

## **Besluit van het college van burgemeester en wethouders van de gemeente Zoetermeer houdende regels omtrent de subsidie op evenementen (Subsidieregeling Evenementen gemeente Zoetermeer, 2020)**

Het college van burgemeester en wethouders van gemeente Zoetermeer; gelet op de Algemene Subsidieverordening Zoetermeer 2016 besluit vast te stellen de Subsidieregeling Evenementen, gemeente Zoetermeer, 2020,

### **Hoofdstuk 1 Algemene bepalingen**

#### **Artikel 1. Begripsomschrijvingen**

In deze subsidieregeling wordt verstaan onder:

- College: het college van burgemeester en wethouders van Zoetermeer.
- Evenement: een voor een ieder toegankelijk vermaak (met de focus op amusement) dat zowel in de open lucht als in een gebouw kan plaatsvinden en zowel gratis als tegen betaling kan worden bezocht.
- Stadsbreed: voor iedereen, van binnen en buiten de stad.
- Organisator: een rechtspersoon met volledige rechtsbevoegdheid of een natuurlijke persoon die een evenement organiseert.
- Economische impuls: het leveren van een positieve bijdrage aan de economie.
- Brandfilter Citymarketing: citymarketing instrument met richtlijnen die sturing geven aan het beeld dat de verschillende activiteiten, projecten, ontwikkelingen en evenementen uitdragen. Het brandfilter van de gemeente Zoetermeer bestaat uit de kernwaarden maakbaar, actief en speels.
- Brandtoolkit Citymarketing: een verzameling van marketing- en communicatiemiddelen die een organisator kan gebruiken om bij te dragen aan de profilering van de stad.
- SMART-doelstelling: een concreet uitgewerkte doelstelling die specifiek, meetbaar, actueel, realistisch en tijdsgebonden is.

#### **Artikel 2. Toepassingsbereik**

Het bepaalde in deze subsidieregeling is enkel van toepassing op de verstrekking van subsidies door het college voor het in artikel 3 genoemde doel en voor de in artikel 5 bedoelde activiteiten. De Algemene Subsidieverordening Zoetermeer 2016 is van toepassing, tenzij daarvan in deze regeling uitdrukkelijk wordt afgeweken.

#### **Artikel 3. Subsidiedoel**

Deze subsidieregeling heeft tot doel het bevorderen van evenementen die worden georganiseerd in de gemeente Zoetermeer en die aansluiten bij het Evenementenbeleid van de gemeente Zoetermeer.

#### **Artikel 4. Subsidieontvanger**

Subsidie zal uitsluitend worden verstrekt aan een organisator van evenementen.

#### **Artikel 5. Activiteiten**

Subsidie kan uitsluitend worden verstrekt voor activiteiten die bijdragen aan de organisatie van een evenement en die aansluiten bij de criteria in artikel 6.

#### **Artikel 6. Subsidiecriteria**

De activiteiten worden beoordeeld aan de hand van de volgende criteria:

a. **Algemene criteria**

- Het evenement sluit aan bij het Evenementenbeleid van de gemeente Zoetermeer.
- Het evenement vindt plaats in Zoetermeer, is stadsbreed, komt ten goede aan de inwoners en bezoekers van de stad, is openbaar en voor iedereen toegankelijk.
- Het evenement geeft een economische impuls aan Zoetermeer.
- Het evenement draagt in positieve zin bij aan het samenbindende effect op de bewoners, bedrijven en bezoekers van Zoetermeer.
- Het evenement geeft een impuls aan het verenigingsleven door verenigingen en/of niet-winst beogende stichtingen te betrekken bij de organisatie alsmede door bezoekers van het evenement kennis te laten maken met verenigingen/stichtingen in hun eigen omgeving.

- Het evenement wordt georganiseerd zonder winstoogmerk voor de organisator.
  - De organisator heeft een professionele houding, is in staat om het evenement te realiseren, heeft de organisatie op orde, voert marketing, heeft een innoverend vermogen, een eigen verdienvermogen en werkt samen met partners/verenigingen binnen de stad.
  - De organisator werkt zoveel mogelijk samen met lokale leveranciers.
  - De organisator houdt rekening met nieuwe ontwikkelingen, is maatschappelijk verantwoord ondernemend en betreft vrijwilligers bij de organisatie van het evenement.
  - De organisator kan statuten, een recente jaarrekening en een recent uittreksel van de Kamer van Koophandel overleggen.
  - De organisator heeft nagedacht over de mate waarin hij duurzaam onderneemt en de betreffende locatie gebruikt.
- b. **Richtlijnen Citymarketing**
- Het evenement versterkt het merk Zoetermeer en promoot een actieve levensstijl.
  - Het evenement kan beeldbepalend zijn en sluit aan bij het karakter van Zoetermeer.
  - Het evenement sluit aan bij de kernwaarden maakbaar, actief en speels uit het brandfilter Citymarketing.
  - De organisator dient aan te tonen dat het evenement binding heeft met de stad Zoetermeer en/of met andere lokale initiatieven of organisaties.
  - Het evenement richt zich op 1 of meerdere doelgroepen, waar passend er speciale aandacht voor jongeren en jonge gezinnen is.
  - Het evenement sluit aan bij de interesses en het gedrag van de doelgroep.
- c. **Kwaliteit evenement**
- Het evenement heeft toegevoegde waarde voor het totaal aanbod van evenementen in Zoetermeer.
  - Het evenement draagt bij aan een levendige en diverse samenstelling van de evenementenkalender.
  - Het evenement is onderscheidend en/of vernieuwend ten opzichte van andere evenementen.
  - De kwaliteit van de te voeren activiteiten wordt door de organisator geborgd.
  - Het evenement bevat verrassingsmomenten en/of vernieuwende elementen in vorm of inhoud voor bezoekers.
- d. **Projectplan**
- De organisator dient bij de subsidieaanvraag een onderbouwd projectplan in te dienen inclusief een marketing- en communicatieplan en een begroting.
  - Het projectplan bevat een missie/visie, programmaoverzicht, SMART-geformuleerde doelstellingen en een toepassing van het brandfilter Citymarketing Zoetermeer.
  - De doelgroepen zijn helder omschreven, de marketing- en communicatiedoelstellingen zijn SMART geformuleerd en de marketing- en communicatiemiddelen sluiten hierop aan.
  - Het te verwachte mediabereik is realistisch.
  - Er is opgenomen hoe de doelstellingen en het bereik gemeten worden en op welke manier evaluatie plaatsvindt.
  - Het marketing- en communicatiebudget is realistisch en staat in verhouding tot de overige kosten.
  - Het evenement draagt bij aan lokale, regionale of landelijke publiciteit.
  - Er is opgenomen op welke manier de Brandtoolkit Citymarketing door de organisator gebruikt wordt.
  - De organisator dient, door middel van een realistische begroting met inkomsten en uitgaven en het aan te vragen subsidiebedrag, aan te tonen dat financiële ondersteuning van de gemeente Zoetermeer noodzakelijk is om het evenement te kunnen organiseren.

#### **Artikel 7. Kosten die voor subsidie in aanmerking komen**

1. Het college kan eenmalig subsidie verstrekken voor het organiseren van een evenement of voor activiteiten die bijdragen aan de uitvoering van het evenement.
2. Voor subsidie komen uitsluitend de kosten in aanmerking die in rechtstreeks verband staan tot het te organiseren evenement.
3. Kosten zijn uitsluitend subsidiabel indien deze na indienen van de aanvraag door de subsidieontvanger zijn gemaakt en betaald.
4. Het college kan besluiten dat andere kosten dan genoemd in lid 1 subsidiabel zijn.

#### **Artikel 8. Hoogte van de subsidie**

1. De subsidie bedraagt maximaal 30% van de begroting van het evenement.
2. Het college kan in incidentele gevallen besluiten af te wijken van de hoogte van het subsidiebedrag.

## Hoofdstuk 2 Subsidieplafond en wijze van verdeling

### Artikel 9. Subsidieplafond

Het college maakt jaarlijks het bedrag bekend dat ten hoogste beschikbaar is voor de verstrekking van subsidies op grond van deze subsidieregeling.

### Artikel 10. Wijze van verdeling

1. Het voor subsidie beschikbare bedrag wordt verdeeld op basis van een rangschikking van de aanvragen.
2. Het college zal de aanvragen beoordelen aan de hand van de in artikel 6 genoemde criteria die zijn uitgewerkt in het afwegingsformulier dat als bijlage onderdeel uitmaakt van deze regeling. De rangschikking wordt bepaald door het totaal aantal punten dat wordt behaald. Niet voor rangschikking in aanmerking komen aanvragen die na de beoordeling minder dan 70 punten hebben gehaald. Die aanvragen zullen worden afgewezen.
3. Voor de in lid 2 genoemde criteria kan maximaal het volgende aantal punten worden gehaald:
  - a. Inhoudelijke beoordeling: 20 punten
  - b. Citymarketing: 30 punten
  - c. Kwaliteit evenement: 20 punten
  - d. Projectplan: 30 punten
4. Indien het totaalbedrag van de in aanmerking komende aanvragen het subsidieplafond overschrijdt, wordt het budget als volgt verdeeld:
  - a. de aanvraag die de meeste punten scoort volgens de rangschikking als genoemd in lid 2, wordt als eerste gehonoreerd;
  - b. telkens wordt de daarop volgende aanvraag die de meeste punten scoort, als eerste gehonoreerd;
  - c. indien meerdere aanvragen dezelfde score hebben gehaald en honorering van deze aanvragen tot overschrijding van het subsidieplafond zou leiden, worden deze naar rato gehonoreerd.

## Hoofdstuk 3 Subsidieaanvraag

### Artikel 11. De aanvraag

1. De aanvraagvereisten als bedoeld in artikel 4 van de Algemene Subsidieverordening Zoetermeer 2016 zijn van toepassing.
2. In aanvulling op artikel 4, tweede lid, van de Algemene Subsidieverordening Zoetermeer 2016 legt de aanvrager bij de aanvraag de volgende gegevens over:
  - a. Een projectplan, waarin is beschreven hoe en in welke mate de activiteiten voldoen aan de subsidiecriteria, als bedoeld in artikel 6.

### Artikel 12. Aanvraagtermijn

De aanvraagtermijn als bedoeld in artikel 5, eerste lid, van de Algemene Subsidieverordening Zoetermeer 2016 is van toepassing.

### Artikel 13. Beslistermijn

De beslistermijn als bedoeld in artikel 6, eerste lid, van de Algemene Subsidieverordening Zoetermeer 2016 is van toepassing.

## Hoofdstuk 4 Weigering van de subsidie

### Artikel 14. Weigeringsgronden

De weigeringsgronden als bedoeld in artikel 7 van de Algemene Subsidieverordening Zoetermeer 2016 zijn van toepassing.

## Hoofdstuk 5 Verplichtingen van de subsidieontvanger

### Artikel 15. Verplichtingen

De verplichtingen als bedoeld in artikel 9 en in artikel 10 van de Algemene Subsidieverordening Zoetermeer 2016 zijn van toepassing.

## **Hoofdstuk 6 Betaling en verantwoording**

### **Artikel 16. Voorschot**

Het college kan de subsidieontvanger een voorschot van maximaal 100% van het bedrag genoemd in het besluit tot subsidieverlening verstrekken.

### **Artikel 17. Betaling en verantwoording**

De bepalingen over betaling en verantwoording als bedoeld in artikel 8 van de Algemene Subsidieverordening Zoetermeer 2016 zijn van toepassing.

### **Artikel 18. Verantwoording en vaststelling**

De bepalingen over verantwoording en vaststelling als bedoeld in de artikelen 11-13b van de Algemene Subsidieverordening Zoetermeer 2016 zijn van toepassing.

### **Artikel 19. Subsidievaststelling**

1. De bepalingen over vaststelling van de subsidie als bedoeld in artikel 14 van de Algemene Subsidieverordening Zoetermeer 2016 zijn van toepassing.
2. In aanvulling op de bepalingen in dit hoofdstuk bevat het inhoudelijk verslag, zijnde een evaluatierapport inclusief terugkoppeling op de SMART-doelstellingen en financiële verantwoording, een overzicht waaruit blijkt dat de activiteiten waarvoor de subsidie is verleend, zijn verricht, de overeengekomen prestaties zijn geleverd en de aan de subsidie verbonden verplichtingen zijn nagekomen. Hiervoor dient het beschikbaar gestelde format ingevuld te worden.

### **Artikel 20. Slotbepalingen**

1. Deze subsidieregeling treedt in werking op 1 juni 2020.
2. Deze subsidieregeling wordt aangehaald als: Subsidieregeling Evenementen, gemeente Zoetermeer, 2020.

## **Toelichting**

Deze subsidieregeling heeft tot doel het bevorderen van evenementen die worden georganiseerd in de gemeente Zoetermeer, die passen binnen de doelstellingen, doelgroepen en uitgangspunten zoals vastgelegd in "Actualisering Evenementenbeleid 2016" en die aansluiten bij de criteria genoemd in artikel 6.

Door middel van subsidie is de gemeente Zoetermeer in staat om meer richting te geven aan het totale aanbod van evenementen in Zoetermeer die impact hebben en die een economische impuls opleveren. De merkstrategie die gevoerd wordt is gebaseerd op de kernwaarden maakbaar, actief en speels. Een divers en gevarieerd aanbod van evenementen versterkt het imago en de aantrekkingskracht van de stad waardoor Zoetermeer zich kan blijven ontwikkelen tot een gewilde woon-, werk en vrijetijdsstad in de regio.

## Bijlage bij de Subsidiereregeling gemeente Zoetermeer 2020

### Citymarketing

In opdracht van het college heeft bureau Boisen in 2017 een advies uitgebracht over de profilering en positionering van Zoetermeer. De visie hierover geeft de verdieping en onderbouwing om de citymarketingstrategie aan te scherpen en dit integraal op te pakken met relevante stakeholders.

De volgende onderdelen uit dit advies zijn begin 2018 vastgesteld door de gemeenteraad:

- Aanscherping van het thema 'leisure' naar actieve levensstijl en (buiten)sport. Dit thema zichtbaar en beleefbaar te maken in alle delen van de (binnen)stad;
- Gemeentelijk beleid voortaan te toetsen met behulp van de speciaal voor Zoetermeer ontwikkelde brandfiltermethodiek, waardoor kan worden bepaald in hoeverre nieuw beleid on-brand is of niet.

### Brandfilter

Het brandfilter Citymarketing is bedoeld om keuzes te beïnvloeden door bewust te kiezen welke projecten en activiteiten de kernwaarden van Zoetermeer uitdragen en welke niet. De richtlijnen helpen bepalen in hoeverre iets 'on-brand' is.

Deze richtlijnen geven sturing aan het beeld dat de verschillende activiteiten, projecten, ontwikkelingen en evenementen uitdragen. Het brandfilter van de gemeente Zoetermeer bestaat uit de kernwaarden maakbaar, actief en speels. Gezamenlijk vormen deze kernwaarden de basis voor het geven van inhoud en vorm aan proposities, promotionele activiteiten, attracties, evenementen, campagnes en andere projecten.

Het streven moet zijn dat alles wat beeldbepalend is, óók on-brand is.



- **Maakbaar:** benadrukt een hedendaagse en toekomstige invulling van het geloof in onze eigen invloed op het samen maken van een leefbare, duurzame en welvarende woon-, leef- en werkomgeving. In Zoetermeer word je niet alleen deel van de stad, je maakt de stad!
- **Actief:** het uitdragen en stimuleren van een actieve leefstijl in de breedste zin van het woord. Dit vertaalt zich in meer (sportieve) beweging en levendigheid in het straatbeeld (o.a. het ondernemen van culturele activiteiten, winkel- en horecabezoeken) en in het groen en blauw in en om de stad. Ook houdt dit een mentaliteit van ondernemen en uitdagen in.
- **Speels:** deze kernwaarde is gekozen om het jeugdige karakter van de stad te vergroten. Hierbij gaat het niet om de letterlijke invulling van 'speels', maar ook in de betekenis van onverwachts, fantasievol en nieuwsgierig. Elementen die ook terugkomen in bijvoorbeeld het thema innovatie.

De drie kernwaarden werken in een bepaalde volgorde: 'maakbaar' is de makkelijkste om aan te voldoen, 'actief' is lastiger en 'speels' is het meest specifieke. Hiermee kan bepaald worden in welke iets on-brand is – of zou kunnen zijn.

### Afwegingsformulier behorend bij de Subsidiereregeling Evenementen Zoetermeer

#### Aanvraag

Naam instelling/aanvrager	
Onderwerp	
Dossiernummer	
Zaaknummer	
Gevraagd bedrag	
Toegekend bedrag	
Grootboeknummer(s) Toegekend bedrag(en) per grootboeknummer	
Kostensoort	
Is er sprake van verlegde huur	
Termijnbetaling	Kies een item.
Datum aanvraag	
Behandelend beleidsadviseur	
Collegiaal getoetst door	
Afhandelen voor	
Ingevoerd door mdw subs.adm. datum	

### Activiteit

Naam evenement	
Datum evenement	
Locatie	
Type evenement	
Doelgroep	
Profilering	
Aansluiting brandfilter Citymarketing	
<b>Totaalscore (punten)</b>	Maximaal 100 punten

### 1. Inhoudelijke beoordeling (max. 20 punten)

Criterion	Aantal punten	Opmerkingen
<b>Aansluiting evenementenbeleid</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wat is het belang van de activiteiten voor de uitvoering van gemeentelijk beleid?</li> <li>- Aan welk(e) beleidsdoel(en) van de gemeente draagt het evenement bij?</li> <li>- Welke effecten worden gerealiseerd?</li> </ul>	Maximaal 10 punten	
<b>Evenement</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Het evenement vindt plaats in Zoetermeer, is stadsbreed, komt ten goede aan de inwoners van de stad, is openbaar en voor iedereen toegankelijk.</li> <li>- Het evenement is vermaak (met de focus op amusement); een leuke dag uit, zonder dat er iets extra's hoeft overgedragen te worden.</li> <li>- Het evenement geeft een impuls aan het verenigingsleven door verenigingen en/of niet-winst beogende stichtingen te betrekken bij de organisatie alsmede door bezoekers van het evenement kennis te laten maken met verenigingen/stichtingen in hun eigen omgeving.</li> <li>- Het evenement veroorzaakt een economische impuls voor Zoetermeer.</li> <li>- Het evenement draagt in positieve zin bij aan het samenbindende effect op de bewoners en bezoekers van Zoetermeer.</li> </ul>	Maximaal 5 punten	

<p><b>Organisator</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- De organisator houdt rekening met nieuwe ontwikkelingen, is maatschappelijk verantwoord ondernemend en betreft vrijwilligers bij de organisatie van het evenement.</li> <li>- De organisator heeft een professionele houding, heeft de organisatie op orde, heeft een innoverend vermogen, een eigen verdienvermogen en werkt samen met partners/verenigingen binnen de stad.</li> <li>- De organisator is in staat om het evenement goed te realiseren (referentie andere projecten/activiteiten).</li> <li>- De organisator heeft nagedacht over de mate waarin hij duurzaam onderneemt en de betreffende locatie gebruikt.</li> <li>- Wat is de historie met de organisator en welke verhoudingen zijn er met de stad?</li> </ul>	Maximaal 5 punten	
<b>Totaal aantal punten (max. 20 punten)</b>		

2. **Citymarketing (max. 30 punten)**

Criterion	Aantal punten	Opmerkingen
<p><b>Profilering</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Het evenement versterkt het merk Zoetermeer en promoot een actieve levensstijl.</li> <li>- Het evenement kan beeldbepalend zijn en sluit aan bij het karakter van Zoetermeer.</li> </ul>	Maximaal 10 punten	
<p><b>Brandfilter Citymarketing</b></p> <p>Het evenement sluit aan bij de kernwaarden maakbaar, actief en speels uit het brandfilter Citymarketing.</p> <p><b>Kernwaarde: maakbaar</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>In hoeverre draagt het evenement de kernwaarde maakbaar uit?</i></li> </ul> <p>Denk hierbij aan de volgende waarden: duurzaam, leefbaar, compleet, praktisch, verenigd, verbinden, vormgeven, kneedbaar, vernieuwen, pionieren, modern, toekomstgericht, anders nl.</p> <p><b>Kernwaarde: actief</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>In hoeverre draagt het evenement de kernwaarde actief uit?</i></li> </ul> <p>Denk hierbij aan de volgende waarden: sportief, in beweging, dynamisch, levendig, energiek, gezond, vitaal, buiten, groen (natuur), blauw (water), ondernemend, uitdagend, ambitieus, aanpakken, anders nl.</p> <p><b>Kernwaarde: speels</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>In hoeverre draagt het evenement de kernwaarde speels uit?</i></li> </ul> <p>Denk hierbij aan de volgende waarden: plezier, vrolijk, jong, uitnodigend, vrijwillig, meedoen, nieuwsgierig, creatief, lef/durf, uitproberen, innoveren, prettig, verrassend, afwisselend, kleurrijk, fantasievol, anders nl.</p>	Maximaal 10 punten	

<p><b>Doelgroep</b></p> <p><b>Prioriteitsdoelgroep Citymarketing</b></p> <p>Het evenement richt zich op 1 of meerdere doelgroepen, waarbij er speciale aandacht voor jongeren en jonge gezinnen is (vanuit het evenementenbeleid).</p> <p><b>Aanbod voor doelgroep</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Is er veel, gemiddeld of geen aanbod voor deze doelgroep?</li> <li>- Past het evenement bij de doelgroep?</li> </ul>	Maximaal 10 punten 0: veel aanbod 3: gemiddeld aanbod 5: weinig/geen aanbod
<b>Totaal aantal punten (max. 30 punten)</b>	

3. **Kwaliteit evenement (max. 20 punten)**

Criterion	Aantal punten	Opmerkingen
<p><b>Inhoudelijke beoordeling</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Het evenement heeft toegevoegde waarde voor het totaal aanbod van evenementen in Zoetermeer.</li> <li>- Het evenement draagt bij aan een levendige, evenwichtige en diverse samenstelling van de evenementenkalender.</li> <li>- Het evenement is onderscheidend en/of vernieuwend ten opzichte van andere evenementen.</li> <li>- De kwaliteit van de te voeren activiteiten wordt door de organisator geborgd.</li> <li>- Het evenement bevat verrassingselementen en/of vernieuwende elementen in vorm of inhoud voor bezoekers.</li> <li>- Het evenement is belangrijk voor de sociale cohesie in de stad.</li> </ul>	Maximaal 20 punten	
<b>Totaal aantal punten (max. 20 punten)</b>		

#### 4. Projectplan (max. 30 punten)

Criterion	Aantal punten	Opmerkingen
<p><b>Inhoud plan</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- De organisator heeft een onderbouwd en doordacht projectplan ingediend inclusief een marketing- en communicatieplan en een begroting.</li> <li>- Het projectplan bevat een missie/visie, programmaoverzicht, SMART-geformuleerde doelstellingen en een toepassing van het brandfilter Citymarketing Zoetermeer.</li> </ul>	Maximaal 10 punten	
<p><b>Marketing/Communicatie</b></p> <p><b>Inhoud plan</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Er is een marketing/communicatieplan aangeleverd.</li> <li>- De doelgroepen zijn helder omschreven.</li> <li>- De marketing-/communicatiedoelstellingen zijn SMART geformuleerd.</li> <li>- De marketing/communicatiemiddelen sluiten hierop aan.</li> <li>- Het te verwachten mediabereik is realistisch.</li> <li>- Er is opgenomen hoe de doelstellingen en het bereik gemeten worden en op welke manier evaluatie plaatsvindt.</li> <li>- Er is uitgewerkt op welke manier de Brandtoolkit Citymarketing gebruikt wordt.</li> </ul> <p><b>Impact</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Het budget is realistisch en staat in verhouding tot de overige kosten.</li> <li>- Het evenement draagt bij aan lokale, regionale en/of landelijke publiciteit.</li> <li>- Heeft het evenement mediapartners en welke impact genereren deze?</li> <li>- Genereert het evenement free publicity?</li> </ul>	Maximaal 10 punten	
<p><b>Financiën</b></p> <p><b>Langetermijnperspectief</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- De organisator maakt duidelijk wat de financiële langetermijnvisie van het evenement is.</li> </ul> <p><b>Kortetermijnperspectief</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- De organisator heeft een realistische begroting met inkomsten, uitgaven en het aan te vragen subsidiebedrag ingediend. De orga-</li> </ul>	Maximaal 10 punten	



---

nisatie dient ten minste 70% zelf bij te dragen in de kosten van het evenement, bijvoorbeeld door inkomsten uit entree, sponsoring, fondsen, horeca e.d.		
<b>Totaal aantal punten (max. 30 punten)</b>		