

Stichting Zomertheater Amersfoort

Beleids- en activiteitenplan 2013-2016

Inhoudsopgave

I	Stichting Zomertheater Amersfoort	
	Doelstelling	2
	Bestuur	2
	Directie	2
	Contact.....	2
	Registraties	2
II	Amersfoorts Theater Terras	
	Rondtrekkende bewegingen	3
	Vathorst	3
	Samenwerkingsverbanden	4
	Groeiend aantal publiek	4
	Vrijwilligers	4
III	Festival Spoffin	
	Missie, visie en doelstelling	5
	Terugblik en evaluatie 2010-2012	5
	Ambities Festival Spoffin 2013-2016	6
	Voorgenomen activiteiten 2013-2016	7
	Spoffin als verbinding tussen Oost- en West, Noord- en Zuid-Europa	9
	Utrecht 2018	10
	Cultuureducatie	10
	Organisatiestructuur	10
	Scheiding van taken en bevoegdheden	11
	Festival Spoffin als ondernemer en economische aanjager	12
	Visie op publieksbereik	12
	Marketing en communicatie.....	14
	Lokale en regionale partners	15
	Landelijke en internationale partners	15



I Stichting Zomertheater Amersfoort

Stichting Zomertheater Amersfoort bestaat sinds 1981 en was eerder actief onder de namen Stichting Groenmarkt Komitee en Stichting Amersfoorts Theater Terras. De stichting heeft eind 2009 de naam en statuten gewijzigd om voortaan als paraplu te kunnen functioneren voor twee activiteiten: het nieuwe festival voor straat- en locatietheater Spoffin (eind augustus) en de al veel langer bestaande reeks bijzondere voorstellingen op verrassende locaties onder de naam Amersfoorts Theater Terras (juni, juli en augustus) die zowel als zelfstandige activiteit én als opmaat naar het grote festival fungeert.

Doelstelling

Het organiseren van verrassende, innovatieve en kwalitatief hoogwaardige professionele voorstellingen uit binnen- en buitenland op het gebied van theater, dans, muziek, beeldende kunst en mengvormen hiervan op straten, pleinen en bijzondere locaties in Amersfoort en omstreken, zowel in de vorm van individuele voorstellingen als festivals van één of meer dagen.

Bestuur

Wim van Rooijen - voorzitter
Prisca Maas - secretaris
Corné van Bokhoven - penningmeester
Miranda Geise - bestuurslid

Directie

Alfred Konijnenbelt

Contact

Stichting Zomertheater Amersfoort
Postbus 31
3800 AA Amersfoort
Telefoon: (033) 451 92 92
E-mail: info@zomertheateramersfoort.nl

Overige gegevens

Handelsregister Kamer van Koophandel: 41188749
Bankrelatie: Rabobank 1590.83.494 t.n.v. Stichting Zomertheater Amersfoort
BTW-nummer: NL0056.79.242.B01



II Amersfoorts Theater Terras

Theater Terras, dat in 2010 aan de wieg stond van Festival Spoffin, biedt ook de komende jaren zomeravondvoorstellingen voor alle Amersfoorters en cultureel geïnteresseerde bezoekers van de stad. Deze optredens van professionele artiesten uit diverse Europese landen zijn te zien als een ‘opwarmer’ voor het grote festival, maar staan tegelijkertijd op zichzelf. De organisatie, programmering en uitvoering zijn in handen van een groep vrijwilligers die samenwerkt met de Spoffin-organisatie, maar aan de hand van eigen afwegingen beslissingen neemt. Voor de programmering reserveert het bestuur van de stichting Zomertheater Amersfoort jaarlijks een bedrag. Theater Terras haalt substantiële eigen inkomsten uit vriendenacties, sponsoring en horeca rondom de voorstellingen. De bijdrage van het publiek steeg de afgelopen jaren, een trend die we voortzetten door actieve promotie.

Rondtrekkende bewegingen

Theater Terras start met zijn voorstellingen zodra de zomervakantie aanbreekt en draagt het stokje in de tweede helft van augustus over aan Spoffin. Dit leidt tot een aanbod van vier of vijf locatievoorstellingen per zomer, verspreid over de stad. Theater Terras programmeert al sinds 1988 in de wijken en blijft dat doen met het volgende uitgangspunt: vind de plek in Amersfoort die de voorstelling het best tot zijn recht doet komen. Om het publiek te attenderen op de start van het seizoen, programmeren we de openingsvoorstelling in of nabij het centrum. Voor dit startsein kiezen we een voorstelling die een breed publiek kan boeien. De verdere voorstellingen vinden in principe om de week plaats. Daarbij zoeken we locaties in de wijken, waarbij het streven is in opvolgende jaren steeds wisselende wijken aan bod te laten komen. Het belang van deze spreiding zit ‘m in het aanboren van nieuw publiek, Amersfoorters hun stad (opnieuw) te laten ontdekken en buurtbewoners op een prettige manier met elkaar in aanraking brengen. Een belangrijke doelstelling is verder dat buurtbewoners in aanraking blijven komen met theater, ook als ze zichzelf geen bezoekers van de podiumkunsten vinden. Diversiteit in het aanbod is van groot belang: Theater Terras presenteert locatie- en straattheater, dans, circus, theatrale muziek en allerlei tussenvormen.

Vathorst

Nieuw in ons aanbod vanaf 2013 zal zijn: een circusdag in Vathorst. Deze wijk valt verhoudingsgewijs bij de rest van de stad te betrekken en het blijkt daar ook lastiger om eigen publiek te trekken. We denken dit te doorbreken door een dag te organiseren die zich richt op jonge gezinnen. De middag wordt gevuld met circusworkshops voor kinderen, de dag loopt langzaam over een in een grote picknick en ‘s avonds vindt er een lichtvoetige Theater Terras-circusvoorstelling plaats door professionele artiesten. De fondsen voor deze

dag zoeken we buiten ons reguliere budget als aanvulling op ons zomeraanbod. We zijn in gesprek met Circus Amersfoort, het Ontwikkelingsbedrijf Vathorst en we onderzoek de mogelijkheden om de picknick goedkoop en lekker aan te kunnen bieden. We verwachten sponsors te vinden onder in Vathorst gevestigde bedrijven.

Samenwerkingsverbanden

Theater Terras gelooft onverminderd in samenwerking. In 2011 waren onze partners op locatie Theater De Flint, SRO, de voormalige Roef aan de Pullstraat en Natuurmonumenten. In 2012 produceerden we met Urban Wijland een openingsvoorstelling van hun manifestatie en vonden we betrokken locatiepartners in de Martinuskerk van Hoogland, de Auris Professor Groenschool en de huismeester van Amvest projectontwikkeling bij het klooster Onze Lieve Vrouw ter Eem.

Bijzondere vermelding verdient de innige samenwerking met Spoffin. We stemmen de programmering af zodat we niet in elkaars vaarwater zitten, publiciteit en marketing/branding gebeuren in innig overleg, de meeste Theater Terras vrijwilligers zijn actief voor beide evenementen, materialen worden gedeeld.

Er zijn ook belangrijke verschillen: Spoffin concentreert zich in het centrum gedurende drie dagen. Theater Terras verspreidt zich tijdens de zomer over de wijken. Spoffin zoekt vaak een thematische invulling, Theater Terras is vrij in haar keuze. Bij Spoffin is ruimte voor voorstellingen die nog moeten groeien, bij Theater Terras moet de voorstelling, als enige op de avond, af zijn en sterk staan. Daarbij schuwen we het experiment met complexere voorstellingen niet.

Groeiend aantal publiek

Sinds een aantal jaren merken we dat de belangstelling voor onze voorstellingen groeit. Elk jaar hebben we weer meer bezoekers dan het voorafgaande. Is het de kredietcrisis waardoor men minder vaak/ver/lang op vakantie gaat, is het de komst van Twitter, Facebook en andere sociale media, of zijn we gewoon goed bezig? Hoe dan ook, we merken dat we niet meer toe komen met onze bankjes die plek bieden aan zo'n 100 man publiek.

In 2012 experimenteren we met een leentribune om te kijken of we het groeiend aantal bezoekers op die manier beter kunnen ontvangen zonder dat Theater Terras zijn tijdelijke uitstraling verliest. Als dit bevalt, zullen we de komende winter fondsen en bedrijven aanschrijven om in 2013 een kleine tribune te kunnen aanschaffen. Ook hierbij werken we intensief samen met Spoffin.

Vrijwilligers

Theater Terras wordt volledig mogelijk gemaakt door de vrijwillige inzet van tientallen Amersfoorters. Er gaat geen cent naar een betaalde staf, zodat we een hoog rendement halen uit de beschikbare gelden. De talrijke vrijwilligers, ieder met hun eigen speciale vaardigheden, zijn het fundament van Theater Terras. Zij zetten materiaal klaar, begeleiden publiek, verzorgen licht- en geluidstechniek, verkopen de drank in onze bar-tent, bereiden een maaltijd voor de artiesten voorafgaand aan de voorstelling en ruimen na afloop de locatie weer op zodat men zich de volgende dag kan afvragen of het allemaal wel plaats heeft gevonden.



III Festival Spoffin

1 Missie, visie en doelstelling

Spoffin is een jong festival voor innovatief theater in de openbare ruimte en op bijzondere locaties. Het festival presenteert een kwalitatief hoogwaardige selectie uit het Nederlandse en Europese aanbod en biedt daarnaast een podium aan veelbelovende theatermakers die nieuwe voorstellingen willen presenteren aan een breed publiek van liefhebbers en professionals.

Tegelijkertijd wil Spoffin een bijzondere brugfunctie vervullen voor landen waar straat- en locatietheater nog relatief nieuwe en jonge kunstdisciplines zijn, met name Midden- en Oost-Europa. Spoffin draagt daarmee nadrukkelijk bij aan de diversiteit in de cultuur. Als een van de weinige festivals in Nederland richt Spoffin zich bovendien specifiek op het faciliteren van een intensieve uitwisseling tussen artiesten en professionals. Spoffin stelt zich ten doel Midden en Oost te verbinden met Noord, West en Zuid: een culturele *hub* in de Europese festivalwereld.

2 Terugblik en evaluatie 2010-2012

Amersfoort is de bakermat van diverse zomerfestivals zoals Theater Terras, Boulevard of Broken Dreams, La Strada, Festival Etcetera en De Parade. Spoffin is opgericht in 2010 als vervolg op Festival Etcetera en de Keistadfeesten in Amersfoort. Zowel het culturele Etcetera als de meer volkse Keistadfeesten beleefden in 2009 hun laatste editie en besloten de oprichting van een nieuw festival voor straat- en locatietheater, met een heldere missie en een duidelijke internationale signatuur, voluit te steunen.

Spoffin is vanaf het begin opgezet met internationale ambities, zowel op het gebied van programmering als financiering. Het festival betreft alle windrichtingen in de programmering en legt daarbij nadrukkelijk verbanden tussen Oost- en West-, Noord- en Zuid-Europa. Hiermee biedt Spoffin zowel een hoogwaardig en verrassend programma dat zich niet alleen op Amersfoort en Midden-Nederland richt, maar ook op landelijk en internationaal publiek.

In 2010 maakte Spoffin, na een extreem korte voorbereidingstijd van minder dan 6 maanden, een vliegende start. Het festival presenteerde dat jaar 23 theater- en muziekgroepen die in totaal 99 voorstellingen speelden en trok naar schatting 20.000 bezoekers. Onder druk van tijd en geld was de organisatie nog niet optimaal, maar toch maakte de eerste editie direct al een overtuigende indruk.

2011 liet een veel evenwichtiger organisatie zien, die ook qua marketing goed aan de weg wist te timmeren.

Bovendien was de gekozen focus op Noord en Oost duidelijk zichtbaar met voorstellingen uit Denemarken, Zweden, Finland, Noorwegen, Litouwen, Oekraïne, Georgië en Slovenië. Dat vertaalde zich, mede dankzij de toevoeging van het OFF-programma en de Amuses, in 40 producties, 148 voorstellingen en een duidelijk groeiend publiek van naar schatting 25.000 bezoekers.

In 2012 zal het programma qua omvang vergelijkbaar zijn met 2011, maar wel veel meer impact hebben doordat Spoffin dit jaar voor het eerst gedurende de hele festivalperiode de beschikking heeft over de Hof, het grootste plein van de Amersfoortse binnenstad. Daardoor kan het festival veel meer 'uitpakken' en een groter publiek van naar verwachting in totaal zo'n 30.000-35.000 bezoekers bedienen.

Zoals de naam al aangeeft omvat Spoffin een IN- en een OFF-programma. IN, waarmee het festival in 2010 van start ging, is een programma met voorstellingen van gevestigde namen uit de wereld van straat- en locatietheater, dans, circustheater, muziek en installaties. In 2011 is hieraan OFF toegevoegd: een *showcase*-programma met voorstellingen van jong, aanstormend talent en voor try-outs van bekendere groepen. Spoffin IN en OFF worden versterkt door enkele extra activiteiten (waarover later meer):

- ▶ Spoffin PRO is een randprogramma voor toonaangevende festivalprogrammeurs en andere theaterprofessionals met –naast het festival – inhoudelijke workshops, presentaties en een *pitch* waar artiesten uit heel Europa hun plannen voor nieuwe producties delen. De aanwezigheid van veel internationale programmeurs en andere theaterprofessionals maakt het voor groepen interessant juist op Spoffin hun nieuwe producties te laten zien in het OFF-programma. Hoe meer professionals er in Amersfoort zijn, hoe interessanter Spoffin voor artiesten wordt. De geplande groei van Spoffin komt dan ook voor een belangrijk deel voor rekening van het OFF-programma. De gunstige ligging van de stad (het geografisch middelpunt van Nederland, centraal in Europa en uitstekend bereikbaar met vliegtuig, trein en auto) is ook een buitengewoon positieve factor.
- ▶ Spoffin Residentie is een werkperiode van ongeveer een maand waarin een jonge groep de mogelijkheid krijgt zowel in de openbare ruimte als in een goed geoutilleerde theaterstudio te werken aan de eindmontage van een nieuwe productie, die vervolgens tijdens Spoffin in première gaat. Gedurende deze maand verblijven de theatermakers in een woning van de stichting Kunst in Amersfoort.
- ▶ Spoffin JOIN is een nieuw programmaonderdeel, dat zich specifiek richt op vergroting van de betrokkenheid van het publiek door middel van interactie, verdieping van de publieksinformatie en participatie van getalenteerde amateurs uit Midden-Nederland door middel van workshops. Naast het IN- en OFF-programma, dat alleen openstaat voor professionele makers, ontstaat zo een extra onderdeel dat volop meelift op de aanwezigheid van een groot en breed publiek, de faciliteiten en marketinginspanningen van het festival.
- ▶ Spoffin Amuses is de officiële opening van het festival met een voorproefje van een groot aantal *highlights*. Achterliggende doelen van deze avond zijn *fundraising*, het in contact komen met potentiële partners en sponsors en een bedankje voor iedereen die op enige wijze heeft bijgedragen aan het festival.

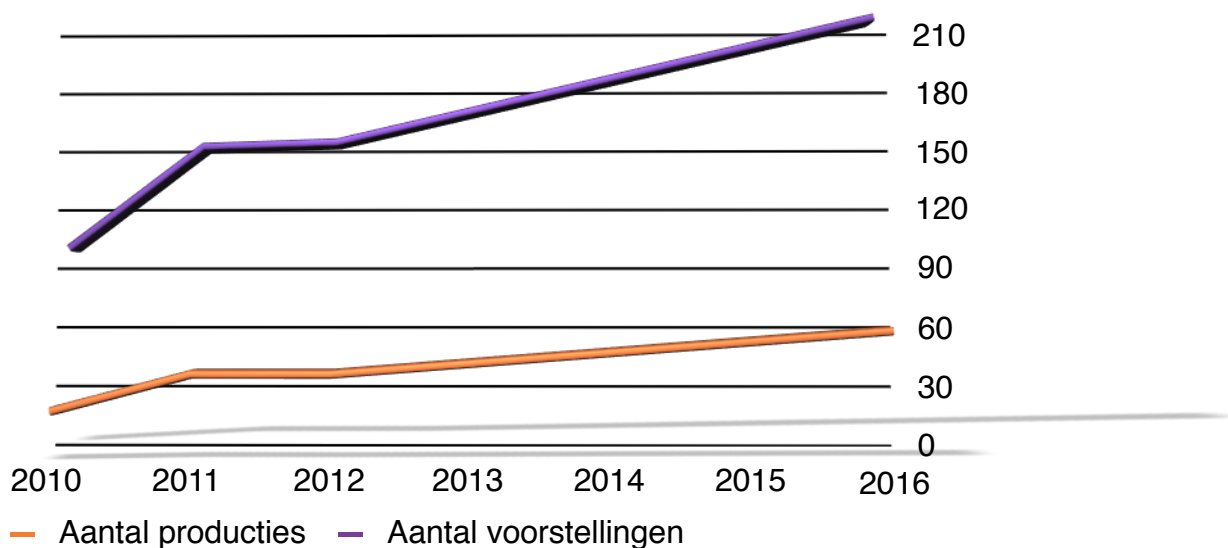
3 Ambities Festival Spoffin 2013-2016

De komende jaren staan in het teken van verdere uitbouw en versteviging van het unieke profiel van innovatief straat- en locatietheater met een focus op Midden- en Oost-Europa (de ; een buitengewoon sterk en verrassend IN-programma; een qua belang en niveau groeiend OFF-programma; het aantrekken van vooraanstaande theaterprofessionals voor Spoffin PRO en verdere uitbreiding van de internationale samenwerking. Dat zijn de belangrijkste ambities voor de periode 2013-2016. Net als in de afgelopen jaren wordt er elke editie één of meer onderdelen toegevoegd of vernieuwd. Wat goed en waardevol is blijft, wat minder goed is wordt verbeterd óf stopgezet. Zo blijft het festival zichzelf voortdurend uitbouwen en verbeteren. Zelfkritisch vermogen is daarbij erg belangrijk. Spoffin werkt langzaam maar zeker toe naar een sterk merk waarvan bezoekers uit binnen- en buitenland, ongeacht de bekendheid of herkomst van de artiesten, weten dat ze er hun cultuurhonger op zowel

aangename als prikkelende wijze kunnen stillen. Een festival ook, dat zich sterk geworteld weet in de samenleving (vrijwilligers en samenwerkingspartners) en dat door de regionale economie met graagte gevoed wordt omdat het meer geeft dan vraagt. En dat dermate stevig staat dat het in 2018 een substantiële bijdrage kan leveren aan de provincie Utrecht als Culturele Hoofdstad van Europa (zie verder paragraaf 6).

4 Voorgenomen activiteiten 2013-2016

Spoffin streeft in de komende periode 2013-2016 een beheerste, organische groei na: van 40 producties en 150 voorstellingen in 2012 naar 60 producties en 230 voorstellingen in 2016.



a) Artistiek profiel van Festival Spoffin

Spoffin presenteert innovatieve theater- en kunstvormen, die de fysieke mogelijkheden van een theater, concertzaal of museum te boven gaan. Producties waarbij locatie en voorstelling elkaar versterken, of juist wringen en schuren. Naast het betere vermaak selecteren we ook projecten die maatschappelijke relevantie of zelfs urgentie uitdragen. Bij de samenstelling van het programma zijn artistieke kwaliteit, oorspronkelijkheid, zeggingskracht en professionaliteit altijd leidend. Ook de balans tussen grote en kleinere producties, tussen publiekslievelingen en meer ingetogen voorstellingen, speelt een belangrijke rol. We stimuleren graag verkenningen op de grensvlakken van theater, dans, circus, beeldende kunst en technologie. We vinden het van belang Spoffin een profiel mee te geven van hoge kwaliteit gecombineerd met een zo laag mogelijke drempel. Om die reden is het merendeel van de voorstellingen gratis toegankelijk; het publiek wordt na afloop uitgenodigd zijn waardering uit te drukken in een vrijwillige bijdrage. Dit past bij de open sfeer van een straatfestival en voorkomt dat we delen van de stad moeten afzetten, hetgeen veel irritaties en hoge kosten met zich zou meebrengen. De lage financiële drempel is een niet te onderschatten waarde: veel mensen willen graag kennismaken met relatief onbekende namen en innovatieve producties, maar dan zonder bij voorbaat diep in de buidel te hoeven tasten. Waardering achteraf maakt dit mogelijk.

b) Spoffin IN

Het IN-programma vormt het visitekaartje van Spoffin. Hiervoor selecteren we uitsluitend artiesten die door de artistiek leider zelf of door een van de programmascouts zijn gezien en geselecteerd. Als er sprake is van een voorstelling die tijdens Spoffin zijn wereldpremière beleeft dan is de selectie gebaseerd op het artistiek concept of eerdere producties die wél zijn gezien. Het IN-programma biedt dus hoge kwaliteit en een

behoorlijke mate van veiligheid. In totaal omvat het IN-programma zo'n 20-25 producties. Doorgaans betreft het uitkopen, incidenteel wordt er op basis van garantie/partage-basis gespeeld. In vrijwel alle gevallen gaat het om voorstellingen die door hun inhoud dan wel hun vorm innovatief in hun genre zijn. Ook wordt gelet op een balans tussen toegankelijke en meer inhoudelijke theatervormen. Een deel van de voorstellingen is specifiek gericht op jongeren en kinderen.

Spoffin verbindt zich graag met professionele theatermakers uit de regio. Zo staan voor 2012 en 2013 coproducties op stapel met Collectief KG (theatrale installatie), choreograaf Gerard Mosterd (schaduw dans), Openblik (locatietheater) en Ensemble Labyrint (The Factory, muziek van The Velvet Underground & Nico). Deze lijn wordt in de komende jaren verder uitgebouwd.

c) Spoffin OFF

Naast IN kent het festival sinds 2011 ook het OFF-programma. Artiesten uit heel Europa kunnen zich hiervoor zelf aanmelden. Spoffin wil met OFF talentvolle (meestal jonge) artiesten de kans bieden zich te presenteren aan een nieuw publiek, onder wie veel professionals. Er is sprake van een stevige selectie, waardoor publiek en programmeurs een overzichtelijk programma krijgen voorgeschoteld met veel kansen op kwalitatief goede tot uitstekende voorstellingen.

Deze selectie geschiedt op basis van dezelfde criteria als het IN-programma (innovatie, oorspronkelijkheid, zeggingskracht en professionaliteit), maar deze worden getoetst aan de hand van de ingezonden documentatie (dossier en/of video); de voorstellingen hoeven dus niet per se door de artistiek leider of een programmascout zijn gezien. Het OFF-programma gaat uit van een verwachte kwaliteit, maar harde garanties zijn er niet. Dat maakt OFF een meer kwetsbaar, maar ook verrassender onderdeel van het festival. Spoffin biedt geselecteerde OFF-artiesten goede condities en faciliteiten. Ze worden even gastvrij ontvangen, krijgen een vergoeding voor hun reis- of transportkosten en net zo'n goede hotelkamer en catering als de collega's in het IN-programma. Het festival zoekt een passende speellocatie en houdt daarbij nadrukkelijk rekening met de wensen van de artiesten. OFF-artiesten ontvangen geen uitkoopsom of andere gage, maar spelen op eigen risico waarbij 100% van de vrijwillige bijdragen van het publiek bestemd is voor de groep. Voor Spoffin OFF hebben zich in 2011 meer dan 50 groepen en artiesten aangemeld uit Nederland (24), Groot-Brittannië (8), België (5), Duitsland (5), Frankrijk (2), Zweden (1), Zwitserland (1), Finland (1), Ierland (1), Canada (1) en Australië (2). De kwaliteit van het aanbod bleek opvallend hoog. Gezien het succes in 2011 ligt het dan ook in de lijn der verwachting dat het festival in 2012 een nog uitgebreider OFF-programma zal kunnen presenteren. Op het moment van schrijven is de aanmelding hiervoor nog maar enkele dagen geopend, maar nu al hebben zich groepen aangemeld uit Nederland, Duitsland, Groot-Brittannië, Spanje en Frankrijk. Naarmate Spoffin meer bekendheid geniet zal OFF een steeds belangrijker onderdeel worden.

d) Spoffin PRO

Spoffin nodigt jaarlijks enkele tientallen organisatoren van toonaangevende festivals uit heel Europa uit om het festival in Amersfoort mee te maken. Naast het festivalprogramma biedt Spoffin PRO een randprogramma met workshops, presentaties en een *pitch*.

De doelstellingen van Spoffin PRO zijn:

- ▶ Artiesten van zowel het IN- als het OFF-programma in contact brengen met professionals.
- ▶ Openhartige uitwisseling van ideeën, plannen, ervaringen en vaardigheden op het gebied van straat- en locatietheater, marketing en financiering.
- ▶ De band tussen professionals onderling en met artiesten verbeteren.
- ▶ De internationale marktwaarde van Spoffin als toonaangevend festival versterken.

De voertaal is Engels. Meertalige vrijwilligers van Spoffin begeleiden, waar gewenst, professionals in hun eigen taal. Deze ondersteuning helpt organisatoren en artiesten lands- en taalgrenzen te overschrijden.

Spoffin neemt in 2012 de verblijfskosten van ten minste 25 pro's, wiens aanwezigheid van essentieel belang is

voor het festival, voor eigen rekening. Voor andere gegadigden maakt het festival de voorwaarden zo gunstig mogelijk, onder meer door een speciale regeling te treffen met één of meer hotels. In alle gevallen betalen de deelnemers hun reiskosten zelf. In de periode 2013-2016 wil Spoffin de vergoeding van verblijfskosten stapsgewijs verhogen naar 50 pro's.

De workshops tijdens Spoffin PRO hebben een praktisch karakter en sluiten aan bij de wensen van de deelnemers. Tot nog toe zijn onderwerpen als belastingwetgeving, internationalisering van technische riders, het gebruik van sociale media in marketing en pr, de ontwikkeling van smartphone-apps voor festivals en geld besparen door online kaartverkoop aan de orde geweest.

Hoogtepunt van Spoffin PRO is de Pitch of Plans, waarbij groepen uit heel Europa in een korte presentatie van maximaal 6 minuten hun artistieke plannen voor de komende jaren kunnen delen met potentiële co-producenten en uitkopers. De presentaties worden gevolgd door *speeddates*, die de kans op zinvolle contacten tussen aanbod en vraag optimaliseren.

e) *Spoffin Residentie*

Spoffin wil niet alleen bestaande voorstellingen inkopen maar ook de totstandkoming van nieuwe producties stimuleren. Daarom biedt Spoffin, in samenwerking met Stichting Laswerk en Stichting Kunst in Amersfoort, een jonge theatergroep de kans een nieuwe productie af te monteren en vervolgens in première te laten gaan tijdens het festival. Hiervoor krijgt de betreffende groep gedurende een maand kosteloos de beschikking over een goed geoutilleerde repetitieruimte en een woonhuis. Uiteraard draait het project ook volop mee in de communicatie rondom Spoffin. In 2011 heeft de Berlijnse groep Cie. Ara Donna hiervan dankbaar gebruik gemaakt. Het leverde fantastisch intiem locatietheater op, dat werd uitgevoerd in de verstilde omgeving van het eeuwenoude hofje Armen de Poth. Voor 2012 zijn er aanmeldingen uit Nederland, Zweden, Polen, Slowakije, Bulgarije en Argentinië. Op basis van het artistieke plan heeft Spoffin gekozen voor een samenwerkingsproject van de acrobates Linn Brodén en Kajsa Bohlin uit Zweden en theatertechnicus Tom Richmond uit Groot-Brittannië. Ook voor 2013 hebben zich reeds geïnteresseerde groepen gemeld, waaronder een bijzonder video- en dansproject uit Cluj, Roemenië dat samenwerking met een Amersfoortse dansgroep nastreeft.

f) *Spoffin JOIN*

Spoffin werkt altijd aan vernieuwing. Na enkele succesvolle jaren met voorstellingen van hoogstaande kwaliteit vinden we dat het tijd is om meer, nieuw en divers publiek, makers en amateurs actief te betrekken bij het festival. Daarom hebben we het onderdeel JOIN ontwikkeld.

Spoffin JOIN is een nieuw programmaonderdeel, dat zich specifiek richt op vergroting van de betrokkenheid van het publiek door middel van interactie, verdieping, educatie en participatie van publiek en getalenteerde amateurs. Naast het IN- en OFF-programma, dat alleen openstaat voor professionele makers, ontstaat zo een extra onderdeel dat aantrekkelijk is voor een actief publiek en amateurtheatermakers en -spelers. Het onderdeel JOIN kan volop meeliften op de aanwezigheid van een groot en breed publiek, de faciliteiten en marketinginspanningen van het festival.

Spoffin JOIN omvat vier onderdelen:

- ▶ Publieksparticipatie d.m.v. workshops en voorstellingen waarin het publiek een actieve rol vervult.
- ▶ Participatie van amateurtheatermakers door het bieden van een podium aan regionaal talent via onder meer Kunstbende (regionale en landelijke talentenjacht), Straat.nu (workshops op het gebied van urban dance en streetdance, uitmondend in straatoptredens) en andere amateurprojecten die opvallen door hun niveau en ambitie om door te groeien naar professioneel niveau.
- ▶ Interactie met publiek via een festival-app voor smartphones die niet alleen informatie biedt, maar waarmee het publiek ook kan stemmen voor de Spoffin OFF Award en mini-recensies kan schrijven via sociale media.

- ▶ Verdieping, zowel vooraf door middel van interviews en achtergrondinformatie in de Festivalkrant die Spoffin samen met DeStadAmersfoort.nl maakt, als tijdens het festival door middel van talkshows waarin theatermakers die aan Spoffin deelnemen aan het woord komen.

6 Spoffin als verbinding tussen Oost- en West-, Noord- en Zuid-Europa

De vanaf de start nagestreefde verbinding tussen Oost en West, Noord- en Zuid-Europa heeft in 2011 duidelijk gestalte gekregen. In 2012 en daarna bouwt Spoffin dit profiel verder uit. Daarbij zal de aandacht vooral in oostelijke richting gaan. Anders dan in 2011 heeft Spoffin in 2012 geen financiële ondersteuning meer gekregen van het Nordic Culture Fund. De regels voor toekenning zijn herzien waardoor alleen activiteiten met een vrijwel 100% noordelijke programmering voor steun in aanmerking komen. Spoffin kan en wil niet aan die eis voldoen. Gezien de (in onze ogen en verhoudingen) extreem hoge salarissen van noordelijke artiesten is het onmogelijk om zonder extra financiële steun uit Scandinavië de focus op Noord vol te houden. Daarom zal de focus zich de komende jaren vooral op Midden- en Oost-Europa richten. In deze context bereidt het festival twee concrete samenwerkingsverbanden voor:

- ▶ Het Sloveense straattheaterfestival Ana Desetnika (dat zich jaarlijks gedurende de maand juli afspeelt in onder meer Ljubljana en Maribor) heeft Spoffin uitgenodigd te participeren in de opzet van een *showcase*-programma voor straattheater uit Centraal- en Oost-Europa. De eerste showcase is als onderdeel van Ana Desetnika gepland in Maribor, dat in 2012 Culturele Hoofdstad van Europa is. Artistiek leiders Goro Osojnik en Alfred Konijnenbelt hebben hierover een intentie-overeenkomst gesloten in het kader van een aanvraag voor EU-gelden. We verwachten in 2013 tot een concrete samenwerking te komen.
- ▶ Met het onafhankelijke theaterinitiatief Fabrica de Pensula in Cluj (de tweede stad van Roemenië), dat jaarlijks in november de Roemeense editie van het internationale festival Temps d'Images organiseert, vinden oriënterende gesprekken plaats over een samenwerking vanaf 2013. De samenwerking omvat twee onderdelen: het presenteren van één of meer door Fabrica de Pensula ontwikkelde projecten, waaronder de voorstelling Samples als onderdeel van een residentie in 2013; en het adviseren bij de opzet van een festival voor straat- en locatietheater in Cluj in de zomer van 2013.

7 Utrecht 2018

De provincie Utrecht heeft zich kandidaat gesteld voor de titel Culturele Hoofdstad van Europa in 2018. Als een van de meest internationaal georiënteerde festivals in de provincie Utrecht wil Spoffin een actieve en prominente rol spelen in de totstandkoming van het *bidbook* dat tot deze aanwijzing moet leiden. In 2018 is Spoffin, ijs en weder dienende, aan zijn negende editie toe en die moet in het kader van de Culturele Hoofdstad een heel speciale worden. De focus van Spoffin ligt dat jaar op de recente nieuwkomers in de Europese Unie: mogelijk Kroatië, IJsland, Macedonië, Montenegro en Turkije. Het festival biedt jonge theatermakers uit deze landen de kans zich voor een groot internationaal publiek te presenteren en zo hun toetreding tot de EU te vieren met een intensieve culturele kennismaking.

Spoffin wil in 2018 ook iets blijvends initiëren. Voor Nederlandse artiesten is het gebruikelijk reissubsidie te ontvangen voor buitenlandse presentaties. Datzelfde geldt ook voor de meeste andere landen in Noord-, West- en Zuid-Europa. In Centraal- en Oost-Europa ontbreekt, op een enkel land na, echter nog een infrastructuur van overheids- of particuliere fondsen. Dat plaatst kunstenaars uit deze regio in een oneerlijke concurrentiepositie ten opzichte van hun collega's elders in Europa. Spoffin streeft naar de oprichting van een mobiliteitsfonds dat het mogelijk maakt artiesten uit deze regio's te laten reizen en residenties te doen. Natuurlijk gaat dat niet van vandaag op morgen. Daarom wil Spoffin al vanaf 2014 voorbereidende besprekingen starten, in 2018 uitmondend in het Verdrag van Amersfoort.

8 Cultuureducatie

In de stormachtige periode die kenmerkend is voor de eerste jaren van een nieuw festival heeft educatie bij Spoffin, in alle eerlijkheid, niet de hoogste prioriteit gehad. Er zijn wel enkele verkennende gesprekken geweest met enkele basisscholen, Scholen in de Kunst en de Hogeschool Utrecht. Pogingen om tot concrete afspraken te komen zijn door de betreffende instellingen vaak niet opgevolgd. Er blijkt kennelijk weinig interesse te bestaan met een nieuw festival in zee te gaan. Toch is het streven er op gericht educatie op zijn minst een bescheiden plek te geven in het geheel van festivalactiviteiten. Daarom wordt in 2012 een nieuwe start gemaakt met een project gericht op de CKV-afdelingen van middelbare scholen. Verder is er een concreet plan om samen met één of meer basisscholen tenminste één bijzondere locatievoorstelling (De Grote Reis van Judith Nab) enkele dagen naar de school en aansluitend naar Spoffin te halen. Hierbij wordt samenwerking gezocht met Scholen in de Kunst en Kunst Centraal. Voor de periode 2013-2016 wordt een educatieplan ontwikkeld, maar de aanzetten hiertoe moeten nog worden gegeven. De intentie is er zeker.

9 Organisatiestructuur

Spoffin heeft een kleine en flexibele, professionele staf, bestaande uit:

- ▶ Alfred Konijnenbelt – directeur (40%) en artistiek leider (40%);
- ▶ Sandra Dijkers – marketing (20%)
- ▶ Maaïke Boersma – uitvoerende productie (20%);
- ▶ Ida Bromberg – perscommunicatie en -woordvoering (10%);
- ▶ Casper de Vries – coördinatie Spoffin PRO (10%);
- ▶ Mariska Verhulst – coördinatie Spoffin OFF (5%);
- ▶ Sijmen Stronks - vrijwilligerscoördinatie (5%).

In de aanloop van het festival trekt Spoffin enkele tijdelijke medewerkers aan voor onder meer grafische vormgeving, locatiemanagement, techniek en hospitality. Stuk voor stuk zijn het ervaren en flexibele freelancers die zich in deeltijd (de totale formatie omvat in 2012 omgerekend minder dan 2,0 fte op jaarbasis, langzaam groeiend naar zo'n 2,5 fte in 2016) aan het festival verbinden. Voor *security* en *crowd management* wordt een extern beveiligingsbedrijf ingeschakeld.

In de uitvoeringsfase kan de Spoffin een beroep doen op een grote groep vrijwilligers. In 2011 hebben zich meer dan 80 mensen aangemeld. De organisatie kan ook de komende jaren putten uit een groot reservoir van ervaren medewerkers die de stad en regio goed kennen, veel handige contacten hebben, zeer betrokken zijn en met liefde en plezier keihard werken. Vrijwilligers vormen het cement van de organisatie. Zonder hen zou een festival met een zo lage overhead als Spoffin onmogelijk zijn.

10 Scheiding van taken en verantwoordelijkheden

In de opbouwfase van Festival Spoffin, gedurende de jaren 2010 en 2011, heeft het bestuur zich zeer actief opgesteld, met name op het gebied van netwerken en sponsorwerving. In deze periode is er maandelijks vergaderd, in aanwezigheid van de directeur. In 2012 heeft het bestuur, gegeven de positieve ontwikkeling die het festival doormaakt, besloten zich wat meer op afstand te willen bewegen. Het aantal bestuursvergaderingen wordt afgebouwd naar vier per jaar.

Bestuursvergadering worden in de regel door de directeur voorbereid. Hij voorziet het bestuur van voorstellen en alle relevante informatie. Ook legt hij tijdens de vergadering verantwoording af voor het gevoerde beleid. Hoewel er regelmatig pittige discussies plaatsvinden verlopen de bestuursvergaderingen in een plezierige en harmonieuze sfeer.

De verantwoordelijkheden en bevoegdheden van de directeur zijn vastgelegd in een directiestatuut.

Daarnaast is bij de Kamer van Koophandel een volmacht vastgelegd, die de directeur in de dagelijkse praktijk voldoende bewegingsruimte geeft. Voor contracten en financieringsaanvragen met verstrekkende

verplichtingen is medeondertekening door een bestuurder vereist; in de praktijk is dit de penningmeester. De boekhouding wordt jaarlijks door een administratiekantoor doorgelicht en vervolgens door een externe accountant gecontroleerd. Vervolgens verleent het bestuur décharge aan de penningmeester.

10 Festival Spoffin als ondernemer en economische aanjager

Hoewel er geen sprake is van winstoogmerk functioneert Spoffin meer en meer als maatschappelijk betrokken ondernemer. Dat gebeurt op verschillende manieren:

- ▶ Spoffin loopt ondernemersrisico door enkele bijzondere voorstellingen te programmeren waarvoor kaartverkoop plaatsvindt. Doelstelling is dat deze producties in het kielzog van het festival kostendekkend draaien bij een bezetting van rond de 70%, zonder te drukken op het festivalbudget.
- ▶ Spoffin stimuleert en faciliteert theatermakers in hun ondernemerschap door in het OFF-programma de inkomsten afhankelijk te maken van de publiekswaardering. Bij het overgrote deel van de voorstellingen betalen bezoekers niet vooraf, maar na afloop in de vorm van een vrijwillige bijdrage. De taakverdeling is heel eenvoudig: de organisatie stelt een fantastisch programma samen en doet er alles aan een groot en divers publiek te trekken. Vervolgens is het aan de artiesten deze verwachtingen te overtreffen. Wie het goed doet, ziet de inspanningen na afloop beloond. De eerlijkheid gebiedt hieraan toe te voegen dat niet elke voorstelling zich voor deze vorm leent. Artistiek interessante maar kwetsbare projecten kunnen zelfs in een festivalsetting niet altijd op eigen kracht overleven. Mede hierom blijven subsidies en culturele fondsen ook in de toekomst hard nodig.
- ▶ Spoffin zoekt nadrukkelijk samenwerking met het bedrijfsleven. Sponsoring oude stijl is verleden tijd, partnering heeft de toekomst. Het festival maakt heldere afspraken over tegenprestaties. Bedrijven kunnen bijvoorbeeld in eigen huis exclusieve voorproefjes van Spoffin krijgen van groepen die in het festival optreden. Het mes snijdt aan twee kanten: het bedrijf in kwestie betaalt mee aan de openbare optredens en personeel wordt warm gemaakt voor het festival. Spoffin behoudt de artistieke vrijheid.
- ▶ Bedrijven die kiezen voor een meer publieke aanpak kunnen individuele voorstellingen adopteren en hieraan hun naam verbinden. Ook hier is het Spoffin die het aanbod bepaalt.
- ▶ Bedrijven kunnen ook faciliteiten voor hun rekening nemen die de beleving van het publiek in positieve zin beïnvloeden. Zo zitten Spoffin-toeschouwers riant op de Rabobank-tribune en verzorgt Koninklijke BDU kosteloos de opmaak, druk en verspreiding van de Spoffin Festivalkrant (75.000 exemplaren).
- ▶ Diverse cateraars verzorgen vanaf 2012 gezamenlijk en voor eigen rekening en risico het Spoffin openluchtrestaurant waar het publiek kan mee-eten met artiesten, medewerkers en professionals.
- ▶ Hotels en restaurants bieden speciale Spoffin-arrangementen en -menu's aan. Via partner Koninklijke BDU gaat Spoffin deze arrangementen actief promoten in regionale en plaatselijke kranten en websites.
- ▶ Met de gemeente Amersfoort is afgesproken dat de koopzondag in augustus samenvalt met Spoffin. Om de koopzondag extra aantrekkelijk te maken programmeert het festival overdag ook in de winkelstraten: geen flauwe braderie-acts maar juist kwalitatieve, visueel sterke én toegankelijke voorstellingen.
- ▶ Met de Ondernemersvereniging Binnenstad Amersfoort en de centrummanager wordt een plan ontwikkeld om in het programma van Spoffin vouchers op te nemen die het bezoekers aantrekkelijk maakt te winkelen, cafés en restaurants te bezoeken en liefst een hotelovernachting te boeken. Het programma wordt vanaf 2 weken voor het festival ook via winkels en horeca verspreid.

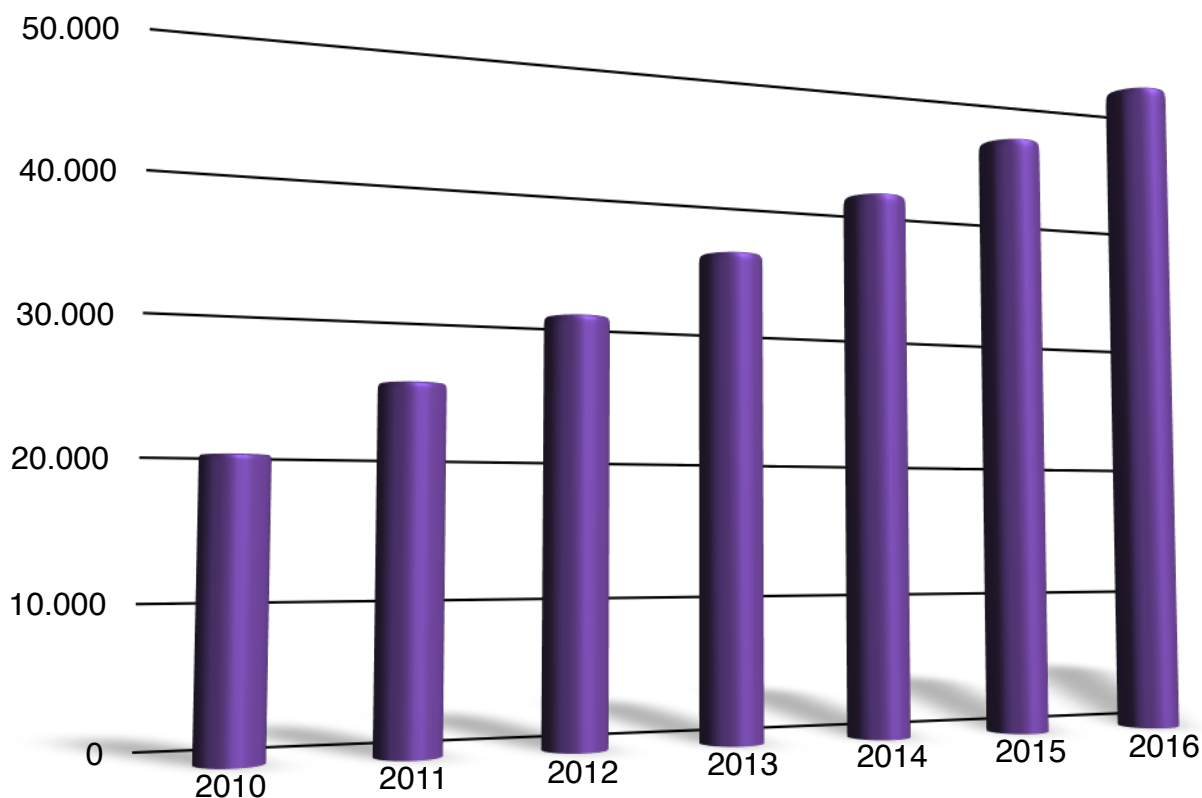
11 Visie op publieksbereik

De doelstelling van Spoffin is zijn publiek een compact en actueel beeld te geven van het beste op het gebied van straat- en locatietheater in Europa en de ontwikkelingen die nu en in de nabije toekomst spelen.

Spoffin richt zich op drie specifieke doelgroepen: een breed publiek uit binnen- en buitenland van

- ▶ theaterliefhebbers, waaronder ook jongeren, ouders met kinderen en passanten

- ▶ theatermakers
- ▶ theaterprofessionals (programmeurs, impresariaten, journalisten)



■ Bezoekers Festival Spoffin 2010-2011(gerealiseerd) en 2012-2016 (prognose)

We verwachten dat het publieksaantal zich in komende vijf jaar gaat verdubbelen van 25.000 in 2011 naar 50.000 in 2016. Een goede naam, uitstekende sfeer, toenemende bekendheid en vooral een bijzonder programma dat je nergens anders kunt vinden zijn de belangrijkste factoren. Spoffin kiest niet voor het megaspektakel maar juist voor de middelgrote en kleine producties met hoge kwaliteit. Daarin wordt dan ook de groei gezocht.

Het is van cruciaal belang dat de kwaliteit van programma en organisatie in balans blijven met de verwachte groei van het aantal bezoekers. Enorm hoge aantallen mensen zijn geen doel op zich. Spoffin richt zich liever op een nieuwsgierig en aandachtig publiek dat langere tijd op het festival doorbrengt dan op een overmatig groot maar ongeïnteresseerd publiek dat vooral voor de gezelligheid komt. De begrensde ambities houden uiteraard ook verband met de realiteit van een terugtrekkende overheid, een haperende economie en cultuurfondsen met tegenvallende rendementen. Inhoudelijke redenen om een gematigde ambitie na te streven hebben echter de overhand. Het zal lastig genoeg zijn om die beperkte groei te realiseren; dat vergt veel ondernemerszin en inventiviteit. Doelbewust wordt gestreefd naar een kleine en slagvaardige organisatie, waar hard en met hart wordt gewerkt.

Spoffin is het enige theaterfestival in Europa dat een specifieke focus op noordelijk en oostelijk Europa combineert met een *showcase* voor innovatief straat- en locatietheater. Verder onderscheidt Spoffin zich in het gastheerschap voor artiesten en professionals met uitstekende catering, goed gefaciliteerde mogelijkheden voor ontmoeting tussen artiesten en professionals, workshops en presentaties van nieuwe producties.

12 Marketing en communicatie

Extra inspanningen op het gebied van marketing en communicatie hebben de afgelopen jaren bijzonder goed gewerkt en geven alle aanleiding deze aanpak verder uit te bouwen. De doelstellingen zijn tweeledig:

- ▶ Ontwikkeling van het merk Spoffin door vergroten van de naamsbekendheid en zichtbaarheid van het festival bij publiek, theatermakers en -professionals, pers, potentiële sponsors, bestuurders, organisaties en bedrijfsleven;
- ▶ Werving van een groter publiek, met specifieke nadruk op regionale, landelijke en internationale aandacht.

De middelen die Spoffin, aan de hand van een strakke tijdsplanning, inzet om deze doelstellingen te bereiken, vormen een kruidige mix van nieuwe en meer traditionele uitingen en acties:

- ▶ Intensief benutten van sociale media zoals Twitter, Facebook, Google+ en LinkedIn, zowel door het actief plaatsen van korte berichten, filmpjes en foto's als door het eenvoudig en aantrekkelijk maken Spoffin te volgen. Positieve interactie met volgers.
- ▶ Actief gebruik van de eigen websites (in Nederlands en Engels) om de doelgroepen zo goed mogelijk te bedienen met nieuws, achtergronden, video's, foto's, oproepen en praktische informatie.
- ▶ Verdere ontwikkeling, in samenwerking met VivaFestival, van de bestaande smartphone-app die het festivalprogramma in compacte en prettige wijze beschikbaar maakt, inclusief locatiebepaling.
- ▶ Free publicity door het regelmatig verzenden van persberichten naar lokale, regionale, landelijke en internationale media en deze intensief op te volgen bij de belangrijkste titels en programma's.
- ▶ In samenwerking met sponsor Koninklijke BDU uitbrengen van een speciale Festivalkrant (oplage 75.000 exemplaren) die het festivalprogramma van de nodige verdieping en duiding voorziet. Huis-aan-huis verspreid in Amersfoort, overdrukken zijn beschikbaar voor verspreiding tijdens festival.
- ▶ Compact festivalprogramma met beknopte informatie over de voorstellingen, duidelijke dagschema's en een stadsplattegrond met alle locaties. Verkoop via VVV, horeca en tijdens Spoffin.
- ▶ Spoffin on Tour: korte optredens en flyeracties met Spoffin-ansichtkaarten in de belangrijkste plaatsen rondom Amersfoort: Leusden, Soest, Harderwijk en Utrecht met als doel ook in de regio de naam en positie van Spoffin verder te versterken. Indien succesvol uitbreiden naar plaatsen als Hilversum, Nijkerk, Zwolle en Apeldoorn.
- ▶ Foto-expositie in de traverse van NS-station Amersfoort CS, waar dagelijks 36.000 mensen passeren.
- ▶ Lokale en regionale guerilla-marketing door middel van o.a. *green graffiti* (onder hoge druk schoonmaken van een stuk straat in de vorm van het Spoffin-logo), het beschikbaar stellen van vrolijk gepimpte Spoffin-fietsen en verspreiding van gratis ansichtkaarten tijdens evenementen die vooraf gaan aan Spoffin.
- ▶ Adverteren in relevante media, waaronder de programma's van andere theaterfestivals.
- ▶ Verspreiding van affiches op de formaten A0, A2 en A3 via abri's, CityDisplays, horeca, winkels en culturele instellingen in Amersfoort en wijde omgeving.
- ▶ Aangeven van thematisch gegroepeerde festivalroutes (bv. dans, circus, humor, locatie, installaties, innovatie) die het publiek helpen een keuze te maken in het uitgebreide programma.
- ▶ Kortingsacties via lokale, regionale en landelijke media.
- ▶ Samenstellen van een fotoboekje dat meegestuurd wordt als bijlage bij het jaarverslag en tevens dient als

visuele introductie bij artiesten, collegafestivals, fondsen, subsidiënten, ambassades, etc.

- ▶ Artikelen in vaktijdschriften in binnen- en buitenland, zoals TheaterMaker (Nederland), FiestaCultura (Spanje), Ana Glasnika (Slovenië), etc.

Voor de doelgroep van professionals hebben de bovengeschetste acties slechts een ondersteunende waarde. Persoonlijke contacten, opgebouwd tijdens festivals, showcases en professionalsmeetings maken het verschil. Daarom investeert Spoffin hierin relatief veel tijd.

13 Lokale en regionale partners

- ▶ Koninklijke BDU/DeStadAmersfoort.nl (mediapartner, uitgever Spoffin Festivalkrant);
- ▶ NH Hoteles en Hotel De Gaaper (hospitality partners voor artiesten en professionals);
- ▶ Kunsthal KAdE en KAdECafé (ontvangst en catering artiesten, professionals en medewerkers);
- ▶ Daily Déli (catering artiesten, professionals en medewerkers);
- ▶ Theater De Flint (Spoffin Amuses);
- ▶ Theater De Lieve Vrouw en Rijtuigenloods (regenlocaties);
- ▶ Stichting Laswerk (montage- en repetitieruimte Spoffin Residentie);
- ▶ Stichting Kunst in Amersfoort (huisvesting Spoffin Residentie);
- ▶ Franje (parasitair festival dat aanhaakt bij Spoffin, www.franje.nu);
- ▶ Hogeschool Utrecht, Hogeschool voor Hotel, Toerisme en Evenementen TIO en ROC-ASA (stages);
- ▶ Citymarketing Amersfoort (regionale en landelijke promotie);
- ▶ Kunstbende Utrecht (aanbieding speelplek voor regionaal talent);
- ▶ Vrede van Utrecht 2013;
- ▶ Utrecht Culturele Hoofdstad 2018;
- ▶ Hotels, restaurant, cafés en winkeliers in Amersfoort (horeca, arrangementen en marketing).

14 Landelijke en internationale partners

Spoffin neemt actief deel aan het overleg dat een aantal middelgrote festivals op het gebied van straat- en locatietheater onlangs is gestart om te komen tot een betere samenwerking en uitwisseling van informatie. Deelnemers aan dit overleg zijn naast Spoffin onder meer Oerol, Deventer op Stelten, Kunsten op Straat, Buitenkans, Reuring, De Karavaan en Buitengewoon. We faciliteren ten behoeve van dit overleg onder meer een online festivalagenda.

Dankzij de Spoffin PRO-meeting ontvangen we veel uitnodigingen om buitenlandse festivals te bezoeken, soms geheel of gedeeltelijk op kosten van de betreffende organisatie. Onder meer FiraTàrrega (Spanje), Theater op de Markt (België), Chalon dans la Rue (Frankrijk), Subcase (Zweden), MiramirO (België), Feta (Polen), Nordwind (Duitsland), Sirenos (Litouwen), Ana Desetnika (Slovenië), FiraMediterranea (Spanje), Mirabilia (Italië), Sibfest (Roemenië), White Nights Festival (Perm, Rusland), Festival Novog Cirkusa (Kroatië) en CIRKO Center (Finland). Een deel van deze festivals worden door de artistiek leider of een van de programmascouts bezocht.

Spoffin is sinds het voorjaar van 2011 lid van de Europese netwerkorganisatie Circostrada, waarin zo'n 50 organisaties op het gebied van circus- en straattheater deelnemen. Artistiek leider Alfred Konijnenbelt is op persoonlijke titel lid van het International Network for Contemporary Performing Arts, die zo'n 600 leden in 30 landen (hoofdzakelijk Europa) telt.