

Tegelen, 18 mei 2019

PROJECTPLAN PASSIESPELEN 2020

'Hem achterna'

Inleiding

Algemeen en première

De première van de Passiespelen 2020 in Openluchttheater De Doolhof in Tegelen vindt plaats op zondag 10 mei 2020. Deze eerste voorstelling markeert de start van de eenentwintigste Passiespelen, die sinds 1931 eens in de vijf jaar worden opgevoerd door honderden vrijwilligers uit Tegelen en de verre omgeving.

Aan de première gaat een voorbereidingsperiode van ruim vier jaar vooraf. Dit traject begint met de selectie van een auteur, een regisseur, een artistiek team en een cast voor het nieuwe Passiespel. Langzaamaan neemt de voorbereiding in intensiteit en omvang toe en wordt toegewerkt naar het hoogtepunt, de première op zondag 10 mei 2020: het begin van een zeer intensieve en vermoeiende, maar bovenal inspirerende en verrijkende speelperiode die eindigt op zondag 13 september 2020 met de laatste voorstelling van de Passiespelen 2020.



(Foto: Pascal Moors – Passiespelen 2015)

Voorstelling

Visie, ambitie en durf kenmerken beleid en handelen van de Tegelse Passiespelen. Sinds de eeuwwisseling heeft het Tegelse Passiespel een evolutie doorgemaakt van een religieus spel tot een unieke vorm van openluchttotaaltheater dat het publiek meeneemt, ontroert en aan het denken zet. Met name in de twee laatste edities – 2010 en 2015 – werd een uitzonderlijke vernieuwing gerealiseerd, die in artistieke zin bijzonder geslaagd genoemd mag worden.

Daarvan getuigen ook de lovende reacties van het publiek en een gemiddelde waardering van ruim 8,5 voor de voorstelling, zoals blijkt uit een omvangrijke enquête. Tekst, regie, muziek, decor en aankleding, acteurs en actrices, koor en figuratie; kortom de hele productie en allen die daaraan meewerkten werden hoog gekwalificeerd en gewaardeerd. Het is onze ambitie om deze vernieuwende lijn voort te zetten en met het Passiespel 2020 opnieuw een spectaculaire, warme, bezielende en aansprekende voorstelling te presenteren aan het publiek.

Een voorstelling met een nieuwe invalshoek gegoten in een nieuwe tekst, waarbij het aloude verhaal van Jezus' lijdensweg uiteraard de kern blijft.

Voorzieningen en diensten

Naast de waardering van ruim 8,5 voor het artistieke niveau van de voorstelling kreeg het Passiespel van 2015 een waardering van ruim 7,5 van het publiek voor het algemene voorzieningen- en dienstenniveau. Deze score stemt tot tevredenheid. Maar, naar de toekomst toe zien wij op dit vlak ook verbeterpunten.



(Foto: Pascal Moors)

Voor een deel zijn de aandachtspunten hierbij inherent aan een buitenaccommodatie, zoals overlast door regen of zon, waarvoor geen 100%-oplossing beschikbaar is. Deels gaat het om een kwestie van onderhoud en comfort, bijvoorbeeld ten aanzien van de gesteldheid van het terrein bij slecht weer en de verouderde en moeilijk schoon te houden toiletvoorzieningen. Ten aanzien van deze punten is de verhuurder van de accommodatie – Stichting De Doolhof – inmiddels aangesproken en aan de slag gegaan.

Tenslotte streven we verbeterpunten na op het gebied van horeca & catering. Elementen daarin zijn o.a.:

- het realiseren van meer zitgelegenheid vooraf en in de pauze;
- de bereikbaarheid c.q. omvang en/of spreiding van de uitgiftebuffetten;
- het serviceniveau (snelheid, kwaliteit en efficiency van de bediening);
- de logistiek en routing;
- het pakket en de kwaliteit van het aanbod;
- de mogelijkheid om 'vooraf' te bestellen en te betalen met daaraan gekoppeld een 'passende prioritaire behandeling';
- verbeterde representatieve voorzieningen en begeleiding van gasten en sponsors.

Over al deze aspecten zijn reeds gesprekken gevoerd met diverse partners en stappen gezet, met als doel verbetering en dus meer 'beleving' realiseren.

Marketing & Promotie

De enquête over de Passiespelen 2015 levert een schat aan informatie op ten aanzien van de beweegredenen, bestelroutes, herkomst en motieven om de Passiespelen te bezoeken. Zo blijkt uit de enquête dat met name bezoekers uit (de gehele provincie) Limburg het 'evenement Passiespelen' bezoeken en dat dit publiek grotendeels bereikt en geïnformeerd wordt door de brede media-aandacht voor het evenement via radio en televisie, kranten, flyers, affiches, busreclame en free publicity.

Bezoekers van buiten Limburg bezoeken de Passiespelen veelal vanuit een religieus besef en/of vanuit het zoeken naar diepgang en zingeving. Het bereiken van deze doelgroep vraagt een veel directere, haast persoonlijkere benadering; in feite een methodiek om mensen 'thuis' te bereiken. Meer algemene publiciteit lijkt dan landelijk minder effectief, ook doordat het budget ontbreekt om zwaar aan de weg te timmeren. Geïnteresseerde mediapartners, zoals dat in Limburg Concentra en L1 zijn, zijn

landelijk niet of nauwelijks voorhanden zijn. Het is dus zaak om potentiële bezoekers bij wijze van spreken 'thuis' proberen te bereiken.

Verder is het zaak om voorstellingen van hoge kwaliteit te blijven maken, want meer dan 80% van de bezoekers geeft aan de Passiespelen nogmaals te willen bezoeken. Eenzelfde percentage beveelt de voorstelling aan bij anderen. Onze bezoekers zijn dus de beste ambassadeurs voor de Passiespelen.



(Foto: Pascal Moors – Passiespelen 2015)

Voor 2020 is inmiddels een overall 'operationeel marketing- en promotieplan' ontwikkeld. In dit plan vervullen de sociale media ook een prominente rol. In 2015 hebben we hiermee een goede start gemaakt. Naast de website, die door $\pm 90\%$ van de bezoekers genoemd wordt als de belangrijkste informatiebron over de Passiespelen, is met name de waarde van Facebook als informatiekanal snel gegroeid.

Zowel de website als de Fb-pagina worden als 'goed tot zeer goed' beoordeeld. Daarbij is de ontwikkeling van een eenvoudig en toegankelijk kaartverkoopsysteem – gekoppeld aan een duidelijke en interessante website – absolute noodzaak. Het streven is hierbij gericht op de implementatie van een kaartverkoopsysteem met de mogelijkheid om aanvullende artikelen, inclusief horeca en catering, te bestellen en te betalen.



Financiën

De organisatie van Passiespelen staat elke vijf jaar voor de uitdaging om voldoende inkomsten te verwerven tegen zo laag mogelijke kosten. Het doel is om elke nieuwe productie tenminste 'sluitend' te kunnen beëindigen. Dat is in het verleden over het geheel ook steeds gelukt. In 2010 zelfs met een positief resultaat. In 2015 daarentegen bereikten we met 'Lente in Galilea' 41.500 bezoekers; een mooi maar iets lager aantal dan in 2010. Tegelijk werden we geconfronteerd met onvoorziene hogere kosten, onder andere voor de accommodatie (tribune en veiligheidsvoorschriften) en hogere productiekosten (decor).

De recette is bepalend voor het resultaat. Ongeveer twee derde van de baten – ruim 63% (€ 1.045.000) – moet uit recette gerealiseerd worden. Dat is in de kunstensector een uitzonderlijk hoge target. De andere 37% (± € 600.000,-) komen voor €165.000 uit subsidies - provincie Limburg(€ 100.000) en gemeente Venlo €65.000,- en voor het restant uit financiële en materiële sponsoring door fondsen, bedrijven en (media)partners. Voor de Passiespelen 2020 wordt tenminste ingezet op realisatie van deze targets. Daarnaast – en dat is niet zichtbaar in de begroting – zien wij de inbreng en tijdinvestering (± 150.000 uren) van al die vrijwillige medewerkers als een 'onzichtbaar' en niet te onderschatten kapitaal. Zonder dat kapitaal zouden de Passiespelen niet mogelijk zijn.

Om de sponsoring rond te krijgen is er een ambitieus sponsorplan gemaakt. Hierin zijn ook nieuwe strategieën – mede door inschakeling van een extern bureau – ingezet, onder andere op het gebied van ANBI-regelingen en fiscaal gunstige schenkingen. Verder zal ingezet worden op kostenreductie en een stringente kostenbewaking bij de productie. Onder andere door de budgettering op onderdelen vooraf vast te leggen en slechts afwijkingen toe te staan voor zover deze door verschuivingen binnen de deelbegroting van dekking voorzien kunnen worden.

Een bijzonder aandachtspunt voor 2020 is de liquiditeit. Een groot deel van de kosten voor de Passiespelen wordt vooraf en met name in de eerste helft van 2020 gemaakt, terwijl van serieuze baten – voornamelijk recette, zoals eerder aangegeven – pas vanaf mei 2020 sprake zal zijn. Dat betekent een liquiditeitsbehoefte van globaal ± € 350.000,- in het eerste half jaar van 2020. Met medewerking van de provincie Limburg kan hierin deels worden voorzien.

Productie en medewerkers

De productie van de Passiespelen is in alle opzichten grootschalig en arbeidsintensief. Liefst 400 medewerkers leveren in de voorbereiding en in de realisatie - upstage en backstage – vrije tijd, inzet en creativiteit. De beweegredenen om mee te doen variëren van de wens om van de Passiespelen 2020 een geslaagd evenement te maken, tot de

behoefte om bij te dragen aan de instandhouding, het voortbestaan en het doorgeven van een belangrijk onderdeel van ons 'immaterieel erfgoed'. Immers, de Passiespelen zijn in 2014 op de nationale inventarislijst van 'levend erfgoed' geplaatst.

De medewerking aan de Passiespelen omvat velerlei disciplines; van acteurs en figuranten, koor- en orkestleden, musici, podiummedewerkers en theatertechnici, naaisters, costumières, kleedsters en grimeurs tot publieksbegeleiders, kaart- en programmaverkopers.

Bij de Passiespelen 2015 hebben we vanuit het streven naar uitbreiding, verjonging en verbreding ingezet op een toename van het aantal nieuwe mensen 'op het podium'. Daarin zijn wij uitermate geslaagd en voor 2020 wordt op de ingeslagen weg voortgegaan. Daarbij willen we bij de komende editie extra inzetten op het werven van meer - jonge - vrijwilligers voor werkzaamheden achter de schermen en voor de publieksbegeleiding. Denk aan podiummedewerkers, theatertechnici, onderhoudsmedewerkers, medewerkers voor het kostuumatelier, suppoosten, programmaverkopers, pauzecoördinatoren, toezichthouders en gastenbegeleiding.

De wervingsdoelen voor 2020 voor acteurs, actrices koorleden zijn inmiddels succesvol afgerond: veel nieuw en ook veel jong talent uit de directe regio maar ook daar buiten.



(Foto: Pascal Moors – Passiespelen 2015)

De omvang en de intensiteit van de werkzaamheden worden steeds groter en vragen met name ook in het voorbereidend traject meer tijd en – op onderdelen – specifieke



vakkennis. We streven er, mede vanuit kosten oogpunt, naar om zo veel mogelijk werkzaamheden in eigen hand te houden en op vrijwillige basis in te vullen. Op specifieke onderdelen, zoals licht en geluid, podium- en decorconstructies, e.d. zullen echter altijd professionele voorzieningen en diensten ingehuurd moeten worden. Ook het artistieke team bestaat volledig uit professionals. Niettemin is en blijft het Tegelse Passiespel een amateurproductie, die met inzet van velen tot een hoogwaardige en gedenkwaardige theaterproductie wordt uitgebouwd.

Detallering en Uitwerking

Doel

Het doel van het Tegelse Passiespel is het verzorgen van een artistiek hoogwaardige theatrale weergave van het Bijbelverhaal over de laatste dagen van Jezus Christus door een groot, speciaal hiervoor samengesteld amateurgezelschap. De deelnemers zijn voor een belangrijk deel afkomstig uit de Tegelse bevolking – de historische basis van de Passiespelen –, en verder uit de hele regio Limburg. Het Huis voor de Kunsten Limburg is samen met de provinciale koepelorganisaties (LBM / LFA / VNK) een belangrijke partner bij het werven van de vrijwilligers. Een stimulans voor aanwas van buiten de directe regio.

De voorstelling wordt gespeeld voor een publiek van vele tienduizenden (41.500 in 2015) toeschouwers uit de regio, de provincie, het hele land, de Duitse grensgebieden en Vlaanderen. Het doel van de voorstelling is het publiek 'bewegen', aan het denken zetten en kennis laten maken met een belangrijk onderdeel van onze religieuze en culturele geschiedenis. We willen de geschiedenis tonen en laten meeleven. Tegelijk houden de Passiespelen een traditie levendig die decennialang landelijk en internationaal grote bekendheid geniet en onderdeel is van ons 'immaterieel erfgoed'.

Theatraal en qua presentatie hebben de Passiespelen in 2010 een vernieuwing ingezet. De voorstelling wordt door meer mensen gedragen en inhoudelijk staat de wens centraal om het bekende lijdensverhaal van Jezus Christus via een nieuwe invalshoek weer te geven. De voorstelling sluit hierdoor aan bij de hedendaagse belevingswereld van een publiek, dat kennis wil nemen van een met liefde en bezieling gemaakte theaterproductie. Deze vernieuwing werd in 2015 doorgezet en zal voor 2020 verder inhoud en vorm krijgen door nieuwe dimensies en invalshoeken op te zoeken met een nieuwe theatrale tekst en regie. Het resultaat is een productie met een nóg grotere zeggingskracht en theatrale uitstraling. Een stuk van deze tijd, gemaakt en op het toneel gebracht door mensen van deze tijd en bekeken met de ogen en de geest van mensen van deze tijd. Een gemeenschapsproduct dat raakt, beroert, ontroert en artistiek van hoog niveau is. Dat de Passiespelen daartoe in staat zijn, is bewezen.

Artistieke uitwerking

Het streven naar vernieuwing vraagt allereerst om een nieuwe theatertekst. Na gedegen oriëntatie, onderzoek en advisering hebben we voor de tekst van het Passiespel 2020 een schrijversduo - Ineke ter Heege en Jan-Jaap Jansen - benaderd – ruim 25 jaar gepokt en gemazeld als schrijvers, artistieke leiders en acteurs van een professioneel theatergezelschap.



Zij hebben een conceptidee ontwikkeld dat uitgewerkt is in de vorm van een synopsis. Deze synopsis is vervolgens vertaald naar een concrete theatertekst, die traditiegetrouw op Witte Donderdag 2018 – donderdag 29 maart – aangeboden is aan het bestuur en de medewerkers van de Passiespelen. Regisseur van het Passiespel 2020 is Cees Rullens.

Op vrijdagavond 2 november 2018 heeft regisseur Cees Rullens het artistiek team gepresenteerd, dat hem gaat bijstaan bij de voorbereiding van de Passiespelen in 2020. De titel van de voorstelling is 'Hem achterna'.

Het decor wordt ontworpen door Diana van de Vossenbergh, de kostuums door Sanne Reichert, voor muziek tekent de Venlose componist-arrangeur Wim Naus, voor choreografie Lana Nasser en grime en haarwerk zijn – evenals in 2010 en 2015 – in handen van Pilo Pilkes. Aan de hand van 'moodboards' – decor en kostuums – presenteren de 'nieuwkomers' zichzelf en hun partners (Cor van Leipsig, decor / Mieke Arts, kostuums) en lichtten ze al een tipje op van de sluier over het artistieke proces en de inspiratiebronnen waaruit ze gaan putten voor hun creaties.



Op de foto v.l.n.r.: Huub Heldens (kostuumatelier), Ben Benders (koördirectie), José Vercoulen (grime), Diana van de Vossen (decorontwerp), Paula Nelissen (regie-assistent), Cees Rullens (regie), Cor van Leipsig (decor), Sanne Reichert (kostuumontwerp), Mieke Arts (kostuumontwerp), Sterre van Heck (stagiaire), Wim Naus (muziek/composities). (niet op de foto: Pilo Pilkes, haar- en grimeontwerp).

Aan het Passiespel van 2015 werkten 400 amateurs mee. In de voorbereiding werken amateurs en professionals nauw samen om ervoor te zorgen dat alle disciplines tijdens de voorstelling samensmelten in één mooie, aansprekende voorstelling. Het team dat gedurende dit langdurige proces intensief samenwerkt is hecht. Er ontstaat een band. Voor velen smaakt de ervaring dan ook naar meer. Zij sluiten zich aan bij andere amateurverenigingen, koren of gezelschappen, en velen doen ook mee aan andere grote producties, zoals het Draaksteken of de Venlose Revue.



Robin Langen (Ruby), Mariëlle Billekens (Maria), Cees Rullens (regisseur), Marcel Claessen (Jezus)

Op weg naar de Passiespelen 2020

De organisatie van de Passiespelen heeft een - min of meer - permanent karakter, al vindt de feitelijke aftrap plaats tijdens de eerste repetitie of de daaraan voorafgaande audities. Hier onder een korte schets van het productietraject naar de première op 10 mei 2020:

Algemeen

Voor de continuïteit van de Passiespelen is het van belang dat de relatie met de ruim 400 medewerkers, de internationale contacten, de interne en externe relaties, representatieverplichtingen en het bestuurlijk functioneren in stand gehouden en geborgd worden. Alleen vanuit een stevige basis is het mogelijk om geleidelijk aan op te schalen van een intensieve en veeleisende voorbereiding naar de uiteindelijke grootschalige passievoorstelling, die vanaf 10 mei 2020 gedurende ruim vier maanden in het openluchttheater 'op de planken' staat. Deze prestatie die ruim 150.000 vrijwilligersuren vraagt en waarvoor vakanties worden opgeofferd zou onmogelijk zijn als elke vijf jaar vanuit een nul-positie wordt gestart

2016

Reeds vroeg in 2016 werd besloten, dat er een nieuwe tekst zou moeten komen, teneinde een nieuwe, verrassende invalshoek mogelijk te maken. Op zoek naar een geschikte auteur is hiervoor extern advies ingewonnen bij prof. dr. Peter Nissen.

2017

Nadat de synopsis er was, is de regisseur geselecteerd. Aansluitend is - in goed overleg en samenspraak met de regisseur - het artistiek team voor onder meer composities (orkest / koor / solisten), decorontwerp, kostuumontwerp, grime- en haarwerk, e.d. samengesteld. Bij de samenstelling van het team is naar artistieke vernieuwing gestreefd.

2018

In 2018 is het productieproces geconcretiseerd:

- overdracht van de theatertekst aan bestuur en medewerkers van de Passiespelen op Witte Donderdag – donderdag 29 maart 2018;
- de regisseur heeft een regieconcept gemaakt;
- in mei 2018 zijn de audities voor de tekstrollen gehouden. De uitnodigingen hiervoor zijn breed en ook buiten de kring van de Passiespelers van 2015 onder de aandacht gebracht, onder meer in samenwerking met en via de kanalen van het Huis voor de Kunsten Limburg;
- eind juni 2018 is de rolverdeling bekendgemaakt tijdens een speciale bijeenkomst voor alle medewerkers;

- In het najaar van 2018 zijn de eerste repetities voor de acteurs en actrices met een tekstrol gestart. Deze vinden, in toenemende intensiteit en omvang, eerst binnen en daarna buiten plaats;
- In de tweede helft van 2018 heeft het artistiek team – gezamenlijk en op onderdelen – het concept van de productie uitgewerkt. Onder leiding van de artistiek verantwoordelijke en de portefeuillehouder(s) (tevens budgetverantwoordelijk) en in samenwerking met diverse uitvoerende werkgroepen (decorbouw / naaiatelier / theatervoorzieningen, e.a.) is vervolgens gestart met de realisatie.

2019

In 2019 wordt er in toenemende omvang en intensiteit ‘gewerkt’ op alle onderdelen van het productieproces en wordt gewerkt aan decor en kostuums. Zo beginnen medio 2019 de koorrepetities en vanaf september/oktober de eerste full-cast repetities. Deze vinden voor zover mogelijk in Openluchttheater De Doolhof plaats.

2020

Vanaf januari 2020 wordt het decor afgebouwd – na voorbereiding elders van de onderdelen –, zodat vanaf carnaval 2020 alle repetities ‘op scène’ kunnen plaatsvinden. In die periode wordt van twee of drie repetities per week naar uiteindelijk vijf à zes repetities (rolrepetities en full-castrepetities) per week opgeschaald, op weg naar het eerste hoogtepunt: de première op 10 mei 2020. Dat hoogtepunt wordt gevolgd door een reeks van meer dan twintig voorstellingen tot medio september.

In de laatste repetitiefase worden alle ‘elementen’ in elkaar geschoven – muziek / kostuums / grime en haarwerk – in een ‘totaal- theatervoorstelling’.

Verdere elementen in de voorbereiding van de Passiespelen 2020

In de inleiding werd reeds kort ingegaan op een aantal punten, die hier – voor zover nodig en nuttig – verder uitgewerkt worden.

Openluchttheater De Doolhof

Openluchttheater De Doolhof, waar de Tegelse Passiespelen traditioneel worden opgevoerd, is eigendom van de gemeente Venlo en wordt geëxploiteerd door Stichting De Doolhof. Voor de Passiespelen 2020 kan De Doolhof nog niet voldoen aan de toegezegde capaciteit van ca. 2300 plaatsen. De Passiespelen zullen dus – evenals in 2015 – weer zelf en voor eigen rekening moeten voorzien in een tribune van ± 1000 zitplaatsen. Daarnaast is in de aanloop naar 2020 de staat van het onderhoud van diverse voorzieningen (publiekstoiletten en podiumgebouwen), het terrein (modderig bij zelfs de geringste regenbui) en de omheiningen een bijzonder aandachtspunt. Hier zijn en worden voor de editie van 2020 verbeteringen doorgevoerd.



Speelplan

Vanaf de première op zondag 10 mei 2020 tot en met de finale op zondag 13 september 2020 staan vijftientig voorstellingen op het programma. Dit is inclusief de voorstellingen op Hemelvaartsdag, Pinkstermaandag en de extra zaterdagvoorstellingen eind juli/begin augustus. Er zijn overwegingen om iets minder voorstellingen te gaan spelen door af te zien van enkele zaterdagvoorstellingen en/of Hemelvaartsdag en Pinkstermaandag. Dit zou de belasting van de medewerkers tijdens het speelseizoen wellicht verlichten. Maar bij een capaciteit van 2300 plaatsen en een streven naar all-in tenminste 41.000 bezoekers is bij 25 voorstellingen een bezettingspercentage van 72% voorwaarde, en dat is al vrij hoog. Dit ambitieuze percentage wordt bij een afname van het aantal voorstellingen nog hoger. De ticketverkoop komt pas vanaf de première pas echt op gang, neemt geleidelijk toe en bereikt een hoogtepunt vanaf eind juli, maar vooral in augustus en september. Die ontwikkeling is duidelijk merkbaar sinds 2015.

Publieksvoorzieningen en diensten

In de inleiding is het onderdeel publieksvoorzieningen en diensten al de revue gepasseerd, mede refererend aan de enquête. Op weg naar 2020 willen we o.a. investeren in voorzieningen, dienstverlening en – jongere – bemensing. Het ontvangen, begeleiden, informeren en verzorgen van de bezoekers zal naar een hoger niveau getild worden. Dat geldt zowel voor de kwaliteit van de voorzieningen binnen en buiten de poort, als voor de diensten van bijvoorbeeld suppoosten, beveiliging, placering, entreecontrole, publieksinformatie- en begeleiding, programmaverkoop, het kaartverkoopbureau, parkeren en de verkeersbegeleiding.

Horeca & Catering

Eerder in dit plan (pagina 2, voorzieningen en diensten) is aangegeven welke verbeteringen de Passiespelen nastreven op het gebied van horeca en catering. Voor 2020 is hiervoor een compleet en verbeterd plan in ontwikkeling in samenwerking met een gerenommeerd cateringbedrijf.

Begroting 2017-2020

Baten	Begroot 2017-2020
Recette	1.045.000
Provincie Limburg	100.000
Gemeente Venlo	65.000
Sponsoring en donaties financieel	200.000
Sponsoring en donaties / bartering materieel	200.000
Overige opbrengsten	0
Rente	5.000
Som van de baten	1.615.000

Lasten	
Doorlopende kosten	70.000
Rentelast	5.000
Management en organisatie	171.000
Productie	558.500
Marketing en communicatie / promotie	436.500
Ticketverkoop	88.000
Theater	143.000
Sponsoring kosten	20.000
Verzorging spelers	115.000
Administratie en accountant	8.000
Som van de lasten	1.615.000
Resultaat	0

Begroting: toelichting op onderdelen

Inkomsten

Recette > we streven naar een stijging van de recette van 10% t.o.v. 2015.

Uitgegaan wordt – veiligheidshalve – van nagenoeg eenzelfde aantal of een (lichte) stijging van het aantal betalende bezoekers in 2015. De hogere recette kan worden gehaald door een lichte prijsstijging, die in een gemiddelde opbrengst van € 27,50 moet resulteren.

Subsidies > een deel van de benodigde middelen dient uit subsidies te worden gerealiseerd. De toekenning en de uitbetaling van de subsidies zou gespreid over de kalenderjaren tot en met 2020 kunnen plaatsvinden.

Kostenreductie > naast de inkomsten willen we ten opzichte van 2015 een kostenreductie van € 50.000,- realiseren.

Sponsoring > we streven ernaar om nagenoeg eenzelfde totaalbedrag als in 2015 te verwerven middels (financiële en materiële) sponsoring, bijdragen van fondsen en donaties. Met dien verstande, dat gerekend wordt op een afname van de materiële sponsoring en een toename van de financiële sponsoring. Om deze toename te kunnen realiseren, worden extra inspanningen gedaan.

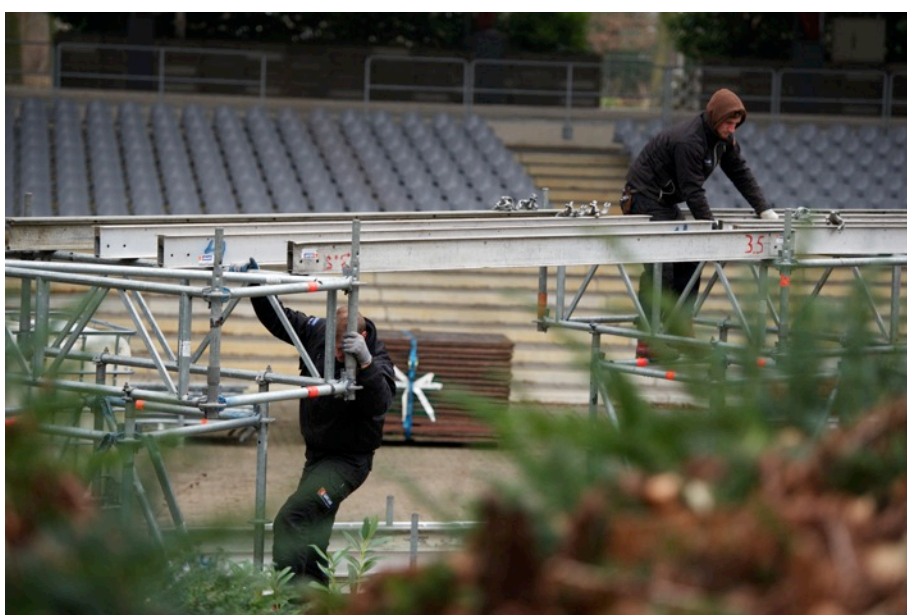
Verdere inkomsten > deze zijn bescheiden geraamd. We onderzoeken hoe we met een nieuwe strategie en aanpak de verkoop van het programmaboekje (met CD) weer winstgevend kunnen maken, zoals dat ook gelukt is in 2010.

Uitgaven

Voor een belangrijk deel zijn de uitgaven reeds in de begroting toegelicht. Hieronder volgt op onderdelen nog enige verduidelijking. Een belangrijke vernieuwing in de aanloop naar de Passiespelen 2020 is dat elke deelbegroting (de hoofdonderdelen aangeduid onder 'lasten') de stringente budgetverantwoordelijkheid wordt van een portefeuillehouder. Zonder voorafgaand akkoord van het bestuur met gelijktijdige beschikbaarstelling van middelen is overschrijding van de budgetten niet toegestaan. Doorlopende kosten > de organisatie van de Passiespelen moet gedurende vijf jaar kunnen blijven functioneren. De bescheiden kosten die hiervoor jaarlijks gemaakt moeten worden, zijn in hoofdlijnen in de begroting aangeduid.

Management > voor zaken als bestuursadvisering, organisatie en uitvoering van o.a. sponsor- en fondsenwerving, onderzoek naar en implementatie van een goed functionerend digitaal kaartverkoopsysteem, ontwikkeling en uitvoering van een marketing- en communicatieplan (met inbegrip van website en sociale media) is een professioneel team nodig, dat enerzijds vaste mensen kent en anderzijds op specifieke

onderdelen projectmatig wordt ingevuld. Daartoe wordt nagenoeg eenzelfde bedrag geraamd als voor 2015.



Productie > deze deelbegroting omvat ongeveer 33% van de kosten en valt weer uiteen in een aantal onderdelen die in de begroting apart benoemd zijn. Uit een vergelijking tussen het resultaat 2015 en de begroting 2020 – zichtbaar in de begroting – blijkt welke onderdelen moeilijker beheersbaar zijn en dus risico's tot overschrijding met zich meebrengen. Op weg naar 2020 zal de vinger aan de pols gehouden worden en zullen de artistiek verantwoordelijken vooraf grenzen moeten onderkennen en leren respecteren. Voor de portefeuillehouder wordt dit geen eenvoudige taak, omdat in de productiekosten ten opzichte van 2015 ook nog eens een kostenreductie van € 30.000,- is doorgevoerd.

Enige toelichting op onderdelen bij de productiekosten:

- De auteurskosten zijn gunstiger, omdat de inbreng voor het onderdeel 'dramaturgie' door regisseur en componist reeds op de betreffende posten wordt ingecalculeerd;
- Het strikter budgetbeheer brengt enige uitbreiding in de bemensing op het onderdeel productiebegeleiding met zich mee;
- Ontwerp van kostuums en uitvoering in het naaiatelier dient beter en constructiever georganiseerd en aangepakt te worden. De verwachting is dat dit met name in de professionele (bege)leiding tot hogere kosten zal leiden, ook voor materialen en machines. Overigens kan het zijn, dat door inzet van 'jonge

- makers' – deels nog in opleiding – weer een kostenreductie mogelijk is;
- De kosten voor decor en rekwisieten zijn in 2015 overschreden o.a. door de onvoorziene extra kosten voor de 'stadsmuren'. Voor dit onderdeel zal een creatiever en beduidend goedkopere oplossing gevonden moeten worden, waarbij de regisseur en decorontwerper (ook hier wordt gezocht naar een 'jonge maker') de handen ineen moeten slaan. Deze post voor decor en rekwisieten omvat tal van onderdelen, die onvoorziene maar vaak ook onontkoombare 'verrassingen' met zich mee kunnen brengen. Daarvoor wordt – in tegenstelling tot 2015 – een stelpost voorzien.

Marketing en communicatie/promotie > afgezien van autonome kostenstijgingen van $\pm$ 5% worden hier in zijn totaliteit dezelfde lasten voorzien als in 2015. In de uitvoering zullen wel verschuivingen plaatsvinden, onder andere door een versterkte inzet van sociale media.

Ticketverkoop > ongeveer 70% van de totale ticketverkoop wordt digitaal gerealiseerd. Daartoe is een snel, eenvoudig, laagdrempelig en veelzijdig (extra artikelen en diensten) kaartverkoopsysteem noodzakelijk, gekoppeld aan de website. Diverse systemen worden momenteel onderzocht. Voor de implementatie, inclusief handling en bankkosten wordt rekening gehouden met een kostenstijging.



Theater > hier wordt een bezuiniging voorzien. Kosten die bij de verhuurder – Stichting De Doolhof – thuishoren worden ook daar neergelegd. Bijvoorbeeld ten aanzien van de tribune en de kwaliteit van voorzieningen zoals de toiletten. Met de gemeente Venlo voeren we daarnaast overleg over omvang en kosten van bewaking.

Toelichting dekkingsplan financieel

Gerekend wordt met een bijdrage van € 200.000 uit sponsoring en donaties. We willen dit als volgt invullen:

Dekkingsplan donaties en sponsoring Passiespelen 2020

Donateur / sponsor financieel	Status	Bedrag
Stichting Burgerlijke Godshuizen	Toegezegd	20.000,-
Weldadige Stichting van Heutz	Toegezegd	20.000,-
BNG Cultuurfonds	Toegezegd	10.000,-
Euregio Rhein Maas Noord	Aangevraagd	25.000,-
VSB Fonds	Aangevraagd	15.000,-
Diorapthe	Aangevraagd	25.000,-
Bankgiroloterij Fonds	Aangevraagd	25.000,-
Porticus	Aangevraagd	20.000,-
Prins Bernhard Cultuurfonds	Aangevraagd	20.000,-
Fonds Cultuurparticipatie (immaterieel erfgoed)	Aangevraagd	20.000,-
Totaal		200.000,-

Sponsoring / bartering (materieel)		
Concentra (mediapartner)	Toegezegd	55.000,-
L1 radio en Televisie (mediapartner)	Toegezegd	50.000,-
Omroep Venlo (mediapartner)	Toegezegd	6.500,-
Hölscher RTV (mediabeeldpartner)	Toegezegd	10.000,-
Funke Medien / NRZ (partner simultaan vertalen)	In bespreking	25.000,-
Jongeneel (hout en plaatmateriaal)	In bespreking	10.000,-
Hansen Dranken en Evenementen	Toegezegd	15.000,-
College Den Hulster	In bespreking	15.000,-
Horeca & Catering	Toegezegd	23.000,-
Totaal		209.500,-

Marketing & Promotie

Voor de Passiespelen 2020 wordt een brede promotiecampagne opgezet. Deze wordt in het najaar van 2019 opgestart – gericht op de werving van groepsbezoek – en zal vanaf eind april 2020 geïntensiveerd worden. In de campagne worden alle moderne hedendaagse communicatiemiddelen

ingezet.

De communicatiedoelstelling is het streven naar een maximale publieke belangstelling door het uitwerken en aanwenden van een gerichte publiciteitsaanpak. Ingezet wordt op een zaalbezetting van 72% gemiddeld.

De effectieve capaciteit van de Doolhof bedraagt ± 2300 plaatsen en er wordt ingezet op een aantal betalende bezoekers van minimaal 40.000.

Een gedeelde passie

De Passiespelen van 2015 werden bezocht door ruim 40.000 mensen, die de voorstelling waardeerden met een 8.5. Aan de beide producties werkten ruim 400 amateurtoneelspelers, zangers, musici en andere vrijwilligers mee, veelal afkomstig uit Noord- en Midden-Limburg: het thuisland van de Tegelse Passiespelen. Met name in de thuishaven Tegelen zelf zitten de spelen diep verankerd in het gemeenschapsgevoel en verenigingsleven.

Maar, de waarde reikt verder dan de Limburgse grenzen. Vanwege de traditie, de boodschap en de verbinding die de spelen leggen tussen cultuur en religie en tussen verleden, heden en toekomst en tussen gelovigen-, niet- en anders gelovigen zijn de Tegelse Passiespelen in 2014 op Nationale Inventaris Immaterieel Cultureel Erfgoed van het Koninkrijk der Nederlanden geplaatst. Deze lijst bevat en beschermt Nederlands belangrijkste tradities.

Strategie

Algemeen en gericht uitdragen van boodschap en programma met als uitgangspunt het bereiken van de potentiële bezoekers. Tegen zo beperkt mogelijke kosten effectief gebruik maken van gesponsorde en gratis communicatiemiddelen en communicatiekanalen. Naast een overkoepelende strategie, wordt er regio-gebonden publiciteit gegenereerd om het meest optimale potentieel te bereiken. Daarbij zal ook aandacht besteed worden aan het Duitse grensgebied en Vlaanderen. Zodra de eerste groep is bereikt, zal ook de rest bereikt worden.

De enquêtegegevens uit 2015 zijn uitermate van belang. Zo zullen we in onze uitingen zeker inspelen op de verschillende motivaties die er zijn om de Passiespelen te bezoeken, zoals de liefde voor traditie en cultuur, die vooral onder Limburgse bezoekers leeft. Bezoekers uit andere delen van Nederland de Passiespelen bezoeken zijn veelal op zoek zijn naar een stukje (religieuze) zingeving.

Daarnaast onderscheiden we in de campagne twee lijnen: in de aanloop naar ligt de nadruk op de bewustwording van en interesse wekken voor (sensibiliseren, de Passiespelen komen er aan, meenemen in voorbereidingsproces). Met het van start



gaan van de grote campagne rond Pasen 2020 verschuift de aandacht naar triggeren tot kaartverkoop (*koop hier kaarten, mis het niet, zorg dat je er bij bent*).

Unique selling points (USB) voor de Passiespelen zijn:

- Uniek in Nederland
- Immaterieel Erfgoed
- Slechts één keer in de vijf jaar
- Eenentwintigste passiespelen sinds 1931
- Reputatie en naamsbekendheid van de Passiespelen
- Appelleert aan religieuze tradities en het zoeken naar zingeving.
- Geschiedenis van de passiespelen en het passiespel, ook elders in Europa
- Traditie / nostalgie / folklore
- Theatrale vormgeving en beleving
- Literair gehalte
- Gemeenschapszin / saamhorigheid (honderden vrijwilligers)
- Grootschalig buitenevenement

Nieuwe initiatieven

De Passiespelen werken op verschillende fronten aan verbreding en verdieping van het draagvlak voor de traditie van het Tegelse Passiespel. In samenwerking met verschillende partners worden momenteel nieuwe initiatieven onderzocht. Waar mogelijk worden deze initiatieven in de komende periode gerealiseerd. Daarvoor wordt dan samen met de betreffende partner(s) aanvullende financiering gezocht.

• Samenwerkingsproject met het Limburgs Museum

Met het Limburgs Museum heeft een eerste overleg plaatsgevonden over een samenwerkingsproject in 2020. Dat project zal als hoofdelementen bestaan uit de productie 'Passiespelen 2020' in Openluchttheater de Doolhof en een aan 'de passie en de passietraditie' gerelateerde tentoonstelling in het Limburgs Museum. Onderzocht zal worden of ook andere partners, zoals het Gemeentearchief Venlo, bij dit initiatief betrokken kunnen worden. Het archief van de Passiespelen, dat is opgebouwd sinds de jaren 30 van de vorige eeuw, is onlangs ten behoeve van het behoud en het doorgeven van de traditie als 'immaterieel erfgoed' overgedragen aan het gemeentearchief. Een eerste presentatie in 2020 zou wellicht mogelijk zijn.

• Educatief project voor cq. in samenwerking met het onderwijs

In 2010 is tijdens de Passiespelen – bij wijze van proef – een kleinschalig educatief project gerealiseerd, dat bestond uit een voorbereidende les op school, een bezoek aan de Doolhof met workshops (grimeren, kleding maken e.d.), het repeteren en spelen van enkele korte scènes en een bezoek aan de voorstelling. In 2015 is samen met een

aanbieder uit de regio de mogelijkheid onderzocht om dit initiatief naar een hoger niveau te tillen. Intensief overleg resulteerde jammer genoeg niet in een uitvoerbaar plan. Het initiatief wordt voor 2020 opnieuw opgepakt. 3 docenten hebben de bereidheid uitgesproken zich hiervoor in te zetten. Een van de ideeën is om kinderen een steen te laten decoreren in het kader van een project “Muren en hun betekenis in de geschiedenis”.

• Project ‘Simultaanvertalingen voor anderstaligen’

Er is groeiende belangstelling voor de Passiespelen vanuit het Duitse (grens)gebied en ook de buitenlandse pers heeft de weg naar de Tegelse spelen gevonden. Telkens weer horen wij – naast alle waardering – dat het “schade” oftewel jammer is, dat de bezoekers niet alle nuances kunnen verstaan en dat het voor hen teveel een kijkspel blijft. Daarnaast wonen en werken in Noord-Limburg vrij veel Poolse mensen, die wellicht ook interesse in de Passiespelen hebben, mits de voorstelling voor hen ‘taaltoegankelijk’ gemaakt wordt. Het taalprobleem is voor deze groep uiteraard nog groter dan bij Duitstaligen. Onder- of boventiteling, zoals dat bij opera gebeurt, is bij de Passiespelen niet haalbaar, aangezien de voorstelling buiten en bij daglicht plaatsvindt. Simultaanvertaling met behulp van tolken ter plekke en koptelefoons voor de bezoekers maakt het wel mogelijk om de voorstelling gelijktijdig en in meerdere talen toegankelijk te maken. Hiervoor zijn al eerste contacten met mogelijke partners gelegd.

Bestuur en Governance Code Cultuur

Binnen het bestuur van de Passiespelen is sinds 2015 een zekere verjonging doorgevoerd met de toetreding van Donña Doesborgh en Jack Beckers. Elk bestuurslid heeft naast zijn bestuurstaken ook uitvoerende verantwoordelijkheden ten aanzien van een specifieke portefeuille of een specifiek onderdeel, en draagt daarvoor ook budgetverantwoordelijkheid. Het bestuur omvat momenteel zes personen.

Stichting Passiespelen Tegelen werkt met een bestuursmodel, waarin het bestuur – allen vrijwilligers – het bestuurlijk proces waarborgt en er zorg voor draagt dat de organisatie opereert conform haar doelstellingen. Het bestuur is dusdanig samengesteld dat het stoelt op deskundigheid (op het gebied van financiën, marketing & communicatie / productie), diversiteit en onafhankelijkheid. De bestuurders zijn vooraf op de hoogte gesteld van verwachtingen en eventuele vergoedingen en zij ontvangen geen bezoldiging. Bovendien vermijden ze elke vorm van belangenverstrengeling en zien hier ook op toe. Verder is het bestuur verantwoordelijk voor financieel beleid en risicobeheer. Bij dit alles neemt het bestuur de Governance Code Cultuur in acht en voldoet aan alle 9 principes.

Passiespelen Tegelen is aangesloten bij Europassion, de koepelorganisatie van passiespelorganisaties in Europa.

Bijlage:

Samenvatting Marketingplan Passiespelen Tegelen 2020

Uitgangspunten

- Algemeen en gericht uitdragen van boodschap en programma met als uitgangspunt het bereiken van de potentiële bezoekers.
- Tegen zo beperkt mogelijke kosten effectief gebruik maken van gesponsorde en gratis communicatiemiddelen en communicatiekanalen.
- Regio-gebonden publiciteit genereren om het meest optimale potentieel te bereiken.
- Boodschappen en kanalen worden gedifferentieerd om bepaalde subdoelgroepen beter te bereiken én te 'raken'.

Doelgroepen

Belangrijkste eigenschappen, ontleend aan de enquêtes en bezoekerscijfers van 2015:

- Limburgse bezoekers komen voornamelijk uit de regio: Noord- en Midden-Limburg.
- Van buiten Limburg komen bezoekers voor een grootste deel uit Oost Noord-Brabant, Zuid-Holland, Gelderland zuid, de provincie Utrecht, omgeving Amsterdam/Noord-Holland en West Noord-Brabant.
- 56% van de bezoekers is vrouwelijk, 44% mannelijk.
- Voor deze groep geldt dat 'Religieuze Motieven' veel minder vaak (14%) wordt genoemd als reden voor bezoek, dan bijvoorbeeld 'Een keer gezien willen hebben' (47%) en 'Theatrale beleving' (31%).
- 'Religieuze motieven' spelen wél een belangrijke rol voor bezoekers buiten Limburg.
- De leeftijdscategorie 50+ omvatte 82% van de doelgroep.

Voor de Passiespelen 2020 hebben we de doelgroepen nader omschreven op basis van karakter/gedrag (i.t.t. puur demografisch). Dit geeft ons houvast bij het bepalen en aanscherpen van kanalen en boodschappen.

De zogenoemde persona's zijn de volgende:

- De 'Vaste gast'. Bevindt zich m.n. in de regio en heeft traditie en gemeenschapszin hoog in het vaandel staan. Is vaak al eerder naar de Passiespelen geweest, of komt in aanraking door vrienden, familie en kennissen die zijn geweest.
- De 'Cultuursnuiver'. Bevindt zich ook m.n. in de regio en heeft affiniteit met cultuur, kunst en theater. Wordt geprikkeld door een stuk historie, maar zeker ook de grootschaligheid van een theaterspektakel. Wil er bij zijn geweest!
- De 'Zingevingsoeffer': religieuze katholieken/christenen in binnen- en

buitenland. Op zoek naar zingeving, al dan niet vanuit een religieuze achtergrond.

- De 'Jongere': religieuze/katholieke/christelijke jongeren uit binnen- en buitenland. Ook wel EO jongerendag publiek. Geïnteresseerd in moderne invulling van het bekende verhaal.

Boodschappen en kanalen worden gedifferentieerd naar de verschillende persona's. Concreet uit zich dit bijvoorbeeld in de trailer-video. Hiervan worden meerdere eindmontages worden gemaakt, die allemaal net een andere focus hebben, bijvoorbeeld 'theaterspektakel' versus 'zingeving'.

Kanalen

- Eigen Kanalen (zoals: de website, social media (facebook, e.a.), Nieuwsbrief, Blogs & Vlogs)
- Pers (zoals: radio/televisie, gedrukte pers, maar ook online platformen zoals katholieke/christelijke blogs of theaterwebsites)
- Partners (zoals: organisaties als KBO en andere doelgroeporganisaties, maar ook sponsors, die allen hun eigen kanalen hebben)
- Ingekochte Media (breed spectrum, zoals driehoeksborden, posters, flyers, Facebook, Youtube, lokale televisie/publicaties, Ster Online etc.)

Ook hier worden verschillende kanalen weer toegespitst op de verschillende doelgroepen. Zo wordt de Vaste Gast met name bereikt door het nieuwsbrievenbestand en lokale pers, terwijl voor de Cultuursnuiver ingekochte media een belangrijkere rol spelen. De Jongere bereiken we dan weer met online uitingen gericht op geografische gebieden en/of op interesseprofielen (via Facebook en Youtube), maar ook via 'influencers' middels blogs en vlogs.

Tijdpad in grote lijnen

sep '18-jan.'19:	(operationeel) marketingplan verder uitwerken, vormgeving starten, start nieuwe website, publiciteitsmateriaal qua drukwerk voorbereiden, contacten leggen met de media en pers i.v.m. lange termijnafspraken / acties,
jan-mrt '19:	tijdpad maken, contact i.v.m. groepsbezoek, touroperators, benaderen sponsors, website inrichten, definitief maken kaartverkoopsysteem en verder uitwerken incl. bemensing, actuele informatie op de website plaatsen, vervolg benaderen sponsors.
mrt-sep '19:	vormgeving definitief, verspreidingsplan opzetten, drukwerk publiciteitsmaterialen definitief, vervolg contact i.v.m.



	groepsbezoek en touroperators, start kaartverkoop voorbereiden, eerste “pers”moment bepalen, vervolg benaderen sponsoren.
sept’19:	start overkoepelende publiciteitscampagne richting groepsbezoek, kaartverkoopsysteem klaar/start kaartverkoop, eerste aankondigingen dat de Passiespelen er weer aan komen naar kaartkopers uit het verleden. Insteek campagne voor individuele kaartkopers ligt op bewustwording en interesse-opwekking.
okt-dec ’19:	opstarten DM-acties, vervolg groepsverkoopcampagne en opvolging,
jan-apr ’20:	algemene media-benadering, uitwerken acties, drukwerk klaar en uitvoering verspreidingsplan, opstart free-publicity, mailings, advertenties, etc.
apr-juli ’20:	campagne op volle toeren (advertenties, free-publicity, online campagne, extra aandacht voor zaterdagavond-voorstellingen, insteek van campagne gericht op kaartverkoop.
juli-aug ’20:	focus op mond-tot-mond reclame, herhaalbezoek, laatste kans.