

MEERJARENBELEIDSP PLAN FOODKAPJE

2017-
2020

PLUS
ULTRAS

Contents

SAMENVATTING	3	6. PUBLIEKSBEREIK: HET MARKETINGPLAN	12
HET MEERJARENBELEIDSPLAN	4	DOELGROEPEN	12
1. INTRODUCTIE	5	DOELSTELLINGEN	13
2. MISSIE	5	SWOT-ANALYSE	14
3. VISIE: VAN RADICALS NAAR PLUS UL+RAS	6	ACTIES	16
3.1 BURGERTRUT EN ROODKAPJE	7	COMMUNICATIEMIDDELEN	16
4. STRATEGIE	7	7. MEERWAARDE VOOR DE STAD	18
4.1 ROODKAPJE ART CHALLENGE WEEK	7	8. TALENTONTWIKKELING	19
4.2 STUDENT PLATFORM	7	9. TOELICHTING BKV	19
4.3 THE CHURCH OF ROODKAPJE	8	DOELSTELLING	19
4.4 INSIDER ART	8	DOELGROEP	19
4.5 TENTOONSTELLING: ECHO CHAMBER	9	SPECIFIEKE PRODUCTEN	20
4.6 TENTOONSTELLING: NEGATIVE SPACE	9	BIJLAGEN	21
4.7 PERFORMANCE POPUPS	10	A) DIRECTIE STICHTING ROODKAPJE	22
4.8 UBERPOP-UP	10	B) ARTISTIEKE TOETSING	23
4.9 WINTERWOLVEN	10	C) PERSONEELSOVERZICHT	24
4.10 MUZIEK	10	D) PLANNING 2017 + TOELICHTING	25
4.11 PUBLICATIE	11	PLANNING DETAILS	26
5. TOELICHTING PRESTATIERASTER	11	E) MEERJARENBEGROTING	28
		F) INVULLING PRESTATIERASTER 2017	30

SAMENVATTING

Roodkapje is terug van nooit weggeweest. Na een jaar zonder vaste grond onder de voeten en een serie meerdaagse RADICALS-festivals, keren we terug naar een vast thuishonk in het centrum van Rotterdam. We laten een periode met gedenkwaardige hoogtepunten en onwerkelijke dieptepunten achter ons.

We namen afscheid van Roodkapje-oprichter en roerganger Eric den Hartigh. De krachten werden daarna gebundeld om sterktes en zwaktes, ervaringen en toekomstdromen, identiteit en imago, uit te werken tot nieuwe plannen.

Roodkapje is meer dan concerten, performance, Winterwolven en Burgertrut. Meer dan de som der delen van al deze multidisciplinaire ingrediënten; het 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 divers publiek.

In 2017-2020 zetten we een volgende stap. Plus Ul+ras is de overtreffende trap van ons voorgaande project Radicals: hardcore, confronterend en inhoudelijk meedogenloos. Plus Ul+ras plaatst ontsmettingsmiddel op de zere plek, in plaats van de vinger. Het brandt en schuurt, maar is ergens goed voor. Een noodzaak. Een nieuwe, kritische blik. We gaan verder.

Verder in alles waar Roodkapje voor staat en altijd voor heeft gestaan. Plus Ul+ras is vernieuwing, verbreding, verdieping en urgentie. Plus Ul+ras richt zich op de eerste stappen die kunstenaars zetten; ze zijn in ontwikkeling, ze onderzoeken en zijn nieuwsgierig. Net als Roodkapje. Jonge kunstenaars willen iets vertellen. Hun verhaal moet verteld, gezien en verspreid worden. Er is een confrontatie nodig. Er moeten nieuwe visies ontstaan. Het voetlicht moet in beweging blijven.

Na een onwennige LAT-relatie gaan we weer hokken met restaurant Burgertrut. In 2011 werd Burgertrut door Roodkapje gestart. Sindsdien zwerft ze door de stad, achtervolgd door een vaste schare fans. De hernieuwde wisselwerking tussen communicerende vaten Roodkapje en Burgertrut is fundamenteel in onze plannen. De pop-up pioniers slaan gezamenlijk een nieuwe weg in. Weg van de door ons gebaande en nu platgetreden paden.

We richten ons op grassroots ontwikkeling van jonge, talentvolle kunstenaars met open calls voor Art Challenges en Speed-Dates. Onze huiskamer wordt de setting voor AA-sessies en de studio voor Roodkapje-Radio uitzendingen. We komen met de artistieke 24-uurs-immersie van de Artbnb.

We gaan tentoonstellingen inrichten met werk van vluchtelingen. We koppelen asielzoekers aan ondernemende Rotterdammers. We doorbreken het isolement, dragen bij aan meer maatschappelijk draagvlak en leveren we een bijdrage aan het gepolariseerde debat.

Er komen nieuwe pop-up performance-festivals op bijzondere plekken in de stad. We zetten het kunstpubliek op het verkeerde been en zoeken vriend en vijand op om nieuwe samenwerkingen aan te gaan. We blazen de succesformule van Winterwolven nieuw leven in. We blijven spannende, alternatieve en experimentele avonden programmeren in Roodkapje SUB aan de Teilingerstraat.

Roodkapje gaat weer een nieuwe fase in. Er is veel ervaring, gedrevenheid en eensgezindheid. Er zijn nieuwe plannen. Tot hier en dan verder.

HET MEERJARENBELEIDSPLAN

Tot hier en dan verder.

Roodkapje gaat artistiek ongehoorzaam voorwaarts in 2017-2020.

Opgeven staat niet in ons woordenboek, in tegenstelling tot kunst.

Verandering is onze kracht. Roodkapje Plus UI+ras. Steeds vooruit.

1. INTRODUCTIE

Van alle 15 jaren dat Roodkapje bestaat was 2015 in alle opzichten een bizar jaar. Van absolute hoogtepunten, zoals een massale fashion procession en interventie tijdens Motel Mozaique, twee drukbezochte meerdaagse festivals, tientallen concerten en een grensverleggende performance-night op de twintigste verdieping van de Hofpoort, tot een emotioneel afscheid van de in augustus overleden Roodkapje- directeur Eric den Hartigh.

Als oprichter en artistiek leider heeft Eric den Hartigh op inspirerende wijze een eigenzinnige eenheid gevormd. Onder zijn leiding is Roodkapje gegroeid tot een volwassen en professionele organisatie binnen het culturele veld van Rotterdam. Halverwege een jaar vol ambitieuze plannen, waaronder meerdere festivals in binnen- en buitenland, overleed hij onverwachts. Met een collaboratieve performance werd op indrukwekkende wijze afscheid van hem genomen.

Na een periode van rouw en bezinning is een nieuw bestuur bezig gegaan met het afronden van lopende projecten en het maken van nieuwe plannen. De krachten werden gebundeld in diverse brainstormen waarin sterktes en zwaktes, ervaringen en toekomstdromen, identiteit en imago, werden uitgewerkt tot nieuwe, spannende plannen voor de komende periode.

2. MISSIE

Roodkapje toont actualiteiten die binnen de kunst spelen aan een breed publiek. Wij presenteren deze actualiteiten voordat deze een algemeen gedachtegoed worden. Wij noemen dit preactualiteit.

Roodkapje werkt met jonge kunstenaars met nieuwe ideeën. Binnen de kunst zijn in diverse scenes ontwikkelingen gaande. Veel van deze ontwikkelingen komen soms pas jaren later terug in de mainstream cultuur. Roodkapje presenteert deze ontwikkelingen.

Wij ondersteunen met onze presentaties kunstenaars in hun werk en stimuleren nieuwe ontwikkelingen in de kunst. Via deze weg maken wij een breed publiek enthousiast.

3. VISIE: VAN RADICALS NAAR PLUS UL+RAS

Roodkapje is meer dan maandelijks events in de SUB, performance-events, Winterwolven en Burgertrut. Roodkapje is meer dan de som der delen van al deze multidisciplinaire ingrediënten; het 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 divers publiek.

*Roodkapje is te eigenzinnig voor het servet
en te dwars voor het tafellaken.*

Na de succesvolle projecten Roodkapje ROT(T)TERDAM (2010 - 2013), We Are The World (2013 - 2015) en Roodkapje Radicals (2015 - 2016), presenteert Roodkapje in de periode 2017 - 2020 Roodkapje Plus Ul+ras. We gaan verder waar Roodkapje Radicals stopte. Plus Ul+ras is de overtreffende trap van Radicals: hardcore, confronterend en meer inhoudelijk meedogenloos. Plus Ul+ras plaatst ontsmettingsmiddel op de zere plek, in plaats van de vinger. Het brandt en schuurt, maar is ergens goed voor. Een noodzaak. Een nieuwe, kritische blik. De naam zegt het al. We gaan verder. Verder in alles waar Roodkapje voor staat en altijd voor heeft gestaan.

Plus Ul+ras is vernieuwing, verbreding, verdieping en urgentie. Plus Ul+ras richt zich op de eerste stappen die kunstenaars zetten; ze zijn in ontwikkeling, ze onderzoeken en zijn nieuwsgierig. Net als Roodkapje. Jonge kunstenaars willen iets vertellen. Het verhaal moet verteld en verspreid worden. Het werk moet gezien worden. Er is een confrontatie nodig. Er moet een nieuwe visie ontstaan. Het voetlicht moet in beweging blijven.

De identiteit van Roodkapje als organisatie is dynamisch, verrassend en veelkleurig. Tijdens Plus Ul+ras zal Roodkapje, na een nomadische periode,

terugkeren naar een open woonkamer in het centrum van Rotterdam, waar het herenigd zal worden met restaurant Burgertrut. Het burgerrestaurant zal een gateway zijn, waardoor nieuw publiek onverwacht en op laagdrempelige wijze in contact komt met kunst. Deze wisselwerking tussen Roodkapje en Burgertrut, zoals die in het verleden bestond aan De Meent, is fundamenteel. De Roodkapje FOODIGANS zorgen tijdens (festival)catering voor zichtbaarheid, branding en uitbreiding van ons netwerk; als een smakelijk visitekaartje.

In de Plus Ul+ras-ruimte krijgen jonge talentvolle kunstenaars de kans om hun werk te presenteren, een netwerk op te bouwen en samenwerkingsverbanden te starten. Om deze processen te stimuleren organiseren we twee art-speed-dates, twee project-pitches, twee tentoonstellingen en één showcase. Roodkapje is een multidisciplinair platform en een vitale springplank van DIY naar establishment, naar nieuwe doelgroepen.

Daarnaast zal de ruimte ook drie keer ingezet worden als Work in Progress (w.i.p)-ruimte; waarbij een kunstenaar een periode toewerkt naar een eindproduct en het publiek getuige is van dat proces. Het eindproduct kan een beeldend werk zijn, maar ook een film of performance. Naast de Plus Ul+ras home-base, waar de tentoonstellingen, w.i.p. en ongeplande interessante projecten plaatsvinden, manifesteert Roodkapje zich ook elders. Performance-festival Winterwolven keert terug in 2017 en Roodkapje laat zich op festivals als Mysteryland, Festival van het Witte de Withkwartier en Bazar Bizar zien. We ambiëren naast de tentoonstellingen in dit plan nog een aantal andere tentoonstellingen te produceren. Hier willen wij te zijner tijd projectsubsidie voor aanvragen.

Roodkapje gaat een nieuwe fase in. Er is de laatste jaren veel ervaring opgedaan, vooral met betrekking tot festivalorganisatie, productie op diverse locaties en de uitvoering van innovatieve concepten. Er zijn spannende nieuwe plannen waar Plus Ul+ras leidend in is. Tot hier en dan verder.

Roodkapje Plus U+tras. Steeds vooruit.

3.1 BURGERTRUT EN ROODKAPJE

In 2011 pionierde Roodkapje in Rotterdam met het concept voor een hamburgerrestaurant. Onder het motto “Eat, Drink & Support Art!” opende Burgertrut haar deuren naast Roodkapje’s expositieruimte aan de Meent. Naast een innovatieve, tegendraadse vorm van cultureel ondernemersschap, werd Burgertrut een aanwaaiplek annex kantine voor personeel, achterban, toevallige en minder toevallige voorbijgangers. Burgertrut serveert betaalbaar en eerlijk eten, met een speciale focus op vegetarische-, veganistische- en biologisch vlees- burgers en maaltijden. Een sfeervol huiskamerrestaurant, waar voedsel als een kunstvorm gezien wordt en waar het gros van het personeel zelf ook actief is in één of meerdere artistieke disciplines.

Roodkapje loopt vijf jaar voor de troepen uit.

Het winkelende publiek, dat normaliter weinig in contact komt met kunst, wordt via de laagdrempelige gateway Burgertrut geconfronteerd met onconventionele tentoonstellingen, performances en Work in Progress-residences. Roodkapje en Burgertrut zijn noodzakelijke, communicerende vaten, want (van) kunst kun je niet eten, maar (van) hamburgers wel.

Burgertrut is geen foodtruck, maar wel constant in beweging. Deze ondernemende Rotterdamse stadsnomade dook in de afgelopen jaren op verschillende plekken op. In 2016 gaat Burgertrut weer hokken met haar eerste liefde Roodkapje.

4. STRATEGIE

4.1 ROODKAPJE ART CHALLENGE WEEK

20 kunstenaars uit verschillende disciplines, van performance tot visueel, van muzikanten tot theatermakers, worden een week uitgedaagd te zoeken naar synergie en onverwachte samenwerkingsverbanden. Tijdens dagelijkse multidisciplinaire rondes artistiek rond-de-tafel pingpong worden ze in groepen aan het werk gezet. De thema’s van de dag kunnen abstract (blauw, # of confiture) of concreet zijn en er kan in totale vrijheid en in afzondering worden gewerkt aan de groepspresentaties. 4 teams van 5 leiden tot 4 uiteindelijke presentaties op een groot openbaar event.

Roodkapje geeft richting aan vorm.

De context voor Roodkapje is het actief in contact blijven met nieuwe kunstenaars en academiestudenten. Roodkapje is voortdurend op zoek naar nieuw talent om te presenteren en te ondersteunen. In onze vormende jaren toonden we werk van de nu doorgebroken kunstenaars als Tinkebell en Jonas Staal. Roodkapje werkt in het grensgebied tussen DIY en establishment, en zoekt steeds naar nieuw publiek. Daarom scouten we voor deze meerdaagse Challenges op academies, tentoonstellingen en binnen ons uitgebreide netwerk naar talent. Roodkapje Plus Ul+ras biedt ruimte tot ontwikkeling voor beginnende en gevestigde kunstenaars. Dit programma bevat voor beide groepen voldoende uitdagingen om zich gezamenlijk te ontwikkelen, te werken met diverse persoonlijkheden uit verschillende disciplines; iets waar het bij Plus Ul+ras allemaal om draait.

4.2 STUDENT PLATFORM

Op reguliere basis gaat Roodkapje in 2017 laagdrempelige, landelijke Open-Calls uitschrijven om nieuwe kunstenaars de kans te bieden om hun werk te tonen. Dit concept, vergelijkbaar met ons jaarlijkse showcase-festival Winterwolven, zal leiden tot verschillende uiteindelijke tentoonstellingen binnen een

thema. De opening van deze tentoonstellingen worden vergezeld van een serie netwerk-events, waaronder Speed-Art-Dating (SAD). Hiervoor nodigen we professionals uit om in korte sessies kennis te maken met de talenten.

Roodkapje is een laboratorium voor kunst.

Roodkapje koppelt nieuwe talentvolle kunstenaars aan professionals en meer gearriveerde kunstenaars uit het veld. Deze sessies zijn erop gericht om het netwerk van de talenten te vergroten, nieuwe connecties te leggen en te leren van de ervaringen van de gearriveerden.

Potentiële partners & professionals: TENT, BAR, Tinkebell, Extrapool (Nijmegen), De Gym (Groningen), The Art Department, Melkweg Gallery (Amsterdam), MediaMatic, Oerol, SonicActs, V2, WORM.

Deze tentoonstelling heeft een tweeledig doel. Enerzijds richten we ons op studenten die netwerk en exposure zoeken en anderszijds op Roodkapje en ons Plus Ul+ras thema om deze nog groene kunstenaars klaar te stomen voor de (kunst)wereld.

Netwerkbijeenkomsten vind je overal. Roodkapje is een non-traditioneel platform voor kunstenaars, professionals en voorbijgangers. Juist door het samenbrengen van mensen die niets gemeenschappelijk hebben, met verschillende meningen, ontwikkelt een netwerk op de eigen Plus Ul+ras-manier.

4.3 THE CHURCH OF ROODKAPJE

AA therapy: anger management for angry artists

Op onze nieuwe locatie, een open woonkamer in het centrum van de stad, gaan we spontane sessies organiseren waarbij het publiek in een soort sektarische bijeenkomst een thematische en radicale workshop volgt onder leiding van een kunstenaar. Door in te haken op de actualiteit willen we kunstenaars de kans geven om hun emoties om te zetten in spontane sessies. De informele sessies hebben een open karakter en bevatten zowel een debat-component als een

uitwisseling van emoties. De AA-therapie heeft de functie van onze vroegere MET: “Roodkapje’s informal artist talk: food for the body, food for the mind”.

Roodkapje organiseert deze Anger Management for Angry Artists voor kunstenaars en publiek. We hosten een informeel gesprek/debat dat zich richt op een specifiek thema, waarover de kunstenaar zich opwindt, wat op zijn beurt leidt tot nieuw Plus Ul+ras werk.

4.4 INSIDER ART

Als geëngageerd kunstenaar wil Roodkapje in 2017 projecten in samenwerking met, in Nederland verblijvende, vluchtelingen uitvoeren. Waar de Kunsthal naar verluidt inzet op een expositie rond Outsider Art, zet Roodkapje korte pop-up tentoonstellingen op onder de naam Insider Art.

Met Insider Art gaan we vluchtelingen koppelen aan Rotterdamse kunstenaars en ambachtslieden. Rotterdam is de meest internationale stad van Nederland en het adagium ‘geen woorden, maar daden’ wordt te pas en te onpas van stal gehaald om bepaalde zaken kracht bij te zetten, vooral als het goed nieuws kan illustreren. Vluchtelingen in asielzoekerscentra zitten vaak in een sociaal isolement en hebben weinig contact met de locals en de maatschappij waarin ze verblijven. De spreekwoordelijke bal ligt nu bij organisaties als Roodkapje om dit isolement te doorbreken. ‘Niet lullen, maar poetsen’ dus.

Gebruik makend van ons eigen lokale netwerk, in samenwerking met het Centraal Orgaan opvang Asielzoekers (COA), willen we individuele asielzoekers koppelen aan Rotterdamse kunstenaars, mode-ontwerp(st)ers, kleding- en schoenmakers, kappers en ondernemers. Bijvoorbeeld om één dag in de week, als stage, in contact te komen met locals die hetzelfde beroep uitoefenen als de vluchtelingen in hun land van herkomst. Hiermee doorbreken we het bovengenoemde isolement, dragen we bij aan meer maatschappelijk draagvlak en leveren we een noodzakelijke bijdrage aan het momenteel zeer gepolariseerde debat.

Een pop-up expositie met werk van vluchtelingen, een optreden van muzikanten, een gezamenlijke kook-workshop met onze FOODIGANS of een netwerkbij-

eenkomst. Om tot definitieve plannen te komen zal er natuurlijk eerst geïnventariseerd moeten worden wat voor behoeftes er leven onder de mensen die verblijven in asielzoekerscentra in de regio.

We weten vooralsnog niet hoe lang de vele vluchtelingen in Rotterdam en omstreken zullen verblijven. Roodkapje wil hen begeleiden en hun kennis over kunst en cultuur in de stad ontwikkelen. We zijn mentor of coach voor de groep die Rotterdam hun (tijdelijk) thuis willen maken. Als Plus Ul+ras zullen we een plan moeten ontwikkelen, dat ten goede komt aan de vluchtelingen en hun artistieke kant. Want wij weten als de beste dat je op onconventionele wijze het verschil kan maken in Rotterdam.

4.5 TENTOONSTELLING: ECHO CHAMBER: A TICKET TO NOTHINGNESS

"In media, an echo chamber is a situation in which information, ideas, or beliefs are amplified or reinforced by transmission and repetition inside an "enclosed" system, where different or competing views are censored, disallowed or otherwise underrepresented."

Roodkapje zet het (kunst)publiek graag op het verkeerde been. Deze tentoonstelling reflecteert op de presentatie en objectificatie van kunst. Kunst is steeds meer een commodity geworden, een produkt om in te investeren. Een cactus onder een stolp, te koop bij Flying Tiger of Søstrene Grene. Bij Roodkapje willen we dit op een speelse manier aan de kaak stellen. Publiek en pers worden daarom uitgenodigd in onze Echo Chamber. Hier wordt het doeltreffend geconfronteerd met niets, in een volledig lege ruimte. De gespiegelde reacties en emoties van het betalend publiek vormen daarmee de inhoud van de tentoonstelling. In de Echo Chamber wordt hierdoor gereflecteerd op de rol van kunst. De leegte wordt gevuld met emoties: verwarring, boosheid, teleurstelling...

Een Ode aan het Niets. Roodkapje vindt altijd manieren om zichzelf bezig te houden, danwel met het tonen van een performance of nieuw beeldend werk. Een tentoonstelling die bestaat uit niets, maar die niet leeg is. Een tentoonstelling die groeit en nieuwe inhoud krijgt door de kritiek en reacties uit het publiek.

4.6 TENTOONSTELLING: NEGATIVE SPACE: KEEPING OUR FRIENDS CLOSE

Voor dit concept gaan we op zoek naar nieuwe samenwerkingen en partnerschappen, lokaal en nationaal. Maar zeer specifiek zoeken we vooral partijen buiten onze 'comfort zone'. Als pioniers, met pop-up tentoonstellingen, een hamburger-restaurant en artistieke interventies, heeft Roodkapje natuurlijk een naam hoog te houden.

Zeker in de laatste jaren, waarbij dankzij gentrificatie, hipster-barbiërs, foodtrucks en ambachtelijke worstenbinders, voelt Roodkapje op haar klompen aan dat het pad dat door ons is gebaad, steeds meer is platgetreden door oprukkende middelmatigheid. Kunst is iets dat je vrijgevochten identiteit kan benadrukken, door het naast je opgezette dieren op de vensterbank te plaatsen, of door erover te praten onder het genot van een Imperial IPA, in die kleine lokale brouwerij in die leegstaande fabriekshal in Amersfoort. Of in Rotterdam.

Zoals het spreekwoord zegt: Keep Your Friends Close, But Your Enemies Closer. Roodkapje gaat stad en land af, op zoek naar galeries, expositieruimtes, fabriekshallen en festivals, om onze artistieke sneaker-afdruk achter te laten, performances te organiseren en korte tentoonstellingen in te richten. Ons territorium markeren. Niet door er tegenaan of er omheen te pissen, maar door de samenwerking op te zoeken. En op die manier ons publiek te vergroten, het bestaande publiek te verbreden en het bebaarde publiek te verdiepen. Een vorm van consensuele piraterij die ons wel is toevertrouwd.

Keeping Our Friends Close But Our Enemies Closer, dat klinkt als Plus Ul+ras. Het idee om een tentoonstelling te organiseren met een partner waar we niks mee te maken (willen) hebben is nou precies iets waar alleen Roodkapje mee kan komen. Op deze manier kunnen we onze stempel overal in Rotterdam achterlaten.

4.7 PERFORMANCE POPUPS

Vanaf het prille begin heeft performance-kunst een belangrijke rol gespeeld in de artistieke programmering. Over de jaren cureerde Roodkapje honderden evenementen, waarbij een veelheid aan performers de kans kreeg om zich te presenteren. Roodkapje pioniert buiten de gebaande paden, op plekken en in leegstaande panden, die voor zowel kunstenaars en publiek uitdagend zijn. We presenteerden eerder diverse specifieke performance-programma's, waaronder Winterwolven en het Radicals #1 festival. Eén van de hoogtepunten was een speciale performance-night gecureerd door Mette Sterre. Op de leegstaande twintigste verdieping van de Hofpoort presenteerde Roodkapje vier internationale artiesten.

Op jaarlijkse basis organiseert Roodkapje minstens twee weekenden Performance Pop-ups, waarbij de synergie tussen performances, publiek en bizarre locaties centraal staat. Door het werk te presenteren in een multidisciplinaire festivalcontext, inclusief FOODIGANS-keuken en pop-up bar, zullen we een nieuw publiek bedienen. Pop-ups en performance gaan hand in hand met Roodkapjes visie. Plus Ul+ras ademt het verrassende element in haar programma.

4.8 UBERPOP-UP

In de context van Rotterdam als groeiende toeristische bestemming kan Roodkapje niet achterblijven. Om ervoor te zorgen dat de artistieke honger van bezoekers, nieuwe inwoners en buitenlui gegarandeerd gestild wordt, presenteert Roodkapje de all-inclusive ArtB&B. Een artistieke totaalervaring in de vorm van een multidisciplinaire 24uurs immersie.

Vanaf het station worden de bezoekers door de Art Taxi opgehaald en langs diverse tentoonstellingsruimtes in en rond de stad gereden. Er kan onderweg geluncht worden en er is van alles te zien. De hele rit is één grote performance, die eindigt bij de plek waar overnacht zal worden. Daar wordt, een door de FOODIGANS-bedacht, performance-diner opgediend en worden de gasten middels roomservice in de watten gelegd door performende hostesses.

Voor het avondprogramma vindt de bezoeker, afhankelijk van de lokatie, achter de verschillende deuren van hun accommodatie verrassingen: van een

verborgen bar op de zolder, tot een kleurrijke performance van de dames van KOBE achter Deur #2 en Silent Disco in de woonkamer.

Uberpop-up is een van de vele extravagante elementen binnen ons programma. Toeristen ondergaan een pluraliteit aan avonturen in de stad Rotterdam. Kunst gepresenteerd op een niet-traditionele manier.

4.9 WINTERWOLVEN

Zonder verleden geen toekomst. Eén van Roodkapje's bekendste terugkerende evenementen is het multidisciplinaire showcasefestival Winterwolven. Roodkapje houdt contact met zijn roots met het voortzetten van dit grootschalige avondvullende evenement. Met een open-call worden kunstenaars opgeroepen om divers werk [muziek, performance, video, autonoom] in te zenden. Onze curatoren maken een selectie die uiteindelijk op één avond, in een wervelende artistieke storm, getoond wordt aan het publiek.

4.10 MUZIEK

Gedurende 2017 is er een doorlopend, maandelijks muziekprogramma in de kelder aan de Teilingerstraat. Deze 'oude' lokatie heet per januari 2016 SUB, om verwarring te voorkomen. Een veelzijdig team aan programmeurs zorgt voor een divers aanbod aan live-muziek. Van experimentele noise tot alternatieve gitaarrock en van modulaire synthesizers tot grensverleggende pop. Alle acts gericht op vernieuwing.

Daarnaast hebben we een vol nachtprogramma: bij ons krijgen beginnende party organisatoren de kans zich te ontwikkelen door voor weinig geld een eigen avond te kunnen produceren en voor zichzelf een verdienmodel te ontwikkelen door de deuropbrengst.

Ook produceert Roodkapje eigen nachtevents waar heftige performances, vernieuwende dance muziek en onconventionele invloeden vanuit het Plus Ul+ra's thema samenkomen.

Naast een eigen muziekprogramma verhuurt Roodkapje ook de kelder aan externen. De personeelskosten zijn voor de organisator, die ook de deuropbrengst houdt. De baromzet is een extra inkomstenbron voor Roodkapje en door alleen de daadwerkelijke kosten te berekenen, krijgen jonge organisatoren de kans om de eerste ondernemersstappen te zetten in een professionele omgeving.

4.11 PUBLICATIE

Aan het eind van 2017 volgt een digitale flashback van onze programmering. In de vorm van een gedrukte publicatie/catalogus, die gepresenteerd wordt op een publiek evenement gaat Roodkapje een 'showreel' maken die een overzicht geeft van kunstenaars en projecten. Deze fysieke publicatie wordt vergezeld van een digitale video/trailer die het jaar in beeld en geluid samenvat.

5. TOELICHTING PRESTATIERASTER

Na een succesvolle periode aan de Meent, begon Roodkapje in 2013 aan een nieuw project aan de Teilingerstraat in Rotterdam Noord. Hier organiseerde Roodkapje in twee jaar tijd 12 exposities, 32 randprogramma's (filmvertoningen, artist talks), 4 Work in Progress-residenties en meer dan 200 concerten en dansavonden. Daarnaast verhuurden we de ruimte aan derden en draaide Roodkapje aan de Teilingerstraat (via de Magnetronbar), de Witte de Withstraat (Burgertrut) en op locatie (catering) horeca om eigen inkomsten te genereren.

Na twee intensieve jaren, met een totaalbereik van 39.480 bezoekers aan de Teilingerstraat, werd besloten om in 2015 op locatie meerdaagse festivals te organiseren en -op de Burgertrut na- geen vaste locatie aan te houden.

R EJECT Radicals was het eerste wapenfeit van 2015; een alternatieve tegenhanger van het International Film Festival Rotterdam. In 10 dagen tijd werden in ons hoofdkwartier in de Hofpoort 41 films vertoond, was er 1 installatie, 6 Road on the Road-tours (busrit met filmvertoning geprojecteerd op gebouwen) en was er één performance die van 23:00 tot 08:00 duurde. Op de tour na, vond het hele programma plaats op de eerste verdieping van de Hofpoort aan het Hofplein in Rotterdam. R EJECT Radicals trok meer dan 2.600 bezoekers.

Na R EJECT Radicals begon de productie voor de serie van drie Radicals festival. Tijdens Art Rotterdam gaven we een voorproefje (Radicals #0) in de vorm van een korte pop-up tentoonstelling in Rotterdam West. De drie festivals werden gepland voor Rotterdam, Amsterdam en Istanbul.

In april 2015 vond Radicals #1 plaats. De leegstaande, aftandse oude Baja Beach club aan de Karel Doormanstraat in Rotterdam werd grondig verbouwd tot festival-hoofdkwartier, met een grote tentoonstelling van drie installaties en vaste horeca. Gedurende tien dagen vonden hier diverse evenementen plaats: twee concertavonden, zes performances en drie losse events. Tijdens het festival organiseerden we op locatie ook nog een performance avond, een concert, een dance-event, een debat over kunst, een massale fashion procession & interventie en acht Road on the Road-bustours door de stad. Radicals #1 was met 4.339 bezoekers een groot succes.

Medio 2015 werd oprichter / directeur Eric den Hartigh ernstig ziek. Tijdens zijn ziekbed werd door het team, in samenspraak met Den Hartigh, besloten Roodkapje voort te zetten na zijn overlijden. Een aantal maanden van radiostilte volgde, waarin de besproken voortzetting werd omgezet in nieuwe plannen. Deze plannen gaan gepaard met een koerswisseling. Er wordt afgestapt van het festivals-concept en er werd besloten opnieuw een vast pand te betrekken, herenigd met Burgertrut. De kracht van Roodkapje is om spannende beeldende kunst laagdrempelig presenteren aan een publiek dat daar niet specifiek naar op zoek is, maar er wel open voor staat. Dat is ook waarom een plintfunctie cruciaal is.

Een nieuw thuishonk was niet alleen een wens van het uitvoerende team van Roodkapje, maar ook van het publiek. Vrijwel iedere bezoeker met wie Roodkapje contact had, sprak de waardering voor de festivals uit, maar gaf ook aan dat ze een vaste locatie misten. Tenslotte bleek het een enorm werk te zijn om, in/voor een korte tijd, één of meerdere geschikte locatie(s) te vinden. Een vaste locatie zorgt vanzelfsprekend voor veel productionele voordelen. Ook een voordeel van een vaste plek is het behoud van identiteit; op locatie konden we niet altijd de ruimte indelen zoals we wilden.

Roodkapje heeft met zijn vaste locaties aan de Witte de Withstraat, Meent en Teilingerstraat een eigen publiek ontwikkeld. Datzelfde geldt voor ons alternatieve hamburgerrestaurant Burgertrut. Op een gemeenschappelijke, nieuwe lokatie willen we daar de complementaire vruchten van plukken. Burgertrut gaat weer dienen als de laagdrempelige kantine van Roodkapje.

Vanaf 2017, na een proefjaar op dezelfde locatie in 2016, gaat Roodkapje werken met een vast schema (zie prestatie-rooster in de bijlages). We richten ons op twee tentoonstellingen, twee art speed-dates, twee project-pitches, vier Church of Roodkapje-sessies, drie Work in Progress-projecten, twee performance popups, twee UberPopUp Artbnb's, één editie van performance-festival Winterwolven, minstens twaalf muziekavonden en één publicatie. Daarnaast blijft Roodkapje op zoek naar nieuwe samenwerkingen en gaan we projecten doen in of met WORM, V2 of Showroom Mama.

6. PUBLIEKSBEREIK: HET MARKETINGPLAN

DOELGROEPEN

De doelgroep van Roodkapje is volgens de missie; kunstzinnig aangelegde jongeren (om een podium aan te bieden) en een divers, breed, jong publiek (om voor te organiseren). Het gros van deze bezoekers is tussen de 20 en 35 jaar. In de aanloop naar de nieuwe plannen hebben we de bestaande doelgroepen opnieuw gedefinieerd.

LOKALE CREATIEVEN, DOENERS, LIEFHEBBERS EN ACHTERBAN

De voornaamste doelgroep die Roodkapje wil bereiken met deze nieuwe plannen, valt grotendeels samen met de originele doelgroep van Roodkapje; kunstzinnig aangelegde jongeren. Dit publiek is relatief vaak al bekend met Roodkapje en/of Burgertrut. Rotterdam is een stad van doeners, DIY en initiatief. In de ruim vijftien jaar dat Roodkapje bestaat hebben we (met) honderden mensen uit deze ondernemende groep al eens (samen)gewerkt, een podium geboden of tentoongesteld.

Deze groep groeit gestaag door; de laatste jaren verhuizen steeds meer jongeren, afgestudeerden of woningzoekenden naar Rotterdam. Tegelijk is er een continue groei aan evenementen en festivals. Roodkapje wil deze groeiende doelgroep aan zich binden. In grote lijnen kunnen we enkele kenmerken van deze doelgroep uitlichten. Dit publiek:

- Kent de stad goed en bezoekt regelmatig evenementen
- Is nieuwsgierig en op zoek naar nieuwe plekken
- Heeft voorkeur voor veelzijdige evenementen
- Vindt locatie en sfeer een belangrijke factor in de keuze

CITYHOPPERS, DAGJESMENSEN EN KUNSTZINNIGE TOERISTEN

Rotterdam is booming. Gisteren in de Lonely Planet, vandaag in The Guardian, volgende week in de Times of India. Maar het zijn niet de toeristen die met een bus worden rondgereden van plek naar plek; het zijn de avontuurlijk ingestelde jonge mensen. Niet op zoek naar trapgevels en grachtenpanden, maar naar architectuur, spanning, kunst en off-the-map evenementen, in een onbekende, tot voor kort ongeliefde, doch betaalbare stad. In de periode dat Roodkapje en Burgertrut samen aan de Meent gehuisvest waren, waaiden veel dagjesmensen en toeristen aan. Vandaag de dag zijn de aantallen verveelvoudigd. Dit publiek:

- Kent de stad niet, maar niet op zoek naar gebaande paden
- Komt om te zien, te proeven en (cultuur) te snuiven
- Op zoek naar betaalbaar en authentiek
- Maakt keuzes op basis van media/artikelen over Rotterdam

DOELSTELLINGEN

Om de hierboven beschreven doelgroepen effectief te bereiken onderscheiden we per doelgroep de volgende doelstellingen.

LOKALE CREATIEVEN, DOENERS, LIEFHEBBERS EN ACHTERBAN

De doelstelling met het bereiken van de doelgroep is als volgt: het opnieuw profileren van Roodkapje als een dynamische aanwaaiplek met een onderscheidende kunst- en muziekprogrammering in een laagdrempelige setting waar ook gegeten en gedronken kan worden. Roodkapje en Burgertrut hebben altijd een nomadische identiteit gehad en keert per 2016 weer terug naar het centrum van de stad. Deze doelgroep kent haar pappenheimers in Rotterdam en zoekt naar nieuwe en spannende plekken en evenementen.

Roodkapje wil haar bestaande achterban uitbreiden en een vaste haven worden voor de lokale trendies, hipsters en creatief uitschot. Daarom exposeren we uitdagend werk van upcoming kunstenaars en zoeken we samenwerkingen met bekende(re) podia (WORM, Rotown en BAR) en festivals (Bazar Bizar, Motel Mozaique en IFFR). Restaurant Burgertrut is een bekende naam in Rotterdam, dat zich onderscheidt door een sfeervolle setting, betaalbaar aanbod en een specialisatie in vegetarische-, veganistische- en biologisch vlees- burgers.

Burgertrut trekt momenteel op jaarbasis ruim 30.000 bezoekers. De gemiddelde vaste klant woont in Rotterdam en komt één keer in de maand. Dankzij Roodkapje's hernieuwde hereniging met Burgertrut en de complementaire werking van eten & artistieke programmering, willen we op jaarbasis 40.000 bezoekers verwelkomen, waarvan er zeker 10.000 uit de genoemde doelgroep komen.

CITYHOPPERS, DAGJESMENSEN EN KUNSTZINNIGE TOERISTEN

Rotterdam staat sinds een paar jaar links en rechts in de hippe 'lijstjes', en vaak wordt een bezoek aan Burgertrut hierbij aangeraden. Als het eerste

gespecialiseerde hamburgerrestaurant van Rotterdam was Burgertrut al een gevestigde naam, ruim voordat de landelijke trend inzette. Burgertrut is eigenwijs, verantwoord, betaalbaar, lekker en ontegenzeggelijk Rotterdams, allemaal factoren die bijdragen aan de succesformule.

Roodkapje heeft zich vorig jaar middels R>>EJECT Film Festival en RADICALS #1 regelmatig landelijk geprofileerd: er verschenen onder andere artikelen over de festivals in De Volkskrant, METRO en NRC. Maar er was, buiten de meerdaagse festivals, geen vaste lokatie in de stad. Met de terugkeer naar het centrum, en een reguliere (kunst)programmering met tentoonstellingen, performances en muziek, gaan we Roodkapje wederom in het voetlicht zetten als noodzakelijke stop bij een bezoek aan de stad.

Dit gaan we bereiken door slim gebruik te maken van de complementaire factoren van betaalbaar en verantwoord eten met een spannende programmering. Nederlandse dagjesmensen en internationale toeristen zijn in Rotterdam op zoek naar Do-It-Yourself en authenticiteit, activiteiten buiten de gebaande paden en spannende underground die je nergens anders vindt dan in Rotterdam. De voertaal van Roodkapje en Burgertrut is Engels en een aanzienlijk deel van ons personeel is internationaal.

Door ons te profileren bij publiek, landelijke & internationale blogs en media en in de kunst- en muziekwereld als laagdrempelige plek waar je vernieuwende en verrassende kunst kan zien, kan eten en drinken, kan hangen en kan werken, willen we jaarlijks 5000 bezoekers van buiten Rotterdam trekken, nationaal en internationaal.

SWOT-ANALYSE

STERKTEN	ZWAKTEN
<ul style="list-style-type: none"> • Bestaande achterban • Gezamenlijke lokatie • Divers, regelmatig programma 	<ul style="list-style-type: none"> • Nieuwe plek • Tijd stil geweest • Nieuwe gedaante
KANSEN	BEDREIGINGEN
<ul style="list-style-type: none"> • Centrale lokatie • Grotere zichtbaarheid • Complementair bereik 	<ul style="list-style-type: none"> • Onduidelijkheid • Concurrentie • Lokatie

STERKTEN

- Bestaande achterban
- Gezamenlijke lokatie
- Divers, regelmatig programma

Eén van onze belangrijkste peilers is dat we een sterke following hebben. Onze achterban weet ons altijd te vinden. Dit geldt zeker ook voor Burgertrut. Roodkapje's achterban bestaat uit kunstenaars, curatoren, muzikanten, vogel-deskundigen en internationaal studenten. Uit de laatste groepen komen ook veel van onze vrijwilligers.

Roodkapje en Burgertrut gaan weer hokken. Dit levert extra bezoekers op. Op één gezamenlijke lokatie kan het oorspronkelijke concept van Burgertrut [Eat, Drink & Support Art!] duidelijker worden uitgedragen. Het restaurant is een vorm van cultureel ondernemersschap en heeft altijd die functie gehad. Sinds de scheiding is die band echter voor veel mensen onzichtbaar geworden.

We gaan weer regelmatig programmeren. We zijn vrijwel elke dag van de week geopend en bezoekers en voorbijgangers kunnen makkelijker aanwaaien, binnenkijken en rondneuzen in onze tentoonstellingen en tijdens ons programma.

ZWAKTEN

- Nieuwe plek
- Tijd stil geweest
- Nieuwe gedaante

Natuurlijk kan ook gesteld worden dat Roodkapje zich opnieuw moet wortelen op een nieuwe plek. Hoewel we weten dat er een grote doelgroep is voor vegetarische hamburgers, zullen er ook zeker mensen zijn die ons minder makkelijk weten te vinden. In de gedrukte en online media staat vaak het verkeerde adres nog en een nieuwe lokatie moet ook bij het publiek aanslaan.

Nadat halverwege 2015 onze voorzitter Eric den Hartigh onverwacht kwam te overlijden, is het een aantal maanden relatief stil geweest. Op enkele concerten aan de Teilingerstraat na, zijn er verder geen tentoonstellingen of andere activiteiten geweest. Na een periode van rouw en bezinning is er daarna een nieuw bestuur gevormd en zijn er nieuwe plannen gesmeed. Daarbij komt dat Den Hartigh jaren hét gezicht is geweest van onze organisatie.

Hierdoor is Roodkapje ook veranderd. We zullen nooit helemaal volwassen worden, maar bovengenoemde rustperiode dwong ons ook om even stil te staan en naar onszelf te kijken. Omdat Den Hartigh onvervangbaar is, moesten we Roodkapje en haar rol in zekere zin ook opnieuw definiëren, uitvinden en in gang zetten. We komen in 2016 met een vertrouwde, doch opnieuw gefundeerde gedaante voor de dag. Maar het zal toch ook anders zijn.

KANSEN

- Centrale lokatie
- Grotere zichtbaarheid
- Complementair bereik

Nadat we een aantal jaren hebben geprogrammeerd in Rotterdam-Noord, keert Roodkapje in 2016 terug naar het centrum van de stad. Daar waar het ooit allemaal begonnen is. Op een meer centrale lokatie plukken we de vruchten van nieuwsgierige voorbijgangers, een winkelend publiek en de reuring in het centrum.

Wanneer je een pand betreft op een centrale lokatie is je thuishaven ook meteen je uithangbord. We profiteren van een grotere zichtbaarheid. Waar we in Noord vrijwel geen horeca of andere publieke plekken om ons heen hadden, word je er in het centrum door omringd. Dat biedt nieuwe kansen.

Hoewel er overlap zit tussen het bestaande publiek van beiden, zijn er genoeg mensen die de laatste jaren slechts één van de twee hebben ontdekt. Roodkapje heeft een groot bereik onder creatievelingen, muzikanten en kunstliefhebbers en Burgertrut onder ‘foodies’, hamburger-fanatici, families en al-dan-niet vegetarische studenten.

BEDREIGINGEN

- Onduidelijkheid
- Concurrentie
- Lokatie

Deze verhuizing kan natuurlijk ook leiden tot verwarring bij onze doelgroepen. Voor onze nomadische organisatie blijft het een opgave om jezelf (letterlijk) op de kaart te zetten. Het pop-up karakter is sterk, hip en dynamisch, maar ook een bedreiging van het publieksbereik.

Niemand heeft de eeuwige jeugd; hoewel Roodkapje nog altijd eigzinnig, dwars en underground is, zijn er veel nieuwe initiatieven in Rotterdam. Je kunt spreken van de wet van de remmende voorsprong. Het pop-up pionierswerk van

Roodkapje is tegenwoordig de norm geworden in de grootstedelijke centra. In Rotterdam zijn er zeker tien nieuwe hamburgerrestaurants en minstens zoveel culturele initiatieven.

Een terugkerend item in deze sterkte-zwakke analyse is lokatie. Vrijwel voor elke sterkte staat een zwakte, vrijwel voor elke kans een bedreiging. Want onze nieuwe lokatie kan van binnen en van buiten fantastisch zijn, onze ervaring leert ons dat het Rotterdamse publiek onvoorspelbaar is. Waar ons openingsfeest aan de Teilingerstraat ruim 2000 man trok, zijn er in de twee jaar daarna nooit meer zoveel geweest. En waar mensen elkaar over de hoofden lopen op de Witte de With, kun je soms een kanon afschieten op de Coolsingel. Rotterdam is een zeer dynamische stad, waar de wegen van het grote publiek vaak ondoordringbaar zijn. Maar dat is ook het mooie eraan. We houden immers wel van een uitdaging bij Roodkapje.

ACTIES

De hierboven omschreven sterkten/zwakten en kansen/bedreigingen zijn specifiek en vragen daarom ook om een aantal acties. Deze acties zijn als volgt:

- De Rotterdamse kunst- en muzikscene zijn overzichtelijk. Wij hebben de achterban, de branie en het programma om in een korte tijd een domino-effect te bewerkstelligen. Door de juiste voortrekkers te bereiken en te programmeren. En door samen te werken met partijen als WORM en Subacultcha!
- Roodkapje maakte de laatste jaren een aantal grote veranderingen door. Maar verandering is onze kracht. Iets wat we keer-op-keer bewezen hebben. We zullen onze nieuwe plek qua programmering, inrichting, communicatie vanaf 'Stunde Null' laten opvallen.
- Als we de illustere, doch jammerlijk leegstaande en avondse, Baja kunnen omtoveren tot een bruisende plek, dan kunnen we dat ergens anders ook.
- Roodkapje zal zich innovatief en eigenzinnig gaan profileren. In onze programmering, maar ook in communicatie in tekst, beeld en digitaal.

We zijn herkenbaar in het afwijkende. Dat is ons narratief in verleden en toekomst.

- Ondanks de nieuwe concullega's in de stad zijn er weinig die zo veelzijdig zijn in hun aanbod. Je komt naar Roodkapje en je wandelt een performance binnen, of er is een voedsel-experiment, of er draait een DJ-team vreemde muziek, of er is een Work-In-Progress kunstenaar bezig. Of je komt gewoon een veggie kapsalon eten. Of je gluurt stiekem door de ruit naar binnen.
- We gaan ons opnieuw op de kaart zetten, ook bij het niet-lokale publiek. Daar wordt een on- en offline campagne aan gekoppeld. De media vond ons in de afgelopen jaren regelmatig. Wij weten hen ook prima te vinden. Er begint een nieuw hoofdstuk in onze turbelente geschiedenis. Eén ding zal het niet worden: saai.
- Doordat we ook op andere plekken blijven programmeren zijn we buiten de eigen lokatie zichtbaar.
- Rotterdam groeit in populariteit. Als oorspronkelijke avant-garde pioniers prikkelt Roodkapje de gevestigde orde en vechten we tegen de gezapigheid. Postergirl en wijsneus Loesje is nooit ouder geworden. Roodkapje is haar exentrieke oudere zus die van de academie werd getrapt maar momenteel leeft van haar autonome kunst en het LGBT punkfestival dat ze jaarlijks organiseert.

COMMUNICATIEMIDDELEN

OFFLINE COMMUNICATIEMIDDELEN

FLYERS

Roodkapje heeft een kleurrijke geschiedenis met drukwerk. In de voorgaande jaren maakten we provocerende A5 -stickers met ons programma op de achterkant. Deze, soms provocerende, stickers waren populair, iets wat nog altijd

zichtbaar is op vele horeca-toiletten. Hoewel we niet willen concurreren met de professionele verspreidingsbureaus, willen we met een beperkte oplage, een herkenbaar beeld en verspreiding op de juiste plekken, deze traditie in ere te houden.

POSTERS

Er is niet op te boksen tegen de dagelijkse verversing van posters in de publieke ruimte. Als het vier uur zichtbaar is in de buiten- en binnenruimte, verliest het niets aan zeggingskracht maar wel aan effectiviteit. We zoeken het dus in originaliteit en zichtbaarheid. De posters zullen ‘langer houdbaar’ zijn en kunstwerken op zichzelf zijn.

We zoeken specifieke plekken, waar we goede relaties mee onderhouden, voor verspreiding. Denk hierbij aan WORM en Wunderbar, BAR, Koffie&Ambacht en RAAF. Op die manier willen we voor een langere periode zichtbaar zijn.

GUERILLA-MARKETING

Roodkapje wil zichzelf onderscheiden in haar promotie en dus liever budget spenderen aan een zichtbare interventie in de publieke ruimte dan aan papier. We gaan op reguliere basis opvallende marketing initiëren.

RADIO

Vanuit de vaste basis gaat Roodkapje wekelijks een radioprogramma maken dat te streamen is. Radio is als medium ‘terug’. We nodigen bekende en onbekende Rotterdammers, muzikanten en kunstenaars uit om een uur radio te maken. Bezoekers kunnen live luisteren of online streamen.

ONLINE COMMUNICATIEMIDDELEN

WEBSITE

Sinds begin 2015 heeft de website van Roodkapje een nieuwe lay-out, waardoor het voor bezoekers gemakkelijker is om de agenda te in te zien, foto's te bekijken en koppelingen te maken naar sociale media.

SOCIAL MEDIA

De sociale media van Roodkapje worden intensief gebruikt. Zowel Roodkapje (8000+ Facebook volgers) als Burgertrut (5000+ volgers) spreken een grote achterban aan. We zijn ook aanwezig op Twitter en Instagram. Tenslotte wordt er actief gezocht naar cross-promotie met instellingen en podia als WORM, TENT en Rotown.

FOTO'S

Roodkapje onderscheidt zich van andere Rotterdamse podia met een grote & actieve groep fotografen die onze activiteiten documenteert. De foto's worden daarna verspreid via sociale media en op onze website.

NIEUWSBRIEF

Roodkapje heeft een omvangrijk adressenbestand, onderverdeeld in diverse mailinglijsten. De algemene mailing wordt eens per maand verzonden naar 1500 volgers. De kunst-mailing (500) en perslijst (300) worden per wisselende tentoonstellingen en evenementen verzonden.

PERSBERICHTEN

Roodkapje stuurt bij grotere publieke evenementen een scherp en origineel persbericht naar lokale en landelijke media.

7. MEERWAARDE VOOR DE STAD

Roodkapje speelt al geruime tijd een belangrijke rol in de culturele infrastructuur van Rotterdam.

Niet alleen op basis van het werk en de projecten, maar ook op het gebied van mensen die direct of indirect bij Roodkapje en diens ervaringen betrokken zijn.

We lopen voor de troepen uit. Niet alleen qua culturele en artistieke ontwikkelingen, maar ook wat betreft de dynamiek van onze horeca, algemene culturele trends en exposure. Door onze mobiliteit (verschillende verhuizingen en het organiseren van festivals op lokatie) zette Roodkapje zichzelf en daarmee menig gebied van Rotterdam op de kaart. In de gebieden waar we -tijdelijk- neerstrijken, worden de culturele en artistieke waarden op korte en lange termijn uitgebouwd.

Roodkapje is het telefoonbotje van Rotterdam.

Roodkapje voegt waarde toe aan Rotterdam door middel van haar innovatieve, multidisciplinaire projecten, zoals modeshows, performanceavonden, evenementen, festivals en tentoonstellingen. Allen met een diversiteit aan thema's.

We hebben naam gemaakt als een van de meest dynamische en krachtige organisaties voor jonge en professionele artiesten. We ondersteunen gearriveerde artiesten en moedigen jonge artiesten aan om, met onze productionele en promotionele support, zichzelf te presenteren in de kunstwereld en daarbuiten.

In de Rotterdamse kunst en cultuurscene zoekt Roodkapje regelmatig de samenwerking met gelijkgestemde partners met een sterke stedelijke functie. Organisaties als WORM en Rotown zijn gevestigde spelers met wie we partnerschappen aangingen in de organisatie van festivals, tentoonstellingen en/of projecten. Roodkapje is uitgegroeid tot een organisatie die ruimte(s) en steun biedt aan zowel kleine als grote initiatieven en kunstenaars(groepen). We zijn voor veel instellingen de alternatieve organisatie om partnerschappen mee aan

te gaan en voor artiesten de plek om zichzelf te profileren en te ontwikkelen.

Roodkapje werkt niet alleen samen met kunst- en cultuurorganisaties, maar ook met educatieve instellingen zoals de Erasmus Universiteit en de Willem de Kooning Academie.

Om de verlevendiging van de stad te bevorderen, beheert Roodkapje een eigen Plus Ul+ras homebase waar kunst wordt vertoond. Daarnaast organiseren we op diverse onverwachte plekken evenementen (met en) voor studenten en gevestigde artiesten.

Onze activiteiten cq. vestigingen springen snel in het oog en trekken veel publiek door onder andere publieke interventies, guerilla marketing en drukwerk op verschillende plekken. Ook onze horeca gigant Burgertrut zorgt voor een constante aanloop van publiek, en een verhoging van dynamiek in de buurt.

Verder is Roodkapje, met name in de periode aan de Meent en nu in Roodkapje SUB aan de Teilingerstraat, een zeer relevante en landelijke speler geworden in het programmeren van alternatieve en experimentele muziek, nachtprogramma en performances. Mede dankzij de samenwerking met (inter)nationale partijen, heeft Roodkapje naast met kunst en Burgertrut, ook via het uitgaansleven zijn plek in de stad (en daarbuiten!) ontwikkeld en onmisbaar gemaakt.

8. TALENTONTWIKKELING

Talentontwikkeling speelt een cruciale rol bij Roodkapje. We geven talent de ruimte om verschillende projecten te pitchen en te ontwikkelen. Hiermee blijven we als kunstplatform op de hoogte van wat er speelt bij startende kunstenaars en krijgen zij binnen Roodkapje de mogelijkheid om een (eerste) stap te maken in hun carrière.

Naast dat we ons inzetten voor beginnende kunstenaars, dagen we ook gevestigde namen uit om zich te ontwikkelen door een andere pad in te slaan of te motiveren om een stap buiten hun comfortzone te zetten.

Roodkapje heeft als doel de artistieke en culturele scene te innoveren, maar ook om talentvolle kunstenaars te helpen met hun ontwikkeling. We begeleiden afgestudeerde kunstenaars op hun weg naar professionalisering. We werken met autodidacte artiesten om hun werk naar een hoger niveau te tillen.

Werken met medewerkers, mede-organisatoren en kunstenaars van Roodkapje, allen een eigen karakter en werkstijl, is een uitdaging. Deze 'bedreiging' heeft Roodkapje omgevormd tot een kracht. De werknemers van Roodkapje zijn ervaren en hebben flexibele werkwijzen en vaardigheden.

Met ons grote netwerk hebben we de mogelijkheid om een project met meerdere kunstenaars uit te voeren, onze doelen te bereiken en een impact te maken op de scene.

9. TOELICHTING BKV

DOELSTELLING

Roodkapje heeft als doelstelling om met de BKV gelden Rotterdamse kunstenaars te ondersteunen. Roodkapje is een laagdrempelig, multidisciplinair platform en heeft een springplank-functie voor jong talent. We staan met één been in de underground en met het andere tussen de gevestigde instellingen en scouten continue links-en-rechts naar nieuw, origineel en innovatief werk. Met de BKV gelden kunnen we kunstenaars ondersteunen en de kans bieden werk te ontwikkelen en te presenteren.

DOELGROEP

In onze plannen voor 2017-2020 besteden we specifieke aandacht aan het starten van een Student Platform en organiseren we Speed-Dates en Art Challenges waar jonge kunstenaars worden samengebracht, uitgedaagd en gekoppeld aan professionals uit het veld. Talentontwikkeling is een terugkerend motief voor Roodkapje, al vanaf het prille begin tot in onze huidige toekomstplannen. We zoeken, op academies, scholen en in het veld, naar talentvolle kunstenaars die aan het begin staan van hun carrière. Wij (her)kennen onze pappenheimers en zijn laagdrempelig voor zowel makers als publiek.

De kunstenaars die Roodkapje wil ondersteunen met BKV gelden zijn vernieuwend, tegendraads, ondernemend, eigenzinnig en bovenal, getalenteerd. Roodkapje neemt risico's, prikkelt en gaat verder waar anderen afhaken. We willen daarom zeker ook de lokale kunstenaars ondersteunen die bij andere instellingen vergeefs aan de deur rammelen. Voor Roodkapje is het belangrijk dat kunstenaars de vrijheid krijgen die ze nodig hebben. En daarvoor een redelijke vergoeding krijgen.

Roodkapje zoekt niet naar specifieke disciplines, maar wel naar nieuwe inzichten, visies en dwarse commentaren. Daarbij zijn we een geëngageerd platform, dat maatschappelijke ontwikkelingen en tendenzen in de smiezen houdt en de rol van kunst hierin graag laat spreken.

Veel lokale kunstenaars presenteerden in de afgelopen jaren hun eerste werk bij Roodkapje, in groeps- en/of solotentoonstellingen. Roodkapje heeft een rijke geschiedenis in het ondersteunen van kunstenaars. Soms kiezen we er voor om kunstenaars voor een langere tijd te ondersteunen. De Rotterdamse mode-ontwerpster Nada van Dalen is hier een voorbeeld van. Na haar eerste presentaties en shows bij Roodkapje, wist ze zichzelf in de media en bij gevestigde, landelijke instellingen en de kunstwereld te profileren.

SPECIFIEKE PRODUCTEN

Door middel van de BKV gelden kan Roodkapje artistiek talent in een veelheid aan disciplines presenteren, in tentoonstellingen en tijdens events. De door Roodkapje geprogrammeerde disciplines omvatten performance, fotografie, vormgeving, illustratie en autonome kunst. Van alle projecten die omschreven worden in het prestatierooster zijn 20 producties (alle beeldende kunstproducties), BKV-producties. Dit betekent dat Roodkapje bij alle beeldende kunstproducties o.a. wil werken met jonge Rotterdamse kunstenaars zoals beschreven in de paragraaf “doelgroep”.

BIJLAGEN

A) DIRECTIE STICHTING ROODKAPJE

NAAM: LEON VAN BARNEVELD
ADRES: DE SAVORNIN LOHMANLAAN 111A, 3038 NH, ROTTERDAM
EMAIL: LEON@ROODKAPJE.ORG
FUNCTIE: ARTISTIEK DIRECTEUR

Relevante ervaring:

2001 - 2005 Audiovisuele Vormgeving; Grafisch Lyceum; Diploma behaald.
2005 - 2006 Culturele Maatschappelijke Vorming; Hogeschool Rotterdam; Propedeuse
2006 - 2007 Film, Televisie en Theater Wetenschappen; Universiteit Utrecht; 1 jaar
2007 - 2011 Kunst en Economie; Hogeschool voor de Kunsten Utrecht; afstudeerrichting Visual Arts and Design; Diploma behaald
2008 Stage Diafragma Films en Tentoonstelling. Research voor een foto-tentoonstelling over wijken in Rotterdam-Zuid.
2010 Stage Shop Around, agentschap en productiehuis. Projectmanager van diverse projecten (voornamelijk print) en productie voor de expositie 'Popjugend' in Galerie Majke Husstege in Den Bosch.
2010-2011 (afstudeer)stage Roodkapje; Projectleider van tentoonstellingen en events
2011-2015 Projectleider Roodkapje; externe zaken en events
2013-heden Lid van Muziekgroep WORM, 'centrum voor avantgardistische recreatie'; Boekingen en advies m.b.t. artiesten voor events
2014-heden Oprichting // eigenaar PXH. PXH is een label // uitgeverij die zich richt op handgemaakt releases (buttons, tapes, publicaties) met een kleine oplage
2015-heden Artistiek directeur Roodkapje

NAAM: JASPER GRIEP
ADRES: LAURIERSTRAAT 1A1, 3071 VC, ROTTERDAM
EMAIL: JASPER@ROODKAPJE.ORG
FUNCTIE: FINANCIËEL DIRECTEUR

Relevante ervaring:

2002-2015 Technisch producent Roodkapje; diverse projecten; o.a. R EJECT festival
2002-2015 Denktank / harde kern Roodkapje
2003-2005 Design Academy Eindhoven: Academy for Industrial Design; propedeuse
2005-2006 Henry van de Velde institute Antwerpen; Architectuur; 1 jaar
2009-heden Freelance design / engineering
2006-2008 Assistent projectleider in de bouw
2015-heden Financieel directeur Roodkapje

NAAM: NADIJA BROEKHART
ADRES: ZWAANSHALS 450, 3035KT, ROTTERDAM
EMAIL: NADIJA@ROODKAPJE.ORG
FUNCTIE: DIRECTEUR HOSPITALITY

Relevante ervaring:

1999-2002 MTS Mode&Kleding; richting Ontwikkeling; Diploma behaald
2001-2002 Stage Roodkapje; algemeen medewerker en projectleider
2003-2004 Willem de Kooning Academie; Introductiejaar
2002-2010 Projectleider Roodkapje; o.a. R EJECT festival en Roodkapje Catering
2006-heden Oprichter / Artistiek leider HipSick Unusual Theatre
2009-2011 Assistent manager exclusieve evenementenlocatie Scheveningen
2011-2015 Projectleider / Conceptontwikkeling Burgertrut; verdienmodel Roodkapje
2013 AHK De Theaterschool; Mime; Orientatiecursus
2013-2014 Projectleider Magnetronbar; kantine Roodkapje
2015-heden Directeur Hospitality Roodkapje

B) ARTISTIEKE TOETSING

De legitimatie van Roodkapjes programma wordt verhaald op haar instincten, het emotionele curatorschap en het aanvoelen dat er iets in de lucht hangt. Roodkapje werkt vanuit een onderbuikgevoel en herkent op intuïtieve wijze talent en kwaliteit.

Roodkapje ziet zichzelf in de rol van intermediair tussen de kunst(enaar) en het publiek. Het combineren van tegengestelden zoals high- en low-brow kunst, massacultuur en niche markt creëert een rijke voedingsbodem waar kunstenaar en publiek inspiratie uit kan halen. Dit doet Roodkapje door een dynamisch programma samen te stellen dat continu beweegt, ontkent, bevestigt, grenzen opzoekt, verbanden (ver)legt en ontkracht en reflecteert.

Roodkapje vindt het van groot belang om haar publiek te inspireren en te bewegen met de urgente en actuele onderwerpen die onze artiesten brengen. Roodkapje wil laagdrempelig zijn om een zo'n breed mogelijk publiek kennis te laten maken met zowel de meer als minder toegankelijke kunsten. Roodkapje denkt dat kunstbeleving door middel van een statische tentoonstelling niet meer volstaat en wil voldoen aan de vraag vanuit het publiek om meer keuze in aanbod en beleving.

Roodkapje ontdekt, onderzoekt en presenteert signaleringen en knelpunten van kunstenaars die het als hun noodzaak zien om te produceren, om denk-kaders te veranderen, uit te dagen, te prikkelen en de barricades op te gaan. Juist die groep artiesten die hun nek uit durven te steken, het experiment durven aan te gaan om vanuit een persoonlijke visie en fascinatie een werk te realiseren dat bijdraagt aan de ontwikkeling van hun kunstenaars- of muzikantenpraktijk en een impuls zijn voor de kunst- en muziekwereld en het publiek. We zijn vooral geïnteresseerd in artiesten die aan het begin van hun carrière staan en die nog niet door de gevestigde orde (h)erkend worden. Juist deze groep heeft behoefte aan ruimte in de breedste betekenis. Roodkapje vervult deze onderbelichte behoefte.

Roodkapje biedt exposure aan onbekend talent. Onder het mom van 'uit de kast, op de planken' wil Roodkapje onbekend talent een gezicht geven en met het organiseren van presentaties waarbij nieuwe kunststromingen blootgelegd worden die nog niet door het (brede) publiek worden herkend. Hierdoor wordt de humuslaag aangeboord en zichtbaar gemaakt.

C) PERSONEELSOVERZICHT

De personeelsbezetting bedraagt in zijn geheel +/- 11,4 FTE. De directieraad (2FTE) staat onder toezicht van een onbezoldigde Raad van Toezicht. Het uurtarief van de directie is 20 euro.

DE DIRECTIERAAD BESTAAT UIT:

- Artistiek directeur
- Zakelijk directeur
- Hospitality directeur

Tot de overhead wordt naast de directie gerekend boekhouding en facilitair (samen 0,2 FTE). Het uurtarief van boekhouding en facilitair bedraagt 15 euro.

Het totale personeelsbestand van onze horeca afdeling beslaat 7 FTE. Het gemiddelde uurtarief van deze afdeling is 15 euro.

DE HORECA AFDELING BESTAAT UIT:

- Manager
- Chefkok
- Bedienend personeel
- Keuken personeel

Projecten op het gebied van beeldende kunst en podiumkunsten worden geproduceerd door projectmedewerkers. Het team van projectmedewerkers beslaat 2,2 FTE. Het gemiddelde uurtarief voor dit team is 15 euro.

DE PROJECTMEDEWERKERS BESTAAN UIT:

- Projectleider(s)
- Locatiemanager / host
- Projectmedewerkers algemeen
- Vrijwilligers
- Vrijwilligerscoördinator
- Communicatiemedewerker en vormgever

Onze projecten, zowel op het gebied van beeldende kunst als podiumkunst worden ondersteund door een pool van 70 vrijwilligers. Vrijwilligers krijgen bij roodkapje een vrijwilligersvergoeding van 4,50 euro per uur. We verwachten per jaar 5000 werkuren aan vrijwilligers in te zetten.

1 FTE of 1 werkjaar is gelijk aan 1800 uur.

D) PLANNING 2017 + TOELICHTING

projects	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sept	Oct	Nov	Dec
Work In Progress				May 15 Apr 21 W.I.P. 2		May 15-30 EVALUATIE		Jul 10 Aug 10 W.I.P. 2	May 20-30 EVALUATIE		Oct 10 Nov 10 W.I.P. 2	Nov 20 Dec 10 EVALUATIE
Art Speed Dates		Feb 2 Mar 20 PRE-PRODUCTIE			May 21-22 EVENT			Jul 15-30 EVALUATIE/ PRE-PRODUCTIE	Sept 5-6 EVENT		Nov 15-30 EVALUATIE	
The Church Of Roodkapje		Feb 14-30 PRE-PRODUCTIE	Mar 10-12 EVENT		Apr 17 May 17 EVALUATIE/ PRE-PRODUCTIE		Jun 24-26 EVENT	Jul 15-30 EVALUATIE/ PRE-PRODUCTIE	Aug 11-13 EVENT	Aug 15-30 EVALUATIE/ PRE-PRODUCTIE	Sept 16-18 EVENT	Nov 15-30 EVALUATIE
Project Pitches				Mar 25 Apr 30 PRE-PRODUCTIE		Jun 23-25 EVENT		Aug 13-30 EVALUATIE/ PRE-PRODUCTIE		Sep 20-22 EVENT		Dec 1-30 EVALUATIE
Tentoonstellingen	Jan 29 Feb 30 PRE-PRODUCTIE			Mar 20 Apr 20 ECHO CHAMBER	May 1 May 30 EVALUATIE/ PRE-PRODUCTIE	Jun 20 Jul 20 NEGATIVE SPACE		Jul 28 Aug 20 EVALUATIE/ PRE-PRODUCTIE	Sept 1 Oct 1 BIOART	Oct 10 Oct 30 EVALUATIE/ PRE-PRODUCTIE	Nov 1 Nov 30 ELECTRONICS ARE THE NEW BLACK	Dec 1-30 EVALUATIE
ShowCase									Aug 30 Sept 20 PRE-PRODUCTIE			Dec 15-16 EVENT
Performance Popups		Feb 15 Mar 15 PRE-PRODUCTIE			May 29-30 EVENT	Jun 13-30 EVALUATIE/ PRE-PRODUCTIE		Jul 25-26 EVENT		Sept 24 Oct 5 EVALUATIE		
UberPop-Up		Feb 15 Mar 15 PRE-PRODUCTIE				Jun 25-27 EVENT	Jul 13-30 EVALUATIE/ PRE-PRODUCTIE	Aug 15-17 EVENT			Nov 4-30 EVALUATIE	
WinterWolven	Dec 10-30 2016 PRE-PRODUCTIE	Jan 7-8 EVENT				Jul 2-30 EVALUATIE						
Muziek												Dec 1-15 EVALUATIE
Publicatie											Nov 1 Dec 30 PUBLICATIE	

PLANNING DETAILS

De bovengenoemde planning is een specifieke planning voor 2017, welke als onderliggend document kan functioneren voor de planning van de opvolgende jaren.

ART SPEED DATES (2 PRODUCTIE) (200 BEZOEKERS)

Roodkapje produceert twee Art Speed Dates per jaar, waar (jonge) kunstenaars in contact komen met organisaties en elkaar om zichzelf te presenteren. De kunstenaars werken onderling en gezamenlijk aan een presentatie die in Roodkapje getoond wordt.

PROJECT PITCHES (2 PRODUCTIE) (200 BEZOEKERS)

Met deze Project Pitches presenteert Roodkapje een platform waarop jonge kunstenaars projecten kunnen pitchen en gecoached worden om dit te vertalen naar een tentoonstelling o.i.d.

THE CHURCH OF ROODKAPJE (4 PRODUCTIE) (500 BEZOEKERS)

Roodkapje start in 2017 ook met zijn eigen kerk; vier keer per jaar presenteert ze informele artists talks, installaties en uiteraard op zondagochtend een speciale dienst. De invulling hiervan ligt in handen van één of meerdere kunstenaars.

TENTOONSTELLINGEN (2 PRODUCTIE) (500 BEZOEKERS)

Naast losse ad hoc projecten presenteert Roodkapje in 2017 ook vier reguliere tentoonstellingen.

SHOWCASES (1 PRODUCTIE) (50 BEZOEKERS)

Aan het eind van het jaar toont Roodkapje in de ShowCase 10 werken van kunstenaars die mede door de artspeeddates of de projectpitches zijn ontwikkeld.

WORK IN PROGRESS [WIP] (3 PRODUCTIE) (50 BEZOEKERS)

Drie keer per jaar is de tentoonstellingsruimte van Roodkapje een Work in Progress ruimte. Een kunstenaar of collectief werkt in het openbaar naar een eindproduct. Dit kan een beeldend werk zijn, maar ook een film of performance. Zolang het publiek maar gedurende 3 tot 5 weken het proces heeft kunnen zien.

PERFORMANCE POPUPS (2 PRODUCTIE) (1500 BEZOEKERS)

Twee keer per jaar presenteert Roodkapje op een alternatieve locatie een pop up performance. Verwacht een spraakmakende performance op een drukke locatie. Een winkelcentrum, een vervoersmiddel; alles kan en alles mag. En laat na afloop diepe indruk achter.

UBERPOP-UP (2 PRODUCTIE) (100 BEZOEKERS)

Twee keer een heel weekend ontwikkelt Roodkapje een tour met drie performances op locatie. Het publiek wordt op een alternatieve manier vervoerd naar alle performances, om de totaalervaring te vergroten.

WINTERWOLVEN (1 PRODUCTIE) (300 BEZOEKERS)

Winterwolven is de publiekstrekker van Roodkapje. Dit multimediaal kunstfestival presenteert één avond alles wat kan: beeldende kunst, performances, theater, muziek, disco en alles wat hier niet onder valt. Steevast op de eerste vrijdag van het jaar weet het publiek dat ze bij Roodkapje moeten zijn voor een avond die ze nooit meer vergeten.

MUZIEK *(12 PRESENTATIES) (600 BEZOEKERS)*

Minstens één keer per maand host Roodkapje een muziekavond in de kelder aan de Teilingerstraat. Van vernieuwende gitaarbandjes tot een alternatieve dansavond; Roodkapje trekt al sinds 2000 een breed uitgaanspubliek.

PUBLICATIE *(1 PRODUCTIE) (5000 BEZOEKERS)*

Het jaar wordt afgesloten met een publicatie met een terugblik van het jaar, maar ook met een blik naar de toekomst.

E) MEERJARENBEGROTING

1/2

normbegroting
2017 - 2020 realisatie 2014

A. EIGEN INKOMSTEN	€ 471.800,00	€ 477.082,00	
Directe inkomsten	€ 422.800,00	€ 441.019,00	
A1. Publieksinkomsten			
Inkomsten horeca	€ 375.000,00	€ 374.579,00	omzet Burgertrut + horeca bij presentaties
Entreegelden	€ 7.800,00	€ 6.843,00	entreegelden
A2. Sponsorinkomsten	€ -	€ -	
A3. Overige directe inkomsten			
diverse overige directe inkomsten	€ 40.000,00	€ 59.597,00	overige bijdragen 66.440 minus entreegelden 6.84.
Indirecte inkomsten			
A4. Diverse inkomsten (specificatie)	€ -	€ -	
A5. Overige bijdragen uit private middelen	€ 49.000,00	€ 36.063,00	
Crowdfunding	€ 10.000,00	€ -	
Diverse fondsen nader te bepalen	€ 30.000,00	€ 27.313,00	Dit was in 2014
			SNS € 6.250,00
			VSB € 6.250,00
			Prins Bernhard cultuurfonds € 7.313,00
			Overige subsidies € 7.500,00
Goede doelenloterijen	€ 9.000,00	€ 8.750,00	
B. SUBSIDIES	€ 185.000,00	€ 137.530,00	
B1. Meerjarige subsidie OCW	€ -	€ -	
B2. Meerjarige subsidie cultuurfonds	€ -	€ -	
B3. Subsidie gemeente Rotterdam in het kader van het Cultuurplan	€ 120.000,00	€ -	
B4. Structurele publieke subsidie overig: BKV	€ 65.000,00	€ 62.000,00	
B5. Overige subsidies/bijdrage uit publieke middelen		€ 75.530,00	Dit was in 2014
			Dienst Kunst en Cultuur € 68.030,00
			Fonds Podiumkunsten SKIP € 500,00
			Popunie € 5.000,00
			Deelgemeente Noord € 2.000,00
			Toelichting ivm aansluiting op jaarrekening 2014
			ontvangen subsidies 2014 € 111.593,00
			fondsen € 27.313,00
			loterij € 8.750,00
			overige publieke subsidies € 75.530,00
Som der baten (A+B)	€ 656.800,00	€ 614.612,00	

C. BEHEERSLASTEN	FTE	tarief	€ 154.400,00	€ 91.560,00
C1. Beheerslasten personeel			€ 77.400,00	€ 34.496,00
Directie	2,0	€ 20,00	€ 72.000,00	€ 29.383,00
Overig personeel	0,2	€ 15,00	€ 5.400,00	€ 5.113,00
C2. Beheerslasten materieel			€ 77.000,00	€ 57.064,00
Huisvestingslasten			€ 55.000,00	€ 36.076,00
Kantoorkosten			€ 17.000,00	€ 16.649,00
Afschrijvingskosten			€ 5.000,00	€ 4.339,00
D. Activiteitenlasten			€ 502.400,00	€ 516.345,00
D1. Activiteitenlasten personeel			€ 331.000,00	€ 354.778,00
Horeca management en personeel	7,0	€ 15,00	€ 189.000,00	€ 202.241,00
Projectmedewerkers	1,6	€ 15,00	€ 43.200,00	€ 40.631,00
Communicatie en vormgeving	0,5	€ 15,00	€ 13.500,00	€ 11.896,00
Inhuur derden: kunstenaars, hosts, technicus etc.			€ 20.000,00	€ 24.413,00
Honorarium kunstenaars BKV (70% bkv budget)			€ 45.500,00	€ 37.219,00
Vrijwilligerscoördinator	0,1	€ 15,00	€ 2.700,00	€ 3.405,00
Vrijwilligers (uren)	3.800	€ 4,50	€ 17.100,00	€ 34.973,00
D2 Activiteitenlasten materieel			€ 171.400,00	€ 161.567,00
Inkoop horeca			€ 135.000,00	€ 132.828,00
Productiekosten programma			€ 23.000,00	€ 17.697,00
Publiciteit en marketing events			€ 5.400,00	€ 7.359,00
Transport-, reis- en verblijfskosten			€ 4.000,00	€ 3.683,00
Onvoorzien / diversen			€ 4.000,00	€ -
Som der lasten (C+D)			€ 656.800,00	€ 607.905,00
Saldo (som der baten - som der lasten)			€ -	€ 6.707,00

F) INVULLING PRESTATIERASTER 2017

Projecten	Productie	Presentaties	Aantal kunstenaars totaal van producties	Bezoekers totaal van producties	Periode per productie
Art Speeddates	2		40	200	2 dagen
Project Pitches	2		20	200	2 dagen
Church of Roodkapje	4		10	500	1 weekend
Tentoonstellingen	2		6	500	3 weken
Showcases	1		10	50	1 dag
Work in Progress	3		3	50	3 – 5 weken
Performance PopUps	2		5	1500	1 dagdeel
Uber Popup	2		3	100	1 weekend
Winterwolven	1		12	300	1 dagdeel
Muziek		12	36	600	1 dagdeel
Publicatie	1		1	5000	Nvt
TOTAAL	20	12	152	9500	