*Omdat dit een Word-formulier is wat u kunt invullen, kan dit formulier helaas niet voldoen aan alle wettelijke toegankelijkheidseisen.*

# Vragenlijst bij subsidieverzoek

# Subsidieregeling Evenementen Zoetermeer

**Wat moet ik doen?**

Maak naast de online aanvraag gebruik van deze vragenlijsten dien een onderbouwd en doordacht projectplan in, inclusief een marketing- en communicatieplan en een begroting. Stuur deze ingevulde vragenlijst en het projectplan mee met uw aanvraag voor subsidie.

Voor meer informatie over het aanvragen van evenementen subsidies, zie: [www.zoetermeer.nl/subsidies](http://www.zoetermeer.nl/subsidies).

**Hoe werkt het?**

Uw subsidieaanvraag wordt beoordeeld aan de hand van deze vragenlijst en het aangeleverde projectplan, inclusief een marketing-en communicatieplan en een begroting.

Op basis van het totaal aantal punten stellen wij vast of u wel of geen subsidie krijgt.

Is een vraag niet van toepassing op uw activiteit? Geef dan aan waarom niet.

**Waarmee moet u rekening houden?**

Hou bij het beantwoorden van de vragen rekening met:

- de Subsidieregeling Evenementen Zoetermeer

Dit document kunt u vinden op onze website: [www.zoetermeer.nl/subsidies](http://www.zoetermeer.nl/subsidies)

**Hulp nodig?**

Heeft u hulp nodig bij het invullen van dit formulier? Neem dan contact op met het Subsidiebureau.

Het Subsidiebureau is bereikbaar van maandag tot en met donderdag van 09.00 tot 12.00 uur via het algemene telefoonnummer [14 079.](https://www.zoetermeer.nl/) U kunt ook een e-mail sturen naar [subsidiebureau@zoetermeer.nl](https://www.zoetermeer.nl/).

## Vragen

1. **Inhoudelijke beoordeling (maximaal 20 punten)**

**Aansluiting evenementenbeleid**

1.1 Wat is het belang van de activiteiten voor de uitvoering van gemeentelijk beleid?

*Antwoord:*

1.2 Aan welk(e) beleidsdoel(en) van de gemeente draag het evenement bij?

*Antwoord:*

1.3 Welke effecten worden gerealiseerd?

*Antwoord:*

**Evenement**

2.1 Vindt het evenement plaats in Zoetermeer, is het stads breed, komt het ten goede aan de inwoners van de stad en is het openbaar en voor iedereen toegankelijk?

*Antwoord:*

2.2 Wat is het doel van het evenement?

*Antwoord:*

2.3 Geeft het evenement een impuls aan het verenigingsleven door vereniging 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?

*Antwoord:*

2.4 Op welke manier veroorzaakt het evenement een economische impuls voor Zoetermeer?

*Antwoord:*

2.5 Op welke manier draagt het evenement in positieve zin bij aan het samenbindende effect op de bewoners en bezoekers van Zoetermeer?

*Antwoord:*

**Organisator**

3.1 Op welke manier wordt er rekening gehouden met nieuwe ontwikkelingen en maatschappelijk verantwoord ondernemen? En worden er vrijwilligers bij de organisatie betrokken?

*Antwoord:*

3.2 Wat is het innoverende vermogen en het verdienvermogen van de organisatie? En op welke manier wordt er samengewerkt met partners/verenigingen binnen de stad?

*Antwoord:*

3.3 Welke andere projecten of activiteiten heeft de organisatie opgezet of uitgevoerd?

*Antwoord:*

3.4 Op welke manier is nagedacht over duurzaamheid en het gebruik van de locatie?

*Antwoord:*

## 2. Citymarketing (maximaal 30 punten)

**Profilering**

2.1 Op welke manier versterkt het evenement het merk Zoetermeer en promoot het een actieve levensstijl?

*Antwoord:*

2.2 Op welke manier kan het evenement beeldbepalend zijn voor de stad en op welke manier sluit het aan bij het karakter van Zoetermeer?

*Antwoord:*

**Brandfilter Citymarketing**

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.

2.3 Op welke manier sluit het evenement aan bij de kernwaarden maakbaar, actief en speels uit het brandfilter Citymarketing?

|  |  |
| --- | --- |
| **Kernwaarden brandfilter**  | *Antwoord:* |
| *In hoeverre draagt het evenement de kernwaarde maakbaar uit?*Denk hierbij aan de volgende waarden:Duurzaam, leefbaar, compleet, praktisch, verenigd, verbinden, vormgeven, kneedbaar, vernieuwen, pionieren, modern, toekomstgericht, anders nl. |  |
| *In hoeverre draagt het evenement de kernwaarde actief uit?*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. |  |
| *In hoeverre draagt het evenement de kernwaarde speels uit?*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. |  |

**Doelgroep**

*2.4* Op welke doelgroep(en) richt het evenement zich?

*Antwoord:*

*2.5* Is er veel, gemiddeld of geen aanbod voor deze doelgroep?

*Antwoord:*

*2.6* Past het evenement bij de doelgroep?

*Antwoord:*

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

3.1 Welke toegevoegde waarde heeft het evenement voor het totaal aanbod van evenementen in Zoetermeer?

*Antwoord:*

3.2 Op welke manier draagt het evenement bij aan een levendige, evenwichtige en diverse samenstelling van de evenementenkalender?

*Antwoord:*

3.3 Op welke manier is het evenement onderscheidend en/of vernieuwend ten opzichte van andere evenementen?

*Antwoord:*

3.4 Hoe wordt de kwaliteit van de activiteiten geborgd?

*Antwoord:*

3.5 Welke verrassingselementen en/of vernieuwende elementen in vorm of inhoud zijn er voor de bezoekers van het evenement?

*Antwoord:*

3.6 Op welke manier draagt het evenement bij de aan de sociale cohesie in de stad?

*Antwoord:*

## 4. Projectplan (maximaal 30 punten)

Bij het online indienen van een subsidieaanvraag wordt om een onderbouwd en doordacht projectplan inclusief een marketing- en communicatieplan en een begroting gevraagd. Het plan wordt beoordeeld op de volgende onderdelen:

**4.1. Inhoud plan**

Het projectplan bevat een missie/visie, programmaoverzicht, SMART geformuleerde doelstellingen en een toepassing van het brandfilter Citymarketing Zoetermeer.

**4.2. Marketing/communicatie**

* Er is een marketing/communicatieplan aangeleverd.
* De doelgroepen zijn helder omschreven.
* De marketing-/communicatiedoelstellingen zijn SMART geformuleerd.
* De marketing/communicatiemiddelen sluiten hierop aan.
* Het te verwachtten mediabereik is realistisch.
* Er is opgenomen hoe de doelstellingen en het bereik gemeten worden en op welke manier evaluatie plaatsvindt.
* Er is uitgewerkt op welke manier de Brandtoolkit Citymarketing gebruikt wordt.

**Impact**

* Het budget is realistisch en staat in de verhouding tot de overige kosten.
* Het evenement draagt bij aan de lokale, regionale en/of landelijke publiciteit.
* Heeft het evenement mediapartners en welke impact genereren deze?
* Genereert het evenement free publicity?

**4.3** **Financiën**

**Langetermijnperspectief**

De organisator maakt in het plan duidelijk wat de financiële langetermijnvisie van he evenement is.

**Kortetermijnperspectief**

De organisator heeft een realistische begroting met inkomsten, uitgaven en het

aan te vragen subsidiebedrag ingediend. De organisatie dient ten minste 70% zelf bij te dragen in de kosten van het evenement, bijvoorbeeld door inkomsten uit entree, sponsoring, fondsen, horeca e.d.