	Subsidie diverse instellingen	93.000	93.000	93.000	93.000
Leids Filmfestival	Subsidie Stichting StArt	30.000 <sup>20</sup>	30.000	30.000	30.000
<b>Programma Binnenstad</b>					
Leids Filmfestival	Aanvullende subsidie tbv. doorontwikkeling Leids filmfestival Stichting StArt	30.000	30.000	30.000	-
Kerstmarkt	Centrummanagement Leiden	10.000	-	-	-
<b>Sport</b>					
Leiden Marathon	Stichting Marathon	22.500	22.500	22.500	22.500
Gouden Spike	Stichting Gouden Spike	5.000	5.000	5.000	5.000
Deelverordening Incidentele Subsidies Sportevenementen	Diverse sportevenementen	26.000	26.000	26.000	26.000
<b>Zorg en welzijn</b>					
Leiden Ontmoet	Subsidie participatie en ontmoeting, met name voor (kleinere) buurt- of wijkactiviteiten	86.750 <sup>21</sup>	86.750	86.750	86.750
Tamtam festival	Stichting Tamtam	22.650	22.650	17.500	5.000 <sup>22</sup>
<b>Omgevingskwaliteit</b>					
Autovrije zondag	Stichting Autovrije Zondag Leiden	32.000	32.000	32.000 <sup>23</sup>	-

<sup>18</sup> In de bedragen voor 2013, 2014 en 2015 is geen accres verwerkt.

<sup>19</sup> Deze budgetten worden samengevoegd tot een nieuw op te stellen deelverordening 'bijzondere cultuurprojecten en cultuurevenementen'. Het gaat hierbij om een flexibel budget. Daarnaast zal een deel van het samengevoegde budget bestemd worden voor de in de gemeentebegroting op te nemen meerjaren subsidieafspraken.

<sup>20</sup> Via meerjarenafspraken toegekend voor periode 2010 t/m 2012. Nieuwe meerjarenafspraken zijn in voorbereiding.

<sup>21</sup> Ongeveer de helft van het beschikbare subsidiebudget participatie en ontmoeting (totaal € 173.500) gaat naar (kleinere buurt- of wijk)evenementen, bijvoorbeeld een straatfeest of buurtbarbeque.

<sup>22</sup> Cofinanciering vanuit WOP-Noord stopt per 2015.

<sup>23</sup> De gemeente geeft t/m 2014 (looptijd verkeersbesluit autovrije zondag) subsidie aan de Stichting Autovrije Zondag Leiden.

zoeken hoe we dit op een betere manier kunnen doen. Hierin nemen we ook mee een bijdrage voor water en stroom en de kosten voor EHBO. Organisatoren hoeven hier nu nog niet voor te betalen.

### Acties

48	Efficiëntere manier van innen van inkomsten bij organisatoren ontwikkelen.
----	--

## 12. Monitoring, planning en evaluatie

### 12.1 Monitoring

Om goed te kunnen monitoren of met de acties uit de nota de gewenste doelen worden bereikt, gebruiken we effectindicatoren. Wij hanteren onderstaande indicatoren. Deze zullen samen met de ambities uit de nota worden opgenomen in de volgende programmabegroting. Ook komen zij terug in de Beleidsmonitor van de gemeente. Via de reguliere planning- en controlcyclus wordt tussentijds verantwoord op voortgang op indicatoren en inhoud van het beleid.

#### Indicator 1:

Percentage inwoners dat vindt dat er voldoende is te beleven en wordt georganiseerd in Leiden. In 2011 lag dit percentage op 76%. De ambitie is om dit te verhogen (bron: stadsenquête).

#### Indicator 2:

Rapportcijfer levendigheid. In 2011 beoordeelden Leidenaren de levendigheid van Leiden met een 7,3. De ambitie is om dit te laten stijgen (bron: stadsenquête).

#### Indicator 3:

Aantal dagbezoekers dat een evenement in Leiden bezoekt. In 2010 bezochten honderdduizend niet-Leidenaren een evenement in Leiden. In 2011 lag het dubbel zo hoog vanwege het Glazen Huis in Leiden. De ambitie is per jaar meer dan 100.000 bezoekers te trekken (bron: CVO).

#### Indicator 4:

Percentage dagbezoekers met evenement als hoofdreden voor bezoek aan Leiden. In 2010 had 4% van de dagbezoekers aan Leiden een evenement als hoofdreden voor een bezoek. In 2011 lag dat fors hoger (11%) vanwege het Glazen Huis in Leiden. De ambitie is om de indicator te laten stijgen ten opzichte van 2010 (bron: CVO).

#### Indicator 5:

Percentage inwoners van Leiden dat wel eens overlast heeft van evenementen. In 2011 had 22% van de inwoners wel eens overlast van evenementen. De ambitie is om dit percentage te laten dalen (bron: Veiligheidsmonitor).

#### Indicator 6:

Percentage inwoners van Leiden met een positieve houding ten opzichte van evenementen. In 2011 had 76% van de inwoners een positieve houding. De ambitie is om dit te laten stijgen (bron: Veiligheidsmonitor).

### 12.2 Planning en evaluatie

De evenementennota zal in 2012 worden vastgesteld. Vervolgens zullen er verschillende uitvoeringsbesluiten worden genomen (verordeningen, beleidsregels, wijzigingen APV) en zullen de consequenties van de nota worden verwerkt in procedures en werkwijzen. Het nieuwe evenementenbeleid zien we daarbij niet als een statisch gegeven, maar als een model dat in ontwikkeling blijft. Regelmatige evaluatie is van belang omdat we voortdurend willen inspelen op de ontwikkelingen, vragen en behoeften uit de stad en het beleid willen toetsen aan de praktijk. Hierbij geldt dat vooral bij de randvoorwaardelijke onderdelen uit deze nota, bijvoorbeeld op het gebied van veiligheid of geluid, er voortdurend lokale, regionale en landelijke ontwikkelingen spelen. Het is dan ook goed mogelijk dat er op deze onderdelen van de nota met enige regelmaat aanpassingen of toevoegingen worden gedaan. Eind 2018 zullen we de Evenementennota officieel evalueren.



# Bijlagen



Foto: Jannie de Groot



Foto: Emille van Aalst



## Bijlage 1: overzicht van vigerende wetgeving

Onderstaand overzicht betreft landelijke wetgeving en lokale wetgeving in de vorm van de Algemene Plaatselijke Verordening (APV). In de genoemde wet- en regelgeving zijn afzonderlijke bepalingen opgenomen die van toepassing zijn op evenementen.

Wet	AMvB	Verordening	Toelichting
Algemene Wet Bestuursrecht		APV	Kaderwet voor het aanvragen en afgeven van beschikkingen (evenementenvergunning)
Gemeentewet	Gebruiksbesluit	APV	Bepalingen ten aanzien van o.a. de veiligheid bij evenementen
Brandweerwet 1985		Brandveiligingsverordening	Het brandveilige gebruik van niet bouwwerken
Wet algemene bepalingen omgevingsrecht	Bouwbesluit 2003 Gebruiksbesluit	Bouwverordening/ Gebruiksbesluit	Het bouwen van veilige bouwwerken Het veilig gebruiken van bouwwerken geen gebouw zijnde
Wet rampen en zware ongevallen	Besluit risico en zware ongevallen		Voorbereiding op rampen en zware ongevallen
Wet milieubeheer			Voorkomen/beperken van gevaar, schade, hinder voor het milieu en de omgeving
Arbeidsomstandighedenwet	Arbeidsomstandighedenbesluit		Zorg voor veiligheid eigen personeel en bezoekers
Luchtvaartwet			Veiligheid bij luchtvaartvertoningen
Wet geluidhinder		APV	Geldt niet voor evenementen. Hiervoor worden voorschriften opgenomen in de evenementenvergunning (APV) of als het een bedrijf is een ontheffing i.h.k.v. de 12-dagen regeling (Activiteitenbesluit)
Wegenverkeerswet			Verkeersmaatregelen (afsluiting van wegen en omleidingen) nodig i.v.m. evenementen.
Winkeltijdenwet		APV	Ontheffing voor opening buiten winkeltijden
Drank- en horecawet			Verstrekken van zwakalcoholhoudende drank door een horeca-inrichting en buitentaps
Wet op de kansspelen			Regels voor het organiseren van kansspelen
Warenwet			Deugdelijkheid van levensmiddelen en andere consumptieproducten
Flora- en faunawet			Bescherming van in het wild levende planten en dieren
Wet ruimtelijke ordening	Besluit ruimtelijke ordening		O.a. ruimtelijke beperkingen t.a.v. inrichting van kampeerterreinen en afwijking van bestemmingsplannen
Gezondheids- en Welzijnswet voor Dieren			Dierenwelzijn wordt in landelijke wetgeving geregeld. De Gezondheids- en Welzijnswet voor Dieren is bedoeld als een uitputtende wettelijke regeling voor het welzijn van dieren.

**In aparte bijlagen zijn weergegeven:**  
**Evaluatie evenementenbeleid 2008 (bijlage 2)**  
**Locatiescan (bijlage 3)**  
**Geluidbeleid (bijlage 4)**



### **Colofon**

Gemeente Leiden

juni 2012

Afdeling Sociaal en Economisch Beleid

