



TIKTAK Festival | Delio Nijmeijer

rotterdam
festivals!

ROTTERDAM FESTIVALS JAARVERSLAG 2019

—
INCLUDING ENGLISH SUMMARY

INHOUDSOPGAVE

WAAROM WE DOEN WAT WE DOEN 3

VOORWOORD 5

Over de Sleeping Giants en
het verborgen talent van de stad

FESTIVALS 7

- Verrassen met nieuwe festivals 8
- Onze topevenementen versterken 11
- Evenementen voor alle Rotterdammers presenteren 15
- Hoe we de sector samen sterker maken 16

CULTUURPARTICIPATIE 23

- Culturaanbod presenteren en promoten 23
- Onderzoek doen 25

BEDRIJFSVOERING 28

VERSLAG RAAD VAN TOEZICHT 29

ENGLISH SUMMARY 30

BIJLAGEN 32

- Bijdrage Festivals 32
- Leden en Profiel Raad van Toezicht 33

PARTNERS, DANK JULLIE WEL! 35

COLOFON 35



Baroeg Open Air | Martijn Berlage



Parfum de BoemBoem | Fleur Beerthuis

WAAROM WE DOEN WAT WE DOEN

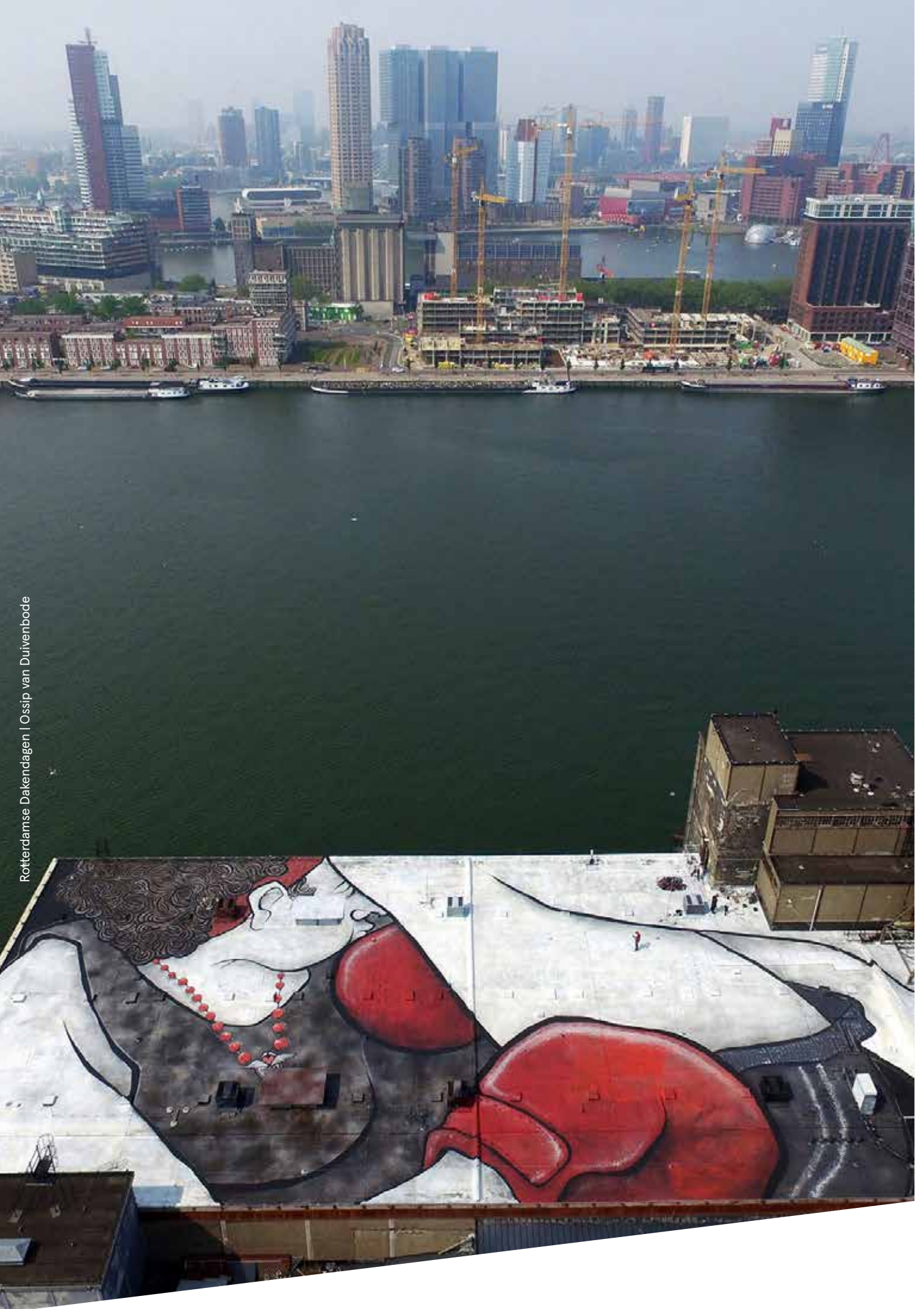
Bij Rotterdam Festivals willen we dat iedereen – jong, oud, arm, rijk, Rotterdammer of niet-Rotterdammer, hoog- of laagopgeleid en of je nu binnen of buiten Nederland woont – geniet van de festivals en de kunst en cultuur van de stad.

Wij geloven dat kunst en cultuur je leven mooier en rijker maken en ons, als mensen en als Rotterdammers, dichter bij elkaar brengen.

Daarom maken wij elk jaar de mooiste evenementenkalender van het land, waarin voor iedereen iets te doen is dat bij je past, je verrast en waardoor je voelt: ja, dít is Rotterdam. En daarom zorgen we dat zo veel mogelijk verschillende mensen weten wat er op cultureel gebied in Rotterdam te beleven is, en doen we onderzoek naar de wensen van ons publiek.

Wij kennen de stad, het publiek en de festivalorganisatoren en culturele instellingen. Samen maken we Rotterdam mooier en sterker. Met elkaar. Voor iedereen.





VOORWOORD



OVER DE SLEEPING GIANTS EN HET VERBORGEN TALENT VAN DE STAD

Je ziet ze pas als je met een vliegtuig over de stad zou vliegen. Of als je inzoomt op Google Earth. Ze zijn verborgen, maar ze zijn er wel.

De Sleeping Giants zijn twee enorme schilderijen op het dak van de Maassilo en van Zwemcentrum Rotterdam. Een Frans kunstenaarsduo maakte ze dit jaar, samen met jongeren uit de buurt.

De schilderijen raken me. De reuzin op de Maassilo, die, met haar bokshandschoenen aan, een dutje doet om straks uitgerust aan haar volgende ronde te beginnen; de reus op het Zwemcentrum, opgekruld als een slapend kind, die zo meteen zal vliegen en het nest verlaten. De Sleeping Giants raken me ook door waar ze volgens de makers voor staan: het verhaal van het verborgen talent van de stad.

‘Laten we het talent benutten dat de stad rijk is’: dat is, vanaf het ontstaan van Rotterdam Festivals, ons uitgangspunt. We barsten in Rotterdam van de energieke plannenmakers, hemelbestormers en initiatiefnemers met ideeën die de stad mooier maken. Geef je deze talenten de ruimte en de aandacht die ze verdienen, dan krijg je festivals en evenementen van de stad, voor de stad en een evenementenkalender die past bij Rotterdam en bij de Rotterdammers. Deze manier van werken is succesvol. Ook in 2019. (Je leest erover in dit jaarverslag.) Maar het succes is niet vanzelfsprekend.

Rotterdam wil internationaal en grensverleggend zijn. Toch waren er in 2019 steeds meer dagen waarin voorzichtigheid en het voorkomen van risico’s voorop leken te staan, dagen waarop Rotterdam een stad van regels leek te worden en grenzen wilde stellen in plaats van verleggen. Dat levert spanning op. Want risico’s vermijden staat tegenover vernieuwen.

Plannenmakers hebben ruimte nodig: mentaal, financieel én fysiek. Wij blijven bijdragen aan een stad die oplossingen zoekt, de nek uitsteekt en durft te experimenteren. Ook de komende jaren geven wij volop ruimte aan de verborgen talenten van de stad en werken we aan de voorwaarden om hen tot bloei te laten komen. Alleen zo blijft Rotterdam verrassend en vernieuwend. En alleen zo blijft Rotterdam een stad voor ons allemaal.

*Johan Moerman,
directeur/bestuurder Rotterdam Festivals, maart 2020*

In 2018 ontving Johan Moerman de Cultuurpenning van de stad Rotterdam. Hieraan was een bedrag van € 5000,- verbonden. Johan schonk dit bedrag aan het Sleeping Giants-project. Het project werd gemaakt in het kader van de Rotterdamse Dakendagen.



De Grote Schijn | Fleur Beerthuis

FESTIVALS

We presenteren festivals en evenementen die passen bij de stad Rotterdam en bij een zo breed mogelijk publiek. Daarom zetten we elk jaar minstens vijf nieuwe verrassende festivals op de evenementenkalender, versterken we onze topevenementen en zorgen we ervoor dat er echt voor iedereen in de stad een passend aanbod is.

Er zijn festivals voor iedereen

Rotterdam is onze inspiratiebron



We gaan uit van het initiatief in de stad

VERRASSEN MET NIEUWE FESTIVALS

Zes nieuwe festivals vormden dit jaar sprankelende toevoegingen op de evenementenkalender. Zo stond Kingsland Festival voor het eerst op de programmering van Koningsdag en vond het TIKTAK Festival voor de eerste keer plaats. Vier andere interessante nieuwkomers en de uitbreiding van het Nationale Vuurwerk van één naar drie locaties lichten we hier voor je uit.

De Grote Schijn

Hoe kun je het Kralingse Bos op een andere manier inzetten als festivallocatie? Het eenmalige project De Grote Schijn wierp, letterlijk, een nieuw licht op deze vraag, met het park zelf als belangrijk onderdeel van het festival. De betoverende avondwandelingen door het bos, met lichtprojecties, fluisterende bomen en magische klanken, verkochten volledig uit. Bezoekers gaven zowel het programma als de aantrekkelijkheid van de locatie een 8,2. 75 procent van hen noemde de locatie als belangrijkste factor voor hoe ze het festival beleefden.



RotjeKoor

103 koren, met zangers van jong tot oud, op vijftig podia in de binnenstad, geheel georganiseerd door vrijwilligers. RotjeKoor trok op haar allereerste editie naar schatting 10.000 bezoekers, die meedanst en -zongen op koorliedjes van dit 'meest gerse korenfestival van Rotterdam'.

A Day at the Park

Binnen de dancefestivals was A Day at the Park een opvallende nieuweling. De organisatie zette een strak georganiseerd feest neer met een stevige programmering en productie. Ook de randzaken klopten: verzorgde aankleding van het terrein, voldoende toiletten, geen rijen bij de horecagelegenheden. A Day at the Park was een aantrekkelijke Rotterdamse versie van het concept dat eerder in Amsterdam liep – ook dankzij de samenwerking met lokale Rotterdamse partijen en ondernemers. De bezoekers waardeerden het festival bovengemiddeld, met een 8,8.

BIRDfest

BIRDfest programmeerde avontuurlijke, gedurfde muziek en bood een podium voor jong opkomend talent. Hiermee vormde het festival een interessante aanvulling op het 'reguliere' muziekaanbod in de stad. BIRDfest trok in vergelijking met andere festivals vooral veel Stadse Alleseters, Elitaire Cultuurminnaars en Digitale Kijkers**.



Vuurwerkshows in Hoek van Holland en Nesselande

Het Nationale Vuurwerk was in 2019 spectaculairder dan ooit, met twee extra vuurwerkshows in Hoek van Holland en Nesselande. Het initiatief voor deze nieuwe locaties kwam van de gemeente, als toevoeging aan de vuurwerkshow bij de Erasmusbrug en het Nationale Kinder Vuurwerk. 70.000 bezoekers kwamen kijken naar de show bij de Erasmusbrug, het Nationale Kinder Vuurwerk trok 7.500 bezoekers. In Nesselande waren 5.500 bezoekers, in Hoek van Holland 3.500.

Left of the Dial

Dit showcasefestival is weliswaar niet meer gloednieuw, maar het vermelden waard: hun tweede editie trok twee keer zoveel bezoekers als het eerste jaar, van 1.400 naar bijna 2.900.

”

‘Vaak had je geen idee wie de jonge waaghalzen met blosjes op hun wangen waren die nu weer de nagels van hun vingers stonden te raggen. Dat maakte deze tweede editie van het festival een avontuurlijk shotje rock-vertrouwen voor de toekomst.’

NRC Handelsblad over Left of the Dial

**Het Rotterdamse Doelgroepenmodel

hoofdgroepen	subgroepen	leeftijd	18 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 54	55 - 64	65+
Cultuur als vanzelfsprekend (heavy users)	15%* Stadse Alleseters hoog opgeleide starter, centrum, avontuurlijk			■				
	4% Elitaire Cultuurminnaars hoog opgeleid, brede culturele interesses					■		
	3% Klassieke Kunstliefhebbers hoog opgeleid, traditionele culturele interesse							■
Cultuur als optie (medium users)	6% Actieve Families jong gezin, middelbaar tot hoog opgeleid, brede interesse			■				
	5% Randstedelijke Gemakzoekers gezin met (oudere) kinderen, middelbaar tot hoogopgeleid, buitenwijken			■				
Cultuur als ongebruikelijk (light users)	9% Digitale Kijkers middelbaar tot hoog opgeleid, veel op internet, stappen en populaire cultuur		■					
	36% Stedelijke Toekomstbouwer laag tot middelbaar opgeleid, breed en divers		■					
	21% Wijkgerichte Vrijtijdsgenieters laag opgeleid, huis- en wijkgericht					■		

*De percentages representeren de aanwezigheid in de stad Rotterdam.

Meer informatie over het Rotterdamse Doelgroepenmodel vind je hier: <https://zakelijk.rotterdamfestivals.nl/kennisbank/het-rotterdamse-publiek>



'Black Pumas bleek de perfecte headliner voor BIRDFest, een kleinschalig festival rond nieuwe jazz, soul en hiphop.'

NRC Handelsblad over BIRDFest



Left of the Dial | Thijske Klamer



BIRDFest | Fleur Beerthuis



Nationale Vuurwerk | Peter Bezemmer

ONZE TOPEVENEMENTEN VERSTERKEN

Onze topevenementen bestaan uit langere periodes, met meerdere evenementen op verschillende locaties, rond een thema dat karakteristiek is voor de stad: Rotterdam als moderne architectuurstad tijdens Rotterdam Architectuur Maand bijvoorbeeld, en als culturele wereldstad tijdens Art Rotterdam Week en de North Sea Jazz-weken. Met onze themaperiodes rond topevenementen spreken we een breed publiek aan en vergroten we de herkenbaarheid van de stad Rotterdam voor bezoekers uit binnen- en buitenland. De themaperiodes leiden tot nieuwe samenwerkingen met partners binnen en buiten de culturele sector, en ze zorgen voor saamhorigheid en verbinding in en met de stad.

”

★★★★★ – The Guardian over NSJ



Belangrijke versterkers

We werken voortdurend aan het versterken van onze topevenementen. Dat doen we door activiteiten en locaties toe te voegen aan de periode rond zo'n topevenement. Hieronder vind je een aantal belangrijke 'versterkers' waarmee we in 2019 onze topevenementen nog interessanter maakten voor het publiek.

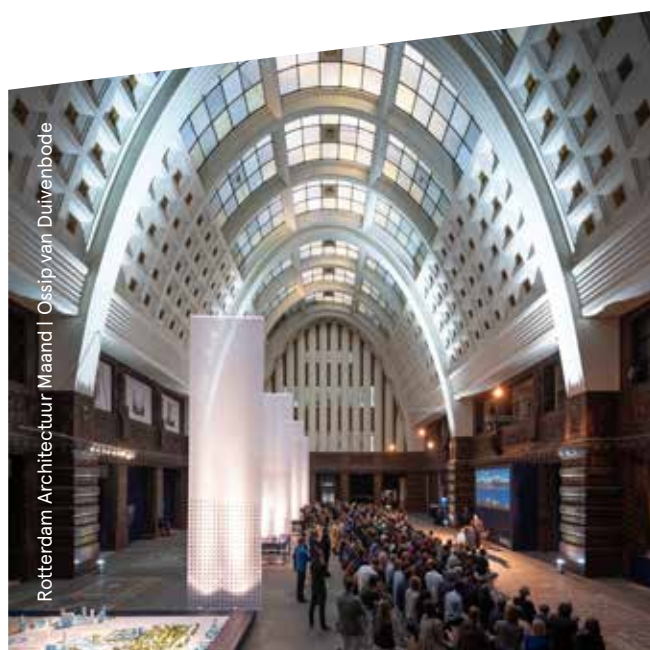


The New Current: waardevolle toevoeging voor Art Rotterdam Week

The New Current geeft de nieuwste generatie Nederlandse kunstenaars de kans om hun werk te laten zien aan een groot publiek. Het Rotterdamse platform vormde voor het eerst een onderdeel van de Art Rotterdam Week. Met jonge kunst van vernieuwende makers is The New Current een waardevolle aanvulling op het werk van de meer gevestigde kunstenaars tijdens Art Rotterdam Week.

POST Podium als centrale ontmoetingsplaats van de Rotterdam Architectuur Maand

Het vroegere postkantoor op de Coolingsingel werd speciaal voor de Rotterdam Architectuur Maand getransformeerd tot ontmoetings- en informatieplaats voor bezoekers. POST Podium vormde het 'hoofdpodium' te midden van alle grote en kleine initiatieven van de Rotterdam Architectuur Maand en trok bijna 27.000 bezoekers. Rotterdam Architectuur Maand bestond dit jaar uit meer dan vijftig programmaonderdelen, georganiseerd door vele partners in de stad.



Fabrique Mozaïque en de Nacht van de Kaap versterken maritieme themaperiode

Hoe vertel je het verhaal van de haven, als voorbeeld van de nieuwe maakindustrie en als koploper als het gaat om duurzaamheid en innovatie, aan een jong en nieuw publiek? **Fabrique Mozaïque** zoekt naar plekken in de haven die interessant zijn als festivallocatie; de Vlaamse band Triggerfinger trad op in de Onderzeebootloods, er was een randprogramma op Heijplaat en zanger Typhoon hield zijn 'Akoestische Verandasessies' bij hotspot Weelde.

Het Deliplein werd te klein voor het succes van de **Nacht van de Kaap**. Daarom verhuisde het festival dit jaar naar het parkeerterrein voor de SS Rotterdam. De Nacht van de Kaap had, ondanks het slechte weer, 8.000 bezoekers. De Wereldhavendagen waren het bruisende middelpunt van deze maritieme periode.

Rotterdam Unlimited

Achter de schermen was het een behoorlijk gepuzzel om te zorgen dat Rotterdam Unlimited haar oude vertrouwde succes werd. Zoals elk festival in de stad heeft Rotterdam Unlimited te kampen met de nieuwe eisen aan festivals en met de afgenomen beschikbaarheid van locaties. Maar Rotterdam Unlimited wordt, doordat het een gratis festival is dat enorme bezoekersaantallen trekt en bovendien verspreid door de hele stad plaatsvindt, hierdoor voor extra uitdagingen gesteld. Toch werd het opnieuw een wervelende editie, met de Zomercarnavalparade als energiek hoogtepunt.



Fabrique Mozaïque | Jeroen Roest

Succesvol Rotterdam Street Culture Weekend verbindt sport en cultuur

Rotterdam Street Culture Weekend had dit jaar zijn tweede editie. Het aanbod was flink uitgebreid, met onder meer sportevenementen die in 2020 Olympisch worden, zoals het NK Skateboarden en 3x3 Basketbal, en een breakdanceonderdeel. Rotterdam Topsport en Gemeente Rotterdam waren belangrijke samenwerkingspartners. De publieksoening was in WORM en voor de programmering werd onder meer met de Kunsthal samengewerkt. Een groot deel van het festival speelde zich dit jaar niet meer af in het Merwe-Vierhavengebied maar op Zuid. Het bezoekersaantal steeg van 23.000 (in 2018) naar 32.000 en bezoekers waardeerden het festival met een 8 (dit was een 7,5 in 2018). Internationale kunstenaars maakten tijdens POW! WOW! blijvende muurschilderingen in de Afrikaanderwijk.



61 FINANCIËEL
ONDERSTEUNENDE EVENEMENTEN
- 2 T.O.V. 2018

6 NIEUWE EVENEMENTEN
OP DE KALENDER
- 1 T.O.V. 2018

2,0
MILJOEN
BEZOEKEN
+ 100.000 T.O.V. 2018

37% BEZOEKERS
VAN BUITEN DE REGIO

64% ROTTERDAMMERS
BEZOEKT EEN OF MEER VAN ONZE EVENEMENTEN

7.8
WAARDERING
PROGRAMMA

7.9
WAARDERING
ANDERE ASPECTEN

7.8 LOCATIE
8 ANDERE BEZOEKERS
8.2 GASTVRIJHEID
7.6 INFORMATIEVOORZIENING

* Cijfers zijn gebaseerd op de behaalde resultaten van 2019.



A Day at the Park | Shotmaniacs

EVENEMENTEN VOOR ALLE ROTTERDAMMERS PRESENTEREN

Ben je Rotterdammer? Dan moeten er festivals en evenementen zijn die je verrassen en waarbij je je thuis voelt. Daarom presenteren we uiteenlopende festivals – van dance tot taptoe en van het Arab Film Festival tot de Operadagen Rotterdam – , elk met zijn eigen sfeer, karakter en publiek. Een aanbod, kortom, dat net zo gevarieerd is als de Rotterdammers zelf. Onderstaande festivals zijn mooie voorbeelden van hoe we dit jaar verschillende Rotterdammers bereiken.

Deze festivals trokken veel verschillende doelgroepen

Naar festivals zoals Reggae Rotterdam en Get Loose kwamen dit jaar opvallend veel Stedelijke Toekomstbouwers. Rotterdam Zingt, dat in 2019 verhuisde naar het Schouwburgplein omdat het Grotekerkplein te klein voor ze werd, trok dit jaar meer publiek, waaronder veel Wijkgerichte Vrijtijdsgenieters. Metropolis, het jaarlijkse gratis toegankelijke openluchtfestival, wist

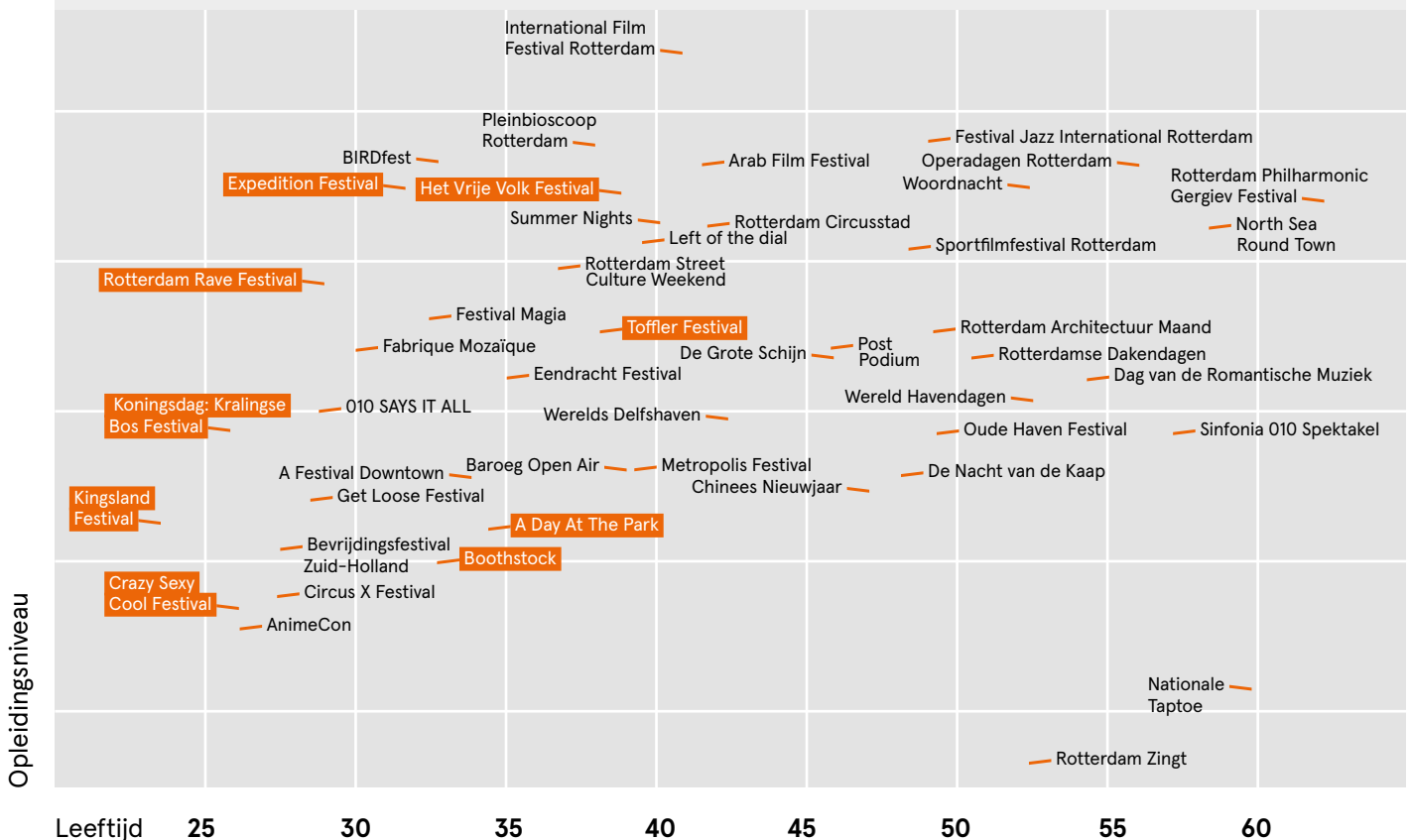
naast Stedelijke Toekomstbouwers ook veel Digitale Kijkers, Actieve Families en Stadse Alleseters te trekken. Van het totaal aantal bezoekers van de Nationale Tap-toe was ruim een kwart Wijkgerichte Vrijtijdsgenieters.

Dancefestivals: aanvullend, jong en divers publiek

In 2015 en 2016 deden we publieksonderzoek naar de verschillende dancefestivals in de stad. Dit jaar voerden we dit onderzoek opnieuw uit. De uitkomsten waren om meerdere redenen interessant. Waarom? Ten eerste blijkt uit het onderzoek dat we met dancefestivals een publiek bereiken dat we met andere festivals minder goed bereiken. Dit publiek is bovendien jonger dan op andere festivals. Tot slot toont het onderzoek aan dat het publiek *binnen* de dancefestivals heel gevarieerd is. Met onze dancefestivals bereiken we vooral Stedelijke Toekomstbouwers, Actieve Families en Wijkgerichte Vrijtijdsgenieters.

Spreadingsdiagram

Hieronder zie je het bereik van onze festivals, gebaseerd op het laatste bij ons bekende publieksonderzoek. Het bereik van de dancefestivals is aangegeven in oranje.



HOE WE DE SECTOR SAMEN STERKER MAKEN

*Rotterdammers houden van hun festivals. Merkad-
viesbureau Hendrik Beerda onderzocht in 2019 hoe
Nederlanders hun eigen stad ervaren. 'Goed aanbod
van culturele festivals en evenementen' stond bij Rot-
terdammers op nummer één. Ook economisch zijn
festivals goed voor de stad. Onderzoek van Erasmus
Universiteit toont aan dat de evenementensector in
2018 68 miljoen euro omzette; een stijging van maar
liefst 80 procent ten opzichte van 2011. En Rotterdam
won in 2019, voor de derde keer, de IFEA World Festi-
val & Event City Award, een internationale prijs voor
steden met een inspirerend evenementenbeleid.*

”

*'Rotterdam continues to serve as a
model to be emulated throughout
our global industry.'*

Juryrapport World Festivals and Events City Award 2019

Ook achter de schermen zetten we ons in

Niet alleen voor, maar ook achter de schermen dragen we bij Rotterdam Festivals voortdurend bij aan het sterker maken van de sector. Bijvoorbeeld door, samen met onze partners in de stad, oplossingen te bedenken voor het tekort aan beschikbare locaties, door onderzoek op maat uit te voeren voor onze festivalorganisatoren, en door duurzaamheid te promoten.

Oplossingen voor het gepuzzel met de ruimte

De vraag naar festivals blijft groot. Tegelijkertijd zijn er juist steeds minder locaties voor evenementen en festivals. Dit maakt het werk voor festivalorganisatoren lastig. Ze kunnen minder flexibel zijn, er is minder ruimte voor creativiteit en vernieuwende plannen, en de drempel voor nieuwkomers wordt hoger.

Hoe lossen we met elkaar het gepuzzel met de ruimte op? Onze voorstellen voor oplossingen voor het locatiegebrek publiceerden we dit jaar in de notitie 'Een aantrekkelijke wereldstad waar rust en reuring samengaan' [<https://zakelijk.rotterdamfestivals.nl/nieuws/een-aantrekkelijke-wereldstad-waar-rust-en-reuring-samengaan>] Gemeente Rotterdam reageerde positief op deze voorstellen. We vertrouwen erop dat zij met maatregelen zal komen. Zo kunnen we er met elkaar voor zorgen dat Rotterdam een topfestivalstad blijft, voor iedereen.

Deze situatie leverde ook voor ons uitdagingen op bij het samenstellen van de evenementenkalender van 2020. Maar we slaagden erin een mooie evenwichtige kalender samen te stellen, met het Eurovisie Songfestival als een van de hoogtepunten.



INTERVIEW FRANC FRAAIJ

EVENTENKALENDER 2020: NIEUWE FESTIVALS, ALTERNATIEVE LOCATIES

Op 20 november maakten Rotterdam Festivals en Gemeente Rotterdam samen de evenementenkalender voor 2020 bekend. Wat kunnen we komend jaar aan festivals en evenementen in de stad verwachten? Hoe zit het met het minder aantal beschikbare locaties? En wat is er nieuw op de kalender? Franc Faaij, senior projectleider festivals, vertelt je meer.

HOE KOMT DE EVENEMENTENKALENDER EIGENLIJK TOT STAND?

'Elk jaar kunnen initiatiefnemers en organisatoren tot 1 september hun plannen voor festivals of evenementen bij ons indienen. We hebben inhoudelijke criteria waarop we de plannen beoordelen. Daarnaast vinden zowel de gemeente als wij het belangrijk dat er een goede spreiding is van de festivals over de verschillende locaties van de stad en door het hele jaar heen. Zodat er genoeg te doen is, maar er tussen de festivals door ook voldoende rust is. Dus daar kijken we ook naar. Vanaf september zijn we volle bak bezig met al deze zaken. Totdat we een goede en evenwichtige kalender hebben samengesteld.'

WAAR LET JE OP BIJ HET BEOORDELEN VAN EEN PLAN VOOR EEN FESTIVAL OF EVENEMENT?

'Festivals maken de stad leuker. Voor bezoekers van buiten, maar zeker ook voor de bewoners. We vinden het daarom belangrijk dat een festival of evenement echt past bij de stad en bij de Rotterdammers zelf. Dus we letten er bijvoorbeeld op of je festival aansluit bij een typisch Rotterdam thema, zoals "de haven" of "architectuur". Of dat je evenement interessant is voor Rotterdammers voor wie nu nog niet genoeg aanbod is qua festivals en evenementen. Want we willen dat er voor iedere Rotterdammer iets te doen is in de stad dat bij hem of haar past.'

HOE ZIT HET MET DE SPREIDING VAN DE FESTIVALS OVER DE STAD EN DOOR HET JAAR HEEN?

'Dat is best een puzzel. De stad wordt sowieso drukker en voller, er is minder plek. Ook kwamen er dit jaar striktere beleidsregels over het aantal evenementen per locatie en over de hersteltijd tussen festivals in. En er zijn het komen-



de jaar werkzaamheden in de stad, zoals in het Museumpark, dat hierdoor tijdelijk niet beschikbaar is. Door al deze zaken zijn we minder flexibel, dat maakt het zoeken naar oplossingen lastiger.'

'Rotterdam is een van de beste festivalsteden van Europa. Dit jaar wonnen we de IFEA Award, een internationale prijs voor goed evenementenbeleid'

HOE LOS JE DAT GEPUZZEL DAN OP?

'We werken samen met de gemeente om slimmer om te gaan met de locaties die er al zijn. Bijvoorbeeld door te zorgen dat een park sneller is om te bouwen tot evenementlocatie. Ook gaan we beter gebruikmaken van bestaande locaties. Zo organiseert Weelde, in het M4H-gebied, nu al kleinschalige feesten en activiteiten; zij organiseren volgend jaar voor het eerst op hun locatie het Weeldefestival. En I love Urban, een nieuw festival met Jandino Asporaat als boegbeeld, vindt plaats in Oeverpark Nesseland, dat eerder alleen nog voor CuliNesse werd gebruikt. En, als derde oplossing: we zoeken naar nieuwe locaties.'

ZIJN ER NOG WEL NIEUWE LOCATIES VOOR FESTIVALS IN DE STAD?

'Een mooi voorbeeld hiervan is Park De Twee Heuvels in IJsselmonde; het enige glooiende gebied van Rotterdam, trouwens. Het park - twee haltes voorbij De Kuip en je bent er - heeft het afgelopen jaar een opknopbeurt gekregen. Hier komt volgend jaar voor het eerst een festival: het nieuwe Parkzicht Outdoor. De naam verwijst naar Parkzicht, in de jaren negentig de bakermat van de Rotterdamse gabbercultuur. We verwachten veel bezoekers van de oude garde van toen, maar ook veel nieuw jong publiek.'

WAAR BEN JE TROTS OP ALS JE NAAR DE EVENEMENTENKALENDER KIJKT?

'Rotterdam is een van de beste festivalsteden van Europa. Dit jaar wonnen we de IFEA Award, een internationale prijs voor goed evenementenbeleid. En Rotterdammers zetten hun stad op 1 als het gaat om festivals. Ik kijk uit naar de nieuwe festivals, ik noemde er net al een paar, waarmee we nieuwe doelgroepen Rotterdammers aanspreken. Ook het noemen waard is het Rotterdam Street Culture Weekend, dat vorig jaar voor het eerst was. Het mooie van RSCW vind ik dat het zo internationaal is, en dat het tegelijkertijd volledig door de bewoners van de Afrikaanderwijk omarmd wordt. En we beginnen het jaar feestelijk, met het Nationale (Kinder) Vuurwerk, met voor het eerst vuurwerkshows in Hoek van Holland en Nesseland, die synchroon lopen met de show bij de Erasmusbrug.'

<https://www.rotterdamfestivals.nl/agenda/>



Baroeg Open Air | Brian van Rensen

Onderzoek op maat

Om onze festivalorganisatoren te ondersteunen bij hun beslissingen doen wij regelmatig onderzoek op maat. Dit jaar onderzochten we voor festival Baroeg Open Air wat het effect zou zijn op de bezoekersaantallen wanneer Baroeg Open Air een betaald festival zou worden. Op basis van de resultaten van het onderzoek besloot directeur Leon van Rijnsbergen tot een eerste betaalde editie. Het resultaat? De begrote 7.000 bezoekers kwamen ook daadwerkelijk, en de sfeer was als vanouds.



‘Zonder het onderzoek van Rotterdam Festivals en Beerda hadden we de stap naar betaald festival denk ik niet durven nemen.’

Leon van Rijnsbergen, directeur Baroeg Open Air

Bekendheidsonderzoek 2019

Elke twee jaar onderzoeken we hoe bekend Rotterdammers zijn met het festivalaanbod in de stad, en in hoeverre de communicatiemiddelen van Rotterdam Festivals voor hen aanleiding zijn om een festival te bezoeken.

Om met dat laatste te beginnen: uit het onderzoek van dit jaar blijkt dat bijna alle Rotterdammers, 94 procent, de middelen die wij inzetten kennen of er gebruik van maken. En bijna 64 procent van de festivalbezoekers en van de mensen die onze middelen en kanalen gebruiken geeft aan dat ze festivals hebben bezocht naar aanleiding van deze informatie.

Als je Rotterdammers vraagt of ze het aanbod van festivals in de stad kennen, dan is ruim vier op de vijf Rotterdammers (84 procent) daar spontaan bekend mee.

Hoe maken we festivals duurzamer?

Onze kennis op het gebied van duurzaamheid delen we met onze samenwerkingspartners. Bijvoorbeeld als het gaat om efficiënt energiegebruik en het terugdringen van het gebruik van wegwerpmaterialen. In 2019 startte de gemeente met Green Events een pilot om te onderzoeken hoe festivals hun beleid duurzamer kunnen maken. Rotterdam Festivals is bij deze samenwerking betrokken. Het doel van de pilot is om in 2020 een ‘Duurzame Deal’ te sluiten, waarin we met elkaar duurzame doelstellingen vastleggen. Basis voor deze deal zijn het Beleidskader Evenementen en het Rotterdams Duurzaamheidskompas, waarin de gemeente haar ambities voor duurzaamheid beschrijft.

Film Commissioner

Gemeente Rotterdam bracht dit jaar verschillende film- en mediazaken onder in het nieuwe Rotterdam Film en Media Office. De functie van Film Commissioner, die filmmakers in Rotterdam ondersteunt bij hun werk, is om die reden per april 2019 overgedragen aan de gemeente.

INTERVIEW LEON VAN RIJNSBERGEN

ENTREEGELD VRAGEN – ZONDER PUBLIEK TE VERLIEZEN

Festival Baroeg Open Air had afgelopen september zijn eerste betaalde editie. Waarom besloot directeur Leon van Rijnsbergen om entreegeld te vragen? Hoe reageerden de bezoekers? En werd Baroeg Open Air 2019 een succes? Leon van Rijnsbergen: 'De sfeer was als vanouds.'

WAT WAREN JULLIE REDENEN OM NA TE DENKEN OVER EEN ENTREEPRIJS?

'De kosten voor Baroeg Open Air gaan elk jaar omhoog: bands vragen steeds hogere gages, terwijl de inkomsten van subsidies en sponsoring gelijk blijven. Ook heeft het weer op een gratis festival een grotere invloed dan op betaalde festivals; heb je als bezoeker al betaald voor je kaartje, dan ben je eerder bereid de regen te trotseren. Een derde reden om over entreegeld na te denken was dat we in 2018 als organisatie werden verrast door 10.000 bezoekers – 3.000 meer dan gemiddeld op Baroeg Open Air. Hierdoor ontstonden lange rijen bij de horeca en de muntautomaten. Werk je met kaartverkoop, dan weet je van tevoren beter hoeveel faciliteiten je nodig hebt.'

'Komen deze bezoekers nog als je ze geld vraagt? En blijft de sfeer zo fijn en gemoedelijk als ie altijd was?'

HAD JE TWIJFELS OM ENTREEGELD TE VRAGEN?

'Baroeg Open Air bestaat sinds 2006 en is altijd gratis geweest. We zijn daardoor een laagdrempelig festival én we hebben een supertrouwe achterban, waaronder veel gezinnen. Wandelde ik tijdens eerdere edities over het festivalterrein, dan zag ik hun kinderen rondrennen, plastic bekertjes inzamelen in ruil voor muntjes. Komen deze bezoekers nog als je ze geld vraagt? vroeg ik me af, en blijft de sfeer zo fijn en gemoedelijk als ie altijd was?'



HOE HEEFT ROTTERDAM FESTIVALS JULLIE ONDERSTEUND BIJ HET MAKEN VAN EEN BESLISSING?

'Na de editie van vorig jaar – die waarbij we 10.000 bezoekers hadden – deed Rotterdam Festivals in samenwerking met merkadviesbureau Hendrik Beerda een groot onderzoek onder onze bezoekers, onder meer met de vraag: zijn jullie bereid om entreegeld te betalen voor Baroeg Open Air?'

WAT WAREN DE UITKOMSTEN VAN DIE ONDERZOEKSVRAAG?

'83% van de bezoekers zei bereid te zijn entreegeld te betalen. Van 57% van de bezoekers mocht dat een bedrag van €6,- of hoger zijn, 25% vond zelfs een bedrag boven de €10,- schappelijk. Slechts 17% van de bezoekers vond dat het festival gratis moest blijven. Die cijfers gaven ons het vertrouwen om overstap te gaan.'

WAT WERD DE ENTREEPRIJS VOOR BAROEG OPEN AIR?

'We hadden een early bird-prijs van €6,66 voor de eerste duizend kaarten. Die waren binnen één week uitverkocht. Kaarten aan de poort kostten €15,-, daarvan verkochten we er – online en offline – nog bijna duizend stuks. Kinderen tot en met twaalf jaar mochten gratis naar binnen. De gewone voorverkoop, met kaartjes van €9,99, verliep traag. Daar heb ik me echt zorgen om gemaakt, al stelden collega-festivalorganisatoren die hier al ervaring mee hadden me gerust. En inderdaad: in de laatste twee weken voor het festival liep het ineens storm.'

HOE VERLIEP JULLIE EERSTE BETAALDE EDITIE?

'We hadden rond de 7.000 bezoekers begroot. Die waren er, inclusief gasten en vrijwilligers. Het mooie weer hielp extra. Ook dit jaar liep ik natuurlijk rond over het festivalterrein. Ik zag dezelfde mensen, ik zag net als voorgaande jaren kinderen rondrennen en plastic bekertjes inzamelen. De sfeer was als vanouds. Zonder het onderzoek van Rotterdam Festivals en Beerda hadden we de stap naar betaald festival denk ik niet durven nemen.'

WAT ZIJN JULLIE PLANNEN NU?

'We zijn inmiddels al begonnen met de voorverkoop voor volgend jaar, en op termijn gaan we al tijdens het festival starten met de voorverkoop voor de volgende editie, waarbij we alvast een aantal namen bekendmaken. En we willen de 10.000 bezoekers uit 2018 behalen, alleen dan betaald. Het entreegeld willen we laag houden. Ook in de toekomst.'

FESTIVALS 2019

JANUARI

● Flamenco Biënnale	5.427
● International Film Festival Rotterdam*	

FEBRUARI

Art Rotterdam Week	69.000
● Rotterdam Photo	7.000
● World Press Photo Rotterdam	9.000
● Art Rotterdam	28.500
● The New Current	6.000
● TEC ART Rotterdam	10.000
● OBJECT Rotterdam	8.500



Art Rotterdam Week | Fleur Beertuis

● Bauhaus in de stad***	
● Rotterdam Chinese New Year	42.500
● ABN AMRO World Tennis Tournament**	

MAART

● Arab Film Festival Rotterdam	7.364
● Rotterdam Holi Colour Sensation	10.000

APRIL

● Activiteitenprogramma Vereniging Verenigd Schouwburgplein***	
● NN Marathon Rotterdam**	
● SportFilmFestival Rotterdam	4.500

BEZOEKERS

MEI

● 010 SAYS IT ALL	850
● Operadagen Rotterdam	7.300
● Bevrijdingsfestival Zuid-Holland	50.000
● Circusstad Festival	30.792
● New Skool Rules	11.015
● Classical:NEXT	1.735
● Verborgen Tuinen	2.216
● Ronde van Katendrecht	5.950

JUNI

● Stadspodium: Danssalons	10.160
● CHIO**	
● RotjeKoor	10.000
● Rotterdam Bluegrass Festival	16.000
● Sinfonia Maritiem Festival	3.000
● Get Loose Festival	4.000
● Metropolis Festival	30.000
● De Parade	30.283
● Poetry International Festival	7.663
● Keti Koti Festival	2.500
● Keti Koti	15.000
Rotterdam Architectuur Maand	65.000
● Parfum de BoemBoem	3.914
● Rotterdamse Dakendagen	22.000
● POST Podium	26.919
● Wake up in Architecture	15
● Opbouwdag	4.200
● Dag van de Architectuur Rotterdam	8.000



Rotterdam Architectuur-Maand | Fleur Beertuis

● internationale cultuurstad
● moderne architectuurstad

● maritieme stad
● jonge stad

● multiculturele stad
● internationale sportstad

● City Lounge
● overig



JULI

● Solitaire - een Portugese zomer in het Museumpark***	
● Roffa Mon Amour	1.881
● Rotterdam Zingt	6.000
● Rotterdam Unlimited	500.000
● Reggae Rotterdam Festival	18.000
North Sea Jazz - weken	218.000
● Jazzroute	1.400
● North Sea Round Town	135.000
● NN North Sea Jazz Festival	81.000
● Edison Jazz/World	450

AUGUSTUS

● Pleinbioscoop Rotterdam	23.500
● Straattheater Festival Rotterdam	3.750
● Weekend van de Romantische Muziek	30.000
● Festival Magia	5.000

SEPTEMBER

● Rotterdam Pride	36.872
● CAMERA JAPAN	7.500
● Baroeg Open Air	7.000
● Pilgrim Harbour Festival	495
● Djemaa el Fna	14.000
● Rotterdam Philharmonic Gergjev Festival	9.581
● Summer Nights	1.866
● De Nationale Taptoe	23.000

* Bezoekersaantallen opgenomen in verslag dienst Sport en Cultuur van Gemeente Rotterdam.

** Bezoekersaantallen opgenomen in verslag Rotterdam Topsport.

*** Geen bezoekersaantallen gemeten, veel passanten.

Maritieme Weekend	415.000
● Het Maritiem Museum is op Dreef	16.581
● World Port Busker Festival	15.000
● Nacht van de Kaap	15.000
● Floating Cinema	400
● Fabrique Mozaïque	2.500
● Wereldhavendagen	8.000
● Oude Haven Zomerfestival	345.000
● International Shantifestival Rotterdam	20.000
Rotterdam Street Culture Weekend	13.000
● POW! WOW! Rotterdam	10.000
● POW! WOW! Rotterdam Breaks	2.500
● The Jump Off	350

OKTOBER

● De Grote Schijn	35.378
● Architectuur Film Festival Rotterdam	7.681
● Woordnacht	666
● Left of the Dial	2.868
● Wildlife Film Festival Rotterdam	11.200
● A Festival Downtown	6.000
● Festival Jazz International Rotterdam	1.858



NOVEMBER

● BIRDFest	1.370
● Cameretten Festival	11.174
● Cross Comix	2.000
● Rotterdamse Popweek	35.000
● Sinterklaas Intocht Rotterdam	20.000

DECEMBER

● IJsvrij Festival	35.000
● Het Nationale Vuurwerk, Kinder Vuurwerk en Vuurwerkshows Hoek van Holland en Nesselande	86.500



North Sea Round Town | Eric van Nieuwland

CULTUURPARTICIPATIE

Onder de naam Uitagenda Rotterdam presenteren en promoten we het cultuuraanbod bij de Rotterdammers. Daarnaast doen we onderzoek naar ons publiek. We delen deze kennis met onze collega's in de culturele sector. Zo bouwen we met elkaar aan een culturele sector waaraan zo veel mogelijk verschillende Rotterdammers deelnemen.

CULTUURAAANBOD PRESENTEREN EN PROMOTEN

Het cultuuraanbod brengen we online en offline onder de aandacht, zodat bewoners en bezoekers altijd weten wat er in de stad te doen is. Door onze promotie zo goed mogelijk af te stemmen op de verschillende doelgroepen, proberen we ook mensen te bereiken die nu nog weinig gebruikmaken van de cultuur in de stad. We zetten onze eigen communicatiemiddelen en externe middelen in, en we werken samen met partners.

Het bereik van onze eigen middelen

Via onze socialmediamiddelen stegen de contactmomenten dit jaar met 46 procent ten opzichte van het jaar ervoor, tot 984.827 contactmomenten per maand. Dit komt onder meer doordat we betaalde campagnes via Instagram uitvoerden, gericht op de Stadse Allerseters. Ons bereik op Instagram verdrievoudigde.

De verkoop van lastminutetickets steeg met bijna 300 procent, van 682 tickets in 2018 naar 2.042 tickets in 2019.

De Kidspagina's en de Kidsagenda op de website, die we in 2018 vernieuwden, bouwden we dit jaar verder uit met extra content gericht op kinderen en met onlinecampagnes voor families. Het aantal pageviews voor alle 'kidscontent' steeg met 42 procent tot 91.200.

Alles bij elkaar leverden onze eigen communicatiemiddelen in 2019 ruim 1,3 miljoen contactmomenten per maand op.

Uitagenda Rotterdam, producten en contactmomenten per maand

WEBSITE UITAGENDA

85.935

UITMAILS

Uitmail (wekelijks), Museum Uitmail (maandelijks), Kids Uitmail (6x per jaar)

90.313

SOCIALE MEDIA

Facebook, Twitter, Instagram

984.827

UITAGENDA ROTTERDAM

107.000

KIDS UITAGENDA

(6x per jaar)

57.500

1.325.575

TOTAAL AANTAL CONTACTMOMENTEN PER MAAND VIA EIGEN KANALEN

EXTERNE MEDIA

Wekelijkse Metrobijlage, Nieuwspeper en Havenloods

1.437.133

DIGITALE SCHERMEN IN DE STAD

30.446.567

Het effect van de eigen middelen

Jaarlijks doen we onderzoek naar het effect van onze eigen middelen: het ene jaar onderzoeken we het effect van het *Uitagenda Rotterdam*-magazine, het jaar erop het effect van onze onlinemiddelen. In 2018 gaf 92 procent van de lezers van de papieren versie van de *Uitagenda* aan dat ze iets cultureels bezochten nadat ze erover hadden gelezen in het magazine. Het onderzoek van 2019 toont aan dat 95 procent van de gebruikers van onze digitale middelen (dat wil zeggen: de *Uitagenda*-website, de *Uitmails* en onze Facebook- en Instagramaccounts) een of meerdere culturele activiteiten heeft bezocht naar aanleiding van deze middelen. Bij de Kids *Uitagenda* werden naast de digitale middelen (de 'kids'-pagina van de *Uitagenda*-website en de Kids *Uitmail*) ook de printuitingen in het onderzoek meegenomen (de Kids *Uitagenda*kalender en de kidspagina van het *Uitagenda*-magazine). 94 procent van de gebruikers van deze kids-middelen geeft aan dat ze door deze middelen een of meerdere culturele activiteiten heeft bezocht.

Externe communicatiemiddelen

Extern werken we met onder meer *Metro* en *Nieuwspeper*. In *Metro* hadden we al een bijlage, maar deze maken we sinds dit jaar zelf, met ons eigen contentteam. Op deze manier kunnen we doelgroepgerichter werken en de kwaliteit van de inhoud waarborgen. *Nieuwspeper* plaatst onze *Metro*-bijlage een-op-een door in hun eigen blad.

Doelgroepgerichte samenwerkingen

Een van onze nieuwe samenwerkingspartners is Cultuur Concreet. Met hen onderzoeken we hoe we het promoten en presenteren van het culturaanbod beter kunnen toespitsen op de Wijkgerichte Vrijtijdsgenieurs en Stedelijke Toekomstbouwers, twee doelgroepen die we nu nog minder goed bereiken. Uit deze samenwerking ontstond onder andere de nieuwe rubriek 'Zij maken de stad' in *Uitagenda Rotterdam*, waarin we acht Rotterdamse ambassadeurs – makers, creatievelingen, rolmodellen – van de Stedelijke Toekomstbouwers volgen.

Verder werken we met de *Havenloods* samen aan het bereiken van Wijkgerichte Vrijtijdsgenieurs. Dit doen we door doelgroepgerichte uitgaanstips te plaatsen en voor een aantal van die tips kortingsacties aan te bieden. Daarnaast richten we ons in deze krant specifiek op de Actieve Families. We plaatsten voor de zomer-, herfst- en kerstvakantie een Kids *Uitagenda*-advertentie met de leukste tips voor in de schoolvakantie.



ONDERZOEK DOEN

Ken je je publiek, dan weet je beter hoe je het kunt laten meegenieten van de kunst en cultuur van de stad. Daarom bouwen wij – samen met de culturele sector – kennis op over bezoekers. Bijvoorbeeld door het inventariseren van publieksdata, met verdiepend onderzoek, en door het voortdurend verfijnen van ons eigen Rotterdamse Doelgroepenmodel [<https://zakelijk.rotterdamfestivals.nl/rotterdam-cultuur-en-publiek-bij-elkaar-gebracht>] Al deze kennis delen we met onze partners en collega's. Ons belangrijkste doel? Met elkaar alle Rotterdammers bereiken met het cultuur-aanbod van de stad.

Publieksonderzoek van en voor de sector

2018 vormde het proefjaar van ons grote publieksonderzoek. We verzamelden toen data van 90 procent van de Rotterdamse culturele instellingen, analyseerden deze met Whize* en maakten via een dashboard de resultaten toegankelijk voor alle deelnemers. Het dashboard geeft inzicht in de eigen cijfers, maar het maakt ook vergelijken met andere instellingen mogelijk, en levert zeer gedetailleerde kennis van je (potentiële) publiek op.

In 2019 draaiden we het eerste officiële jaar van het publieksonderzoek met 100 procent van de culturele instellingen van Rotterdam. Wij zijn hiermee de eerste en enige stad in Nederland waar kennis over het cultuurpubliek zo collectief wordt opgebouwd.

Hoe bereiken we iedereen?

We onderzoeken vragen als: Is er voldoende aanbod voor alle Rotterdammers? Wat zijn de drempels en motieven van mensen die weinig of geen cultuur bezoeken? En wat kunnen we doen om ook de ondervertegenwoordigde doelgroepen beter te bereiken? We weten door het onderzoek dat 80 procent van de Rotterdammers in principe geïnteresseerd is in cultuur, en dat 64 procent van de Rotterdammers ook daadwerkelijk een of meerdere keren per jaar een gesubsidieerde culturele instelling in de stad bezoekt. Van de 16 procent die daartussenin zit weten we nu ook waarom ze niet naar cultuur gaan, ook al zijn ze er dus wél in geïnteresseerd.

*Whize is een doelgroepsegmentatiesysteem dat alle Nederlandse huishoudens indeelt op basis van gemeenschappelijke kenmerken, voorkeur en gedrag.

Publicatie Rotterdam, cultuur en publiek bij elkaar gebracht

We willen dat iedere culturele instelling gebruik kan maken van onze kennis van het publiek. Daarom publiceerden we dit jaar, ruim voor de deadline waarop de cultuurplannen 2021-2024 moeten worden aangeleverd, ons rapport 'Rotterdam, cultuur en publiek bij elkaar gebracht'. Hierdoor konden alle cultuurinstellingen bij het opstellen van hun cultuurplan gebruikmaken van de nieuwste inzichten.

Samenvatting publicatie, zie: <https://zakelijk.rotterdamfestivals.nl/rotterdam-cultuur-en-publiek-bij-elkaar-gebracht>

Extra aandacht voor Stedelijke Toekomstbouwers en Wijkgerichte Vrijtijdsgenieters

Na het werken aan kennis opbouwen en delen met de sector, maakten we in 2019 concrete stappen om, met elkaar, de theorie (nog meer) toe te passen in de praktijk. We focussten ons in onze samenwerkingen vooral op de Stedelijke Toekomstbouwers en Wijkgerichte Vrijtijdsgenieters, de twee doelgroepen die we nu nog niet voldoende bereiken met het bestaande culturaanbod. Zo denken we mee over de opzet van New Public that Matters, een initiatief van 22 culturele instellingen om het culturaanbod te verbeteren in Prins Alexander en IJsselmonde, waar veel Stedelijke Toekomstbouwers en Wijkgerichte Vrijtijdsgenieters wonen.



INTERVIEW RUUD VISSCHEDIJK

'WE WILLEN CULTUUR NAAR DE WIJKEN BRENGEN'

Niet alle Rotterdammers 'doen' aan cultuur. Het project New Public that Matters werkt aan manieren om meer Rotterdammers te bereiken met cultuur. Twintig culturele instellingen werken hierbij samen. Voorzitter Ruud Visschedijk: 'Het voelt als een ontdekkingsreis die we met elkaar aangaan.'

HOEVEEL ROTTERDAMMERS 'DOEN' ER NIET AAN CULTUUR?

'Tot vorig jaar waren er weinig cijfers bekend over de cultuurparticipatie van de Rotterdammers. Maar door onderzoek van onder meer Rotterdam Festivals weten we nu dat 80% van de Rotterdammers in principe geïnteresseerd is in cultuur, en dat 64% van de Rotterdammers ook daadwerkelijk een of meerdere keren per jaar een gesubsidieerde culturele instelling in de stad bezoekt.

WAAR WONEN DIE 16% MENSEN DIE CULTUUR WEL INTERESSANT VINDEN, MAAR ER NIET DAADWERKELIJK NAARTOE GAAN?

'Hoe verder Rotterdammers van het centrum vandaan wonen, hoe minder ze naar cultuur gaan. Als je kijkt naar de persona's van Rotterdam Festivals zijn dat onder meer de Wijkgerichte Vrijtijdsgenieters en de Stedelijke Toekomstbouwers. Omdat je niet in één keer de hele wereld kunt bedienen, hebben we ervoor gekozen om ons project te richten op de wijken IJsselmonde, met zowel veel Stedelijke Toekomstbouwers als Wijkgerichte Vrijtijdsgenieters, en Prins Alexander, waar veel Wijkgerichte Vrijtijdsgenieters wonen.'

WAT GAAN JULLIE DOEN MET HET PROJECT NEW PUBLIC THAT MATTERS?

'De letterlijke afstand tussen iemands huis en de culturele instellingen – die bijna allemaal in het centrum zijn – is voor deze twee doelgroepen dus een van de drempels voor cultuurbezoek. Dan kun je zeggen: we moeten de mensen naar de cultuur brengen, richting centrum dus. Maar je kunt de gedachte ook omdraaien: breng de cultuur naar de mensen in hun eigen wijk. En versterk daarbij wat er



al aan cultuur in de buurt is. Dat is wat wij willen doen.'

WAT WIL JE VOOR ELKAAR KRIJGEN MET HET PROJECT?

'Allereerst dat we in 2024, als het volgende vierjarenplan afloopt, van de 64% Rotterdammers die minstens één keer per jaar iets cultureels bezoekt, 70% hebben gemaakt. En voor de kortere termijn: dat we in 2020 een pilot draaien in IJsselmonde of Prins Alexander.'

HOE KREEG JE DE CULTURELE INSTELLINGEN DIE MEEDOEN AAN HET PROJECT BIJ ELKAAR?

'We benaderden alle 85 gesubsidieerde culturele instellingen in Rotterdam met de vraag: wie doet er mee? Twintig van hen reageerden enthousiast – van Scapino tot Worm en van Boijmans tot Digital Playground. Da's een mooi aantal om echt iets voor elkaar te krijgen.'

WAAROM VIND JE HET BELANGRIJK DAT CULTURELE INSTELLINGEN SAMENWERKEN?

'Door samen te werken kun je als sector in zijn geheel een zo breed mogelijk

publiek bereiken, en tegelijkertijd je "identiteit" als instelling behouden. Denk aan Scapino, dat voor ruimte aanklopte bij Luxor Theater, en zo mensen bereikte die eerder niet naar hun dansvoorstellingen kwamen. Of andersom: instellingen die juist voor een deel dezelfde doelgroepen hebben en om die reden samenwerken, zoals Jeugdtheater Hofplein met Maritiem Museum. Zo blijf je wie je bent als instelling, maar door de samenwerking krijg je er wel een nieuw of groter publiek bij. Dat is ook gewoon een kwestie van durven en uitproberen.'

HOE GAAN JULLIE DIE SAMENWERKINGEN INZETTEN OM DE CULTUUR IN IJSSELMONDE EN PRINS ALEXANDER TE VERSTERKEN?

'De belangrijkste vraag is hoe we wat er al aan cultuur in de wijk is groter kunnen maken en bereikbaar voor een groter en diverser publiek. Islamunda in IJsselmonde, bijvoorbeeld, is een theater dat het uitstekend doet qua programmering. Maar wellicht kunnen we de voorzieningen eromheen, de bieb, het café, maar ook het plein waaraan het theater ligt, intensiever gebruiken. Bijvoorbeeld door een festival, tien culturele zondagen per jaar of een doorlopend programma te introduceren. Ook hier geldt dat samenwerken gaat over met elkaar uitvinden wat werkt, en wat niet. Maar ons projectteam staat, de volgende stap is: hoe gaan we het doen? Het voelt als een ontdekkingsreis die we met elkaar aangaan om de stad voor alle Rotterdammers leuker en beter te maken.'



Nationale Taptoe | Nathan Reijnds

BEDRIJFSVOERING

Een solide bedrijfsvoering is de basis voor ons werk. Daarom zoeken we altijd naar manieren om (nog) effectiever te werken. In 2019 zijn we onder meer bezig geweest met de volgende zaken.

Lancering nieuwe zakelijke website

Nadat we eerder al de publiekssite van Rotterdam Festivals vernieuwden, lanceerden we eind mei de nieuwe zakelijke site van Rotterdam Festivals. Onze diensten staan op deze nieuwe site centraal. Zo kunnen we onze partners online nog beter bedienen.

Nieuw administratie- en nieuw accountantskantoor

In 2019 stapten we over naar een nieuw accountantskantoor. Force Finance verzorgt in nauwe samenwerking met onze eigen medewerkers de administratie. De verwerking van uitgaande en inkomende facturen en de autorisatie hebben we (deels) geautomatiseerd. Op basis van een offertetraject waarvoor we drie partijen uitnodigden maakte de raad van toezicht de keuze voor Berghout + Mas als accountant van Rotterdam Festivals.

Invullen vacatures

In 2019 hadden we een relatief hoog personeelsverloop. Enkele medewerkers werden actief benaderd door andere organisaties en maakten de overstap, andere waren na een dienstverband van ruim tien jaar toe aan een nieuwe uitdaging. De ontstane vacatures hebben we op een goede manier kunnen invullen. Ook door de positieve uitkomsten van het medewerkerstevredenheidsonderzoek dat wij structureel uitvoeren zijn wij ervan overtuigd dat Rotterdam Festivals een aantrekkelijke werkgever is.



VERSLAG RAAD VAN TOEZICHT

De raad van toezicht bestond in 2019 uit vijf leden met ruime ervaring binnen het bedrijfsleven en het openbaar bestuur. De leden beschikken, in lijn met de behoefte van de organisatie, over specifieke kennis op het gebied van marketing en communicatie, juridische en financiële zaken, culturele zaken en stedelijke ontwikkeling.

In 2019 vond er één mutatie plaats binnen de raad van toezicht. Richard van der Eijk heeft, nadat de maximale zittingstermijn van acht jaar was verlopen, de raad van toezicht verlaten. Met Ron van der Jagt hebben we een waardige opvolger gevonden. In maart heeft er onder begeleiding van Cultuur + Ondernemen, het kenniscentrum op het gebied van governance in de cultuursector, een zelfevaluatie van de raad van toezicht plaatsgevonden. Het jaarlijkse functioneringsgesprek met de directeur/bestuurder is in februari 2019 gevoerd.

2019 stond vooral in het teken van de uitwerking van de strategische uitgangspunten voor het nieuwe meerjarenplan 2021–2024 van de organisatie. De vaststelling van het definitieve meerjarenplan vond plaats in januari 2020.

Omdat de directeur van Rotterdam Festivals in 2020 de pensioengerechtigde leeftijd bereikt is er uit het midden van de raad van toezicht een commissie samengesteld die zich bezighoudt met de directiewisseling. Deze commissie heeft gesprekken gevoerd met een aantal leden van het managementteam en met onze opdrachtgever, Gemeente Rotterdam. Met ondersteuning van een wervings- en selectiebureau is een functieprofiel opgesteld.

Daarnaast is de raad van toezicht dit jaar nog vier keer bijeengekomen. In de vergadering in maart is het inhoudelijk en financieel jaarverslag over 2019 besproken en goedgekeurd, nadat eerder het jaarlijkse gesprek tussen de raad van toezicht, directie en de accountant inzake het financieel jaarverslag en interne procedures had plaatsgevonden. In mei stond het inhoudelijk en financieel jaarplan 2020 op de agenda en dit werd in diezelfde vergadering goedgekeurd.

In de vergadering van juli is de geactualiseerde risicoanalyse van de organisatie besproken. Naar aanleiding van de reactie van Gemeente Rotterdam op het door Rotterdam Festivals ingediende jaarplan 2020 is in december een licht herziene begroting 2020 door de raad van toezicht goedgekeurd.

De leden van de raad van toezicht leveren naast het reguliere overleg gevraagd en ongevraagd advies aan de directie en het team van Rotterdam Festivals. Vanuit een grote betrokkenheid bij de stad in al haar facetten zet de raad van toezicht van Rotterdam Festivals zich in om zo veel mogelijk toegevoegde waarde te leveren aan het culturele klimaat in de stad en daarmee aan de aantrekkelijkheid van Rotterdam voor bewoners en bezoekers.

Salima Belhaj, voorzitter raad van toezicht
Rotterdam Festivals, maart 2020

ENGLISH SUMMARY

What we do

At Rotterdam Festivals we want everyone to enjoy the city's art and culture. Whether you are young, old, poor, rich, from Rotterdam or not, well-educated or not.

Together with our partners (festival organisers, cultural institutions, educational institutions and entrepreneurs) we put together the most wonderful calendar in the Netherlands with festivals and events that say: 'Yes! This is Rotterdam!' This calendar includes events and festivals in every size or shape. Regardless of your background, the city has something to offer that suits you, that allows you to explore new things and that will make you love Rotterdam – or love it even more!

In addition, we present the entire range of cultural activities to all citizens of Rotterdam. Both online and on paper, we make sure that all visitors know exactly where they can go.

Rotterdam Festivals was founded in 1993 making it one of the first cities in the Netherlands where one organisation takes on the events policy. Our goal? To make the most wonderful events calendar in the Netherlands. The ideas of the initiators and organisers in the city are our starting point. In close cooperation with our partners, we link these ideas to the city's themes and to the different kinds of people who live here.

We want to contribute to the city's future in a number of ways. Bringing people together. Creating the opportunity for people to understand each other and connect with each other. Celebrating that we are all so different, and yet very much alike.

There are festivals for everyone

The city is our source of inspiration



We use local initiatives as our starting point

2019: International highlights and 6 remarkable new festivals

In 2019 our festivals attracted a total of two million visitors. As many as 35% of these visitors came from outside the Rotterdam region. A total of 64% of Rotterdam's inhabitants visited an average of 3.4 festivals each.

We supported 63 festivals, including annual highlights such as Art Week Rotterdam, the North Sea Jazz weeks, Rotterdam Unlimited and the World Port Week. All these events continued to develop positively. They were highly appreciated both by the visitors and also by Dutch and international media.



”

'And if the vibe of the after-hours jam sessions across town was anything to go by, with sets pushing on until the dawn chorus called time, North Sea will be thriving for another 40 years to come.'

★★★★★ The Guardian, 2019

There were 6 new events on the 2019 calendar, including:

De Grote Schijn

This one-off light and music show 'De Grote Schijn' quite literally shed new light on Kralingse Bos. The miraculous night-time walks in this forest by the lake, with light projections, whispering trees and magical sounds were completely sold out. More than 35,000 visitors rated the programme and the attractiveness of the venue with an overall 8.2.

A Day at the Park

Research has shown that Dance Festivals are highly appreciated by our audiences. A striking newcomer was 'A Day at the Park'. This dance party was very well-organised and well-produced with a great line up. Everything surrounding the programme was a success too: a well-designed venue, plenty of toilets, and no queues at the catering facilities. Visitors rated the festival with an 8.8, which is above the already high average.

We are very pleased with the successful second edition of two new events that each represent an important part of Rotterdam's DNA.

Rotterdam Street Culture Weekend with POW! WOW! Rotterdam

This week offered even more than previous editions, including sports events and a break dance programme. International visual artists made permanent wall paintings in Afrikaanderwijk. The number of visitors increased from 23,000 to 32,000 and they rated the festival with an 8 compared to a 7.5 back in 2018.

The Rotterdam Architecture Month also continued to develop positively. The former monumental Post Office at the heart of the city was transformed into a visitors centre especially for this edition of the Rotterdam Architecture Month. This 'main stage' was centrally located among the more than 50 large and small initiatives that were part of this Architecture Month.

2019 INTERNATIONAL HIGHLIGHTS

- International Film Festival Rotterdam
- Art Rotterdam Week
- ABN AMRO World Tennis Tournament*
- NN Marathon Rotterdam*
- Rotterdam Architecture Month
- North Sea Jazz weeks
- Rotterdam Unlimited
- Maritime Weekend - World Port Days
- POW! WOW! Street Culture Weekend

*Supported by Rotterdam Topsport, our sector colleague for sports events

Reaching new audiences

Uitagenda Rotterdam is the part of Rotterdam Festivals that enhances cultural participation in the city. It distributes information about the entire cultural programme on offer in the city. Uitagenda Rotterdam has many communication channels: a website providing information and online ticket sales, digital newsletters, a free monthly magazine on paper, social media, collaboration with several local newspapers and digital outdoor screens throughout the city and in underground stations and buses.

The number of contact moments of our own media increased to 1,326,000 people every month in 2019. By cooperating closely with several printed media, we achieved another 2,437,000 contact moments per month. More than 30 million people each month walked past our messages on 170 outdoor screens throughout the city and in underground stations and buses.

Audience research and knowledge exchange

The Museums, theatres and festivals in the Rotterdam cultural sector take joint responsibility for reaching the broadest audience possible. Rotterdam Festivals facilitates this process. Almost all cultural institutions in Rotterdam take part in our audience research projects. All our partners have access to our database allowing them not only to analyse their own data, but also allowing them to compare it to audience data from all art & culture institutions combined.

BIJDRAGE FESTIVALS

FESTIVAL	BIJDRAGE
Vuur en Vlam	€ 7.500
Flamenco Biënnale	€ 45.000
International Film Festival Rotterdam	€ 75.000
Art Rotterdam Week	
Rotterdam Photo	€ 10.000
World Press Photo Rotterdam	€ 15.000
Art Rotterdam	€ 31.500
The New Current	€ 10.000
TEC ART Rotterdam	€ 30.000
OBJECT Rotterdam	€ 15.000
Bauhaus in de stad	€ 83.000
Rotterdam Chinese New Year	€ 50.000
ABN AMRO World Tennis Tournament	€ 3.500
Arab Film Festival Rotterdam	€ 47.000
Rotterdam Holi Colour Sensation	€ 12.500
Activiteitenprogramma Vereniging	
Verenigd Schouwburgplein	€ 105.000
NN Marathon Rotterdam	€ 3.500
SportFilmFestival Rotterdam	€ 11.500
010 SAYS IT ALL	€ 35.000
Operadagen Rotterdam	€ 299.500
Bevrijdingsfestival Zuid-Holland	€ 103.000
Circusstad Festival	€ 135.500
New Skool Rules	€ 10.000
Classical:NEXT	€ 15.000
Verborgten Tuinen	€ 3.000
Ronde van Katendrecht	€ 10.000
Stadspodium: Danssalons	€ 78.000
CHIO	€ 20.000
RotjeKoor	€ 7.500
Rotterdam Bluegrass Festival	€ 35.000
Sinfonia Maritiem Festival	€ 10.000
Get Loose Festival	€ 25.000
Metropolis Festival	€ 165.500
De Parade	€ 40.000
Poetry International Festival	€ 15.000
Keti Koti Festival	€ 13.000
Keti Koti	€ 15.000
Rotterdam Architectuur Maand	
Parfum de BoemBoem	€ 20.000
Rotterdamse Dakendagen	€ 43.750
POST Podium	€ 136.000
Wake up in Architecture	€ 6.000
Opbouwdag	€ 10.000
Dag van de Architectuur Rotterdam	€ 40.000
Solitaire - een Portugese zomer in het Museumpark	€ 10.000
Roffa Mon Amour	€ 10.000
Rotterdam Zingt	€ 15.000
Rotterdam Unlimited	€ 748.000

FESTIVAL	BIJDRAGE
Reggae Rotterdam Festival	€ 25.000
North Sea Jazz-weken	
Jazzroute	€ 13.750
North Sea Round Town	€ 169.000
NN North Sea Jazz Festival	€ 903.000
Edison Jazz/World	€ 15.000
Pleinbioscoop Rotterdam	€ 25.000
Straattheater Festival Rotterdam	€ 20.000
Weekend van de Romantische Muziek	€ 33.000
Festival Magia	€ 52.500
Rotterdam Pride	€ 20.000
CAMERA JAPAN	€ 20.000
Baroeg Open Air	€ 20.000
Pilgrim Harbour Festival	€ 5.000
Djemaa el Fna	€ 25.000
Rotterdam Philharmonic Gergiev Festival	€ 283.000
Summer Nights	€ 5.000
De Nationale Taptoe	€ 208.500
Maritieme Weekend	
Het Maritiem Museum is op Dreef	€ 15.000
World Port Busker Festival	€ 25.000
Nacht van de Kaap	€ 72.500
Floating Cinema	€ 2.500
Fabrique Mozaïque	€ 40.000
Wereldhavendagen	€ 229.500
Oude Haven Zomerfestival	€ 20.000
International Shantifestival Rotterdam	€ 15.000
Rotterdam Street Culture Weekend	
POW! WOW! Rotterdam	€ 150.000
Rotterdam Street Culture Weekend	€ 10.000
POW! WOW! Rotterdam Breaks	€ 20.000
The Jump Off	€ 5.800
De Grote Schijn	€ 100.000
AFFR	€ 35.000
Woordnacht	€ 12.500
Left of the Dial	€ 10.000
Wildlife Film Festival Rotterdam	€ 10.000
A Festival Downtown	€ 10.000
Festival Jazz International Rotterdam	€ 15.000
BIRDFest	€ 10.000
Cameretten Festival	€ 30.000
Cross Comix	€ 15.000
Rotterdamse Popweek	€ 7.500
Sinterklaas Intocht Rotterdam	€ 27.000
IJsvrij Festival	€ 10.000
Het Nationale Vuurwerk, Kinder Vuurwerk en Vuurwerkshows Hoek van Holland en Nesselandjejonge	€ 616.500

LEDEN EN PROFIEL RAAD VAN TOEZICHT

RAAD VAN TOEZICHT, samenstelling per 31 december 2019

Salima Belhaj

- (voorzitter) Tweede Kamerlid namens D66
- Bestuurslid Stichting tot Steun ten behoeve van de Maatschappelijke Dienstverlening (SMDR)
- Bestuurslid Stichting Arminius
- Lid Atlantische Commissie

Evert Kolpa

- Eigenaar Van Bergen Kolpa Architecten, Rotterdam
- Lid Programmaraad Architectenplatform Rotterdam

Ron van der Jagt

- Algemeen directeur Le Champion
- Lid Raad van Commissarissen bij KWH
- Bestuurslid CDA Zuid-Holland
- Bestuurslid Dominicanenklooster Huissen

Merel van Delft – van Thiel

- Coördinator Enquête Onderzoek/Advocaat bij Eneco Groep
- Voorzitter Bestuur Stichting Toys 'N Wrap Rotterdam

Claus Verbrugge

- Stichting Albeda, Directeur Finance & Control
- Voorzitter Raad van Toezicht Stichting CED Groep
- Lid Hoofdstembureau Rotterdam
- Lid Raad van Toezicht Stichting Humanitas

Profiel raad van toezicht

Rotterdam Festivals coördineert het evenementenbeleid in Rotterdam en stimuleert de cultuurparticipatie van Rotterdammers. Wij realiseren een karakteristiek festivalaanbod en een breed publiek voor kunst en cultuur in Rotterdam. Stichting Rotterdam Festivals wordt bestuurd volgens het raad-van-toezichtmodel. Rotterdam Festivals onderschrijft de principes en best practice-bepalingen van de Governance Code Cultuur, en past deze ook toe. De statuten en het reglement voor de directie en de raad van toezicht van de stichting zijn gebaseerd op de voorbeeldstatuten en -reglementen van deze code.

De raad van toezicht vergadert minstens vier keer per jaar en bestaat uit minimaal vijf en maximaal zeven personen. Leden van de raad worden op voordracht van Stichting Rotterdam Festivals benoemd door het college van burgemeester en wethouders van Gemeente Rotterdam voor een termijn van vier jaar, met een mogelijkheid tot herbenoeming voor nog eens vier jaar. Voor de voorzitter van de raad geldt dat er een herbenoeming kan plaatsvinden voor een derde termijn van vier jaar.

Leden van de raad van toezicht moeten affiniteit hebben met de culturele en maatschappelijke doelstellingen en de functie van Stichting Rotterdam Festivals. Zij zijn bekend met het houden van toezicht 'in betrokkenheid en op passende afstand' in maatschappelijk ondernemende non-profitorganisaties, en beschikken over een onafhankelijke, positief-kritische houding in oordeelsvorming, belangenafweging en besluitvorming.

De raad van toezicht ziet erop toe dat er bij de leden voldoende ervaring binnen het bedrijfsleven en openbaar bestuur aanwezig is. De leden beschikken, in lijn met de behoefte van de organisatie, over specifieke kennis op het gebied van marketing en communicatie, juridische en financiële zaken, culturele zaken, sociaalmaatschappelijke zaken en stedelijke ontwikkeling.

Daarnaast streven wij naar een evenwichtige samenstelling van de raad van toezicht als het gaat om diversiteit in leeftijd en culturele achtergrond, en de verhouding man/vrouw.

Verantwoordelijkheden raad van toezicht

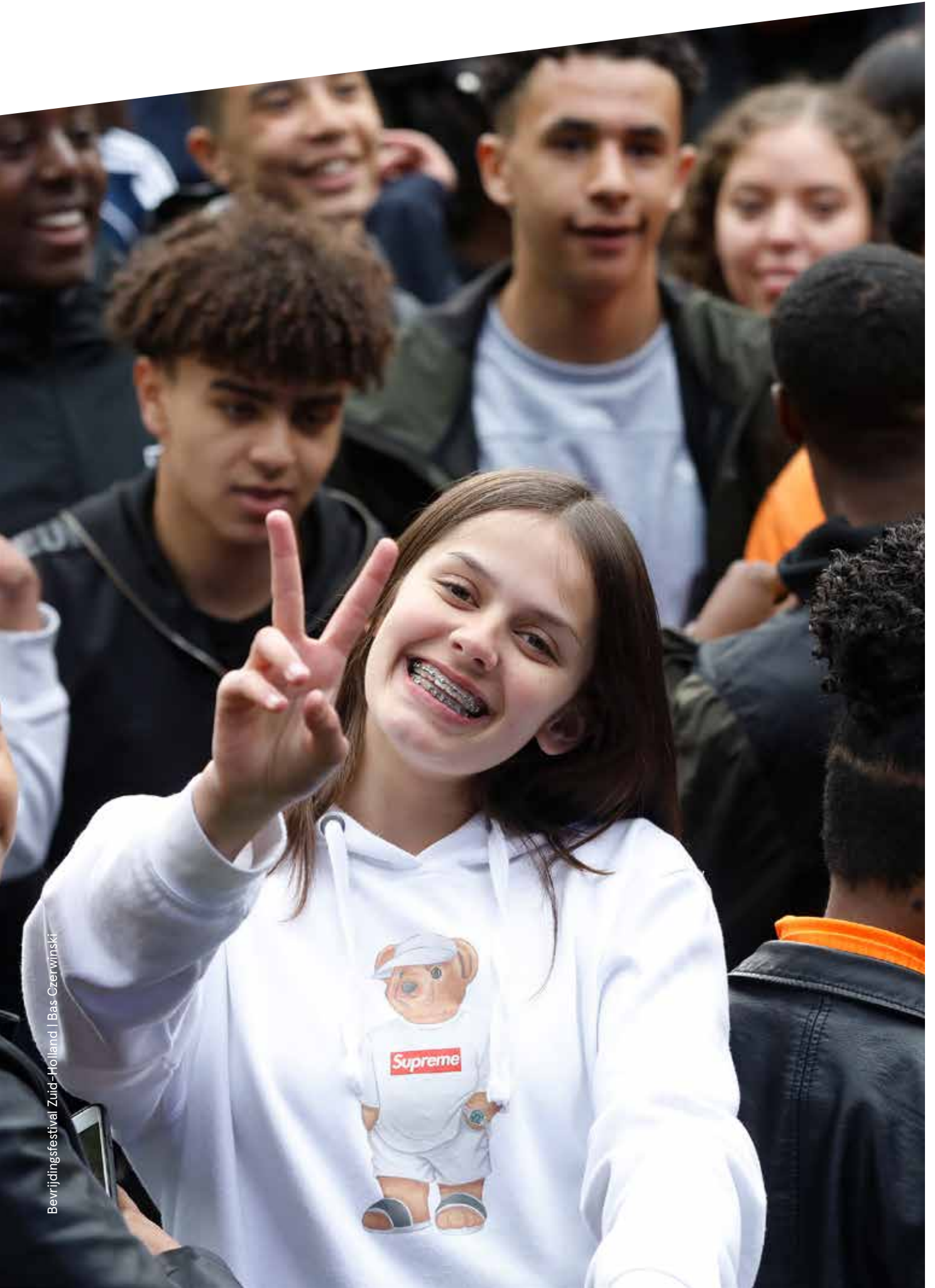
Toezicht houden op de algemene gang van zaken binnen Stichting Rotterdam Festivals, evenals de relaties tot de diverse stakeholders;

Vervullen van een toetsende, bewakende en adviserende rol (gevraagd en ongevraagd) naar de directeur/bestuurder bij alle voorkomende aangelegenheden;

Beoordeling en goedkeuring van de ontwikkeling van langetermijnvisie en -beleid, evenals jaarplan en jaarverslag;

Benoemen, beoordelen, schorsen en ontslaan van de directeur/bestuurder, en het vaststellen van de bezoldiging en verdere arbeidsvoorwaarden van de directeur/bestuurder;

Benoeming van de accountant en diens beloning op advies van directeur/bestuurder.



PARTNERS, DANK JULLIE WEL!

Waar zouden we zijn zonder jullie? Alle activiteiten konden we realiseren dankzij Gemeente Rotterdam, onze belangrijkste opdrachtgever, van wie we al zesentwintig jaar vertrouwen en steun krijgen, waardoor we vooruit kunnen kijken en resultaten kunnen halen. En natuurlijk dankzij de samenwerking met al onze fantastische initiatiefnemers, organisatoren, culturele instellingen in en buiten Rotterdam, ondernemers, sponsors, onderwijsinstellingen, ondersteunende diensten en adviseurs. Samen met jullie maakten we in 2019 de stad mooier, voor Rotterdammers en voor bezoekers. Onze dank is groot.

COLOFON

Samenstelling en redactie Rotterdam Festivals

Tekstredactie Laura van Mourik

Traffic Denise van de Ree

Vormgeving Marlieke Kroon

Fotografie

Delio Nijmeijer (cover), Martijn Berlage (2 boven), Fleur Beerthuis (2 onder, 6, 8, 10 rechts, 20, 21 onder, 24), Ella & Pitr (3), Ossip van Duivenbode (4, 11 onder), Shotmaniacs (8 onder, 14, achterpagina), Ruben May (9), Tineke Klamer (10 links), Peter Bezemer (10 onder), Jamie Groenestein (11 boven), Hans Tak (11 links, 30), Jeroen Roest (12), Martine Kiers (13, 21 boven), Ronald Veth (16), Enith van Tongeren (17), Brian van Rensen (18), Khalid Amakran (19), Eric van Nieuwland (22), Jan de Groen (25), Fred Ernst (26), Nathan Reinds (27), Marwam Magroun (28), Bas Czerwinski (34).

Hoewel de teksten in deze publicatie met de grootste mogelijke zorgvuldigheid tot stand zijn gekomen kunnen door gebruik ervan geen rechten ontleend worden aan of aanspraak gemaakt worden op de juistheid en volledigheid van de inhoud. Ook aanvaarden wij geen aansprakelijkheid voor eventuele schade die daardoor kan ontstaan. Rotterdam Festivals heeft geprobeerd alle rechthebbende van de in deze uitgave opgenomen foto's te achterhalen. Wanneer u meent rechthebbende te zijn van foto's dient u contact op te nemen met Rotterdam Festivals (info@rotterdamfestivals.nl).

Copyright Rotterdam Festivals 2020

LIJST VAN MEDEWERKERS

Managementteam en hun (neven)functies:

Johan Moerman *Directeur*

- Bestuurslid International Festivals and Events Association (IFEA)
- Bestuurslid Publiq Vlaanderen
- Bestuurslid Stichting Nationale Evenementenprijzen
- Bestuurslid Theater Koningshof

Mariëtte Maaskant

Teamleider en programmamanager Festivals

- Bestuurslid Raad van Toezicht Museum Rijswijk

Jeanette Kooter *Senior projectleider marketing- en communicatieteam*

- Bestuurslid Music Road Service V.O.F.
- Bestuurslid Stichting MOZEZ

Mark Oskam *Hoofd bedrijfsvoering*

- Bestuurslid stichting CineNoord

Medewerkers en hun (neven)functies:

Boris de Jel *Onlinemarketeer*

Damla Gecmen *Senior medewerker onderzoek*

Eva Lemstra *Medewerker onderzoek*

- Bestuurslid Grafische Werkplaats Den Haag

Franc Faaij *Senior projectleider festivals*

- Bestuurslid Stichting Le Guess Who
- Bestuurslid Stichting Grasnepolsky Festivals

Geniva Dawson *Redactioneel medewerker culturele agenda*

Hedwig Hupkes *Projectleider festivals*

Ilona Pols *Marketingmanager*

Loesje Bierens *Managementassistent festivals*

Manon van der Velde *Officemanager*

Maureen Al *Trafficmedewerker*

Niels Goedhart *Chef redactie en Hoofdredacteur Uitagenda*

Petra Kalkman *Managementassistent festivals*

Richard Bakker *Projectmedewerker Stadsprogramma ESF*

Saske de Schepper *Contentmaker*

Saskia de Jager *Coördinator stedelijke evenementenkalender*

Stephanie de Ruiters *(Project)medewerker bedrijfsbureau*



A Day at the Park | Shotmaniacs

rotterdam
festivals!

UIT AGENDA
RDAM

Rotterdam Festivals coördineert het evenementenbeleid in Rotterdam en stimuleert de cultuurparticipatie van Rotterdammers. Wij realiseren een karakteristiek festivalaanbod en een breed publiek voor kunst en cultuur in Rotterdam.

ROTTERDAM. MAKE IT HAPPEN.



CONTACT

info@rotterdamfestivals.nl