

Inhoudelijk Jaarverslag 2018

Stichting Roodkapje



Bezoekers in actie tijdens de *Not for Profit Art Party*

Roodkapje, The Active, full-spirited, alternative and inclusive space in Rotterdam. The venue functions as platform for young artists, musicians, friends, art lovers, lost souls or any curious eyes and ears. It is a physical place, but is evolving into an attitude. [...] By trusting the artist, Roodkapje provides room for experiments, situations and meetings that are absolutely necessary for the development of artistic practices and cultural movements.

Roxette Capriles, tentoonstellend kunstenaar in Roodkapje 2017 / genomineerde voor de Dolf Henkes Prijs 2018.

Indeling inhoudelijk jaarverslag 2018

- **Jaarrekening en eventuele financiële risico's**
- **Prestatieraster en kengetal bezoekers**
- **Relevante beleidsthema's**
- **Vergroting en verbreding publieksbereik**
- **Overig beleid**
- **Bedrijfsvoering en marketing**
- **Governance**
- **BKV gelden**

Jaarrekening en eventuele risico's

Er zijn twee risico's voor Roodkapje waarop het lastig is te anticiperen, waarbij wij afhankelijk zijn van de gemeentelijke politiek:

De huisvesting.

Er is volop discussie over de locatie, waar wij nu zitten. Wij zijn uitermate tevreden met deze locatie, maar we hebben ons verplicht ruimte te maken als de gemeente andere ontwikkelingen op deze locatie wil realiseren. In de discussies, die worden geëntameerd door de gemeente, lijkt het dat onze aanwezigheid uitermate positief wordt beoordeeld. Maar gelet op de formele tijdelijke huurovereenkomst zien wij dit als een risico.

Cultuurplan-subsidie en BKV-gelden.

Onze ambities om zelfs uit te breiden naar een tweede locatie op Zuid zijn groot. Maar die plannen zijn alleen kansrijk als de gemeente ons daartoe de financiële ruimte geeft. Ondanks dat wij enig vertrouwen hebben over het oordeel over onze prestaties is dit geen zekerheid en daarom dus een risico.

Het prestatieraster en kengetal bezoekers

Het toets rapport jaarstukken 2018 vermeldt 45 presentaties, 8 tentoonstellingen en 29 uren openstelling per week. Verder stelt het rapport dat Roodkapje 12.000 bezoekers wilde halen in 2018 waarvan 2.000 betalend.

Dit werden 16.847 bezoekers waarvan 1.423 betalend.

Een van de verklaringen voor de te gunstige verwachting van het aantal verkochte tickets is te verklaren door een beslissing om de ticketprijs te verhogen van €5 naar €8, een stijging van 60% ten opzichte van 2017. Daarentegen, in 2017 verkochten we 445 ticket. Het aantal verkochte tickets laat aldus een stijging zien van 320%. De stijgende ticketverkoop en stijging in betalende bezoekers zien we als een waardering van ons programma.

In 2017 bereikte Roodkapje 25.503 mensen met haar programma. Dit hoge aantal was voornamelijk te verklaren door deelname aan de Art Rotterdam kunstbeurs en door deelname aan de Museumnacht op uitnodiging van TENT. In 2018 deed Roodkapje niet mee met de kunstbeurs, maar organiseerde op eigen locatie de *Not For Profit Art Party* waar 430 bezoekers op afkwamen. Roodkapje deed eveneens niet mee de Museumnacht 2018 omdat het Delftseplein nog teveel uit de loop van de nachtelijke museumbezoekers ligt. Er is toegezegd aan de organisatie van de Museumnacht om in 2020 een speciaal evenement te organiseren om mensen richting Schieblok en Roodkapje te trekken.

Daarentegen bereikte Roodkapje in 2017 3.800 bezoekers op haar eigen locatie op het Delftseplein en 21.700 op externe locaties. In 2018 jaar bereikte Roodkapje 11.847 op eigen locatie en 6.000 extern via Operator Radio. De daling van externe bezoekers is te verklaren vanuit het feit dat we er voor kozen om ons te concentreren op het levendig maken van het gebouw waarin we zitten. Zodoende zien we een stijging van 3.800 naar 11.847 oftewel een stijging van 312%.

Het aantal presentaties voor het toets rapport 2018 staat op 45, waarvan 8 tentoonstellingen. We tellen in 2018 5 tentoonstellingen en 51 anders vormige presentaties. Een verklaring van de veranderde cijfers ligt deels in Roodkapjes definitie van het begrip kunst, en daarmee in welke vorm we de presentatie hiervan vormgeven. Zoals omschreven in ons beleidsplan 2017 – 2020 was het heel belangrijk dat we de drie functies van Roodkapje onder één dak konden krijgen: Art, Music, Food. Op presentaties, evenementen, performances en tentoonstellingen waarin we deze drie-eenheid samen laten komen ontstaat er een unieke ambiance waarin kunst, muziek, performance overlopen in elkaar. In 2018 werd hier uitvoering mee geëxperimenteerd, zoals bijvoorbeeld in het festival *Imaginary Band Land*, een muziekfestival, performance evenement en solotentoonstelling van de Rotterdamse kunstenaar Koen Taselaar in één. Voor dit evenement verkochten we 257 tickets.

Concluderend: in ons vorige jaarverslag werd vermeld dat Roodkapje werkt aan een duurzame relatie met haar publiek. We vinden terugkerende bezoekers bij onze projecten belangrijk, maar ook bezoekers die bereid zijn om te betalen voor een optreden.

Maand	SUB	Avon	Starters/Last Su	Red Pack perform	Red Pack tentoonst	Operator R	Overig		
Januari			1						139
Januari			1						114
Januari			1						32
Januari			1						20
Februari			1						15
Februari			1						67
Februari							1 N.F.P.A.P.		430
Februari				1					20
Februari			1						300
Februari						1			1500
Maart			1						90
Maart			1						10
Maart			1						82
Maart			1						90
Maart			1						58
Maart			1						55
Maart				1					14
Maart					1			1	899
April			1						82
April			1						109
April				1					150
April				1					150
April					1			1	830
April						1			1500
Mei			1						33
Mei			1						32
Mei			1						15
Mei			1						14
Mei			1						11
Mei				1					24
Juni			1						92
Juni			1						123
Juni				1					150
Juni				1					150
Juni				1					150
Juni					1			1	909
Augustus				1					12
September			1						49
September			1						300
September			1						27
September							1 Toen Kaselaar	1	1918
September					1				1500
Oktober			1						21
Oktober			1						17
Oktober			1						294
Oktober			1						219
Oktober						1			1500
November			1						126
November			1						67
November			1						19
November			1						350
December			1						18
December			1						19
December			1						478
December							1 Roodkapje 18 jaar	1	1244

Hieronder vind u een schatting van onze bezoekerssamenstelling. Deze is gebaseerd op het volgende:

We hebben enkel presentaties gehouden in Rotterdam waarvan voornamelijk bezoekers op afkwam uit Rotterdam en de regio. Door het organiseren van evenementen als *Not For Profit Art Party* denken we ook meer publiek dat niet woonachtig is in overig Nederland binnen te halen. Onze Burgertrut is een trekpleister voor bezoekers uit het buitenland, al hebben we daar geen cijfers van en ook geen publieksonderzoek. Wel weten we dat een stapje wagen in onze tentoonstellingsruimte. Ons kengetal ziet er daarom als volgt uit:

KENGETAL	Publiek woonachtig in Rotterdam	Publiek woonachtig in de regio	Publiek woonachtig overig Nederland	Publiek woonachtig in het buitenland	Totaal
Totaal aantal bezoeken	10.847	4.000	1.500	500	16847
In Rotterdam	10.847	4.000	1.500	500	16847

Toelichting op relevante beleidsthema's

Vernieuwing, samenwerking en talentontwikkeling: "Community"

Netwerken zijn een belangrijk onderdeel van Roodkapjes artistieke beleid (geworden). We benoemden het in onze cultuurplan aanvraag als volgt:

'Roodkapje is een community van gedreven en zielsverwante cultureel ondernemers, kunstenaars, doeners en liefhebbers. Gebundeld in één organisatie van ambitieuze pioniers met een betrokken achterban, die onconventionele kunst laagdrempelig laat bloeien op onconventionele locaties voor een groot publiek.'

Dit uitgangspunt is in 2018 aangescherpt. In SUB werken we met een reeks externe programmeurs die afkomstig zijn uit diverse (sub-) culturen en met verschillende sociaal economische achtergronden. Roodkapje kijkt mensen in de ogen omdat we geïnteresseerd zijn in wie ze zijn. Roodkapje kijkt verder dan de kleur van iemands ogen. Roodkapje wil dat diversiteit breed wordt opgevat. Op deze wijze is Roodkapje het kruispunt van een verscheidenheid aan ideeën, werkwijzen, perspectieven en opvattingen die wordt geput uit de hele stad. Roodkapje is een instelling voor makers vanaf het MBO en daarboven.

Onze commitment aan een grote groep jonge Rotterdamse programmeurs en tentoonstellingsmakers is een gegeven. We investeerden in 2018 wederom in hun begeleiding waarbij ze vanuit onze staf leerden beslissingen te maken, te balanceren tussen economische en artistieke overwegingen. De publieksgroepen die deze programmeurs meebrachten mengden gedurende het jaar en programmeurs bezochten intensief elkaars programma. Zo leerden ze van elkaar en van ons, en werd ieders netwerk groter en werden concertavonden steeds beter bezocht. Ze kregen binnen Roodkapje de ruimte om hun visie los te laten op het podium met reguliere live-events.

Bovenstaande resulteerde in een serie goedlopende concerten in onze zaal. Op deze manier hebben we in 2018 ons opnieuw laten zien als hét nieuwe poppodium en werden we wederom genomineerd voor de titel 'Beste Podium' tijdens de Rotterdam Music Awards.

Roodkapje staat nu, in 2019, bekend als een plek waar de spannendste, opkomende Rotterdamse bands hun release party geven, talentvolle nieuwe acts uit heel Nederland voor het eerst spelen in Rotterdam en nieuwe (inter)nationale netwerken ontstaan tussen muzikanten. We koppelen lokaal en Nederlands talent aan gevorderde, zielsverwante tourende bands uit binnen- en buitenland. En zowel onze interne als externe programmeurs en organisatoren werden actief begeleid bij netwerk, boeking, productie en promotie. Samenwerkingen met Motel Mozaique, WORM en de stichting Pop Up Rotterdam zorgen ervoor dat we onze rol als podium kunnen uitbouwen en kunnen continueren.

Er ontstond in 2018 ook een sterkere band tussen muziekprogramma, performance en kunst. We gaven weer enkele solopresentaties en sloten af met een geweldig overzicht van de 18 jarige geschiedenis van Roodkapje. Bij alles wat we deden staat voorop dat kunstenaars ruimte en budget kregen om een aantal weken intensief te kunnen werken in onze ruimte terwijl het publiek de mogelijkheid kreeg om het werkproces te volgen. Er lag af en toe misschien iets teveel nadruk op het proces, maar over het algemeen leverden de

presentaties, dan wel de performances, voldoende interessante presentaties op waar het publiek van kon genieten. Wat erg waardevol voor ons was, is dat ook onze vrijwilligers op deze manier nauwer betrokken raakten bij het gepresenteerde werk en ons team kreeg de in & outs van de kunstenaarspraktijk mee.

Vergroting en verbreding publieksbereik

Jaarlijks instellingsbeleid publieksonderzoek

Ons publieksonderzoek bestaat uit twee onderdelen. Ten eerste houden we het aantal bezoekers bij dat onze tentoonstellingen bezoekt. Ten tweede houden we bij hoeveel betalende bezoekers en 'gasten' we bij de SUB binnenkrijgen. Op regelmatige basis hebben we de postcodes gevraagd van de bezoekers zodat we te zijner tijd informatie binnen krijgen van Rotterdam Festivals in de vorm van ons MOSAIC verslag. Dit geeft ons inzicht in onze publiekssamenstelling.

Ons bezoekersprofiel We zien in MOSAIC dat er drie groepen oververtegenwoordigd zijn. De Kleurrijke Knokkers springen het meest in het oog, direct gevolgd door de Stadse Alleseters en de daarna de Digitale Kijkers met een duidelijke ondervertegenwoordiging van Elitaire Kunstminnaars en Klassieke Kunst liefhebbers. Dit is als profiel van onze doelgroep erg herkenbaar voor ons.

Maar belangrijker dan dat hebben we dankzij het kleinschalige karakter van Roodkapje een goed beeld van de mensen die ons bezoeken. We krijgen een hoop mensen binnen die regelmatig terugkeren op onze evenementen. Dat weten we omdat we een aantal vaste hosts hebben die de hospitality voor publiek en kunstenaars verzorgen en zodoende een sterke band met ons publiek opbouwen. Vaste gasten en incidentele bezoekers voelen zich welkom en onderdeel van Roodkapje.

In 2017 zagen we dat het aantal bezoekers van buiten de regio Rotterdam, Nederland, achter liep. In 2018 zijn we de *Not For Profit Art Party* begonnen, een samenwerking tussen een aantal Nederlandse kunstinstellingen. Tijdens de Art Rotterdam week organiseren deze kunstinstellingen gezamenlijk een activiteit binnen de muren van Roodkapje waardoor een hoop kunstpubliek van de verschillende instellingen en van de beurs binnenkomt. Zo vergroten we ons eigen bereik aan mensen buiten de regio Rotterdam en hopen we ook meer bezoekers uit Nederland terug te laten keren voor een vervolgbezoek. We hopen dat de resultaten van het onderzoek van Rotterdam Festivals laten zien dat we meer mensen uit de rest van Nederland hebben bereikt.

MOSAIC is voor ons een vreemde eend in de bijt, maar graag werken we met de gemeente Rotterdam samen om ons bezoekers inzichtelijk te hebben. Wij hebben in 2018 onze nieuwe PR medewerker aangesteld en in haar functie beschreven dat zij speciale aandacht moest hebben voor het aantal aangeleverde records naar de 400 op te voeren en te maken dat er geen records zijn met ontbrekende informatie. Wij denken niet dat dit een essentiële verschuiving in het MOSAIC-profiel van onze bezoekers zal veroorzaken.

Jaarlijkse beleidsinformatie over het totale publieksbereik.

Hiervoor verwijst ik naar het hoofdstuk kengetal bezoekers.

Overig beleid

In 2018 is begonnen met een nieuw marketing en communicatieplan. Roodkapje wil de kaartverkoop vergroten. Het bieden van verschillende platforms, het laten samensmelten van netwerken en de begeleiding van kunstenaars en programmeurs is een korte samenvatting van Roodkapjes artistieke visie en algemene beleid. Op deze wijze zijn we verdergegaan, hebben we kunstenaars hun verhaal laten vertellen en hun verhaal verspreid.

In het meerjarenbeleidsplan 2017 - 2020 is de strategische uitwerking van onze visie uitgesplitst in elf concrete onderdelen. Deze onderdelen zijn geformuleerd als concreet tentoonstellingsvoorstel of potentiële platforms en samenwerkingsverbanden. De tentoonstellingen in ons beleidsplan hebben we tot nu toe niet gerealiseerd, maar zijn vervangen door andere solotentoonstellingen. Het aantal platformen waarop we het werk van de kunstenaars van Roodkapje willen presenteren (festivals, radio, performances etc.) hebben we als leidraad in ons programma gehouden. De inhoudelijke tentoonstellingsvoorstellen zijn voornamelijk niet volledig uitgewerkt of zijn voorbijgestreefd door de actualiteit. Juist bij een instelling die haar vinger zo op de pols van maatschappelijke en artistieke ontwikkelingen heeft liggen, zou het verbazing wekken als zij haar inhoudelijke vier jaren beleidsplan voor 100% zou uitwerken. De werkwijzen die de kern vormen van de strategische uitwerking van het inhoudelijke beleidsplan vormen daarentegen het fundament van alles wat we doen.

Bedrijfsvoering

Roodkapje heeft thans een financiering bestaande uit €105.000 cultuurplangeld en €41.000 BKV-geld, totaal €145.000. Daarnaast is het rendement van Burgertrut circa €100.000 dat voor de culturele activiteiten van Roodkapje kan worden ingezet.

Met de €100.000 uit Burgertrut kan het grootste deel van de overhead worden betaald. De overhead bestaat uit €61.000 personeel (directie, boekhouding, accountant, fondswerving) en €67.000 materieel (huisvesting en afschrijving, kantoorkosten). Van de €41.000 BKV-gelden wordt € 32.294 (79%) aan honoraria BKV-kunstenaars uitgegeven. De €104.000 Cultuurplan-gelden plus de andere inkomsten worden ingezet voor de culturele projecten.

Roodkapje heeft een eigen loontabel en de pensioenregeling via PFZW. De bestuurders-directeuren van Roodkapje werken 60% en 80% op basis van het fulltime schaalbedrag van € 47.812,10 (€ 62.847,97 incl. werkgeverslasten). De leden van de Raad van Toezicht zijn onbezoldigd en zonder onkostenvergoeding.

Niemand bij Roodkapje werkt in fulltime dienstverband en daarnaast werkt Roodkapje met een groot aantal ZZP'ers die de instelling productioneel ondersteunen. Dit komt deels door financiële overwegingen, deels omdat we willen dat iedereen die bij Roodkapje werkt is geworteld in de stad door ook andere opdrachten aan te nemen en elders te werken.

Marketing

In 2018 is begonnen met een nieuw marketing communicatieplan. Roodkapje wil de kaartverkoop vergroten en het aantal bezoekers opstuwen. Hiervoor werd een nieuw communicatie en marketing medewerker aangenomen die onder begeleiding van een ervaren culturele communicatie expert een nieuw marketing en communicatieplan opstelt / opstelde. Hieronder volgen enkele speerpunten uit ons nieuwe marketingbeleid:

Roodkapje Rotterdam is een uniek multidisciplinair platform voor presentatie, talentondersteuning en –ontwikkeling in hartje Rotterdam. Roodkapje biedt een podium aan jonge kunstenaars, muzikanten, performers en programmeurs en creëert ruimte voor experiment en groei. Roodkapje is meerstemmig, ondernemend en ondersteunend.

De doelstellingen van de communicatie luiden als volgt:

- Bezoekers informeren
- Imago Roodkapje versterken
- Herhaalbezoek stimuleren
- Doelgroep verdiepen en verbreden
- Community versterken
- Crossover activiteiten intensiveren (ART | MUSIC | FOOD)

De doelgroep van Roodkapje bestaat voornamelijk uit stadse alleseters, kleurrijke knokkers en digitale kijkers. Het zijn jonge, ondernemende stedelingen (17-45 jaar) uit groot Rotterdam die open staan voor verrassing, experiment en uitdaging.

De verschillende activiteiten van Roodkapje vragen om een meerstemmige, maar heldere communicatie. Het moet altijd duidelijk zijn wat de aard van de activiteit / het evenement is (categorisatie) en dat het onderdeel uitmaakt van Roodkapje. Ook moet er – waar mogelijk – meer onderlinge verbinding worden gelegd tussen de uiteenlopende activiteiten.

Er wordt een onderscheid gemaakt tussen de corporate communicatie en de event communicatie.

Corporate: WAT (Roodkapje) WAAR (Delftseplein 39) WANNEER (openingstijden per item)

Event: WAT (art/music/food) WAAR (expo/sub/burgertrut) WANNEER (datum + tijden)

Er komt nog meer de nadruk te liggen op de ontwikkeling en ondersteuning van jonge kunstenaars / makers, de verbinding met publiek en op de crossover van de multi-divers-disciplinaire activiteiten (ART – MUSIC – FOOD). Die meerstemmigheid en crossover tussen kunst, muziek en eten is wat Roodkapje onderscheidt van schijnbaar vergelijkbare Rotterdamse instellingen als WORM en MAMA. Het programma van Roodkapje wordt niet van boven (jaartheme vanuit artistiek directeur) maar van onder (kunstenaars en programmeurs) ontwikkeld. Binnen de kaders van Roodkapje als plek voor ondersteuning, ontwikkeling en experiment wordt er toegezien op de kwaliteit van het meerstemmige programma.

Roodkapje bespeelt verschillende kanalen om haar doelgroep te bereiken:

• Website	corporate + event	online
• Facebook	corporate + event	online
• Instagram	corporate + event	online
• Mailchimp	corporate + event	online
• Twitter	corporate + event	online
• Print (posters / flyers / stickers)	corporate + event	offline (in-house)

De categorisatie die op de website wordt gemaakt moet doorvloeien naar zowel Facebook, Instagram als Mailchimp. Daarnaast moet de huisstijl worden doorgevoerd in alle kanalen. Verbeteringspunt: in-house communicatie (print) voor crossover van verschillende activiteiten.

Qua inhoud moet de communicatie altijd helder en informatief en zijn. De tone of voice is ontspannen formeel en net als Roodkapje zelf uitdagend, daadkrachtig, verrassend en laagdrempelig.

Op dit moment ontvangt Roodkapje bescheiden pers aandacht. De komende periode zal er meer actief worden ingezet op kanalen zoals Mister Motley, Trendbeheer, Metropolis M en Open Rotterdam. Daarnaast wordt er waarde gehecht aan (toekomstige) verdiepende en/of verbredende samenwerking / partnerschap met Glamcult, Kunstblock, WORM, We Own Rotterdam, Rotterdam Partners, MAMA e.a.

De (eind)redactie ligt in handen van de marketing & communicatie medewerker. Deze ontvangt tekst & beeld van programmeur / kunstenaar / muzikant, dompelt dit onder in Roodkapje met behulp van de grafisch vormgever en houdt toezicht op de kwaliteit van het eindproduct. Een wie/wat/waar document biedt het team houvast over de interne communicatie, planning en protocollen.

Governance

In 2018 kwamen het bestuur en de Raad van Toezicht van Stichting Roodkapje X maal bijeen. De belangrijkste onderwerpen besluitvorming waren de overstap naar een nieuwe boekhoudkundig systeem en de fondsenwerving 2019. Het andere belangrijke punt op de agenda van Stichting Roodkapje was de herstructurering van onze financiële administratie.

Op de vergadering van X werden de jaarrekening 2018 en het jaarverslag 2018 vastgesteld.

De leden van de Raad van Toezicht van Roodkapje in 2018 waren:

Hans Stenfert Kroese, voorzitter

Nevenfuncties:

- o voorzitter gezondheidscentrum DWL-De Esch
- o voorzitter stichting Theater NV
- o voorzitter Theaterwerkplaats Ouwe Rotten
- o voorzitter Vereniging van Eigenaars Het Bastion
- o bestuurslid stichting Het Heilige Geest Huis

Maartje Luijk, secretaris

nevenfuncties:

- o Universitair Hoofddocent Pedagogische Wetenschappen, Erasmus Universiteit Rotterdam

Huub 't Hoen, penningmeester

nevenfuncties:

- o directeur coöperatie De VAK, Delft, u.a.
- o penningmeester Theaterwerkplaats Ouwe Rotten
- o bestuurslid stichting Duo Duo

Dilia van der Heem, raadslid

nevenfuncties:

- o commissaris HES International B.V. Rotterdam
- o commissaris Dunea N.V. – Zoetermeer
- o secretaris Stichting Vrienden van de Historie van de Vakbeweging – Amsterdam

De bestuursleden/directieleden van Roodkapje in 2017 waren:

Nadīja Broekhart

nevenfuncties:

- o directeur eenmanszaak Nadīja Roza
- o artistiek leider stichting Hipsick

Gerben Willers

nevenfuncties:

- o secretaris stichting Volksgeluk
- o commissielid Talentontwikkeling - Stimuleringsfonds Creatieve Industrie

BKV-gelden

In overleg met onze accountmanager van de Gemeente Rotterdam hebben we in 2017 ons BKV geld niet alleen gebruikt om beeldend kunstenaars te betalen die deelnamen aan al onze projecten, maar hebben we vormgeving van Roodkapje als apart project genomen. In 2018 hadden we deze vormgever in vaste dienst. Joseph Hughes ontwikkelde onze huisstijl verder en hij ontwierp en ontwikkelde een nieuwe website. Eind 2018 was dit traject zo goed als afgerond.

Roodkapje in 2018 haar BKV gelden uit aan het realiseren van soloprojecten, groepstentoonstellingen en aan multidisciplinaire projecten. Zo komen we uit een bedrag van €32.294 dat de stichting uitgaf aan beeldend kunstenaars. Dit betekent dat we 79% van onze ontvangen BKV gelden daadwerkelijk uitgeven aan inkomen van beeldend kunstenaars, 9% boven de gestelde norm van 70%.

Op onze eigen locatie maakten in het verlengde van ons tentoonstellingsprogramma The Red Pack solopresentaties van Madison Bycroft en Agnes Momirski. Deze presentatie werd afgesloten door de groepstentoonstelling *The Red Pack*, waaraan de Rotterdamse kunstenaars 2017 – 2018 van dit tentoonstellingsprogramma werden aangevuld met kunstenaars uit de rest van Europa. Na de afsluitende 'Red Pack' tentoonstelling organiseerde Roodkapje de solo tentoonstelling van Koen Taselaar met daaraan gekoppeld het multidisciplinaire project *Imaginary Band Land*. Tijdens dit festival kwamen muziek, beeldende kunst, performance en videokunst samen. We gaven zes jonge Rotterdamse videomakers clips te maken voor bands, deze werden tijdens het festival vertoond, we nodigden een Rotterdamse lichtkunstenaar uit voor een lichtplan van de tentoonstellingsruimte en boekten performances. Als allerlaatste show van het jaar stonden we stil bij het 18 jarig bestaan van Stichting Roodkapje en gaven we wederom opdrachten aan jonge en oude makers voor een zeer divers aanbod van performances, teksten, installaties en wat dies meer zij. Roodkapje 2018 was ook in BKV opzicht een enerverend jaar!