

Evaluatie

# ROZE ZATERDAG ZAANSTAD

28 juni 2025



ZAANS.NL



Discriminatie.nl  
Zaanstreek-Waterland

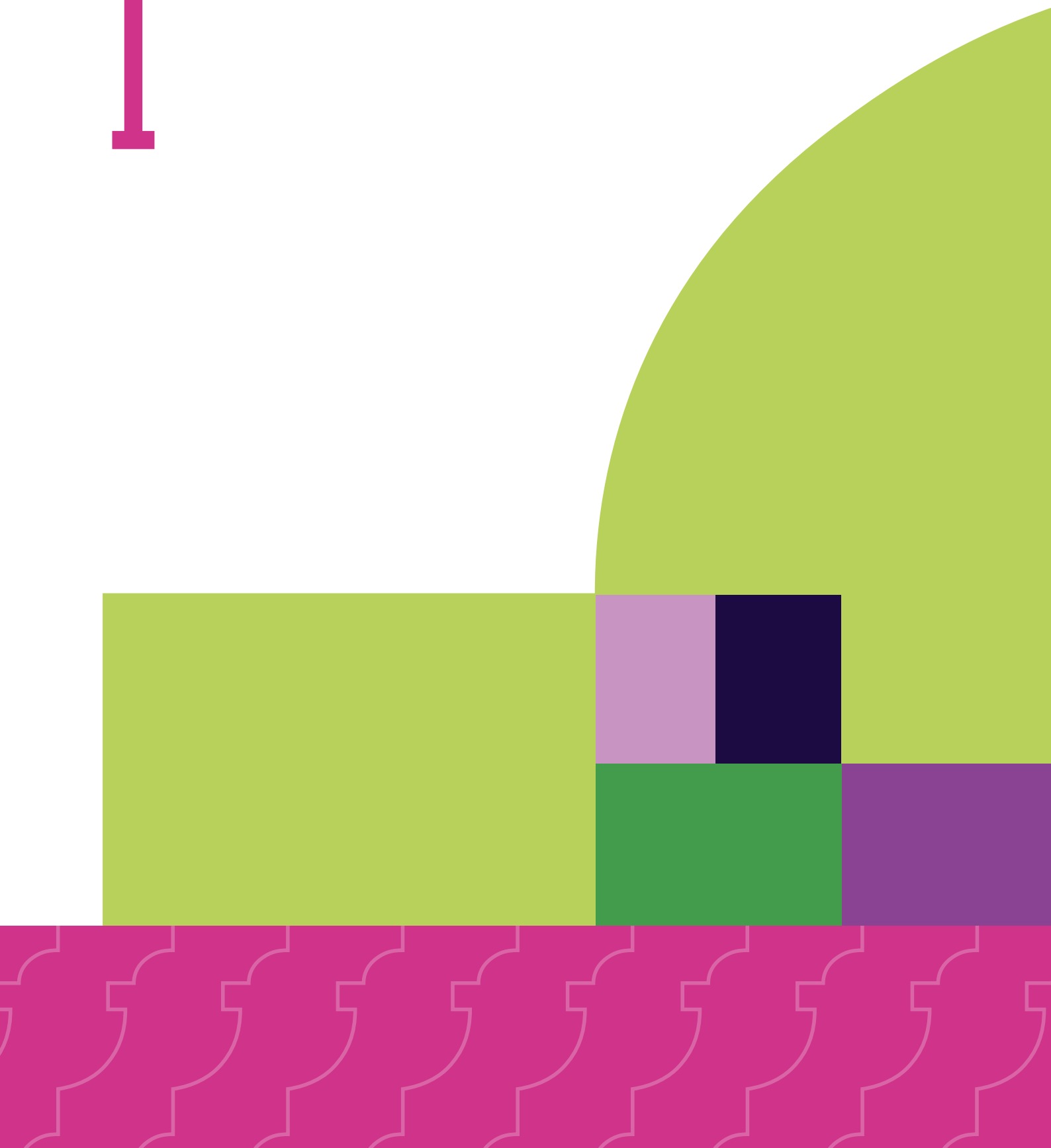
ZNSTD

# INHOUDSOPGAVE

|                                                            |           |                                                    |           |
|------------------------------------------------------------|-----------|----------------------------------------------------|-----------|
| <b>1. Inleiding</b>                                        | <b>4</b>  | <b>5. Promotie en publiekscommunicatie</b>         | <b>26</b> |
| 1.1 De weg naar Roze Zaterdag                              | 4         | 5.1 Communicatie in aanloop naar Roze Zaterdag     | 26        |
| 1.2 Doel van de evaluatie                                  | 5         | 5.2 Communicatie met externe partijen              | 27        |
| 1.3 Doelstellingen Roze Zaterdag                           | 5         | 5.3 Publiekscommunicatie tijdens het evenement     | 28        |
| 1.4 Werkwijze en betrokken partijen                        | 5         | 5.4 Bereik en effectiviteit via (sociale) media    | 28        |
| <b>2. Voorbereiding en algemene organisatie</b>            | <b>8</b>  | 5.5 Bezoekerservaring en citydressing              | 29        |
| 2.1 Betrokkenheid en participatie                          | 8         | <b>6. Impact van Roze Zaterdag</b>                 | <b>31</b> |
| 2.2 Externe productie en uitvoering                        | 9         | 6.1 Lokale betrokkenheid                           | 31        |
| 2.3 Samenwerking met externe partners                      | 9         | 6.2 Economische en maatschappelijke impact         | 31        |
| <b>3. Werkgroepen en Programmaonderdelen Roze Zaterdag</b> | <b>11</b> | 6.3 Duurzaamheid                                   | 32        |
| 3.1 Werkgroepen                                            | 11        | <b>7. Financiën</b>                                | <b>35</b> |
| 3.2 Programmaonderdelen in aanloop naar Roze Zaterdag      | 12        | 7.1 Begroting versus realisatie                    | 35        |
| 3.3 Programmaonderdelen Roze Zaterdag                      | 15        | 7.2 Toelichting op resultaat                       | 37        |
| 3.3.1 Kerkdienst                                           | 15        | <b>8. Leerpunten en aanbevelingen</b>              | <b>39</b> |
| 3.3.2 Stadhuis                                             | 16        | 8.1 Advies ten aanzien van de doelstellingen       | 39        |
| 3.3.3 Studenten                                            | 16        | 8.2 Succesvolle elementen                          | 40        |
| 3.3.4 Sluizencomplex                                       | 17        | 8.3 Advies, leerpunten en aanbevelingen            | 41        |
| 3.3.5 Parade                                               | 17        | <b>9. Bijlagen</b>                                 | <b>45</b> |
| 3.3.6 Zaantheater                                          | 18        | 9.1 Media                                          | 45        |
| 3.3.7 Koren                                                | 18        | 9.2 Reacties van externe partijen en vrijwilligers | 47        |
| 3.3.8 Podium Burcht                                        | 19        | 9.3 Deelnemers informatiemarkt                     | 49        |
| 3.3.9 Podium Damstraat                                     | 19        | 9.4 Plattegrond                                    | 49        |
| <b>4. Logistiek, faciliteiten en veiligheid</b>            | <b>21</b> | <b>Colofon</b>                                     | <b>50</b> |
| 4.1 Locaties en inrichting                                 | 21        |                                                    |           |
| 4.2 Bereikbaarheid, mobiliteit en inclusiviteit            | 23        |                                                    |           |
| 4.3 Veiligheid, EHBO en crowdmanagement                    | 23        |                                                    |           |
| 4.4 Openbare ruimte en afvalbeheer                         | 23        |                                                    |           |
| 4.5 Horeca                                                 | 24        |                                                    |           |

# INLEIDING

## 1





# 1. INLEIDING

Op 28 juni 2025 kleurde Zaanstad roze tijdens de landelijke viering van Roze Zaterdag. Voor het eerst in de geschiedenis vond dit oudste pride-evenement van Nederland plaats in de Zaanstreek met als thema ‘De Zaanstreek in alle kleuren’. Het evenement stond in het teken van zichtbaarheid, acceptatie en inclusie en bood een gevarieerd programma verspreid door het centrum van Zaandam. Met 20.000 bezoekers was het een feestelijke en positieve dag waarin saamhorigheid, inclusie en diversiteit centraal stonden.

Roze Zaterdag is een jaarlijks landelijk evenement dat sinds de jaren zeventig wordt georganiseerd ter bevordering van acceptatie en emancipatie van de lhbtq+-gemeenschap. Het heeft een emancipatoir en demonstratief karakter en biedt onder andere ruimte voor informatie, debat, feest, ontmoeting en zichtbaarheid ten behoeve van seksuele oriëntatie, genderidentiteit, expressie en sekse kenmerken. Het evenement wordt in Nederland jaarlijks eind juni gehouden vanwege de connectie met de gebeurtenissen in juni 1969 bij de bar Stonewall Inn in New York. De editie van 2025 in Zaanstad vormde de kern van een breder ‘roze jaar’ waarin diversiteit en inclusie stadsbreed de aandacht kregen.

## 1.1 De weg naar Roze Zaterdag

In het coalitieakkoord ‘Slagen Maken 2022-2026’ is de ambitie benoemd dat Zaanstad een aantal evenementen wil organiseren die passend zijn bij de identiteit en draagkracht van de gemeente en die kwaliteit toevoegen door economische, culturele, toeristische, sportieve en maatschappelijke impact. Specifiek werd ook het organiseren van Roze Zaterdag benoemd. In de begroting 2023-2027 is deze ambitie verder kracht bijgezet door budget voor Roze Zaterdag toe te kennen.

In april 2023 diende gemeente Zaanstad vervolgens een bidbook in bij Stichting Roze Zaterdagen Nederland. In het bidbook presenteerde Zaanstad haar plan van aanpak, opgesteld in samenwerking met Stichting Marketing Zaanstreek, Stichting De Zaanse Regenboog en Discriminatie.nl. Het plan benadrukte dat in Zaanstad iedereen zichzelf moet kunnen zijn - 'De Zaanstreek in alle kleuren' - en beschreef een breed programma. Het bidbook werd opgebouwd vanuit de achterliggende motivatie van de kandidatuur van Zaanstad: acceptatie in de gemeente vergroten.

Het landelijk bestuur van Stichting Roze Zaterdagen Nederland bezocht de kandidaatsteden voor Roze Zaterdag 2025 waaronder Zaanstad. Op 17 juni 2023 tijdens Roze Zaterdag, dat in Goes gehouden werd, maakte het bestuur bekend dat Zaanstad in 2025 Roze Zaterdag mocht organiseren. Het jaar van Zaanstad startte direct na afloop van de Roze Zaterdag editie 2024 in Groningen waar de sleutel tot het evenement in ontvangst genomen werd. In aanloop naar Roze Zaterdag was het eerste evenement Coming Out Day op 11 oktober 2024. Naast het hijsen van de regenboogvlag op het stadhuis en het aanbieden van de vernieuwde Regenboognota aan wethouder Slegers werden de molens op de Zaanse Schans verlicht in de regenboogkleuren. Dit was de opening van het Zaanse roze jaar in aanwezigheid van Stichting De Zaanse Regenboog, Stichting Marketing Zaanstreek en Discriminatie.nl waarbij de belangrijkste boodschap was dat iedereen zichzelf mag zijn.

Daarnaast zijn er door het jaar heen diverse bijeenkomsten georganiseerd voor en door betrokkenen uit de lhbtq+-community en geïnteresseerden. Specifiek voor het bedrijfsleven is er in januari 2025 een bijeenkomst gehouden met het Ahold Pride-netwerk over hoe vorm te geven aan diversiteitsbeleid op de werkvloer.

Voor jongeren zijn er diverse evenementen gehouden waaronder het jongerenfeest op 27 juni 2025 en er is een speciale editie van de Paarse Vrijdagkrant uitgebracht, de Roze Zaterdagkrant. Vanuit een veilig sportklimaat is er in samenwerking met de

John Blankensteinfoundation en Sportsgeen een campagne opgezet en zijn er workshops aangeboden. Bovengenoemde onderdelen worden meer uitgelicht bij de werkgroepen en programmaonderdelen.

## 1.2 Doel van de evaluatie

Deze evaluatie heeft als doel om op een gestructureerde manier terug te kijken op het verloop van het evenement en dient tevens als verantwoording richting bestuur en betrokken partners. Het helpt om inzicht te krijgen in wat goed ging, welke lessen geleerd kunnen worden en welke aanbevelingen er zijn voor toekomstige edities of andere grote evenementen in Zaanstad.

## 1.3 Doelstellingen Roze Zaterdag

Vooraf waren de volgende doelstellingen gedefinieerd:

- Het inclusiviteitsthema in Zaanstad verstevigen;
- Vergroten van de zichtbaarheid, acceptatie en emancipatie lhbtq+-gemeenschap;
- Verbinden van de lhbtq+-gemeenschap met de bredere Zaanse samenleving;
- Vieren van diversiteit: een programma dat benadrukt dat men in Zaanstad 'mag zijn wie je bent'.

Roze Zaterdag 2025 werd een evenement dat deze doelstellingen tastbaar maakte. Een viering van diversiteit, gedragen door tientallen vrijwilligers, samenwerkingspartners, ondernemers en 20.000 bezoekers die zich massaal uitspraken voor inclusie.

In hoofdstuk 8 wordt er teruggeblikt op de mate waarin de doelstellingen zijn behaald en geeft aanbevelingen voor hoe dit bij toekomstige, vergelijkbare evenementen mogelijk anders aangepakt kan worden.

## 1.4 Werkwijze en betrokken partijen

Het bidbook, de activiteiten in aanloop naar het evenement en Roze Zaterdag Zaanstad zijn georganiseerd in samenwerking met Stichting Marketing Zaanstreek, Stichting De Zaanse Regenboog, Discriminatie.nl en gemeente Zaanstad. Er is gedurende deze gehele periode actief gesproken met verschillende ketenpartners, culturele instellingen, instanties, ondernemers en overige betrokkenen.

Initiatieven kwamen rechtstreeks richting het projectteam, werden opgehaald tijdens diverse bijeenkomsten of via [rozezaterdag@zaanstad.nl](mailto:rozezaterdag@zaanstad.nl) ingestuurd. Velen zijn als ambassadeurs opgenomen in het bidbook en anderen hebben actief bijgedragen aan de succesvolle Roze Zaterdag editie in Zaanstad.

Het programma is deels gebouwd op het jaarprogramma vanuit Stichting De Zaanse Regenboog en haar partners, aangevuld met ideeën vanuit partners. De Zaanse Regenboogweek wordt elk jaar georganiseerd door De Zaanse Regenboog en dit jaar was het hoogtepunt Roze Zaterdag. Constanten daarin waren de pijlers inclusie, jeugd, sport, cultuur en toegankelijkheid.

Het projectteam bestond uit leden vanuit gemeente Zaanstad, Stichting De Zaanse Regenboog, Stichting Marketing Zaanstreek, Discriminatie.nl en vertegenwoordiging vanuit de Zaanse horeca. In een later stadium werd dit team aangevuld met een externe producent die werd ingehuurd voor de opzet en

uitvoering van de technische productie. Tevens zijn er een aantal werkgroepen opgericht voor de uitwerking van onderdelen in aanloop naar en tijdens Roze Zaterdag, zoals de informatiemarkt, communicatie, kerkdienst en sport om de betrokkenheid te vergroten. Alle leden van het projectteam waren verantwoordelijk voor de aansturing en begeleiding van een aantal van deze werkgroepen en hadden contact met de werkgroepen. Mede hierdoor had het projectteam een regiefunctie. Het team coördineerde, stimuleerde, besprak knelpunten en zocht naar oplossingen.

Maandelijks was er overleg met het bestuur van Stichting Roze Zaterdag Nederland. Zij bewaakten en beschermden de evenementenformule van Roze Zaterdag en deelde kennis vanuit eerdere edities. Het bestuur was op de achtergrond beschikbaar voor vragen.



# VOORBEREIDING EN ALGEMENE ORGANISATIE

2



## 2. VOORBEREIDING EN ALGEMENE ORGANISATIE

De organisatie en structuur van Roze Zaterdag Zaanstad 2025 was zorgvuldig opgebouwd en breed gedragen door lokale en regionale partners. Nadat gemeente Zaanstad in april 2023 te horen kreeg Roze Zaterdag 2025 te mogen organiseren, is de voorbereiding voor dit evenement begonnen.

### De organisatie werd opgebouwd rond verschillende niveaus van samenwerking:

1. **Stuurgroep** – bestaande uit vertegenwoordigers van de ambtelijke organisatie. De stuurgroep had een toezichthoudende en besluitvormende rol en bewaakte de strategische koers.
2. **Kernteam** – verantwoordelijk voor de dagelijkse aansturing, planning en uitvoering. Hierin waren vertegenwoordigd:
  - Gemeente Zaanstad (afdelingen Economie, Communicatie, Vergunningen en OOV)
  - Stichting Marketing Zaanstreek
3. **Projectteam** – verantwoordelijk voor de uitwerking van de werkgroepen en meedenken op het totale concept. Dit team bestond uit:
  - Kernteam
  - Stichting De Zaanse Regenboog
  - Discriminatie.nl
  - Vertegenwoordiger uit de Zaanse horeca
  - Dit team werd later aangevuld met de technisch producent en de organisatie verantwoordelijk voor de citydressing.
4. **Werkgroepen** – 15 thematische werkgroepen die specifieke onderdelen organiseerden tijdens en in aanloop naar Roze Zaterdag, zoals sport, jongerenfeest, onderwijs, communicatie en parade. De werkgroepen bestonden uit voornamelijk vrijwilligers vanuit diverse organisaties en stichtingen.

Deze structuur zorgde voor een goede verdeling van taken en verantwoordelijkheden terwijl de lijnen kort bleven. De opgedane kennis uit het project 50 jaar Zaanstad werd actief benut waardoor processen en samenwerkingen snel konden worden ingericht.

Om andere afdelingen binnen de gemeente te informeren en aan te haken zijn er in een vroeg stadium diverse berichten op Zaanlink (het intranet van de gemeente Zaanstad) geplaatst. Meerdere bijeenkomsten zijn georganiseerd en ook is Roze Zaterdag meerdere keren benoemd in verschillende nieuwsbrieven. Daarnaast zijn er door het kernteam gesprekken gevoerd met verschillende afdelingen waarmee samengewerkt dienden te worden om dit project succesvol te laten zijn.

### 2.1 Betrokkenheid en participatie

Vanaf de bekendmaking van Roze Zaterdag in Zaanstad werd nadrukkelijk ingezet op lokale betrokkenheid. Via openbare bijeenkomsten, nieuwsbrieven en persoonlijke gesprekken werden inwoners, ondernemers en organisaties uitgenodigd om mee te denken of bij te dragen. Deze open aanpak vergrootte het draagvlak en leidde tot een breed netwerk van betrokkenen doordat men op deze wijze ook meer zicht kreeg over de opzet en omvang van het evenement.

Voor de ondernemers en organisaties in het stadshart werden meerdere informatieochtenden georganiseerd in het stadhuis. Daarnaast werden gesprekken gevoerd met de BIZ Stadshart, horecaondernemers en culturele instellingen om het programma en de praktische uitvoering gezamenlijk vorm te geven.

De inzet van vrijwilligers was essentieel: ruim 50 vrijwilligers ondersteunden het evenement, van opbouw tot publieksbegeleiding. Veel van hen kwamen uit het netwerk van Stichting De Zaanse Regenboog waarmee de lokale community zichtbaar betrokken was.

## 2.2 Externe productie en uitvoering

Gezien Roze Zaterdag een groot evenement is en gemeente Zaanstad geen professionele evenementenorganisator is, werd er begin 2024 uitvraag gedaan naar verschillende organisatoren en producenten die de organisatie van dit evenement technisch konden voorbereiden en uitvoeren. Hieruit kwamen verschillende partijen en zijn er meerdere gesprekken gevoerd en is er met lokale organisatoren een eerste opzet gemaakt voor het evenement en de programmering. Uiteindelijk is er gekozen voor een externe partij die de technische productie van het evenement heeft opgezet en gecoördineerd waaronder de programmering van Roze Zaterdag. De producent werkte nauw samen met het kernteam, de organisatie voor de citydressing en de werkgroepen. Er was een maandelijks overleg waarbij de planvorming werd besproken door verschillende betrokken afdelingen van gemeente Zaanstad met de technisch producent. De insteek was dat er met voor-

keur gewerkt werd met Zaanse leveranciers voor de opzet en uitvoering van het evenement om de lokale economie te versterken. Dit is uiteindelijk ook grotendeels gelukt om partijen bij elkaar te brengen.

## 2.3 Samenwerking met externe partners

Voor de activiteiten in aanloop naar en de uitvoering van verschillende programmaonderdelen tijdens Roze Zaterdag is er naast lokale leveranciers ook samengewerkt met tientallen (voornamelijk lokale) partijen, zoals Museum of Humanity, Zaantheater, Pathé Zaan-dam, Zaanse kerken, NS, ProRail, Pride Brickmasters, Dtevents, Club DeeJayne, PLAY room, Filmtheater De Fabriek, Zaanse horeca, Stichting Blusboot de Weer, Zaanse sportverenigingen, Complimentenmakers, diverse scholen, deelnemende partijen aan de informatiemarkt en verschillende artiesten en koren.



# WERKGROEPEN EN PROGRAMMAONDERDELEN ROZE ZATERDAG

3



# 3. WERKGROEPEN EN PROGRAMMAONDERDELEN

## ROZE ZATERDAG

### 3.1 Werkgroepen

Voor Roze Zaterdag Zaanstad zijn verschillende werkgroepen opgericht die zich niet alleen richtten op de organisatie van het evenement zelf, maar ook op de activiteiten in aanloop ernaartoe. Deze werkgroepen speelden een cruciale rol in het versterken van de lokale betrokkenheid: personen met uiteenlopende achtergronden konden actief bijdragen en zich verbonden voelen met het evenement. Dit bevorderde de samenwerking tussen diverse organisaties en gemeenschappen, hun inzet vergrootte het draagvlak en bracht bovendien waardevolle expertise samen op specifieke onderdelen van het programma. De werkgroepen rondom Roze Zaterdag Zaanstad stelden als gezamenlijk doel om een inclusief, zichtbaar en verbindend evenement neer te zetten voor de lhbtq+-gemeenschap en de bredere Zaanse samenleving. Elk onderdeel, van parade tot jongerenfeest, van kerkdienst tot informatiemarkt, droeg bij aan het vergroten van acceptatie, het vieren van diversiteit en het versterken van sociale cohesie in de regio.

In het begin zijn er, in samenspraak met de partijen uit het projectteam, 15 werkgroepen ingericht. In de loop van het project bleek dat enkele werkgroepen niet haalbaar waren of onvoldoende capaciteit hadden. De volgende groepen werden beëindigd of geïntegreerd:

**Roze Camping** – het idee voor een buurtcamping in het Burgemeester in 't Veldpark bleek organisatorisch en veiligheidstechnisch niet uitvoerbaar. Bezoekers van Roze Zaterdag werden uiteindelijk via de website doorverwezen naar bestaande campings en andere accommodaties, zoals hotels.

**Maandelijks Highlights** – het plan om maandelijks extra activiteiten te organiseren bleek te arbeidsintensief gezien de volle reguliere jaaragenda van Stichting De Zaanse Regenboog en vanwege de kosten. Een aantal activiteiten zoals beschreven in het bidbook



zijn uitgevoerd in aanloop naar Roze Zaterdag, zoals Coming Out Day en de overige activiteiten zijn opgenomen in de Zaanse Regenboogweek vooraf aan Roze Zaterdag of tijdens Roze Zaterdag, maar werden niet maandelijks georganiseerd en uitgelicht.

**Bereikbaarheid en Toegankelijkheid** – door beperkte beschikbaarheid van leden is de werkgroep uiteengevallen. De taken zijn overgenomen door het kernteam met advisering vanuit specialisten.

**Sponsoring** – hoewel het door het college van gemeente Zaanstad beschikbaar gestelde budget toereikend was voor de organisatie van Roze Zaterdag, is bewust een werkgroep Sponsoring opgericht. Deze richtte zich niet op aanvullende financiering voor het evenement zelf, maar op het versterken van de toekomst van Stichting De Zaanse Regenboog. Doordat er op een enthousiasmerende sponsorbrief richting bedrijven en organisaties vrijwel geen en negatieve respons kwam en de capaciteit om na te bellen binnen het kernteam en Stichting De Zaanse Regenboog beperkt was, zijn hier beperkt verdere acties op ondernomen.

*De overige werkgroepen waaronder Parade, Communicatie, Onderwijs, Sport, LEGO Pride, Coming Out Day en Kerkdienst werkten succesvol samen en leverden elk een concreet onderdeel van het totaalprogramma.*

### **3.2 Programmaonderdelen in aanloop naar Roze Zaterdag**

Vanaf de sleuteloverdracht in juni 2024 werd een jaar lang toegewerkt naar het evenement. In die periode vonden er al diverse activiteiten plaats, zoals Canal Pride Amsterdam, Coming Out Day, een sponsorbijeenkomst in samenwerking met het Ahold Pride-netwerk, samenwerkingen met sportverenigingen voor een veiliger sportklimaat en educatieve programma's op middelbare scholen (GSA-netwerken).

#### **Canal Pride Amsterdam**

In augustus 2024 voer Stichting De Zaanse Regenboog mee tijdens de Canal Pride in Amsterdam. Dankzij bijdragen aan de promotiekosten vanuit Stichting Marketing Zaanstreek en andere sponsors, kon deze deelname gerealiseerd worden. De aanwezigheid op dit landelijke evenement droeg bij aan de zichtbaarheid van de Zaanse lhbtq+-gemeenschap en versterkte het gevoel van saamhorigheid onder de deelnemers. Daarnaast fungeerde de Canal Pride als een krachtig promotieplatform voor Roze Zaterdag Zaanstad. Door op deze manier landelijke aandacht te genereren, werd het belang van Roze Zaterdag onderstreept: een evenement dat niet alleen viert, maar ook verbindt en bijdraagt aan acceptatie en inclusie in de regio.

#### **Coming Out Day**

Op 11 oktober 2024 is op bijzondere wijze stilgestaan bij Coming Out Day, een jaarlijks wereldwijd moment waarop aandacht wordt gevraagd voor het openlijk uitkomen voor seksuele geaardheid en genderidentiteit. De voorbereidingen voor dit evenement zijn uitgevoerd door een werkgroep bestaande uit vertegenwoordigers van gemeente Zaanstad, Stichting De Zaanse Regenboog, Discriminatie.nl, Stichting Marketing Zaanstreek, de Zaanse Molen en betrokken vrijwilligers uit de Zaanse lhbtq+-gemeenschap in samenwerking met lokale ondernemers.

Eén van de meest spraakmakende acties vond plaats op de Zaanse Schans waar alle molens op Coming Out Day in regenboogkleuren werden aangelicht. Deze symbolische en visueel indrukwekkende actie trok veel belangstelling en werd in de (social) media breed gedeeld, ook internationaal. Tijdens het officiële

moment waren vertegenwoordigers van De Zaanse Regenboog, de Provincie Noord-Holland, sponsors, genodigden en pers aanwezig. De verlichting van de iconische molens zorgde niet alleen voor indrukwekkend beeldmateriaal, maar raakte ook emotioneel. Veel aanwezige personen gaven aan zich gezien, erkend en gesteund te voelen door deze zichtbare uiting van inclusie en solidariteit.

#### **Bijeenkomst diversiteitsbeleid met Ahold Pride-netwerk**

In januari werd in samenwerking met Dtevents, een groep studenten en het Ahold Pride-netwerk de bijeenkomst 'Samen voor Diversiteit' georganiseerd. Tijdens deze bijeenkomst stonden presentaties centraal over diversiteitsbeleid en de praktische invulling van inclusie en gelijkwaardigheid op de werkvloer. Ook werd besproken waarom Roze Zaterdag zo'n belangrijk evenement is en hoe het bijdraagt aan zichtbaarheid en verbinding binnen de samenleving. Tientallen Zaanse ondernemers werden hiervoor uitgenodigd met als doel hen te inspireren én te betrekken bij het bredere maatschappelijke gesprek. Daarnaast werd bedrijven gevraagd of zij openstonden voor sponsoring ten behoeve van de lhbtq+-community en Stichting De Zaanse Regenboog. De bijeenkomst werd goed bezocht en kende een positieve sfeer. Toch was de opkomst lager dan gehoopt en bleef de hoeveelheid sponsoring achter bij de verwachtingen. Dit onderstreepte het belang van blijvende inzet om lokale ondernemers te betrekken en het draagvlak voor inclusieve initiatieven verder te vergroten.

#### **Veilig sportklimaat**

In aanloop naar Roze Zaterdag is in Zaanstad een sportcampagne opgezet met als doel het bevorderen van een veilig en inclusief sportklimaat. De campagne richtte zich op ruim 140 sportverenigingen en droeg de kernboodschap: In Zaanstad kan iedereen zichzelf zijn. De campagne bestond uit vier onderdelen: het verspreiden van speciale aanvoerdersbanden, het aanbieden van workshops over inclusie in de sport, het maken van korte video's met sportclubs en gezamenlijke online zichtbaarheid. De boodschap kreeg extra kracht door twee grote sportevenementen – de Zaanstad Cup (17–21 juni) en het Touch Rugby Toernooi (28 juni) – waarin inclusie fysiek en

zichtbaar werd uitgedragen. De campagne bereikte vele Zaankanters en legde een basis voor blijvende aandacht voor diversiteit in de sport. Het project wordt gezien als een waardevolle stap richting een structureel veilig en inclusief sportklimaat in Zaanstad.

De campagne werd vormgegeven door de werkgroep Sport, bestaande uit vertegenwoordigers van gemeente Zaanstad, SportsGen (coördinator), de John Blankenstein Foundation, Sportbedrijf Zaanstad en Stichting Marketing Zaanstreek.



## Onderwijs

In het kader van Roze Zaterdag heeft een werkgroep bestaande uit onderwijsprofessionals zich gericht op het voortgezet onderwijs als krachtig middel om jongeren in Zaanstad te bereiken. Onderwijs biedt niet alleen een platform om het evenement onder de aandacht te brengen bij jongeren, maar speelt vooral een sleutelrol in het uitleggen waarom Roze Zaterdag van betekenis is. Door middel van voorlichting over seksuele en genderdiversiteit draagt het onderwijsveld actief bij aan een inclusieve samenleving en een veiliger schoolklimaat.

Dankzij het bestaande netwerk binnen Zaanse scholen kon de werkgroep snel schakelen en effectieve samenwerkingen opzetten. Op veel middelbare scholen zijn voorlichtingen gegeven aan onderbouwklassen, verzorgd door docenten, GSA-leerlingen (Gender and Sexuality Alliances) en externe organisaties zoals Stichting Sexmatters. Deze inzet biedt een krachtige start met als doel dat scholen deze voorlichting zelfstandig voortzetten zodra het tijdelijke budget

vervalt. Dit bevordert ook de samenwerking tussen verschillende GSA's en scholen.

Speciaal voor Roze Zaterdag verscheen de Paarse Vrijdagkrant, die regulier op scholen en in samenwerking met de GSA wordt verspreid, in een aangepaste editie als Roze Zaterdagkrant, verspreid onder alle middelbare scholen en uitgedeeld bij diverse organisaties en bezoekers. De krant bevat persoonlijke verhalen van jongeren en vormt een waardevol instrument voor bewustwording. Daarnaast ontvingen scholen lesbrieven en gastlessen en werden aanvullende workshops voor docenten aangeboden. Identiteitsvorming begint al op jonge leeftijd. Door gesprekken over diversiteit leren leerlingen elkaars achtergrond en identiteit beter begrijpen. De impact van deze gesprekken is groot: jongeren krijgen ruimte om te praten over identiteit, acceptatie en diversiteit. Een belangrijke stap richting blijvende verandering binnen het Zaanse onderwijsstelsel.

## Jaarprogramma Stichting De Zaanse Regenboog en Zaanse Regenboogweek

Stichting De Zaanse Regenboog zet zich actief in voor de zichtbaarheid, acceptatie en het welzijn van de lhbtq+-gemeenschap in de Zaanstreek. De stichting ondersteunt personen die hierin uitdagingen ervaren en streeft naar een inclusieve samenleving waarin iedereen zich welkom en veilig voelt. Om dit te bereiken organiseert De Zaanse Regenboog jaarlijks een breed scala aan lhbtq+-vriendelijke activiteiten in samenwerking met Zaanse culturele instellingen, maatschappelijke organisaties en ondernemers. De afgelopen jaren heeft de stichting een sterk netwerk opgebouwd met diverse lokale en regionale partners wat bijdraagt aan de groei van het aantal activiteiten en de impact hiervan. Deze activiteiten zijn gebundeld in een programma dat elk jaar zorgvuldig wordt samengesteld. In het afgelopen jaar kende dit programma een bijzonder rijke invulling met extra aandacht voor de Zaanse Regenboogweek voorafgaand aan het evenement. Roze Zaterdag gaf een extra impuls om meer bekendheid te genereren voor de Zaanse Regenboogweek en een breder publiek te bereiken. Deze feestelijke en betekenisvolle week stond volledig in het teken van zichtbaarheid, bewustwording, verbondenheid en inclusie van de lhbtq+-gemeenschap in

de Zaanstreek. Gedurende Zaanse Regenboogweek werden er tientallen activiteiten georganiseerd, variërend van kunstexposities, filmvertoningen en van theatervoorstellingen tot sportactiviteiten en debatten. Inwoners en organisaties werden opgeroepen om tijdens deze week de regenboogvlag uit te hangen als teken van solidariteit. De programmering was breed en toegankelijk met zowel gratis als betaalde evenementen verspreid over diverse locaties in Zaanstad. Hoewel de parade traditioneel het hoogtepunt vormt van de Zaanse Regenboogweek, werd deze dit jaar nog groter opgepakt tijdens Roze Zaterdag Zaanstad.

### Jongerenfeest

Op de vrijdagavond voorafgaand aan Roze Zaterdag vond in de Damstraat een speciaal jongerenfeest plaats, georganiseerd door een werkgroep bestaande uit voornamelijk GSA-jongeren. Het doel was om zoveel mogelijk lhbtq+-jongeren actief te betrekken bij Roze Zaterdag Zaanstad en de bijbehorende activiteiten. Hoewel de focus op jongeren lag, was iedereen welkom. De werkgroep wilde dat het programma gedragen werd door jongeren zelf en dat de communicatie hen optimaal zou bereiken. Naast het jongerenfeest vonden er ook andere activiteiten plaats, zoals 'Pimp je paspop', wat goed werd bezocht door jongeren. Vanwege het succes is het plan om dit te continueren en in 2026 nogmaals te organiseren.

Tevens waren er plannen voor een debat en een talentenjacht, maar deze konden door gebrek aan capaciteit niet doorgaan. Meerdere jongeren uit de werkgroep moesten hun deelname voortijdig beëindigen om uiteenlopende persoonlijke redenen. Echter was de belangstelling groot en zal er in 2026 weer ingezet worden op een debat en talentenjacht.

Ondanks deze uitdagingen wist de werkgroep een succesvol feest neer te zetten met een breed en gevarieerd programma waarin inclusie, expressie en diversiteit centraal stonden. Het thema van de avond was Agree to Disagree, waarmee werd ingezet op het vergroten van het gevoel van veiligheid onder Zaanse jongeren. De boodschap: ook als je het niet altijd met elkaar eens bent, kun je elkaar respecteren en het gesprek aangaan.

Het feest kwam in het begin langzaam op gang, maar werd uiteindelijk goed bezocht door volwassenen en jongeren in een veilige en open sfeer. Toch blijft deze doelgroep lastig te bereiken, wat een aandachtspunt is voor toekomstige edities.



### 3.3 Programmaonderdelen Roze Zaterdag

In Zaanstad zijn er weinig locaties om een evenement te organiseren voor 20.000 bezoekers. De veiligheidsdiensten adviseerden om het evenement niet door heel Zaanstad te verspreiden. Daarom is gekozen voor het centrum van Zaandam en te werken met meerdere podia, zodat bezoekers in een controleerbaar gebied verspreid konden worden. Ook is het centrum van Zaandam goed toegankelijk met het openbaar vervoer en bood voldoende ruimte voor alle programmaonderdelen, zoals de parade en informatiemarkt.

Om een zo inclusief mogelijk evenement te organiseren zijn er een aantal zaken georganiseerd om Roze Zaterdag Zaanstad zeer bereikbaar en toegankelijk voor bezoekers te maken. Op de Burcht en in het Zaantheater waren aangepaste toiletten beschikbaar. Ook was er op de Burcht bij het hoofdpodium een verhoogd platform voor rolstoelgebruikers en personen met een fysieke beperking geplaatst, zodat zij goed zicht hadden op het podium maar ook op een rustigere plek konden genieten van de optredens. Bij de route van de parade is gekeken naar de toegankelijkheid voor iedereen, zodat elke bezoeker kon deelnemen aan de parade. Op de Burcht waren kluisjes te vinden en kleedruimtes beschikbaar, zodat bezoekers zich eventueel konden omkleden. Kleedruimtes waren ook beschikbaar in de winkel van WE Fashion op de Gedempte Gracht. Bij het sluizencomplex zijn er oprijplaten (ramps) geplaatst, zodat de informatiemarkt en de silent disco voor iedereen bereikbaar waren. Voor bezoekers met een auditieve beperking waren er tijdens de officiële momenten op het podium, tijdens de kerkdienst en een groot deel van de optredens gebarentolken aanwezig. Ondanks alle inzet bleken er toch enkele obstakels tijdens Roze Zaterdag door technische mankementen aan roltrappen en liften in het stadscentrum.

De werkgroep Programmering bestond uit een nauwe samenwerking tussen gemeente Zaanstad en diverse externe organisaties die betrokken waren bij de productie en invulling van Roze Zaterdag op beide podia. Het gezamenlijke doel was een brede, inclusieve programmering te realiseren, verspreid over het centrum van Zaandam.

Input werd verzameld via bijeenkomsten, het projectteam en ingezonden ideeën. Deze brede betrokkenheid maakte het mogelijk om een feest neer te zetten dat recht deed aan de diversiteit binnen de gemeenschap. Tegelijkertijd bracht de hoeveelheid input ook uitdagingen met zich mee: het was lastig om alle meningen en belangen te verenigen bij het streven naar een feest dat door iedereen als inclusief werd ervaren.

#### 3.3.1 Kerkdienst

Roze Zaterdag is niet alleen een feestelijk evenement, maar ook een dag van bewustwording, herdenking en saamhorigheid. De oecumenische kerkdienst is een vast en betekenisvol onderdeel binnen Roze Zaterdag en biedt ruimte voor persoonlijke en gezamenlijke reflectie op thema's als acceptatie, geloof en identiteit. Historisch gezien is de relatie tussen religie en de lhbtq+-gemeenschap vaak complex geweest. Tijdens de kerkdienst hebben de diverse voorgangers laten zien dat er ook binnen kerken ruimte is voor inclusiviteit en acceptatie en dat het personen verbindt.

De dienst vond plaats in de Doopsgezinde Vermaning Zaandam en werd bijgewoond door circa 150 personen. Gesproken woord en gebed werden afgewisseld met herkenbare muziek, waardoor zowel gelovige als niet-gelovige bezoekers zich welkom voelden. De dienst was toegankelijk dankzij een gebarentolk en een gedrukte liturgie voor alle aanwezigen. In de liturgie was een QR-code opgenomen waarmee bezoekers eventueel een donatie konden doen die door het kerkbestuur werd gedoneerd aan Stichting De Zaanse Regenboog.

De werkgroep achter de dienst bestond uit vertegenwoordigers van verschillende kerken en geloofsgemeenschappen en kwam maandelijks bijeen. In nauwe samenwerking met het projectteam werd het programma afgestemd. Een generale repetitie vooraf leidde tot het inkorten van de dienst, wat positief uitpakte. De samenwerking binnen de werkgroep en met externe partijen en diverse kerken verliep goed en droeg bij aan het verbindende karakter van Roze Zaterdag.



### 3.3.2 Stadhuis

Tijdens Roze Zaterdag was de publiekshal van het stadhuis geopend van 10.00 tot 18.00 uur en vormde een sfeervolle en betekenisvolle locatie binnen het programma. De publiekshal werd aangekleed in samenwerking met Museum of Humanity en Studio HB Staging, hierbij werden indrukwekkende portretdoeken tentoongesteld van leden uit de Zaanse lhbtqia+-gemeenschap. Daarnaast konden bezoekers de kleurrijke LEGO Pride tentoonstelling bezoeken, ontworpen in het thema 'De Zaanstreek in alle kleuren'. Deze laagdrempelige expositie gaf op een speelse en visueel aantrekkelijke manier zichtbaarheid aan lhbtqia+-thema's. Net zoals het kunstwerk The Growing Wall of Love dat te bewonderen was en een actief onderdeel vormde waar elke bezoeker iets op kon schrijven. Bezoekers konden onder de klanken van een DJ genieten van diverse horeca faciliteiten tijdens het bezoeken van de activiteiten. De publiekshal fungeerde hiermee niet alleen als ontmoetingsplek, maar ook als podium voor inclusie, kunst en verbinding.

De tentoonstelling van LEGO Pride was de gehele maand juni tot en met eind augustus te bewonderen in de vitrines van de publiekshal. Met meer dan 1000 LEGO-figuren en herkenbare Zaanse gebouwen, inclusief QR-codes die doorverwezen naar verhalen, geschiedenis en informatie op de website, werd een breed publiek aangesproken. De tentoonstelling werd voor, tijdens en na het evenement dan ook goed bezocht.

De werkgroep achter deze tentoonstelling werd speciaal opgericht voor Roze Zaterdag en bestond uit LEGO Brickmasters, Stichting De Zaanse Regenboog, Discriminatie.nl en het archief van gemeente Zaanstad. In 2024 was al een deel van de LEGO Pride te zien in het kader van 50 jaar Zaanstad en tijdens de Zaanse Regenboogweek, maar voor Roze Zaterdag werd de tentoonstelling verder uitgebreid met extra aandacht voor lhbtqia+-geschiedenis en de Zaanse Regenboogparade.

Ter voorbereiding werd een Brick Pride LEGO-bouwedstrijd georganiseerd voor verschillende leeftijdsgroepen met als opdracht het bouwen van een eigen Pride Boot. De inzendingen kregen een plek in de tentoonstelling en de wedstrijd trok veel deelnemers.

Tevens was er in het stadhuis een prikkelarme ruimte ingericht voor bezoekers die daar op enig moment behoefte aan zouden kunnen hebben.

### 3.3.3 Studenten

In samenwerking met Dtevents, die een groep studenten begeleidde van de minor eventmanagement opleiding van InHolland, zijn naast de sponsorbijeenkomst in de aanloop naar Roze Zaterdag, twee creatieve concepten ontwikkeld en succesvol uitgevoerd tijdens het evenement zelf.

Het eerste concept werd uitgevoerd op het plein voor het stadhuis, waar bezoekers werden verwelkomd en de Roze Zaterdagkrant werd uitgedeeld met daarin het programma en informatie. In samenwerking met Studio HB Staging werden fotoframes ontwikkeld waarmee bezoekers op de foto konden. Door het gebruik van hashtags werden bezoekers gestimuleerd om foto's te delen op sociale media wat bijdroeg aan de zichtbaarheid van het evenement. Het tweede concept was 'Loud & Proud Love', dat bestond uit drie interactieve onderdelen binnen het evenementengebied: spiegels waarop bezoekers persoonlijke boodschappen konden schrijven, karaoke met begeleiding van een DJ en Rainbow Whisper Booth, een busje waarin bezoekers elkaar liefdevolle boodschappen konden vertellen en de liefde verklaren.

Deze aanvullende onderdelen zorgden voor een extra laag van beleving en interactie binnen het programma van Roze Zaterdag. De studenten die de concepten ontwikkelden toonden veel creativiteit en hun bijdragen sloten goed aan bij de sfeer en doelstellingen van het evenement. Wel vergde de samenwerking met studenten meer begeleiding vanuit Dtevents en het kernteam dan vooraf werd ingeschat. Met name tijdens de creatieve sessies en voorbereidingen was aanwezigheid van kernteamleden noodzakelijk om vragen te beantwoorden en richting te geven.

### 3.3.4 Sluizencomplex

Het sluizencomplex in Zaandam vormde tijdens Roze Zaterdag een levendige centrale locatie waar meerdere activiteiten samenkwamen, waaronder de informatiemarkt en het concept 'Loud & Proud Love'. De informatiemarkt is een vast onderdeel van Roze Zaterdag en biedt organisaties een platform om zich te presenteren op het gebied van diversiteit, inclusie en het bestrijden van intolerantie. De oorspronkelijke werkgroep, verantwoordelijk voor locatiekeuze en deelnemersbegeleiding, viel door persoonlijke omstandigheden uit. Het projectteam nam de organisatie over en begeleidde de aanmeldingen, facturatie van kosten voor een kraam en voorzagen de standhouders van het opgesteld manifest.

De markt vond plaats langs de sluizen van 12.00 tot 17.00 uur en werd duidelijk aangeduid met twee grote poorten en trok vele bezoekers. Uiteindelijk namen 31 organisaties deel, waaronder een mix van grote en kleine, landelijke en lokale partijen die allen een marktkraam huurden voorzien van regenboogvlaggen of eigen materiaal tentoonstelden.

Op het terrein achter het podium in de Damstraat, tussen de sluizen, was tijdens Roze Zaterdag een Silent Disco ingericht. Deze werd verzorgd door Club DeeJayne en bood ruimte aan maximaal 100 bezoekers tegelijkertijd. De Silent Disco bleek een populaire toevoeging aan het programma en werd gedurende de dag goed bezocht.

Daarnaast waren in het evenementengebied rondom de sluizen de Complimentenmakers actief: drie personen in opvallende roze outfits die op een laagdrempelige en persoonlijke manier interactie zochten met bezoekers. Zij schreven handgeschreven complimenten op kaartjes die vervolgens werden uitgedeeld. Deze actie zorgde voor veel positieve reacties en versterkte de inclusieve en warme sfeer van het evenement. Extra entertainment vond plaats bij de start en terugkomst van de parade op de Burcht waar blusboot De Weer een waterfontein creëerde.

### 3.3.5 Parade

De jaarlijkse parade door het centrum van Zaandam vormt traditioneel een van de hoogtepunten van de Zaanse Regenboogweek. In 2025 kreeg deze parade een bijzondere dimensie vanwege de landelijke editie van Roze Zaterdag, wat resulteerde in een aanzienlijk grotere opkomst en een feestelijker karakter. Duizenden deelnemers liepen mee, velen in kleurrijke en expressieve outfits. Ook reden er diverse voertuigen mee, voorzien van muziek en thematische aankleding.

De voorbereiding van de parade werd verzorgd door een toegewijde werkgroep bestaande uit personen die al jarenlang betrokken zijn bij de Zaanse Regenboogweek. Vanwege de grotere schaal van het evenement was er extra aandacht nodig voor veiligheid, logistiek en coördinatie. Daarom werd externe projectbegeleiding ingeschakeld. Daarnaast werden ook circa 30 vrijwilligers vanuit het netwerk van Stichting De Zaanse Regenboog ingezet. Deelnemende groepen konden zich registreren via de website van Roze Zaterdag, wat zorgde voor overzicht en een efficiënte planning.

De parade startte op de Burcht na toespraken van burgemeester Jan Hamming en Frank Vos, voorzitter van Stichting De Zaanse Regenboog. In hun bijdragen werd niet alleen het feestelijke karakter van de dag benadrukt, maar ook het protesterende en activistische aspect van Roze Zaterdag. Dit werd onderstreept met een geplande minuut stilte om 12.00 uur als moment van bezinning en herdenking. Helaas verliep dit



moment niet zoals bedoeld: een deel van de parade stond al opgesteld nabij de Burcht en begon precies om 12.00 uur met muziek, waardoor de stilte niet werd gehouden. Enkele minuten later werd dit gecorrigeerd; de muziek werd stilgelegd en alsnog werd gezamenlijk een minuut stilte in acht genomen. Dankzij een ruime tijdsplanning leidde dit niet tot vertraging.

Rond 13.30 uur keerde de parade terug op de Burcht, waar op het podium oorkondes werden uitgereikt aan groepen met het beste statement/boodschap en de meest creatieve/kleurrijke presentatie. De parade werd goed ontvangen door het publiek door het centrum en droeg krachtig bij aan de zichtbaarheid en inclusieve boodschap van Roze Zaterdag.

### 3.3.6 Zaantheater

Het Zaantheater speelde een actieve rol in de programmering rondom Roze Zaterdag met activiteiten in aanloop naar het evenement en op de dag zelf. De aftrap vond plaats op donderdag met een voorstelling, gevolgd door een gevarieerd programma op vrijdag. Naast een tweede voorstelling waren er diverse gratis toegankelijke onderdelen in de foyer waarmee het theater een laagdrempelige ontmoetingsplek bood voor bezoekers.

Tijdens Roze Zaterdag zelf was het Zaantheater een bruisende locatie. In de foyer vonden uiteenlopende activiteiten plaats waaronder een Queer Popup Store, diverse optredens en foodtrucks op het plein voor het theater. In de middag vond tevens het bestuurlijk ontvangst plaats in het restaurant voor sponsors en bestuurders uit de regio en werd de netwerkreceptie van Roze Zaterdagen Nederland gehouden. Daarnaast konden bezoekers in één van de zalen elk uur de Pink Global Videos bekijken – een kunstvideoproject dat wereldwijd opkomt voor de rechten van lhbtq+-personen. Het project, geïnitieerd door de eigenaar van kunstgalerie PLAY room in Zaandam, werd gerealiseerd in samenwerking met internationale kunstenaars. De centrale boodschap van het project is internationale solidariteit: elkaar inspireren, versterken en erkennen. Op zondag 29 juni werd dit videoproject ook vertoond in Pathé Zaandam waar bezoekers in gesprek konden gaan met de betrokken kunstenaars. En ook in het Zaantheater was een prikkelarme ruimte ingericht voor bezoekers die hier eventueel gebruik van wilden maken.

### 3.3.7 Koren

Een bijzonder onderdeel van het programma van Roze Zaterdag Zaanstad waren de optredens van diverse Zaanse koren in de Muziekkoepeel op de Gedempte Gracht. Tussen 12.00 en 17.45 uur brachten zij een gevarieerd repertoire ten gehore. Door lokale koren een podium te bieden, werd niet alleen de Zaanse cultuur

zichtbaar gemaakt, maar ook de verbinding met de gemeenschap versterkt. Het gaf lokale artiesten de kans om actief bij te dragen aan een evenement dat draaide om inclusie, zichtbaarheid en saamhorigheid. Tegelijkertijd voorzag het in entertainment in het winkelgebied. De optredens trokken veel publiek en vormden een waardevolle aanvulling op het totale programma. Ze droegen bij aan de spreiding van bezoekers én betrok de winkeliers van de Gedempte Gracht actief bij het evenement.

### 3.3.8 Podium Burcht

Roze Zaterdag werd op het podium op De Burcht feestelijk geopend om 14.00 uur door wethouder Gerard Slegers en Frank Vos, voorzitter van Stichting De Zaanse Regenboog. Direct na de officiële opening volgde het eerste optreden, waarmee een dagvullend programma van start ging. Alle acts werden begeleid door een presentator wat zorgde voor een vloeiende overgang tussen de verschillende onderdelen en werden uitgebeeld door tolken. Het programma was inclusief, breed en divers met optredens voor jong en oud. Bezoekers genoten van Turfy Gang, Karin Bloemen, Feestband Release, een musicalact van Stanley Burleson, Samantha Steenwijk, een dragact van Janey Jacké en vele anderen. Een bijzonder moment was de traditionele sleuteloverdracht van Roze Zaterdagen Nederland aan de volgende gaststad, Noordwijk. Deze ceremonie werd kracht bijgezet door een spectaculaire vuurwerkshow.

De Burcht was feestelijk aangekleed in Roze Zaterdag-stijl met sprankelende verlichting en een magische sfeer. Bij de opening, de sleuteloverdracht en het merendeel van de optredens was een gebarentolk aanwezig wat de inclusieve insteek van het evenement onderstreepte.

Op het terrein waren diverse faciliteiten aanwezig, zoals foodtrucks en drankkramen, toiletten op de kade, kluisjes en mobiele omkleedruimtes. Achter het podium bevond zich de backstageruimte voor artiesten, technici en betrokkenen. Doordat het een backstage gebied was, is ervoor gekozen dit als zodanig af te hekken en de artiesten ook middels doeken op de hekken te voorzien van privacy. Dit gaf aanvankelijk een negatieve tendens bij de ondernemers aan de

Zuiddijk. Uiteindelijk wist veel publiek de ondernemers te vinden.

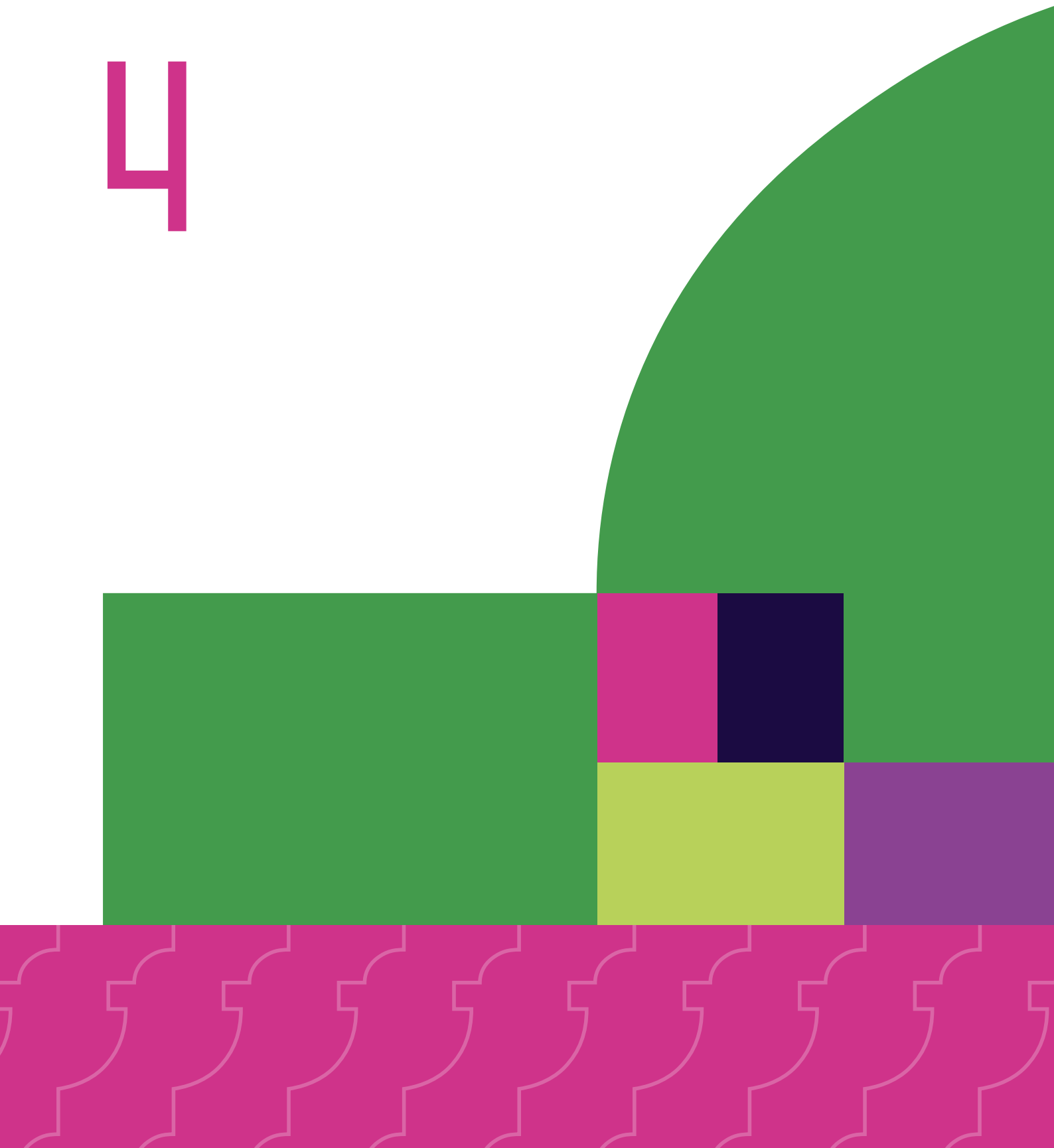
Gedurende de dag en vroege avond werd De Burcht goed bezocht. In de latere avonduren nam het aantal bezoekers echter af, terwijl het drukker werd bij het podium in de Damstraat. Dit was deels te wijten aan de programmering.

### 3.3.9 Podium Damstraat

Het programma op het podium in de Damstraat ging van start om 14.30 uur, zodat bezoekers eerst de officiële opening op De Burcht konden bijwonen. Ook hier werd een gevarieerd en inclusief programma aangeboden met nadruk op lokaal talent dat goed aansloot bij de sfeer van de Damstraat en de omliggende horecagelegenheden. Gedurende de dag traden onder andere Debbie de Witte, Storm, Diva Mayday & Miss Bunty en Wolter Kroes op. Het programma bood een mix van muziek, performance en entertainment en wist daarmee een breed publiek aan te spreken. De Damstraat was voorzien van een buitenbar georganiseerd door de naastgelegen horecaondernemers, wat bijdroeg aan de gezellige en toegankelijke sfeer. Net als op De Burcht was ook dit podium aangekleed in Roze Zaterdag-stijl, met kleurrijke decoraties en feestelijke elementen. Het podium in de Damstraat werd beter bezocht dan vooraf verwacht, wat ook een positieve invloed had op de horecagelegenheden in de straat en de directe omgeving. Na afloop van het programma om 00.00 uur bleef een groot deel van het publiek nog tot in de late uurtjes in de cafés en bars in de Damstraat waarmee het feest zich voortzette.

# LOGISTIEK, FACILITEITEN EN VEILIGHEID

4



## 4. LOGISTIEK, FACILITEITEN EN VEILIGHEID

Een evenement van de omvang van Roze Zaterdag vraagt om een zorgvuldige afstemming op het gebied van logistiek, faciliteiten en veiligheid. In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de inrichting van de locaties, de bereikbaarheid en mobiliteit binnen het evenementengebied, de inzet van veiligheidsmaatregelen, EHBO en crowdmanagement, het beheer van de openbare ruimte en de rol van horeca.

### 4.1 Locaties en inrichting

Voor Roze Zaterdag is bewust gekozen voor meerdere locaties die zich op korte loopafstand van elkaar bevinden. Zaanstad beschikt niet over een locatie die plaats biedt aan 20.000 bezoekers waarbij het veilig en verantwoord is. Daarom is ervoor gekozen om meerdere locaties binnen het evenementengebied in te richten, op loopafstand van elkaar. Door deze spreiding was er ruimte voor een gevarieerd aanbod dat aansloot bij diverse doelgroepen. De keuze voor een uniforme en kleurrijke citydressing in het gehele evenementengebied zorgde voor samenhang en herkenbaarheid. Dit versterkte de visuele identiteit van Roze Zaterdag.

Kort voor Roze Zaterdag vond een schouw plaats op het evenemententerrein waarbij verschillende afdelingen van gemeente Zaanstad, veiligheidsdiensten en technisch producent aanwezig waren. Deze bijeenkomst verliep niet geheel gestructureerd door het ontbreken van een duidelijke rol- en taakverdeling onder de betrokkenen. Dit kwam mede doordat de gemeente tijdens de organisatie van het evenement een dubbele rol vervulde als uitvoerende en controlerende organisatie. Tijdens de schouw werden een aantal verbeterpunten gesignaleerd, die vervolgens meteen zijn opgepakt waardoor alle punten uit de schouw tijdig werden afgehandeld.

### Burcht

De Burcht werd gekozen als locatie voor het hoofdpodium vanwege de ruime capaciteit tot circa 8.000 bezoekers ineens. Deze bleek voldoende, waardoor de sfeer de hele dag prettig en ontspannen bleef. In de avond bleef het rustiger, bezoekers voelden zich de gehele dag veilig. Het podium stond strategisch aan de lange zijde van het plein, wat zorgde voor goede zichtlijnen en voldoende ruimte voor backstagefaciliteiten. Artiesten konden de locatie makkelijk vinden dankzij duidelijke bewegwijzering. De aankleding sloot aan bij de stijl van de stad en gaf het geheel een feestelijke uitstraling. Een catwalk richting het publiek versterkte de interactie, terwijl LED-schermen het programma ook vanaf de zijanten zichtbaar maakten. Langs deze zijdes stonden lange horecabars die wachtrijen beperkten en de doorstroom bevorderden. De opstelling van podium en bars hielp bovendien geluidsoverlast voor omwonenden te beperken. De backstage was goed ingericht met ruimte voor artiesten, catering, beveiliging, EHBO en productie. Tijdens op- en afbouw kon gebruik worden gemaakt van het waterpunt in de voormalige kiosk, wat de logistiek vereenvoudigde. Toiletvoorzieningen op de kade zorgden voor een natuurlijke scheiding en overzichtelijkheid.



## Damstraatje

In dit gebied is gekozen voor een opstelling die vaker succesvol is toegepast bij evenementen op de Dam. Het podium was stijlvol aangekleed in lijn met de visuele identiteit van het evenement. Zichtlijnen en geluidskwaliteit waren goed, rekening houdend met overlast in de omgeving. Het podium stond naast de toiletvoorzieningen, wat de bereikbaarheid bij drukte beperkte, maar geen overlast veroorzaakte dankzij alternatieve toiletten in nabijgelegen horecavakken. Hoewel er weinig ruimte was voor een backstage, verliep de productie soepel door goede samenwerking met lokale horeca die artiesten ontving en faciliteerde. In de avonduren werd het drukker, maar de sfeer bleef positief en feestelijk. De compacte opstelling, samenwerking met lokale partners en doordachte inrichting droegen bij aan het succes van deze locatie.

## Muziekkoepeel (Gedempte Gracht)

De muziekkoepeel op de Gedempte Gracht werd aangekleed in de stijl van Roze Zaterdag en fungeerde uitnodigend in het winkelgebied. Voornamelijk lokale koren zorgden voor een herkenbare en toegankelijke sfeer. De locatie trok op natuurlijke wijze bezoekers aan en vormde een verbinding tussen de winkels en het evenement. Dankzij de ruime opzet bleef er voldoende plek voor publiek waardoor veiligheid en doorstroom van winkelend publiek gewaarborgd waren.

## Sluizencomplex

Voor de informatiemarkt is gekozen voor een locatie langs de sluizen, midden in het evenementengebied. Hierdoor was de markt goed zichtbaar en eenvoudig bereikbaar voor alle bezoekers. Om de toegankelijkheid verder te verbeteren, zijn oprijplaten geplaatst op de trappen, zodat ook mensen met een rolstoel, kinderwagen of beperkte mobiliteit de informatiemarkt zonder belemmeringen konden bezoeken. De markt werd opgebouwd door een externe leverancier, en ook het afbouwen verliep vlot, ondanks de centrale ligging binnen het drukbezochte evenementengebied.

## Parade

Een vast onderdeel van Roze Zaterdag is de Pride Walk, die aansluit bij de jaarlijkse ZaanPride. Deze parade, georganiseerd door Stichting De Zaanse Regenboog, trok dit jaar aanzienlijk meer deelnemers dan de gebruikelijke 500–750. Vanwege de grotere schaal en complexiteit werd vroegtijdig intensief samengewerkt met betrokken partijen en veiligheidsdiensten om te waarborgen dat de parade voldeed aan alle geldende veiligheidsregels en -eisen. Meerdere routes zijn onderzocht en voorgelegd. Vanuit een aantal ondernemers kwam weerstand, omdat zij de voorkeur gaven aan een alternatieve route. Uiteindelijk werd het advies van de veiligheidsdiensten overgenomen om de gewenste alternatieve route niet te volgen, omdat de veiligheid op die manier niet kon worden gegarandeerd. De gekozen route bood voldoende ruimte voor zowel deelnemers als toeschouwers en zorgde voor een veilige, toegankelijke en feestelijke doorgang. De parade verliep zonder incidenten en veroorzaakte minimale overlast voor de bereikbaarheid van het centrum.



## 4.2 Bereikbaarheid, mobiliteit en inclusiviteit

In een vroeg stadium is afgestemd met NS, ProRail en Rijkswaterstaat om werkzaamheden rond Roze Zaterdag te voorkomen. Hierdoor bleef het evenementengebied goed bereikbaar met openbaar vervoer, wat vooraf duidelijk werd gecommuniceerd vanwege beperkte parkeergelegenheid. Verkeersmaatregelen bleken niet altijd eenvoudig te handhaven, maar veroorzaakten geen overlast.

Binnen het evenemententerrein zorgde duidelijke bewegwijzering voor goede oriëntatie. Ondanks de centrale ligging bleef het gebied toegankelijk voor hulpdiensten. Artiesten vonden de backstage eenvoudig dankzij goede aanduidingen, al ontstond bij de Zuidijk een knelpunt door ontbrekende aanwijzingen door de verkeersregelaars, wat leidde tot ongewenste verkeerssituaties. De logistiek voor artiesten en leveranciers verliep soepel dankzij goede laad- en losmogelijkheden. Alle onderdelen lagen op loopafstand, wat bijdroeg aan een prettige beleving en overzichtelijke mobiliteit.

Voor mindervalide bezoekers waren diverse voorzieningen aanwezig, zoals oprijplaten, toegankelijke routes en een verhoogd platform bij het hoofdpodium. Een specialist keek mee op inclusieve communicatie en toegankelijkheid. Informatie over voorzieningen werd gedeeld via plattegronden bij het station, op informatiezuilen, in de Roze Zaterdagkrant en op de website.

## 4.3 Veiligheid, EHBO en crowdmanagement

Tijdens Roze Zaterdag Zaanstad hebben zich geen noemenswaardige incidenten voorgedaan op het gebied van veiligheid. Gedurende de dag vonden meerdere veiligheidsoverleggen plaats in het Havenkantoor met alle betrokken diensten, wat zorgde voor een goed afgestemde uitvoering en een compleet beeld over de actuele situatie. De publieksstromen verliepen soepel en veroorzaakten geen overlast, mede dankzij de getroffen maatregelen en de ruime inzet van beveiligers en publieksbegeleiders. Beveiligers waren strategisch gepositioneerd op cruciale locaties, zoals bruggen en backstage-gebieden. Hoewel dit op sommige momenten leidde tot negatieve reacties van bezoekers – bijvoorbeeld bij het vrijhouden van brug-

gen tijdens de parade – was deze inzet bedoeld om de veiligheid en doorgang te waarborgen. De gekozen aanpak droeg bij aan een gecontroleerde en veilige omgeving.

## Crowdmanagement en EHBO

Bij grote calamiteiten kon worden opgeschaald naar de Veiligheidsregio (VRZW), alleen is er qua veiligheid of crowdmanagement geen aanleiding geweest om hierin op te treden.

Er waren twee vaste EHBO-punten ingericht naast beide podia, aangevuld met mobiele EHBO-teams. Deze opzet zorgde voor voldoende capaciteit om snel te kunnen reageren op eventuele incidenten en de veiligheid van bezoekers te garanderen. Ook de doorstroom van verkeer en publiek, zowel evenementbezoekers als winkelend publiek, bleef goed beheersbaar.

Een klein incident deed zich voor met een restant van het vuurwerk op De Burcht, dat terechtkwam op het terras van een horecagelegenheid aan de Zuidijk. Hierbij werd niemand geraakt, maar dit zorgde voor geschrokken reacties bij de aanwezigen. De situatie werd direct opgepakt: een vertegenwoordiger van de externe organisatie bezocht de locatie, gevolgd door twee medewerkers van gemeente Zaanstad om persoonlijk excuses aan te bieden. Enkele weken later is er opnieuw contact geweest om de nazorg te waarborgen, daarmee was het incident afgesloten.

Wel was er ruimte voor verbetering in de afstemming tussen beveiliging en verkeersregie, met name bij de Zuidijk. Hier ontbrak controle op verkeer en parkeren, waardoor ongewenste situaties ontstonden. Dit had invloed op de veiligheid en de doorstroming in dat gebied. Daarnaast was de rolverdeling tussen de veiligheidscoördinatoren en de beveiliging bij crowdmanagement niet altijd duidelijk.

## 4.4 Openbare ruimte en afvalbeheer

De terreinen zijn voorafgaand aan het evenement conform afspraken schoon opgeleverd door de gemeente. Een extra controle vond plaats de dag vóór het evenement en na afloop werd aanvullende schoonmaak rondom het Havenkantoor gedaan.

Tijdens het evenement waren voldoende afvalvoorzieningen aanwezig, zowel van de gemeente als de organisatie. Deze konden de afvalstromen goed verwerken, wat bijdroeg aan een nette openbare ruimte. De organisatie leverde het terrein de dagen na het evenement weer schoon op, wat positief bijdroeg aan de algehele indruk van het evenement.

Er waren enkele aandachtspunten: betonblokken op de kade van De Burcht werden niet direct teruggeplaatst door een externe partij, maar dit werd na melding direct hersteld. Ook bleef het skelet van de informatietoren op de Gedempte Gracht langer staan dan gepland.

#### 4.5 Horeca

Voor de horecavoorzieningen op de Burcht werd samengewerkt met de lokale partij The Food Bookers. Zij verzorgden een gevarieerd aanbod aan foodtrucks verspreid over het terrein. Op de Burcht zelf waren trucks met uiteenlopende keukens aanwezig, terwijl op het plein voor het Zaantheater specifiek werd gekozen voor vegetarische en veganistische opties. In de publiekshal van het stadhuis was een koffiebar ingericht en ook op de Burcht en in het Damstraatje waren drankvoorzieningen beschikbaar.

Er is in de voorbereiding bij diverse Zaanse partijen een uitvraag gedaan voor het uitbaten van de horeca op De Burcht. Op basis van aanbod en ervaring met grote evenementen is gekozen voor The Food Bookers.

Tijdens het evenement is bewust gekozen voor het gebruik van hardcups, mede mogelijk gemaakt door sponsoring vanuit Provincie Noord-Holland. Meer informatie hierover is te vinden in hoofdstuk 6.

Hoewel de indeling van de horeca als passend en voldoende werd ervaren voor het aanwezige publiek en het aanbod goed aansloot bij de doelgroep, waren er enkele aandachtspunten. Zo werden de drankprijzen door bezoekers als aan de hoge kant beoordeeld. Daarnaast verliep het retourproces van blikjes in eerste instantie moeizaam, maar dit werd later adequaat opgelost waardoor extra afval kon worden voorkomen.

De horeca in het stadhuis en van de centrale bar in het Damstraatje en op de Burcht waren onderdeel van het evenement. Vooraf was afgesproken dat een percentage van de omzet van deze verkooppunten zou terugvloeien naar de productiekosten van het evenement. In deze afspraak waren ook omzetgaranties gedaan. De financiële resultaten van deze horecapunten bleven helaas achter bij de verwachte inkomsten. Dit lijkt voornamelijk te wijten aan de lagere publieksoptocht. Als gevolg hiervan viel de afdracht aan de organisatie lager uit dan begroot en heeft gemeente Zaanstad het vooraf overeengekomen bedrag vooromzetgarantie in het stadhuis en op De Burcht moeten betalen.



# PROMOTIE EN PUBLIEKSCOMMUNICATIE

# 5



# 5. PROMOTIE EN PUBLIEKS COMMUNICATIE

In dit hoofdstuk wordt uiteengezet hoe de communicatie rondom Roze Zaterdag Zaanstad is vormgegeven, zowel in de aanloop naar het evenement als tijdens de dag zelf. Daarbij wordt aandacht besteed aan de inzet van sociale media en ook de bezoekerservaring, sfeer en beleving.

## 5.1 Communicatie in aanloop naar Roze Zaterdag

Voor Roze Zaterdag is een huisstijl en beeldmerk ontwikkeld om het evenement herkenbaar en aantrekkelijk te maken in haar uitingen. Ook is er een website gemaakt waarop alle informatie rondom het evenement te vinden is: [Roze Zaterdag Zaanstad 2025 | Zaans.nl](#), een Facebook- en Instagram-account en een algemene mailbox, [rozezaterdag@zaanstad.nl](mailto:rozezaterdag@zaanstad.nl), voor duidelijke communicatie en een centrale plek voor vragen.

### Manifest

Aan de start van het traject is door Stichting De Zaanse Regenboog in afstemming met het projectteam een manifest opgesteld met daarin tone of voice, de normen en waarden die met elkaar en tijdens het evenement werden gehanteerd en gedragsrichtlijnen. Hieraan konden de teams gedurende het traject de partners en zichzelf toetsen.

Voor de uitvoering van de communicatie rondom Roze Zaterdag is onder leiding van Stichting Marketing Zaanstreek een werkgroep samengesteld. Aanvullend zaten er vertegenwoordigers in van gemeente Zaanstad, Stichting De Zaanse Regenboog, Discriminatie.nl, een digitale toegankelijkheidsadviseur, de uitgever van de Paarse Vrijdagkrant en een vormgever. Binnen deze werkgroep werd nauw samengewerkt met de afdeling communicatie van gemeente Zaanstad met als doel de afstemming en samenwerking tussen alle betrokken partijen te bevorderen.

De werkgroep Communicatie zag toe op de Look & Feel Roze Zaterdag (huisstijl en beeldmerk/brandbook), tone of voice, website Roze Zaterdag (platform), kanalen Roze Zaterdag (Instagram en Facebook), citydressing en diverse andere uitingen.

In alle communicatie uitingen was het manifest, de tone of voice en het gebruik van het beeldmerk leidend. De volgende middelen werden ingezet voor de communicatie: persberichten, bewonersbrieven, website Roze Zaterdag, socials Roze Zaterdag, nieuwsbrief Zaans.nl, social kanalen Zaans.nl, social kanalen gemeente Zaanstad, ambassadeurs/sprekers, social kanalen De Zaanse Regenboog en kanalen Discriminatie.nl.

Daarnaast zijn de volgende externe middelen ingezet: abri's in Zaanstad en Amsterdam, digitale informatiezuilen in Zaanstad en Amsterdam, digitale bebording langs de snelwegen rondom Amsterdam, flyer- en posterverspreiding via Cultuurreclame in Zaanstad en eigen inzet en flyer- en posterverspreiding via FlyerMan op alle lhbtq+-locaties in Amsterdam.

Tevens regionale en landelijke uitingen: promotie via Alkmaar Pride en Karavaan Magazine Alkmaar, promotie via OUTTV, promotie via WINQ, GayNews redactionele, advertorial en advertentie inzet, advertenties in Queer Magazine De Regulist, social media inzet via COC's in Nederland en Amsterdam Pride, social media inzet via social media kanalen van deelnemende artiesten, advertenties en advertorials in UitdeZaantreek magazine en mediapartnership met Rodi Media voor meerdere redactionele artikelen en advertentie inzet.

In de openbare ruimte werden de volgende zaken geplaatst: vlaggen en banieren langs uitvalswegen en centrale locaties in de Zaanstreek, informatie- en programmaborden, banieren in het Stadshart, banners aan brug Hermitage en aan het Stadhuis, informatiezuilen langs de route naar de Burcht, bogen met informatievoorziening, sponsors en plattegronden naar de informatiemarkt, aankleding podiumlocaties met signing en digitale uitingen naast het hoofdpodium.

Ook is een videoregistratie gemaakt bij Coming Out day tijdens het aanlichten van de molens en tijdens Roze Zaterdag op 28 juni. Er is een promovideo gemaakt voor Roze Zaterdag Groningen en deze is ook ingezet op diverse social media kanalen.

De communicatiewerkgroep ondersteunde de diverse acties en evenementen vanuit andere werkgroepen met communicatie. De middelen werden vanuit de communicatiewerkgroep gemaakt, waardoor de juiste huisstijl en tone of voice gewaarborgd bleven. Dit was onder andere voor de posters Jongerenfeest en 'Pimp My Doll', liturgie voor de kerkdienst en informatieboekje expositie van PLAY room.

De werkgroep functioneerde goed in de voorbereidende fase. Voor de uitvoering bleek echter dat communicatie vraagt om specifieke expertise en voldoende tijd. Deze capaciteit was niet volledig aanwezig binnen de werkgroep, waardoor een externe communicatiekracht is ingeschakeld in de uitvoeringsfase.

## 5.2 Communicatie met externe partijen

Meerdere partijen waren als organiserende partij betrokken. Dan is het van belang centrale communicatie te houden, ook naar externe partijen. Dit om te waarborgen dat er figuurlijk met één mond gesproken wordt, wat vanuit verschillende belangen

van de eigen organisatie uitdagend kan zijn wanneer daar geen afspraken over gemaakt worden. Als een situatie voorviel waaruit bleek dat dit niet zo ging dan werd er binnen het projectteam en/of kernteam snel over geschakeld.



In aanloop naar het evenement zijn verschillende bijeenkomsten voor betrokkenen georganiseerd. Deze werden goed bezocht en er was bereidwilligheid om mee te werken. Wel was vooraf gerekend op meer gemeenschappelijke communicatie vanuit bijvoorbeeld de BIZ Stadshart. Omdat niet het gehele BIZ-gebied onderdeel was van het 'evenemententerrein' is er door het bestuur van de BIZ echter beperkt aandacht besteed om de ondernemers te betrekken. Op de informatieochtenden die georganiseerd werden om ondernemers uit het stadshart meer informatie te verstrekken over Roze Zaterdag kwam slechts een beperkte opkomst.

Tijdens Roze Zaterdag waren vrijwilligers op meerdere locaties actief en betrokken bij diverse onderdelen van het evenement. De avond voorafgaand ontvingen zij een uitgebreide briefing, evenals een speciaal ontworpen T-shirt van kunstenaar Bas Kusters, dat zij droegen tijdens het evenement.

Ook andere betrokkenen droegen het unieke T-shirt, dat veel positieve reacties kreeg van bezoekers. Het shirt was bovendien te koop op de informatiemarkt en bij de Zaanstore. De opbrengst hiervan kwam volledig ten goede aan Stichting De Zaanse Regenboog.

In de week voorafgaand aan Roze Zaterdag uitten ondernemers rond de Zuiddijk hun ongenoegen over de afsluiting van het terrein. Volgens eigen zeggen waren zij niet individueel benaderd, al waren zij wel geïnformeerd via nieuwsbrieven, persberichten en de WhatsApp-groep van winkeliers in het Stadshart. Daarop volgde een motie vanuit de gemeenteraad alsnog de Burcht toegankelijk te maken. Vanwege de veiligheidsmaatregelen en de opbouw van het terrein – waaronder de backstageruimte achter de hekken aan de Zuiddijkzijde – bleek dit echter niet haalbaar of wenselijk. De motie en het verzoek zijn daarom afgewezen.

Tijdens het evenement werden er door het projectteam voor betrokkenen en raadsleden tevens een aantal rondleidingen verzorgd, waarin meer verteld werd over het project, het programma en de citydressing.

### **5.3 Publiekscommunicatie tijdens het evenement**

Op het evenemententerrein konden bezoekers via QR-codes op borden, banners, grote doeken en informatiezuilen de programmering vinden. Er was een bewegwijzering vanaf het station richting de Burcht langs alle activiteiten, podium in het Damstraatje en evenementen. Ook werd er mogelijkheid geboden om, indien nodig, een rustige plek (safe space) op te zoeken in het stadhuis en in het Zaantheater.

Vooraf waren door Stichting Marketing Zaanstreek berichten voorbereid voor de schermen bij het hoofdpodium, zoals waarschuwingen voor warmte of te veel drukte of voor het geval er andere calamiteiten zouden uitbreken. Deze berichten hoefden niet ingezet te worden.

### **5.4 Bereik en effectiviteit via (sociale) media**

In het gehele traject is gekozen voor een crossmediale inzet van online en offline marketing kanalen. Zo werd er vanaf het begin een mediapartnership gesloten met Rodi Media, die in aanloop naar het evenement verschillende artikelen plaatsten van ambassadeurs van Roze Zaterdag. Ook zijn verschillende persberichten verstuurd naar lokale, regionale en landelijke media.

Online zijn er voorafgaand en tijdens het evenement verschillende social media kanalen ingezet, zoals Facebook, Instagram en LinkedIn. De Zaanse Regenboog plaatste tevens berichten door op hun TikTok account.

In aanloop naar het evenement is een contentkalender gecreëerd voor sociale media. Zo werd er ingespeeld op activiteiten of evenementen die een link hadden met Roze Zaterdag, zoals andere Prides. Er is gebruik gemaakt van zowel organische als gesponsorde social media inzet. Ook is online de samenwerking gezocht met de kanalen van Roze Zaterdag Nederland, verschillende COC's en prides, waaronder Alkmaar Pride en Amsterdam Pride. Door oproepen te plaatsen op social media hebben tevens de artiesten hun kanalen ingezet om Roze Zaterdag te promoten.



Uitgaande van enkel het bereik van het account van Roze Zaterdag is het volgende bereik gerealiseerd. Cijfers zijn vanaf 1 januari 2025 tot aan het evenement:



**2.616.067**  
Weergaven



**548.417** Bereik  
**46.299** Interacties



**441.450**  
Weergaven



**150.998** bereik  
**9.603** interacties

Zowel on- als offline zijn samenwerkingen gezocht met verschillende lhbtq+-gerelateerde media, zoals: WINQ, OUT TV, GayNews, De Regulist, COC, PrideAmsterdam. Hierin is een mix gemaakt van advertorials, redactionele artikelen en advertenties.

### 5.5 Bezoekerservaring en citydressing

Het gehele stadshart was aangekleed met Roze citydressing. Bezoekers kregen direct een positief gevoel zodra ze op het station kwamen. Hier was digitale bebording ingezet, stond vanuit de NS een ontvangstteam in passende outfits en waren de vertrekborden in de regenboogkleuren gehuld. Ook online stond bij station Zaandam op de NS website het regenboogicoontje afgebeeld en waren er portretdoeken van Museum of Humanity te vinden door het gebied.

Vanuit het station stonden er op het Stadhuisplein studenten vanuit Dtevents met een ontvangstteam en de Roze Zaterdagkrant. Via een roze loper liepen de bezoekers vervolgens verder naar het Stadhuis en het grote programmabord met plattegrond. Zo werden alle bezoekers gastvrij ontvangen.

De volledige looproute was aangekleed met citydressing en langs de weg naar De Burcht vonden al diverse activiteiten en evenementen plaats. Hierdoor werd de route als een echte beleving ervaren. De aankleding is op professionele wijze verzorgd door Studio HB Staging, een Zaanse ondernemer, en heeft veel positieve reacties ontvangen. Ook online zijn er voornamelijk positieve belevingen en reacties gezien. Het evenement is zonder incidenten verlopen, wat bij heeft gedragen aan een positieve bezoekerservaring.

# IMPACT VAN ROZE ZATERDAG

6



# 6. IMPACT VAN ROZE ZATERDAG

**Dit hoofdstuk geeft een beeld hoe het evenement heeft bijgedragen aan de omgeving en lokale gemeenschappen, welke stappen er zijn gezet richting een meer duurzame organisatie van een evenement en wat de bredere gevolgen zijn geweest voor de gemeenschap en economie.**

Het was een kleurrijke dag met een uitgebreid en divers programma, waar door jong en oud van werd genoten. Een geslaagde editie, waarin Zaanstad op de kaart is gezet als een gemeente waar je mag zijn wie je bent. Mede door het mooie weer was de sfeer goed. Ook de drukte verspreidde zich goed langs alle locaties, waardoor de sfeer prettig en gezellig bleef.

## 6.1 Lokale betrokkenheid

Roze Zaterdag Zaanstad werd breed gedragen door lokale partners, wat de kracht van de Zaanse gemeenschap onderstreepte. Van lokale horeca en winkeliers die hun etalages in regenboogkleuren versierden en vlaggen ophingen, tot culturele instellingen en vrijwilligersorganisaties die actief bijdroegen aan het programma. Ook scholen en sportverenigingen toonden hun steun, wat zorgde voor een inclusieve sfeer waarin iedereen zich welkom voelde. Hoewel er betrokken sponsors en lokale partijen waren, blijft het aantal nog achter bij de potentie van de regio. Dit is een aandachtspunt voor toekomstige edities. De inzet van vrijwilligers was daarentegen hartverwarmend en essentieel voor de dag. Bestuurlijke relaties, sponsors en andere betrokkenen werden bovendien uitgenodigd voor een speciale bijeenkomst in het Zaantheater, waar zij werden bedankt voor hun bijdrage en betrokkenheid.

## 6.2 Economische en maatschappelijke impact

### Economische impact

De ondernemersvereniging BIZ Stadshart monitort wekelijks het aantal gemiddelde bezoekers in de binnenstad van Zaandam. Uit cijfers van de RMC rapportage van de BIZ blijkt dat er tijdens Roze Zaterdag 73.807 bezoekers zijn geweest in het Stadshart. Het gemiddeld aantal bezoekers per dag was de totale maand juni 45.501. Op een reguliere zaterdag ontvangt het Stadshart gemiddeld net meer dan 50.000 bezoekers. Hieruit blijkt cijfermatig dat Roze Zaterdag zo'n 20.000 extra bezoekers naar het Stadshart heeft getrokken. De bezoekers waren een mix van Zaanse bezoekers, bezoekers van het Stadshart en bezoekers van Roze Zaterdag.

De horecaondernemers in het Dam-gebied hebben in de evaluatie aangegeven terug te kijken op een positieve en economisch succesvolle dag eveneens als de winkeliers. De economische waarde is lastig in te schatten daar er geen inzicht is in de omzetten van de ondernemers.

### Maatschappelijke impact

Om de toekomst van Stichting De Zaanse Regenboog te waarborgen, is actief ingezet op het verkrijgen van aanvullende financiering vanuit het Zaanse bedrijfsleven. Door gericht sponsors te benaderen, werd niet alleen extra financiële steun gerealiseerd, maar ook het lokale draagvlak versterkt. Hopelijk blijft deze betrokkenheid ook in de toekomst bestaan en zet de stichting haar inzet voor de Zaanse lhbtq+-gemeenschap voort en bouwt zij deze verder uit. Vanuit De Zaanse Regenboog is teruggekoppeld dat het aantal ambassadeurs is toegenomen en dat er merkbaar meer interesse is ontstaan onder bewoners. Vanuit Stichting Ontdec, die het jongerenfeest organiseerde, werd teruggekoppeld dat jongeren het waardeerden dat er een feest speciaal voor hen was. De parade was voor de jongste deelnemers een geweldige ervaring, wat duidelijk te zien was aan de blijde gezichten.

# QUOTE STICHTING DE ZANSE REGENBOOG

*'Dat Roze Zaterdag in Zaanstad plaatsvond, benadrukt dat ook hier diversiteit, gelijkwaardigheid en inclusie actief worden gevierd en versterkt de saamhorigheid binnen de stad. Dit mag niet tot één zaterdag beperkt blijven. Laat het een aanzet zijn tot structurele inzet op inclusie en veiligheid voor lhbtq+-personen in Zaanstad.'*

## QUOTE NAMENS DE JONGEREN

*'Al die uitgedoste jongeren, dat is waar we het voor doen. Gewoon lekker jezelf kunnen zijn.'*

Stichting De Zaanse Regenboog heeft de wens uitgesproken om de zichtbaarheid van haar activiteiten te vergroten met een vernieuwde website. Dankzij een gerichte toewijzing vanuit het Roze Zaterdag-budget kon dit initiatief worden gefinancierd en in gang gezet.

De maatschappelijke impact van Roze Zaterdag zal naar verwachting pas volledig zichtbaar worden in het komende jaar. Er worden, zoals elk jaar, diverse activiteiten georganiseerd waarmee de betrokkenheid hopelijk verder wordt gestimuleerd. In deze periode zal ook duidelijk worden of het aantal ambassadeurs verder toeneemt en of bedrijven opnieuw bereid zijn zich als sponsor te verbinden aan Stichting De Zaanse Regenboog.

### 6.3 Duurzaamheid

Bij de organisatie van Roze Zaterdag is actief ingezet op duurzaamheid. In de aanloop naar het evenement werden bezoekers nadrukkelijk gestimuleerd om met het openbaar vervoer of de fiets te komen. Er is bewust gekozen voor lokale leveranciers en er werd tijdens het evenement ook een gevarieerd aanbod van vegetarische en veganistische opties aangeboden. Daarnaast is er voornamelijk digitaal gecommuniceerd op de fysieke Roze Zaterdagkrant na.

Om afval te beperken, is er gewerkt met een hardcupsysteem. Bezoekers betaalden een borg voor hun beker die zij terugkregen bij inlevering. Dit systeem functioneerde goed op de Burcht waar nauwelijks zwerfafval werd aangetroffen. Wel bracht het extra kosten met zich mee aangezien het huren van herbruikbare bekertjes duurder is dan het gebruik van wegwerpplastic. Ook vraagt het opzetten van innamepunten en de bijbehorende communicatie om extra investering wat invloed heeft op de horecamarges. In het Damstraatje bleek het systeem minder effectief mede door een menging van een centrale bar met het hardcupsysteem en de lokale verkooppunten op de terrassen met eigen plastic bekertjes. Dit maakte dat uiteindelijk op deze locatie niet gewerkt is met dit systeem.

Tijdens Roze Zaterdag zijn er machines gebruikt die hebben gedraaid op duurzame diesel. Tevens stonden er achter het podium twee generatoren die 'load on demand' draaiden. Zo werd de totale vraag aan stroom verdeeld over meerdere generatoren en konden deze uitgeschakeld worden wanneer de vraag minder was. Door dit te doen worden stroompieken gedekt, maar hoeven er geen generatoren met te veel capaciteit te draaien als er minder vraag is waardoor er minder uitstoot is. Een duurzamere keuze had het werken met accu's geweest, maar die konden helaas niet ingezet worden, omdat het vaste stroomnetwerk niet sterk genoeg was.





## Decoratiemateriaal

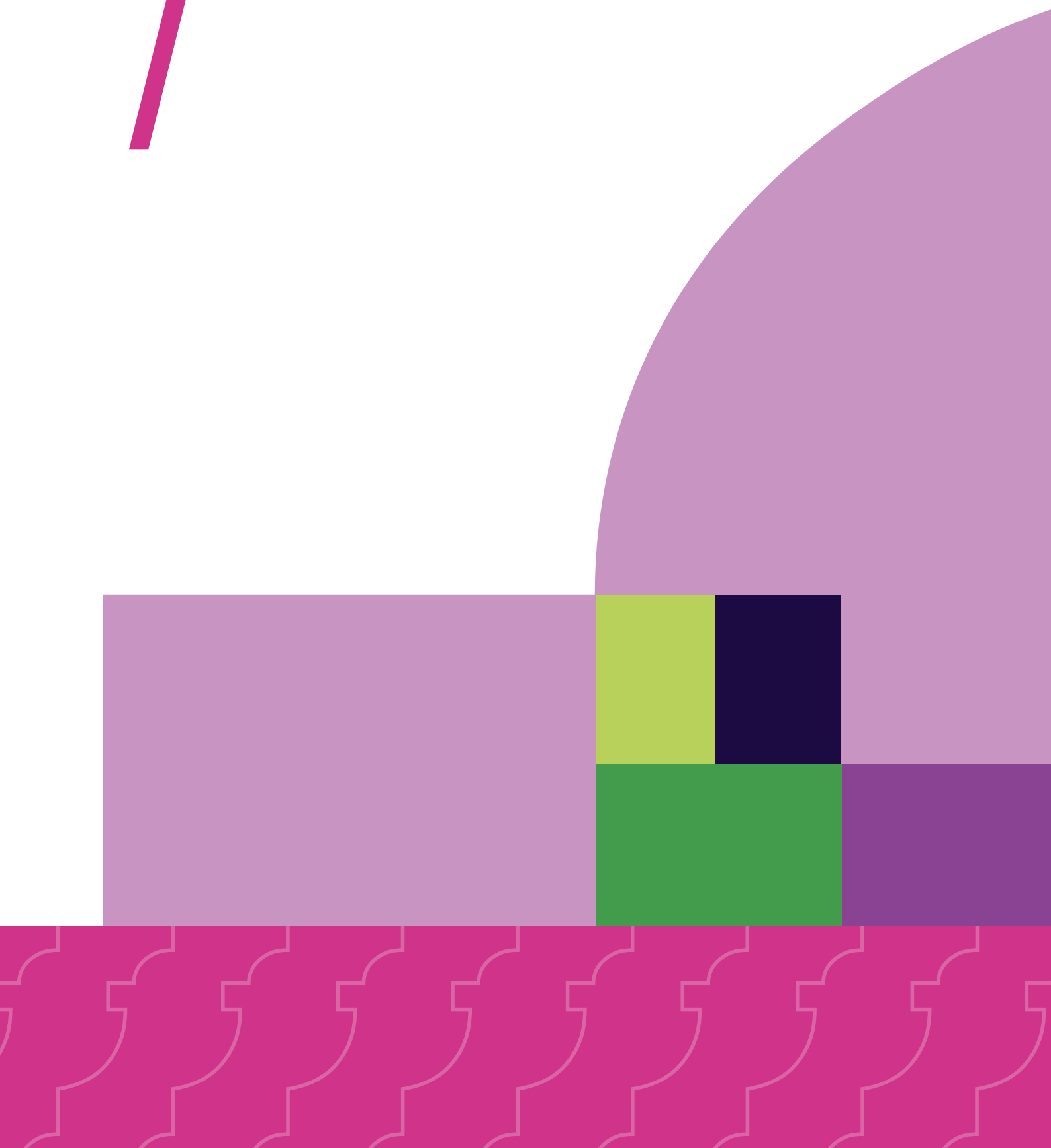
Tijdens Roze Zaterdag is actief ingezet op duurzaamheid met bijzondere aandacht voor het hergebruik van materialen en het beperken van de ecologische impact:

- **Hergebruik van decoratiemateriaal** Een deel van de decoratie is geschonken aan Stichting De Zaanse Regenboog, zodat deze opnieuw gebruikt kan worden bij toekomstige evenementen. Ook de decoratie in De Vermaning is aan hen overgedragen voor eigen activiteiten. De portretdoeken van Museum of Humanity, die tijdens het evenement door de stad hingen, maken deel uit van een lopende expositie en zijn na afloop geplaatst in het museum.
- **Creatieve recycling** De lamellen op het hoofdpodium zijn meegenomen en worden verwerkt in nieuwe projecten van Studio HB Staging.
- **Verantwoorde verwerking van overig materiaal** De doeken van de torens, banners en overig materiaal werden op een duurzame wijze verwerkt. Het bedrijf wat deze producten heeft gemaakt, heeft deze teruggenomen na het evenement. Zij maken het opnieuw geschikt voor het productieproces met oog voor materiaalbehoud en minimale afvalproductie.
- **CO<sub>2</sub>-compensatie** Studio HB Staging maakt deel uit van de Prosperity Community. Voor elk nieuw aangeschaft materiaal compenseren zij de bijbehorende CO<sub>2</sub>-uitstoot door samen met de lokale bevolking bomen te planten in ontwikkelingslanden. Dit initiatief draagt niet alleen bij aan klimaatcompensatie, maar stimuleert ook educatie en economische ontwikkeling ter plaatse. Voor de organisatie van Roze Zaterdag zijn in totaal 340 bomen geplant. Daarmee wordt een concrete bijdrage geleverd aan een groenere toekomst en een klimaatbewuste evenementenorganisatie.



# FINANCIËN

# 7



# 7. FINANCIËN

## 7.1 Begroting versus realisatie

| KOSTEN ACTIVITEITEN WERKGROEPEN | WERK-BEGROTING    | TOTAAL            | VERSCHIL          | TOELICHTING |
|---------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------|
| Coming out day                  | 10.000,00         | 11.021,00         | -1.021,00         |             |
| Lego Pride                      | 12.500,00         | 11.500,00         | 1.000,00          |             |
| Parade                          | 15.000,00         | 3.053,32          | 11.946,68         | 1           |
| Infomarkt                       | 0,00              | -5.569,00         | 5.569,00          | 2           |
| Kerkdienst                      | 5.000,00          | 350,44            | 4.649,56          |             |
| Playroom                        | 5.000,00          | 2.600,00          | 2.400,00          |             |
| Dtevents                        | 10.000,00         | 10.500,00         | -500,00           |             |
| Silent Disco                    | 1.000,00          | 850,00            | 150,00            |             |
| Jongerenfeest                   | 27.636,00         | 16.723,33         | 10.912,67         | 3           |
| Complimentenmakers              | 1.350,00          | 1.018,40          | 331,60            |             |
| Onderwijs                       | 20.000,00         | 13.329,00         | 6.671,00          | 4           |
| Sport                           | 20.000,00         | 19.960,00         | 40,00             |             |
| <b>TOTAAL</b>                   | <b>127.486,00</b> | <b>85.336,49</b>  | <b>42.149,51</b>  |             |
|                                 |                   |                   |                   |             |
| LOCATIES                        | WERK-BEGROTING    | TOTAAL            | VERSCHIL          |             |
| Burcht                          | 50.000,00         | 55.675,00         | -5.675,00         | 5           |
| Damstraatje vrijdag en zaterdag | 25.000,00         | 29.256,86         | -4.256,86         | 6           |
| Museum of Humanity              | 10.000,00         | 10.446,63         | -446,63           |             |
| Zaantheater                     | 10.000,00         | 1.150,00          | 8.850,00          | 7           |
| Stadhuis                        | 5.000,00          | 4.214,33          | 785,67            |             |
| Muziekkoepons                   | 1.200,00          | 2.995,00          | -1.795,00         |             |
| Line up Burcht/Damstraatje      | 100.000,00        | 103.358,05        | -3.358,05         |             |
| <b>TOTAAL</b>                   | <b>201.200,00</b> | <b>207.095,87</b> | <b>-5.895,87</b>  |             |
|                                 |                   |                   |                   |             |
| FOOD & BEVERAGE                 | WERK-BEGROTING    | TOTAAL            | VERSCHIL          |             |
| Food & Beverage                 | 0,00              | 15.264,61         | -15.264,61        | 8           |
| <b>TOTAAL</b>                   | <b>0,00</b>       | <b>15.264,61</b>  | <b>-15.264,61</b> |             |
|                                 |                   |                   |                   |             |
| DECORATIE & AANKLEDING          | WERK-BEGROTING    | TOTAAL            | VERSCHIL          |             |
| Decoratie & aankleding          | 50.000,00         | 77.146,36         | -27.146,36        | 9           |
| <b>TOTAAL</b>                   | <b>50.000,00</b>  | <b>77.146,36</b>  | <b>-27.146,36</b> |             |
|                                 |                   |                   |                   |             |
| TECHNISCH MATERIEEL             | WERK-BEGROTING    | TOTAAL            | VERSCHIL          |             |
| Technisch materieel             | 176.375,00        | 175.039,47        | 1.335,53          |             |
| <b>TOTAAL</b>                   | <b>176.375,00</b> | <b>175.039,47</b> | <b>1.335,53</b>   |             |
|                                 |                   |                   |                   |             |
| PROMOTIE & PR                   | WERK-BEGROTING    | TOTAAL            | VERSCHIL          |             |
| SMZ Promotie                    | 133.000,00        | 154.739,13        | -21.739,13        | 10          |
| <b>TOTAAL</b>                   | <b>133.000,00</b> | <b>154.739,13</b> | <b>-21.739,13</b> |             |

| ORGANISATIE & EVENT MANAGEMENT | WERK-BEGROTING    | TOTAAL            | VERSCHIL         |    |
|--------------------------------|-------------------|-------------------|------------------|----|
| Projectmanagement Zaanstad     | 150.000,00        | 133.409,07        | 16.590,93        | 11 |
| Event Managers SVP fase 1      | 9.500,00          | 9.500,00          | 0,00             |    |
| Event Managers SVP fase 2      | 55.000,00         | 55.911,00         | -911,00          |    |
| Overige inhuur                 | 12.500,00         | 12.641,50         | -141,50          |    |
|                                |                   |                   |                  |    |
| <b>TOTAAL</b>                  | <b>227.000,00</b> | <b>211.461,57</b> | <b>15.538,43</b> |    |
| DIVERSEN                       | WERK-BEGROTING    | TOTAAL            | VERSCHIL         |    |
| Safety & Crowd                 | 47.750,00         | 54.189,39         | -6.439,39        | 12 |
| ONVOORZIEN                     | 20.000,00         | 23.104,68         | -3.104,68        |    |
| Afval                          | 0,00              | 9.650,40          | -9.650,40        | 12 |
| Vergunningen /Verzekering      | 0,00              | 5.568,40          | -5.568,40        | 14 |
| Subsidies/inkomsten            | 0,00              | -39.429,00        | 39.429,00        | 15 |
| <b>TOTAAL</b>                  | <b>67.750,00</b>  | <b>53.083,87</b>  | <b>14.666,13</b> |    |
|                                |                   |                   |                  |    |
| <b>TOTAAL PRODUCTIEPERIODE</b> | <b>982.811,00</b> | <b>979.167,37</b> | <b>3.643,63</b>  |    |

#### Verklaring van de overschrijding/onderschrijding ten opzichte van de begroting groter of gelijk aan €5000

- 1 Stichting De Zaanse Regenboog heeft een groot deel van de kosten voor de organisatie van de parade voor haar rekening genomen, met name de extra beveiligingskosten zijn voor rekening van de gemeente gekomen en vallen onder de post crowd and safety.
- 2 De verhuur van de kramen op de infomarkt heeft een plus opgeleverd en daarmee een positief resultaat.
- 3 Een aantal kosten die hier gebudgetteerd waren zijn uiteindelijk gevallen onder kosten locatie Damstraatje en technische productie.
- 4 Een aantal scholen heeft geen gebruik gemaakt van de aangeboden workshops. Hierdoor was minder budget nodig dan gepland.
- 5 Meer kosten o.a. voor plaatsing podium voor mindervaliden.
- 6 Zie punt 3. De onderschrijding bij werkgroep jongeren heeft een overschrijding hier tot gevolg.
- 7 Stichting De Zaanse Regenboog heeft de kosten voor de productie in het Zaantheater voor haar rekening genomen.
- 8 De opbrengsten van de horeca vielen erg tegen, mede door lagere bezoekersaantallen. Voor een aantal verkooppunten waren omzetgaranties afgegeven. Daar de omzet tegen viel zijn wij gehouden aan de omzetgaranties o.a. stadhuis, ochtend horeca ook zijn er weinig hardcups ingeleverd. Het gederfde bedrag aan statiegeld is aan ons doorberekend.
- 9 Gekozen is om uiteindelijk niet alleen de podia aan te kleden, maar ook om in de aankleding het stadhuis, kerk, Gedempte Gracht en de muziekkoepeel mee te nemen. Door ook deze locaties mee te nemen in het ontwerp van citydressing werden de locaties onderling verbonden. Hetgeen leidde tot het gevoel van een groot evenementengebied. Deze kosten waren vooraf niet begroot.
- 10 Overschrijding o.a. doordat er meer geld dan begroot is uitgegeven aan de crossmediale campagnes en door de inhuur van een externe contentspecialist ter ondersteuning van het team van Stichting Marketing Zaanstreek.
- 11 De projectmanager heeft minder uren gemaakt, dit valt weg tegenover overige inhuur.
- 12 In verband met de NAVO top elders in het land was er geringe politiecapaciteit. Daarom was er meer inhuur van beveiliging nodig, dan vooraf begroot.
- 13 Er was geen rekening gehouden met inzet externe afvaldienst.
- 14 Er was geen rekening gehouden met legekosten.
- 15 Subsidie vanuit de Provincie Noord-Holland voor het werken met hardcups en afdracht horeca.



## 7.2 Toelichting op resultaat

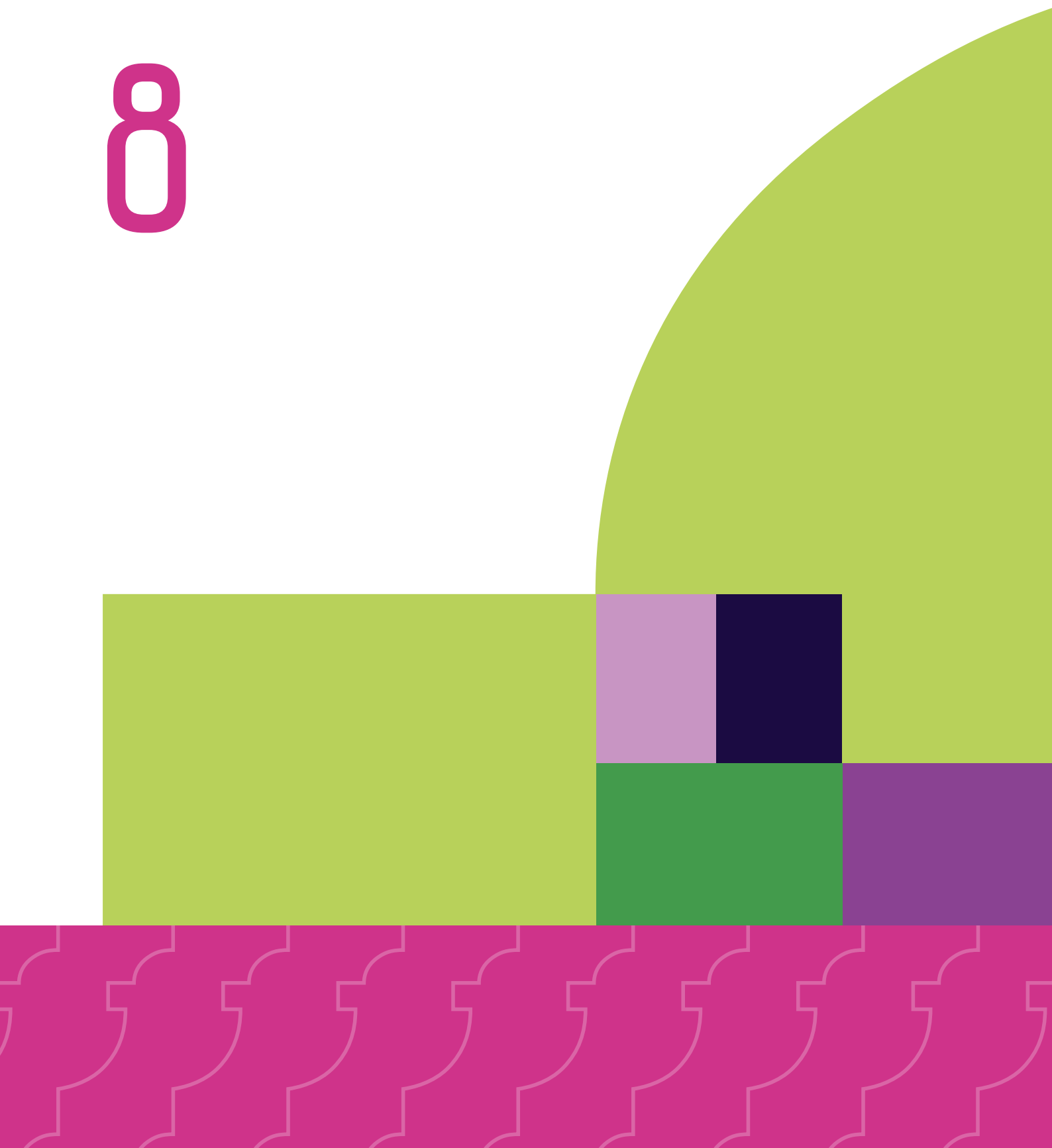
Hoewel het door het college van gemeente Zaanstad beschikbaar gestelde budget toereikend was voor de organisatie van Roze Zaterdag, is er bewust gekozen om een werkgroep Sponsoring op te richten. Deze werkgroep richtte zich niet op aanvullende financiering voor het evenement zelf, maar vooral op het versterken van de toekomst van Stichting De Zaanse Regenboog. Door actief op zoek te gaan naar sponsors, kan de stichting haar werkzaamheden voor de Zaanse lhbtiq+-gemeenschap ook op langere termijn voortzetten. Vanuit sponsoring is door de Zaanse Regenboog €15.000 opgehaald welke gebruikt is voor activiteiten in de Zaanse Regenboogweek. Dit bedrag is niet opgenomen in het financiële overzicht.

In totaal werd er €38.000 aan financiële middelen en €7500 aan materiele bijdragen en tijd gesponsord ten behoeve van Roze Zaterdag. Het totaal van de financiële middelen bestaat uit een bijdrage van Provincie Noord-Holland. Zij leverde de grootste bijdrage aan, te weten €25.000, die werd ingezet om het evenement duurzamer te maken. Het resterende bedrag komt uit afdracht van de horeca. Uiteindelijk is deze plus kleiner uitgevallen, omdat er een omzetgarantie was afgesproken met de uitbaters van de horecapunten in het stadhuis en de Burcht.

Het eindresultaat bedraagt een positief bedrag van €3643,63 dat terug zal vloeien naar de algemene middelen.

# LEERPUNTEN EN AANBEVELINGEN

8



## 8. LEERPUNTEN EN AANBEVELINGEN

In dit hoofdstuk wordt het verloop van het project geëvalueerd. Door stil te staan bij wat goed ging, wat beter kon en welke lessen hieruit gehaald kunnen worden, wordt er een waardevolle basis gelegd voor toekomstige initiatieven.

Concrete aanbevelingen worden benoemd, verbeterpunten gesignaleerd en de successen die hebben bijgedragen aan het resultaat worden besproken. Deze reflectie helpt om processen te verfijnen, samenwerking te versterken en de impact van toekomstige evenementen te vergroten

### 8.1 Advies ten aanzien van de doelstellingen

De organisatie werkte vanuit de volgende kerndoelstellingen:

- Inclusiviteitsthema in Zaanstad verstevigen;
- Vergroten zichtbaarheid, acceptatie en emancipatie lhbtq+-gemeenschap;
- Verbinden van de lhbtq+-gemeenschap met de bredere Zaanse samenleving;
- Vieren van diversiteit: een programma dat benadrukt dat je in Zaanstad 'mag zijn wie je bent'.

#### Inclusiviteitsthema in Zaanstad verstevigen

**Evaluatie:** Roze Zaterdag heeft duidelijk bijgedragen aan het verstevigen van het inclusiviteitsthema binnen Zaanstad. Het evenement stond in het teken van inclusie en gelijkheid. Tijdens Roze Zaterdag en de activiteiten in aanloop naar is expliciet aandacht gevraagd voor het tegengaan van discriminatie en geweld tegen lhbtq+-personen en het bevorderen van gelijke rechten.

**Advies:** Nog meer ruimte voor verhalen en ervaringen van personen uit de lhbtq+-gemeenschap die ook te maken hebben gehad met andere vormen van uitsluiting, zoals personen met een

migratieachtergrond, beperking of religieuze achtergrond. Inclusiviteit gaat breder dan zichtbaarheid. Het gaat om gehoord worden, luisteren en met elkaar in gesprek gaan.

#### Vergroten zichtbaarheid, acceptatie en emancipatie lhbtq+-gemeenschap

**Evaluatie:** Roze Zaterdag stond in het teken van zichtbaarheid, acceptatie, gelijkheid en steun aan de lhbtq+-gemeenschap. Het evenement heeft bijgedragen om aandacht te vragen voor een samenleving waarin iedereen zichzelf mag zijn, ongeacht seksuele oriëntatie, genderidentiteit, afkomst of geloof. Door een breed en feestelijk programma wordt de lhbtq+-gemeenschap in Zaanstad zichtbaar gemaakt.

**Advies:** Zoals eerder benoemd is het belangrijk om nog meer ruimte te creëren voor verhalen en ervaringen van personen uit de lhbtq+-gemeenschap. Dit kan door bijvoorbeeld gespreksavonden, maar ook trainingen en workshops geven aan ondernemers, scholen, sportverenigingen en andere geïnteresseerden. Daarnaast zouden ook meer zichtbare rolmodellen uit de Zaanse gemeenschap een podium kunnen krijgen en een vast moment in het jaar kan bijdragen aan het vergroten van de uitstraling en acceptatie.

#### Verbinden van de lhbtq+-gemeenschap met de bredere Zaanse samenleving

**Evaluatie:** Door samen de vrijheid te vieren wilden de organisatoren zorgen voor meer verbinding tussen alle inwoners. Roze Zaterdag is een feest van samenhang waarbij personen uit alle lagen van de bevolking samenkomen. Door diverse bijeenkomsten te organiseren voor alle geïnteresseerden is er met veel partijen samengewerkt om de activiteiten in aanloop naar en Roze Zaterdag Zaanstad te organiseren. Het enthousiasme was groot en er zijn veel initiatieven ingestuurd door diverse partijen in Zaanstad.

**Advies:** Zorg bij toekomstige vieringen dat er nog meer aandacht is om bij alle doelgroepen ideeën op te halen, zodat er een programma ontstaat dat alle leeftijdsgroepen aanspreekt. Voor de toekomst wordt geadviseerd om structureel overleg te organiseren met schoolbesturen en GSA-netwerken en om aanvullende financiering (subsidies of fondsen) aan te vragen door scholen zelf om deze activiteiten duurzaam te borgen. Een doelgroep die lastig te bereiken is, zijn de jongeren. Ook is het belangrijk dat de Zaanse ondernemers een actieve rol krijgen door bijvoorbeeld regenboogvriendelijke etalages, inclusieve werkplekken of sponsoring. Ondernemers in de stad zijn belangrijke ambassadeurs.

**Vieren van diversiteit: een programma dat benadrukt dat je in Zaanstad ‘mag zijn wie je bent’**

**Evaluatie:** Het was een breed en toegankelijk programma voor iedereen. Roze Zaterdag werd gecombineerd met de Zaanse Regenboogweek, welke jaarlijks georganiseerd wordt door De Zaanse Regenboog en in aanloop naar het evenement werden al diverse activiteiten georganiseerd waarbij o.a. gewerkt werd aan structurele inclusie. Met Roze Zaterdag werd benadrukt dat de zichtbaarheid van en steun aan de lhbtq+-gemeenschap essentieel is, zeker nu uit onderzoek blijkt dat tolerantie afneemt. Door ruimte te bieden aan expressie, debat, kunst en cultuur werd de kracht van de gemeenschap gevierd en via de informatiemarkt, kerkdienst, filmvertoning en schoolprogramma's wordt gewerkt aan bewustwording en kennisdeling.

**Advies:** Om te laten zien dat je in Zaanstad ‘mag zijn wie je bent’ is het belangrijk om te blijven communiceren wat er na Roze Zaterdag nog zal gebeuren en welke acties structureel worden doorgezet.

## 8.2 Succesvolle elementen

Roze Zaterdag kende meerdere succesvolle onderdelen die het inclusieve karakter en de brede maatschappelijke betrokkenheid onderstreepten.

### Professioneel en veilig evenement

Het evenement verliep ordelijk en veilig met duidelijke afspraken en verantwoordelijkheden. De voorbereiding en uitvoering waren professioneel, wat zorgde voor een prettige en betrouwbare sfeer.

Wat het geheel extra bijzonder maakte, was de aankleding van het evenementengebied.

### Goede samenwerking tijdens het evenement

De samenwerking tussen betrokken partijen verliep soepel en effectief. Iedereen wist wat er van hen verwacht werd wat bijdroeg aan een vlotte uitvoering.

### Brede samenwerking met veel partijen

Er is succesvol samengewerkt met een groot aantal interne en externe partijen. Deze brede betrokkenheid versterkte de inhoud, impact en het bereik van het evenement.

### Participatie via werkgroepen

De inzet van werkgroepen vergrootte de betrokkenheid, expertise en draagvlak en bood ruimte voor co-creatie.

### Inclusief en toegankelijk programma

Het programma was laagdrempelig en toegankelijk voor een breed publiek. Er was aandacht voor inclusiviteit, waardoor verschillende doelgroepen zich welkom voelden.

### Sterke inzet van interne afdelingen

Verschillende afdelingen binnen de organisatie hebben zich actief ingezet. Hun betrokkenheid en samenwerking waren cruciaal voor het succes van het evenement.



### 8.3 Advies, leerpunten en aanbevelingen

#### Organisatie & Structuur

De projectstructuur werkte goed, maar er waren knelpunten in rolverdeling en capaciteit. Onderstaande punten bieden waardevolle inzichten voor toekomstige edities waarbij versterking van structuur, begeleiding en communicatie de impact verder kunnen vergroten:

- **Heldere rolverdeling:** Zorg voor duidelijke taken en verantwoordelijkheden tussen gemeente, externe producent en werkgroepen om misverstanden en inefficiëntie te voorkomen. Ook is het belangrijk om voor een soortgelijk, toekomstig project nog meer coördinatie en structuur aan te brengen en om te voorkomen dat de gemeente een dubbele rol vervult binnen het proces.
- **Sturingslijnen:** Duidelijkere sturingslijnen binnen de gemeente voor C-evenementen zijn essentieel. Heldere verantwoordelijkheden, besluitvormingsstructuren en goede afstemming tussen afdelingen zorgen voor meer efficiëntie, minder miscommunicatie en een betere borging van kwaliteit. Dit voorkomt vertragingen en maakt het mogelijk om sneller te schakelen bij complexe of grootschalige evenementen.
- **Vroegtijdige inzet van professionals:** Neem vanaf het begin een ervaren communicatie-professional op in het budget en planning.
- **Werkgroepen:** De inzet van werkgroepen vergrootte de betrokkenheid, draagvlak en expertise. Tegelijkertijd bleek het aantal groepen soms te groot in verhouding tot de beschikbare capaciteit vanuit het projectteam en waren er veel verschillende belangen. Enkele werkgroepen vielen weg door gebrek aan continuïteit en capaciteit. Voor toekomstige evenementen is het aan te raden om voor werkgroepen taken helder af te bakenen, regelmatig te evalueren en meer tijd te investeren in persoonlijk contact met deze groepen. Het gebruik maken van projecttools en automatisering blijkt lastig voor sommige vrijwilligers waardoor ook meer begeleiding nodig was. Het is belangrijk om het aantal groepen beperkt te houden. Een te grote hoeveelheid werkgroepen kan leiden tot vertraagde besluitvorming, versnipperde informatie, dubbel werk en verlies van overzicht. Door selectiever te zijn in het opzetten van werkgroepen en duidelijke kaders te stellen, kunnen deze risico's worden verminderd.
- **Reserveplanning:** Stel een reservelijst op voor artiesten, koren en vrijwilligers om last-minute uitval op te vangen.

## Samenwerking & Betrokkenheid

De samenwerking verliep over het algemeen goed met regelmatige afstemming en betrokkenheid van diverse externe partners.

- **Lokale ondernemers actiever betrekken:** Naast de structurele overleggen met BIZ en horeca, is het belangrijk om te zoeken naar manieren om lokale ondernemers ook één op één te bereiken. Gebleken is dat niet iedereen is aangesloten op de communicatie vanuit de BIZ Stadshart. Een persoonlijke en eenduidige communicatie vanuit de organisatie draagt bij aan het verminderen van weerstand en het vergroten van draagvlak.
- **Studenten- en jongerenprojecten:**  
Houd rekening met extra begeleiding en plan capaciteit vooraf.
- **Samenwerking diverse afdelingen:** Niet elke afdeling binnen gemeente Zaanstad is ingericht op opavegericht of projectmatig werken waardoor niet iedereen zich eigenaar voelde van het project. Hierdoor bleven werkzaamheden liggen en was er niet genoeg capaciteit. Het advies is om in de gehele organisatie wel op die manier te gaan werken, zodat betrokken afdelingen eerder aangehaakt kunnen worden. Op deze manier dient er in een tijdelijk (project)team samengewerkt te worden, zodat iedereen eigenaar wordt. Mede hierdoor kan al in een vroeg stadium om capaciteit worden gevraagd bij de verschillende afdelingen wat

de samenwerking bij een soortgelijk project zal bevorderen. Afgestemde werkprocessen ontbraken nu voor integrale samenwerking.

- **Vergunningsproces:** In dit proces werden niet altijd alle afspraken nagekomen en de documentatie was niet volledig. Door de dubbele rol van gemeente Zaanstad in dit proces was het vaak onduidelijk wie verantwoordelijk was voor de aansturing van de externe organisator in het vergunningenproces. Ook werd het adviseren en toetsen op de vergunning te veel bij OOV gelegd en niet bij de afdeling Vergunningen. Zorg voor een duidelijke rolverdeling tussen de betrokken gemeentelijke afdelingen, zodat de aansturing van externe partijen in het vergunningenproces eenduidig verloopt. Leg verantwoordelijkheden expliciet vast en positioneer de afdeling Vergunningen als primair toetsend orgaan met OOV in een adviserende rol. Dit voorkomt verwarring en bevordert een efficiëntere en beter gedocumenteerde werkwijze.

## Communicatie & Promotie

De huisstijl en tone of voice waren sterk, maar tijdens de uitvoeringsfase bleek de beschikbare capaciteit en regie onvoldoende:

- **Centrale regie op communicatie:** Maak afspraken over externe communicatie en bewaak tone of voice en huisstijl.
- **Gerichte jongerencommunicatie:** Gebruik kanalen die jongeren echt bereiken, waaronder influencers, en bied laagdrempelige activiteiten om de drempel voor deelname te verlagen.
- **Structurele zichtbaarheid:** Zet in op cross-mediale campagnes en benut ambassadeurs en artiesten nog meer voor extra bereik.
- **Communicatieprofessional:** Voor toekomstige edities is het advies om vroegtijdig een communicatieprofessional voor de verschillende uitingen en kanalen aan te stellen en dit standaard op te nemen in het budget rondom de communicatie.



## Programma & Inclusiviteit

Roze Zaterdag Zaanstad bood een divers, kleurrijk en inclusief programma met verschillende onderdelen, maar jongerenbereik en de programmering op het einde van de avond waren aandachtspunten:

- **Generale repetitie bij grote onderdelen:**  
Voorkom miscommunicatie en zorg voor goede afstemming, zoals bij de minuut stilte door een technische doorloop of generale repetitie.
- **Planning in programmering:** Balans houden tussen lokale acts en bekende namen om bezoekers te spreiden en betrokkenheid te vergroten. Het was beter geweest om een bekendere act op het hoofdpodium te programmeren aan het einde van de avond om publiek daar vast te houden. Bij veel input en uiteenlopende belangen vanuit verschillende partijen dient er vastgehouden te worden aan een duidelijke visie en kaders die vooraf gedefinieerd waren.

## Logistiek & Veiligheid

Bereikbaarheid en crowdmanagement verliepen goed, maar er waren knelpunten bij verkeersregie en rolverdeling.

- **Strakkere afstemming met verkeersregie:**  
Voorkom knelpunten, zoals bij de Zuidijk, door duidelijke controle en afspraken.
- **Crowdmanagement voorbereiden:** Zorg voor heldere rolverdeling tussen beveiliging en coördinatoren.
- **Afvalbeheer & terreincontrole:** Extra sturing op de planning na afloop voor onder andere extra checks na afloop om vergeten materialen en verplaatsingen te voorkomen.
- **Eindschouw opnemen in proces:** Neem de eindschouw op als vast onderdeel in het evenementenproces. Plan deze vooraf en hierbij is een nauwe samenwerking tussen gemeentelijke afdelingen en externe producten essentieel.

## Duurzaamheid

Het hardcupsysteem en lokale leveranciers waren positief, maar niet uniform toegepast.

- **Uniforme toepassing van duurzame maatregelen:** Borg commitment van alle horeca voor hardcupsysteem en communiceer duidelijk. Bij toekomstige evenementen kan hier sterker op gestuurd worden. Leg eventueel maatregelen op voor horeca vallend binnen het evenementengebied om te werken met hardcupsysteem.
- **Herbruikbare materialen:** Stimuleer nog meer hergebruik van materialen en creatieve recycling bij alle partijen.
- **CO<sub>2</sub>-compensatie voortzetten:**  
Blijf inzetten op groene initiatieven, zoals boomplantprojecten en communiceer deze inspanningen zichtbaar.

## Financiën & Sponsoring

Sponsoring leverde resultaat op ten goede van Stichting De Zaanse Regenboog, maar bleef achter door te weinig capaciteit. Het incidentele karakter van sponsoring voor een eenmalig evenement of viering vindt minder gehoor bij ondernemers. Bij de viering van 50 jaar Zaanstad was dit ook aan de orde.

- **Sponsoring structureel aanpakken:**  
Bouw een actuele database van lokale bedrijven en start werving vroegtijdig. Richt een evenementenfonds op waaruit terugkerende evenementen kunnen worden gerealiseerd. Hoewel er betrokken sponsoren en lokale partijen waren, blijft het aantal nog achter bij de potentie van de regio.
- **Horeca-afspraken verbeteren:**  
Stem prijzen en retourprocessen duidelijk vooraf af en leg dit vast.

# BIJLAGEN

## 9



# 9. BIJLAGEN

## 9.1 Media

### FLYERS EN ADVERTENTIES



### SOCIAL MEDIA





## WEBSITE

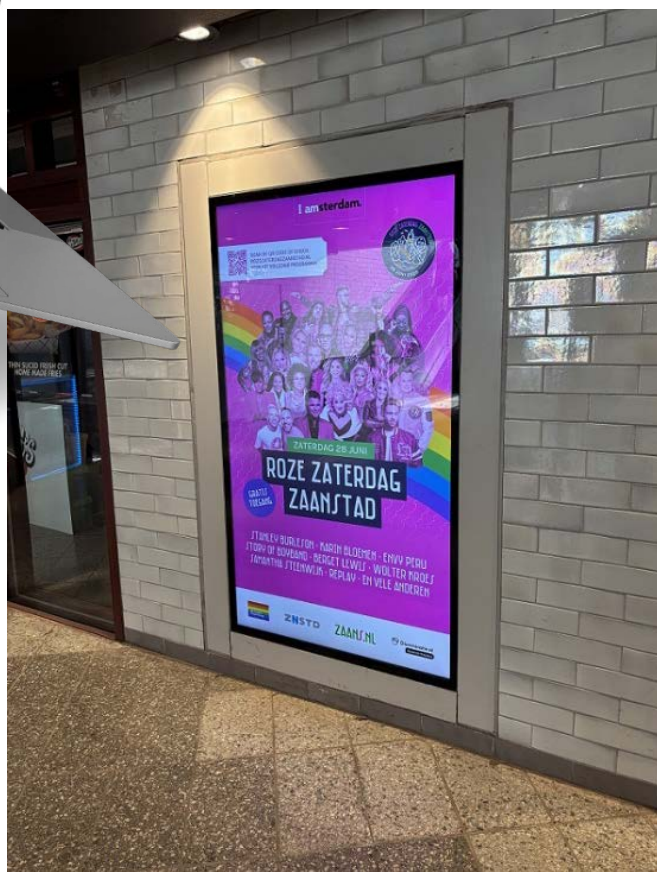
**Website:** [Roze Zaterdag Zaanstad 2025 | Zaans.nl](https://www.zaans.nl/roze-zaterdag-zaanstad-2025)

**Links naar artikelen:**

[Zaanstad gastdag Roze Zaterdag | Al het nieuws uit Zaanstad](#)

[‘Wij zijn zichtbaar, wij zijn hier en wij blijven. Happy Pride!’ | Al het nieuws uit Zaanstad](#)

[Ruim 20.000 bezoekers op geslaagde editie Roze Zaterdag](#)



## 9.2 Reacties van externe partijen en vrijwilligers

Om input te verzamelen van met name externe partij- en die betrokken waren bij onderdelen of activiteiten van Roze Zaterdag, evenals van vrijwilligers, is een vragenlijst uitgezet. Deze is verstuurd naar circa 30 personen, waarvan 13 hebben gereageerd. Hieronder volgt per vraag een samenvatting van de ontvangen antwoorden.

### 1. Hoe tevreden ben je over de voorbereiding van het evenement Roze Zaterdag?

De voorbereiding van Roze Zaterdag werd door een deel van de betrokkenen als professioneel en goed georganiseerd ervaren met waardering voor de samenwerking en communicatie. Tegelijkertijd waren er duidelijke knelpunten, vooral op het gebied van informatievoorziening en het werken met vrijwilligers. Voor toekomstige edities is het aan te raden om te investeren in betere interne communicatie, tijdige en duidelijke informatie voor vrijwilligers en een sterkere structurele samenwerking tussen gemeente en queer-organisaties.

### 2. Wat vond je het meest waardevol aan Roze Zaterdag in de voorbereiding ernaartoe?

De voorbereiding naar Roze Zaterdag werd vooral gewaardeerd vanwege de brede samenwerking, de inclusieve insteek en de leerervaring die het opleverde. De zichtbaarheid van de queer-gemeenschap en de aandacht voor toegankelijkheid maakten indruk. Hoewel niet iedereen zich even betrokken voelde, overheerst het gevoel van trots en verbondenheid bij de meeste respondenten.

### 3. Wat was jouw favoriete onderdeel of moment tijdens Roze Zaterdag Zaanstad?

De parade, de sfeer op de Burcht en de brede spreiding van activiteiten door de stad waren de meest geliefde onderdelen van Roze Zaterdag Zaanstad. De combinatie van feest, inclusie en saamhorigheid maakte diepe indruk. Zowel grote als kleine onderdelen droegen bij aan een gevoel van verbinding en trots.

### 4. Wat had je tijdens het evenement anders willen zien en waarom?

Hoewel Roze Zaterdag over het algemeen positief werd ervaren, waren er duidelijke verbeterpunten op het gebied van communicatie en zichtbaarheid. Vooral de positionering en voorbereiding van het infopunt en de afstemming met ondernemers konden beter. De toegankelijkheid was goed, echter kon er nog meer ingezet worden op bezoekers met een visuele beperking. Ook de samenwerking tussen hoofdlocaties en de gemeente kan in de toekomst beter worden afgestemd om versnippering te voorkomen.

### 5. Hoe heb je de samenwerking met gemeente Zaanstad, producent en/of verantwoordelijk projectteamlid ervaren?

De samenwerking met gemeente Zaanstad en het projectteam werd door velen als positief en professioneel ervaren met waardering voor de inzet en communicatie van betrokken personen. Tegelijkertijd waren er serieuze knelpunten in sommige samenwerkingen die zich onvoldoende gehoord en betrokken voelde bij cruciale onderdelen van het evenement. Voor toekomstige edities is het essentieel om verantwoordelijkheden, communicatie en besluitvorming beter af te stemmen met bepaalde partners.

### 6. Hoe heb je de veiligheid tijdens Roze Zaterdag ervaren?

De veiligheid tijdens Roze Zaterdag werd als zeer positief ervaren. De zichtbare maar vriendelijke aanwezigheid van beveiliging en vrijwilligers droeg bij aan een ontspannen en veilige sfeer. Slechts één aandachtspunt werd genoemd: de communicatie over nachtbewaking en afbouw kon beter. Over het algemeen was het veiligheidsgevoel sterk en droeg dit bij aan het succes van het evenement.

7. **Eén van de doelen die wij wilden bereiken met het organiseren van Roze Zaterdag in Zaanstad is acceptatie, erkenning en emancipatie voor de lhbtq+ gemeenschap vergroten. Is dit doel volgens jou behaald of had jij nog een ander doel voor Roze Zaterdag? En zo ja, is dit doel behaald?**

Roze Zaterdag in Zaanstad wordt overwegend als geslaagd ervaren. Het evenement heeft bijgedragen aan zichtbaarheid, bewustwording en een gevoel van inclusie voor de lhbtq+-gemeenschap. Hoewel het doel van volledige acceptatie nog niet volledig is bereikt, heeft het evenement een belangrijke stap gezet in de goede richting. Er is ruimte voor verbetering met name op het gebied van multiculturele inclusiviteit en het tegengaan van negatieve reacties in de publieke sfeer.

8. **Wil je nog iets meegeven over Roze Zaterdag Zaanstad vanuit jouw positie?**

Roze Zaterdag in Zaanstad wordt overwegend positief beoordeeld: het was een feestelijke, inclusieve dag die trots en verbondenheid oproep. Tegelijkertijd is er constructieve feedback over communicatie en de wens om de energie van het evenement te benutten voor structurele, terugkerende initiatieven. De betrokkenheid en bereidheid tot samenwerking voor toekomstige edities zijn groot.

### Algemene conclusie Roze Zaterdag Zaanstad

Roze Zaterdag in Zaanstad werd volgens de externe partijen breed gewaardeerd als een feestelijk, inclusief en verbindend evenement dat zichtbaar bijdroeg aan de emancipatie van de lhbtq+-gemeenschap. De samenwerking tussen gemeente, organisaties en vrijwilligers werd als positief ervaren, al waren er ook duidelijke verbeterpunten op het gebied van communicatie, representatie en structurele samenwerking. Voor toekomstige edities is het belangrijk om te investeren in beter communicatie en informatievoorziening en duurzame partnerschappen, zodat het evenement niet alleen een feestdag blijft, maar ook een blijvende impuls geeft aan diversiteit en acceptatie in de stad.

## QUOTE BESTUUR ROZE ZATERDAGEN NEDERLAND

*“We kijken terug op een geslaagde editie van Roze Zaterdag in Zaanstad. Een stad waar alles letterlijk en figuurlijk in regenboogkleuren gehuld was. Met alle elementen die bij een Roze Zaterdag horen hebben de organisatoren een gevarieerd programma neergezet met voor iedere bezoeker wat wils.”*



### 9.3 Deelnemers informatiemarkt

|                                         |                    |                           |
|-----------------------------------------|--------------------|---------------------------|
| AOb Netwerk Diversiteit en Inclusie     | Nij Clinics        | Hivos                     |
| Autiroze (onderdeel COC Nederland)      | Pink Spirit        | Pink Parents              |
| Bi+                                     | Pride and sports   | Stichting Regenboog Loket |
| BOB / Veilig Verkeer Nederland          | Roze 50+           | UNTAG                     |
| De Zaanse Regenboog                     | Roze in Blauw      | Stichting De Kringen      |
| Discriminatie.nl Zaanstad               | RozeLinks          | Noordwijk                 |
| Dutch Government Pride Platform         | Vrienden van IHLIA | Vrolijk boeken en films   |
| Gay Classic Car Club                    | Zaanstore          | Atelier Oosterbosch       |
| Galerij Mooi Man                        | Au-Some Amsterdam  | Transvisie                |
| LGBT Asylum                             | COA Zaanstad       | GGD Amsterdam             |
| Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit |                    |                           |

### 9.4 Plattegrond



# ROZE ZATERDAG ZAANSTAD

28 juni 2025



## COLOFON

### Evaluatie Roze Zaterdag 2025

**Tekstredactie:** Team Roze Zaterdag

**Fotografie:** Dennis van Engelenburg,  
Lines & Lenses Val Abma en Jillis Oud

**Vormgeving en productie:** Indrukwekkend, Heerhugowaard