

HAL4

Cultuurplan 2009-2012

THEATER
HAL 4

ALERT
E3
60
ALERT
E3
64
ALERT
E3
73



H A L



OVERZICHT ACTIVITEITEN 2009-2012

DIGITAL PLAYGROUND	THEATER HAL 4	PROJECTEN
<p>Versterken van DP Rotterdam Doel: de pilotfunctie uitbouwen</p>	<p>Programmering jongerentheater 13+ voor VO en MBO verstevigen en uitbreiden Doel: een groter publieksbereik genereren</p>	<p>Muziektheaterproducties, eens in de twee jaar grootgemonteerde producties geïnspireerd op stedelijke jongerencultuur Doel: aanbod creëren dat aansluit bij jongvolwassenen</p>
<p>Doorontwikkeling lestraject Doel: grotere afname volledige lestraject, workshops inclusief Shop4media en DPages</p>	<p>Programmering jeugdtheater 11+ voor basisonderwijs en individueel bezoek Doel: meer cultureel divers aanbod, betere aansluiting op jongerenprogrammering en stimuleren individueel bezoek</p>	<p>Urban Dance, ontwikkelen voorstellingen met crossovers tussen break-/streetdance en moderne dans Doel: ontwikkelen nieuwe dansvormen, nieuw publiek voor dans genereren</p>
<p>Landelijke vestigingen starten en meer kortlopende landelijke projecten realiseren Doel: Door een betere spreiding van ons aanbod meer deelnemers in het land bereiken</p>	<p>Programmering jongerentheater voor 19+ Doel: stimuleren individueel bezoek</p>	<p>Video-surround, rondomprojectie waarmee in een black box een virtuele omgeving wordt gecreëerd Doel: aansluiting bij creative industry en ontwikkeling kunstprojecten.</p>
<p>Talentontwikkeling Doel: ruimte bieden aan getalenteerde jongeren</p>	<p>Aanbieden workshops derden en ontwikkelen workshops samen met Digital Playground Doel: complementair aanbod op de programmering, synergie digitale media en podiumkunsten benutten</p>	<p>Advies en ondersteuning Doel: inkomsten genereren</p>
<p>Teaching the Teacher: helpdesk voor leraren Doel: het makkelijker toepasbaar maken van digitale media in het onderwijs</p>	<p>Culturele en commerciële verhuur Doel: inkomsten genereren</p>	

COS vaktijdschrift voor eigentijds onderwijs en ict over Digital Playground:

"Media-educatie aan de Maas; Het is me duidelijk geworden dat we hier te maken hebben met een frisse club mensen die jongeren met media in al haar facetten wil laten kennismaken. Dat doen ze met mooi materiaal, goede workshops en op basis van goede educatieve uitgangspunten."

Vives, vakblad voor (ict) vernieuwingen in het onderwijs over Digital Playground:

"Shop4media: een start voor media-educatie in het voortgezet onderwijs; Shop4media is een prima start voor de lessen media-educatie. Vormgeving en aanpak passen bij de smaak van de leerlingen. De site zet leerlingen aan het denken over wat ze zien en lezen, en de aanpak (informerend en experimenterend) sluit aan bij zowel traditioneel als bij meer vernieuwend onderwijs."

Algemeen Dagblad over de voorstelling Kwaadbloed (over de dood van Maja Bradarić) van Rotterdams Lef:

"De dramatische opbouw is zelfs zo knap dat aan het eind zowel spelers als publiek op het punt staan zich in hun emoties te verliezen. En dat deze jongeren de sterren van de hemel kunnen spelen, dat blijkt."

Algemeen Dagblad over Two of a Kind van Studio Lef:

"Rotterdams Lef, veelbelovend theater: Intussen is er in het tweeluik Two of a Kind zoveel rake boosheid getoond, dat je zou kunnen spreken van Rotterdamse Angry Young Men."

State Magazine: "Two of a kind is een must see voor een ieder die zich kan vinden in hiphop, humor en sociaal bewustzijn."

Algemeen Dagblad over Atalanta:

"Atalanta bij vlagen briljant; De videoprojecties zijn indrukwekkend, maar vooral de muziek is gewoon goed en bij vlagen briljant. De compositie lijkt volledig bij elkaar geraapt; hiphop, klassieke opera, een liefdesliedje, close harmony. Maar op sommige momenten ontstaat er een bijzondere fusie waardoor je echt kippenvel krijgt. Een klassieke aria die naadloos overvloeit in een zware hiphop beat, of industriële klanken waarin plots een romantisch strijkersthema verschijnt. Het is vooral de verdienste van het experiment dat deze momenten ontdekt worden. En nu maar dromen van een absolute toewijding bij de makers om deze brillanten in de toekomst tot een subliem geheel te maken."

Serge van Veggel, hoofd marketing & communicatie van Concert- en Congresgebouw De Doelen over Atalanta:

"Het verhaalgegeven was actueel door de Parijse rellen, maar door de plaatsing in Rotterdam bleef het nog een tijdje fictie, maar toen gebeurde het. Het werd opera. Opera in zijn beste betekenis, dat waar operaliefhebbers stad en land voor aflopen. Namelijk voor momenten. Momenten waarop alle verschillende lagen die in een voorstelling worden opgebouwd, het muzikale, het visuele, de dramatische verhoudingen, de psychologie en de emotie samen de besturing van de toeschouwer overnemen. Die momenten waar op het podium de mens in zijn meest volledige en tegelijk meest naakte vorm staat, waarbij de druk van de omgeving op deze mensen voelbaar is en een mededogen bestaat voor zijn innerlijke motieven. Momenten waarop het publiek wordt opgetild en te pletter gegoid. Een moment waarop de mens op het podium dus ook zich op zijn uiterste manier uit, met zang, in de meest zware registratie van de stem: operazang. Maar ook met de meest sterke uiting van drift en menselijke hartslag, een duistere beatslag. Dat moment bracht Atalanta en het maakte zich op dat moment van elke verdenking vrij. Hier stond: een hiphopopera."

Inhoud

1 Stichting Hal 4	9	Dpages	27
Ontstaan	11	DP Rotterdam	27
Toekomst	11	Talentontwikkeling	28
Functies en beleidsthema's	12	Teaching the teacher	28
Visie	12	Digital Playground in het land	28
Doelstelling	13	Landelijke spreiding	28
De Beat	13	Vestigingen in het land	29
Samenwerkingsverbanden	14	DP Projecten	29
Bedrijfsonderdelen	14	Publiciteit en communicatie	29
2 Theater Hal 4	17	4 Projecten	33
Programmering voor jeugd, jongeren en jongvolwassenen	19	Muziektheaterproducties	34
Verstevigen en uitbreiden aanbod vo en mbo	19	Urban dance	34
Opzetten aanbod voor groep 7 & 8 basisonderwijs	19	Surround-video	35
Individueel bezoek 11+	20	Advies en ondersteuning	35
Versterken aanbod jongvolwassenen	20		
Externe communicatie	20	5 Terugblik in kerncijfers	37
		Theater Hal 4	38
3 Digital Playground	23	Digital Playground	39
Mediawijsheid	25	Rotterdams Lef	40
Positionering	25	Hal 4	41
Media moet je maken!	25		
Doelstelling	25	Bijlagen	43
Doorontwikkelen Iestraject	26	Bijlage 1: Begroting	44
Niveaudifferentiatie	26	Bijlage 2: Balans	54
Shop4Media	26	Bijlage 3: Prestatieoverzicht	56
Workshops	26	Bijlage 4: Bedrijfsvoering	58



1 Stichting Hal 4

Huidige bedrijfsstructuur

Nieuwe bedrijfsstructuur



Ontstaan

In de afgelopen tien jaar hebben wij ons gespecialiseerd in kunst en cultuur voor jongeren in de leeftijd van 12 tot 19 jaar vanaf vmbo niveau in de disciplines theater en digitale media. Naast Theater Hal 4, met een diverse programmering van muziek, theater en dans, hebben wij ons met Rotterdams Lef gericht op het produceren van theatervoorstellingen en talentontwikkeling. Met Digital Playground richten wij ons op media-educatie en het creatief gebruik van digitale media.

Toekomst

Stichting Hal 4 stopt als producent van Rotterdams Lef en brengt het gezelschap onder bij een nieuw op te zetten Rotterdams jeugd- en jongerentheatergezelschap, waar ook Het Waterhuis en Rotjong deel van zullen gaan uitmaken. Stichting Hal 4 gaat samenwerken met dit nieuwe gezelschap. De stichting blijft niettemin als holding met drie bedrijfsonderdelen opereren. In de plaats van de afdeling Rotterdams Lef komt de nieuwe afdeling Projecten.

Digital Playground breidt het huidige aanbod workshops kwalitatief en kwantitatief uit. Naast de incidentele evenementen verspreid over het land worden in een aantal steden permanente vestigingen ontwikkeld.

Theater Hal 4 breidt de succesvolle programmering voor het voortgezet en middelbaar onderwijs in de regio Rotterdam uit, voegt aanbod toe voor groep 7 en 8 van het basisonderwijs en geeft meer aandacht aan het bereiken van jongvolwassenen.

De kracht van Hal 4 als ontwikkelaar van innovatieve projecten wordt geformaliseerd in het nieuwe bedrijfsonderdeel Projecten. Deze afdeling gaat onder andere, als vervolg op de hiphopera Atalanta, eens in de twee

jaar een grootschalig geënceneerde muziektheaterproductie uitbrengen, urban dance producties ontwikkelen en bevordert de aansluiting van digitale media met de podiumkunsten.

Onze inhoudelijke visie hoe jongerencultuur het zelfbewustzijn en het voorstellingsvermogen van jongeren kan stimuleren, wordt uitgediept en vertaald naar concrete producten.

Samen met woningbouwcorporatie Vestia en het Grafisch Lyceum Rotterdam hebben wij de gemeente Rotterdam een voorstel aangeboden voor een bundeling van cultuur, onderwijs en huisvesting op één locatie. Dit voorstel genaamd De Beat, is een voorstel voor een centrum met grote mogelijkheden op het gebied van kunst- en cultuurparticipatie, persoonlijke en maatschappelijke ontwikkeling en maatschappelijke participatie, integratie en cohesie. In de nota De Beat, die wij op 1 november 2007 hebben aangeboden aan de Gemeente Rotterdam, hebben wij onze cultuurpolitieke visie uitvoerig beargumenteerd. Deze visie vormt de basis van de hier gepresenteerde plannen.

Functies en beleidsthema's

Op basis van de functie indeling zoals die in de Uitgangspunten voor het cultuurbeleid 2009-2012 en Inrichtingseisen wordt aangereikt, richten we ons op vier kernfuncties:

1. cursusaanbod (amateur) nieuwe media (Digital Playground)
2. presentatiefunctie grootstedelijke jongerencultuur (Theater Hal 4)
3. productiehuis/werkplaats (Projecten)

We richten ons met Digital Playground ook op de functies cursusaanbod (amateur) beeldende kunst, vormgeving, fotografie, en cursusaanbod (amateur) bewegend beeld. Echter, ten behoeve van de overzichtelijkheid in de begroting hebben we ervoor gekozen om één functie te vermelden. Voor de activiteiten die binnen het bedrijfsonderdeel Projecten worden ontwikkeld en uitgevoerd kiezen we voor de algemene functie productiehuis/werkplaats. Deze projecten richten zich op verschillende discipline's, waaronder muziektheater, dans en digitale media. Ze dienen vooral als voorbeeldprojecten die binnen dit bedrijfsonderdeel gerealiseerd kunnen worden. Echter, wanneer in een later stadium actuele ontwikkelingen aanleiding bieden om ons beleid aan te passen, zullen andere soortgelijke projecten ontwikkeld worden.

Binnen de uitvoering van deze functies richten we ons op beleidsthema's Cultuur en School en Cultuurparticipatie.

Visie

Onze cultuurpolitieke visie hebben wij, zoals gesteld, diepgaand beargumenteerd in de nota De Beat. Kernpunten hiervan zijn:

• Culturele bagage stimuleert

Wij zijn van mening dat kunst een stimulerende rol kan spelen in het vergroten van het zelfbewustzijn en het voorstellingsvermogen van jongeren. Kunst geeft jongeren inzicht in het eigen bestaan en reikt mogelijkheden aan om anders tegen het leven aan te kijken. Jongeren met een grotere culturele bagage hebben een grotere kans op een autonoom bestaan. Omdat zij op de hoogte zijn van alternatieve ideeën, waarden, opvattingen, smaken en stijlen, hebben zij eerder de mogelijkheid reële keuzen in hun leven te maken, keuzen die niet worden bepaald door onwetendheid, vooroordeel of gewoonte. Jongeren leren afstand van zichzelf te nemen, hun vermogens actief te gebruiken en te kiezen. Participatie in culturele activiteiten vervult hierin een belangrijke rol.

• Aandacht voor populaire cultuur

Het huidige kunstenaarsaanbod is echter sterk onconventioneel, avant-gardistisch en vereist een grote culturele competentie. Er is een te klein 'middengebied' in het culturele aanbod. Aan de ene kant bestaat het enorme, niet altijd geestelijk uitdagende aanbod van de commerciële cultuurproducenten. En helemaal aan de andere kant van het culturele spectrum is het moeilijk te begrijpen en te plaatsen gesubsidieerde aanbod. Vooral jongeren hebben hierdoor onvoldoende mogelijkheden om hun culturele competentie langzaam, stap voor stap, op te bouwen. Het bestaande aanbod sluit onvoldoende aan bij de belevingswereld van jongeren, zeker wanneer zij een niet-Nederlandse achtergrond hebben. Het gaat hierbij niet alleen om een belevingswereld in sociologische zin: de problemen, verwachtingen, idealen, waarden van jongeren. Het gaat tevens om de wijzen waarop deze wereld wordt uitgedrukt. Er is tot nu toe te weinig aandacht voor die uitingen die betekenisvol zijn voor jongeren, denk aan popmuziek, dans en moderne media. Wanneer men

een cultuurbeleid wil voeren dat meer is dan een voorzieningenbeleid voor een kleine culturele elite, dan doet men er verstandig aan tevens aan te sluiten bij de massacultuur en te proberen deze cultuur daar aan te vullen – met betrekking tot haar kwaliteit en pluriformiteit – waar zij tekortschiet.

- **Jeugdcultuur en maatschappelijke integratie**

Grootstedelijke jongerencultuur is naar onze mening een platform om jongeren van diverse etnische achtergronden als vanzelfsprekend bijeen te brengen. Wij zien ons hierin gesteund door de Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling (RMO) die in haar recente advies over integratie pleit voor een infrastructurele benadering. Dus niet inzetten op eenmalige evenementen, waarin niet de overeenkomsten tussen mensen centraal staan, maar hun onderlinge verschillen. Ook de RMO pleit voor het duurzaam bijeenbrengen van mensen op basis van etniciteitsverstijgende gemeenschappelijkheden. Geen feesten waarin de etnische groepen elkaar op eigen traditionele gerechten trakteren, maar scholen, kinderspeelplaatsen, parken, culturele instellingen, en uitgaansgelegenheden waar mensen elkaar met gedeelde motieven en belangen herhaaldelijk ontmoeten en leren kennen. Kortom, creëer of benut vanzelfsprekende ontmoetingsplaatsen waar mensen komen om andere redenen dan integratie zelf. In het geval van Stichting Hal 4 is deze reden een gemeenschappelijke achtergrond van en interesse in grootstedelijke jongerencultuur.

- **Jeugdcultuur en onderwijs**

Problemen in het onderwijs, zoals onderpresteren, schooluitval en gebrekkige maatschappelijke integratie, bemoeilijken de aansluiting van jongeren met onze kennismaatschappij. Een tekortschietende scholing en onbegrip van culturele achtergronden belemmert de vorming van

gemeenschap. Beperkte persoonlijke ontplooiing leidt tot onmondigheid en onvrijheid. Maar jeugdcultuur zou het onderwijs meer kunnen versterken. Tussen jeugdcultuur en onderwijs gaapt op dit moment een kloof die mede verantwoordelijk is voor de bestaande problemen in het onderwijs. Deze problemen zouden bestreden kunnen worden door elementen van de jongerencultuur in het onderwijs als uitgangspunt te nemen en lesmethodieken te ontwikkelen (zoals learning by doing en peer to peer education) die beter aansluiten bij de belevingswereld van jongeren. De deskundigheid die wij hebben opgebouwd in jongerencultuur en in de, bij deze cultuur passende lesmethodieken, zetten wij in om een bijdrage te leveren aan de schoolloopbanen van jongeren.

Doelstelling

Vanuit bovenstaande visie hebben wij de doelstelling van onze stichting als volgt geformuleerd: het ontwikkelen, produceren en programmeren van kwaliteitsrijke, multidisciplinaire producties op het gebied van theater, dans, muziek, media en educatie. Wij doen dit bovendien vooral voor die jongeren die de drempels van de traditionele cultuurinstellingen doorgaans als te hoog ervaren en mede daarom minder kansen hebben hun culturele voorkeuren en competenties te ontwikkelen.

De Beat

Voor de realisatie van De Beat hebben wij partners gevonden in woningbouwcorporatie Vestia en het Grafisch Lyceum Rotterdam. Met De Beat willen wij cultuur, onderwijs en huisvesting op één locatie bundelen. Het gaat hier om een voorstel voor een centrum met grote mogelijkheden op het gebied van kunst- en cultuurparticipatie, persoonlijke en maatschappelijke ontwikkeling, alsmede maatschappelijke participatie, integratie en cohesie. Wij brengen al jaren theater, digitale media

en cultuur dicht bij het onderwijs en zien in De Beat onder meer een mogelijkheid om cultuur en onderwijs direct samen te brengen en elkaar te laten versterken. De kracht van het Grafisch Lyceum zit in de integratie van opleidingen op het gebied van media en communicatie op de terreinen mediavormgeving, management, printmedia, theater- en audiovisuele techniek. Woningbouwcorporatie Vestia gelooft in de meerwaarde die kruisbestuivingen kan opleveren tussen de vanuit de traditie te vaak gescheiden werelden van kunst, cultuur, onderwijs en jongerenhuisvesting. Gedrieën hebben wij het architectenbureau MVRDV opdracht verleend tot een locatieonderzoek voor een gebouw van 80.000 m2. Meer informatie is in de vorm van een folder en een brochure bij ons op te vragen.

Samenwerkingsverbanden

Als organisatie voor grootstedelijke jongerencultuur neemt Hal 4 een unieke positie in ten opzichte van de high culture organisaties én de initiatieven vanuit de Rotterdamse jongeren zelf. Wij hebben de afgelopen jaren ons netwerk uitgebreid, ons hier uitdrukkelijk voor opengesteld, en ervaring en kennis opgedaan hoe samenwerkingsverbanden vorm te geven.

Digital Playground werkt structureel samen met vrijwel alle Rotterdamse instellingen op het gebied van de beeldende kunst, architectuur, fotografie en kunstzinnige film. Theater Hal 4 werkt samen met tal van Rotterdamse organisaties op het gebied van de podiumkunsten. Beide onderdelen onderhouden nauwe contacten met jongeren(organisaties) via ondermeer acteurs en workshopleiders.

Wij zijn samenwerkingsverbanden aangegaan met scholen voor een periode van drie jaar. Zo zijn het Thorbecke Lyceum en het Willem de Zwijger College gekoppeld aan één van de vaste theatergroepen

die wij programmeren. De school bouwt zo een band op met een theatergroep waardoor individuele voorstellingen door alle betrokkenen beter kunnen worden 'geplaatst'. Ten behoeve van het laatste verzorgt de theatergroep bovendien een speciaal en uitgebreid (educatief) aanbod. De samenwerking biedt ons zekerheid, waardoor wij een kwantumkorting kunnen geven. Structurele samenwerking leidt tot een betere voorbereiding van de leerlingen op de activiteiten.

Bedrijfsonderdelen

Wij hebben door jarenlange ervaring unieke kennis opgebouwd over jongerencultuur. Alle bedrijfsonderdelen profiteren hiervan. Werken vanuit de belevingswereld van jongeren en het toepassen van peer-to-peer education zijn centrale thema's binnen de activiteiten van zowel Theater Hal 4 als Digital Playground. Waar mogelijk leidt dit tot gezamenlijke projecten. Kennis van digitale media wordt bijvoorbeeld ingezet bij het ontwikkelen van visuals bij theatervoorstellingen. Bij grotere projecten in Theater Hal 4 worden Digital Playground workshops gegeven die thematisch aansluiten bij de voorstelling. Dit maakt het vooral voor scholen van buiten Rotterdam interessant om een combinatie van een workshop en een voorstelling af te nemen¹.

De gezamenlijke bedrijfsvoering levert belangrijke voordelen op. De laatste jaren hebben wij een professionaliseringstraject doorlopen. De administratie is gestructureerd en alle processen en procedures zijn verbeterd en beschreven in een jaarlijks geactualiseerd handboek. Dit traject is begeleid door het VSB fonds in het kader van het programma 'van de hakken los', met hulp van Dr. Th.B.J. Noordman². Aanbevelingen van stichting Kunst & Zaken op het gebied van cultural governance - goed, verantwoord en transparant bestuur en toezicht in

¹ In 2006 werden onder de noemer Culture Combi workshops georganiseerd die aansloten bij de muziektheatervoorstelling Atalanta.

² Dr. Th.B.J. Noordman is interim-manager en organisatieadviseur in de culturele sector, universitair docent Kunstmanagement aan de vakgroep Kunst- en Cultuurwetenschappen van de Erasmus Universiteit Rotterdam en directeur cultuur en toerisme van RISBO Contractresearch B.V., Rotterdams Instituut voor Sociaal-Wetenschappelijk Beleidsonderzoek.

de culturele sector - werden grotendeels overgenomen. Zo werden bij de overgang naar het raad van toezichtmodel in 2004, de Voorbeeldstatuten en het Voorbeeldreglement directies gehanteerd.

De verkoopactiviteiten zijn centraal georganiseerd. Er wordt gebruik gemaakt van een gezamenlijke database met daarin het zeer uitgebreide netwerk dat wij binnen het onderwijs hebben opgebouwd. Er is zo een stabiel en consistent kader gecreëerd waarbinnen de ambities van de bedrijfsonderdelen kunnen worden gerealiseerd.



2 Theater Hal 4

Prognose aantal voorstellingen per doelgroep per jaar

	2009	2010	2011	2012
Verstevigen en uitbreiden aanbod vo en mbo	40	45	50	55
Opzetten aanbod voor groep 7 en 8 basisonderwijs	5	10	15	20
Individueel bezoek 11+	6	6	6	6
Versterken aanbod jongvolwassenen	16	16	16	16
	67	77	87	97

Prognose aantal bezoekers per doelgroep per jaar*

	2009	2010	2011	2012
Verstevigen en uitbreiden aanbod vo en mbo	5775	6600	7425	8250
Opzetten aanbod voor groep 7 en 8 basisonderwijs	550	1210	1980	2860
Individueel bezoek 11+	660	726	792	858
Versterken aanbod jongvolwassenen	1760	1936	2112	2288
	8745	10472	12309	14256

* capaciteit van 212 zitplaatsen, voor het vo en mbo bij een bezettingspercentage van 80%, voor de drie andere categorieën 50% in 2009 oplopend naar 65% in 2012.

Programmering voor jeugd, jongeren en jongvolwassenen

De programmering voor jongeren in de leeftijd tussen de 12 en 19 jaar wordt verstevigd en uitgebreid met aanbod voor kinderen uit groep 7 en 8 van het basisonderwijs en met specifiek aanbod voor jongvolwassenen.

Verstevigen en uitbreiden aanbod vo en mbo

De programmering voor het vo en mbo verloopt de laatste jaren steeds beter. We werken structureel met een beperkt aantal gezelschappen³ samen. De keuze valt daarbij op gezelschappen die consistent urban elementen in hun producties verwerken, uitgaan van de belevingswereld van jongeren, multidisciplinair van aard zijn, actuele thema's gebruiken en hun seizoenaanbod ruim van te voren bekend hebben. Met een mix van visuele dans en tekstueel theater, bedienen wij de verschillende niveaus binnen het voortgezet onderwijs. We informeren ckv-docenten over het moeilijkheidsgehalte van de voorstellingen en het beschikbare educatieve aanbod (meet & greets met de artiesten na afloop van de voorstellingen, docentenhandleidingen, lesbrieven en workshops).

De scholen kiezen vanuit hun eigen visie uit een aantal jongeregezelschappen en hun verschillende producties. Zij kunnen zelfs hun voorkeursdatum aangeven. We kopen een voorstelling in nadat we deze verkocht hebben met als resultaat een spectaculaire toename⁴ van de bezettingsgraad. Deze aanpak heeft er mede aan bijgedragen dat wij sinds twee jaar de grootste ckv-voucher verzilveraar van Nederland zijn. De vraaggerichte aanpak past in het beleid van rijk en gemeente om het onderwijs te stimuleren zelf tot keuzes te komen en de instellingen voor kunstzinnige vorming minder kant en klare pakketten te laten aanleveren. De vraag vanuit het voortgezet en middelbaar onderwijs is groter dan ons huidige aanbod. We gaan het aantal voorstellingen

³ Ish, Dox, Rzpkt, Danstheater Aya, Het Waterhuis, Rotterdams Lef, Rotjong, MC (voorheen Cosmic/Made in Da Shade).

⁴ De bezettingsgraad is van 55% in 2005 gestegen naar 79% in 2007.

dan ook uitbreiden van 40 in 2009 tot 55 in 2012. We prognostiseren een groei van 6.000 bezoekers in 2009 naar 8.000 bezoekers in 2012. Gemiddeld levert dat op jaarbasis 48 voorstellingen en 8.056 bezoekers op.

Opzetten aanbod voor groep 7 & 8 basisonderwijs

Wij constateren dat het huidige aanbod jeugdtheater onvoldoende voorbereidt op het multidisciplinaire, cultureel diverse, vanuit de belevingswereld van jongeren ontwikkelde jongerentheater. Wij gaan, vanuit onze visie op jongerentheater, een jeugdprogrammering voor groepen 7 en 8 uit het basisonderwijs aanbieden, met als doel een betere aansluiting op het jongerentheater⁵.

We gaan in 2008 gesprekken voeren met gezelschappen die multidisciplinair jeugdtheater maken en hierbij de jeugdcultuur als uitgangspunt nemen. Wij richten ons bij voorkeur op gezelschappen uit Rotterdam. Wij zullen de gezelschappen adviseren de leerlingen te betrekken bij de ontwikkeling van de voorstellingen om zo daadwerkelijk aansluiting te krijgen op hun belevingswereld. Door deelname aan workshops en door ze achter de schermen te laten meekijken, willen wij de bezoekers zoveel mogelijk laten participeren.

Voor groepen 7 en 8 ontwikkelen wij op dezelfde manier als voor het vo en mbo een vraaggericht aanbod. De SKVR neemt ons aanbod mee in het cultuurtraject voor het basisonderwijs. De SKVR vindt het huidige Nederlandse jeugdtheateraanbod van hoog niveau, maar zoekt naar nieuwe vormen die meer op de beleving geënt zijn.

⁵ Te denken valt aan gezelschappen als Artemis, Max, Theater Wederzijds, Huis aan de Amstel en Stella Den Haag.

We willen een langdurige relatie opbouwen met het basisonderwijs in Rotterdam en de regio. In 2009 beginnen we met vijf voorstellingen met totaal 500 bezoekers. In vier jaar groeien we naar 20 voorstellingen met 3.000 bezoekers.

Individueel bezoek 11+

Per seizoen gaan we als nieuwe onderdeel van de programmering op zondagmiddag zes openbare voorstellingen voor individuele bezoekers onder begeleiding van volwassenen aanbieden. De voorstellingen worden omlijst met kunstzinnige activiteiten. We richten een 'urban kids club' op waar de kinderen gratis lid van kunnen worden. Als lid kan je met korting naar de voorstellingen. De kinderen kunnen ambassadeur worden of zitten in een "denktank" om activiteiten rondom voorstellingen te bedenken. De voorzitter is een jongere, bijvoorbeeld een student Culturele Maatschappelijke Vorming. De club ontplooit op den duur ook eigen artistieke projecten en presenteert eigen werk. De programmering rondom de voorstelling wordt aangevuld met digitale media. Denk aan projecten in samenwerking met Digital Playground. Met deze programmering en randprogrammering presenteren we een onderscheidend aanbod. We spelen in op de interesses van de bezoekers en laten zoveel mogelijk kunstdisciplines aan bod komen (muziek, dans, rap, literatuur, poëzie, film, beeldende kunst, videokunst en digitale media). Theater Hal 4 wordt een plaats waar jonge bezoekers participeren in het culturele leven van de stad.

Versterken aanbod jongvolwassenen

Op grond van onze ervaring blijkt dat lang niet al het Nederlandse jongerentheater geschikt is voor de groep 19 jaar en ouder. Wij gaan meer prioriteit geven aan het aanbod voor deze leeftijdsgroep. Deze voorstellingen worden geprogrammeerd in de vorm van clusters; theater-

en dansvoorstellingen met randactiviteiten. De invulling en organisatie leggen wij in handen van jongeren, onder andere voormalige spelers en makers van Rotterdams Lef. Bestaande programmering als Made in da Shade en Cameretten zetten wij door. We gaan door met het produceren van muziektheaterproducties en urban dance voorstellingen. Dit ter aanvulling op het geringe specifieke aanbod voor jongvolwassenen.

Externe communicatie

Onze kracht ligt in het vraaggericht werken en het afstemmen van de programmering op de afnemers en de bezoekers. Ons communicatiebeleid is daar dan ook op gericht.

Een groot deel van onze verkoop verloopt via het onderwijs. In mei versturen wij een brochure met informatie over de beschikbare gezelschappen, de inhoud van de voorstellingen, de beoogde doelgroep qua opleidingsniveau en leerjaren, het educatieve aanbod en de prijzen. In september versturen we de scholen een kalender met speeldata, gedetailleerde voorstellingsinformatie en informatie over nog beschikbare data. In december versturen wij een mailing om de scholen te stimuleren activiteiten te boeken tegen inwisseling van hun resterende ckv-vouchers.

De SKVR is een belangrijke afnemer van onze programmering en is verantwoordelijk voor de invulling van het Cultuurtraject ten behoeve van de onderbouw van het voortgezet onderwijs. In een vroeg stadium stemmen wij onze programmering af met de SKVR, waarna de SKVR deze communiceert met hun afnemers.

Voor de op het individuele bezoek toegesneden voorstellingen ontwikkelen wij campagnes bestaande uit grote herkenbare posters op straat en flyers in het uitgaanscircuit. In 2008 gaat een nieuwe digitale

theatercampagne van start waarbij we met een vernieuwde interactieve website en het gebruik van communities (Hyves, MySpace, Youtube, Partypeeps2000) digitale flyers en promotiefilmpjes zullen verspreiden.

Verhuur

Theater Hal 4 bestaat uit een multifunctionele zaal en een foyer met een totale capaciteit van maximaal 700 personen. Omdat wij cultureel en commercieel verhuren, schenken wij veel aandacht aan de uitstraling, het personeel en de technische voorzieningen. In 2008 wordt het interieur heringericht. Doel is een meer trendy en loungy sfeer te scheppen. Ook investeren we in de technische apparatuur. Met de verhuur genereren wij inkomsten. Wij ontwikkelen commerciële evenementen die als concept aangeboden worden. Ook produceren wij evenementen in opdracht.

De programmering heeft prioriteit boven de verhuur. De verhuur vergroot echter wel onze naamsbekendheid en onafhankelijkheid.

Om een idee te geven van het soort verhuuractiviteiten tonen wij onderstaand een top 5 verhuur:

Top 5 verhuur:

1. Bedrijfsfeesten
2. Bruiloften
3. Congressen
4. Productpresentaties
5. Culturele verhuur



3 Digital Playground

Prognose aantal workshops en deelnemers

DP Projecten

	2009	2010	2011	2012
Aantal workshops	188	198	208	219
Aantal deelnemers	4500	4750	5000	5250

Nieuwe vestigingen DP

	2009	2010	2011	2012
Aantal workshops	166	270	385	427
Aantal deelnemers	4000	6500	9250	10250

Vestiging Rotterdam

	2009	2010	2011	2012
Aantal workshops	301	321	340	355
Aantal deelnemers	8750	9250	9750	10250

Sinds tien jaar houden wij ons bezig met projecten die een combinatie zijn van media, kunst en (beeld)cultuur. We richten ons op jongeren vanaf 13 jaar in het voortgezet onderwijs en mbo. In korte workshops werken jongeren met laagdrempelige digitale middelen om verhalen te vertellen, verslag te doen of creatief bezig te zijn. Ze maken zelf opnamen en bewerken deze op de computer. Er zijn workshops in de disciplines film, fotografie, geluid, webdesign en animatie. Thema's als identiteit, leefomgeving, zelfontplooiing en imago waren in 1998 actueel en zijn dat nog steeds.

Mediawijsheid

Sinds de opkomst van de computer en internet is er meer aandacht voor de (negatieve) invloed van media. Deze aandacht richtte zich vroeger vooral op televisie, maar momenteel staan internet en de daaraan gekoppelde digitale media centraal. Communicatie en mediagebruik zijn intensiever geworden dan tien jaar geleden. De ontwikkelingen gaan zo snel dat ouders en scholen het niet bij kunnen houden. Jongeren zijn dagelijks online en staan bloot aan een veelheid van beelden en informatie. Chatten, sms'en, gamen, mailen en internetten zijn dagelijkse bezigheden van jongeren geworden. Ze lijken het allemaal onder de knie te hebben en in het geval van mediagebruik is dat vaak ook zo. Wat dat betreft is de opgroeiende puber al behoorlijk mediawijs⁶. Mediawijsheid is echter meer dan het gebruiken van media.

Positionering

Het veld van media en educatie is sterk in beweging. Technologie en onderwijsvernieuwing zorgen voor nieuwe vraag vanuit scholen en nieuw aanbod van producten en projecten. Het onderzoek van

6 "het geheel van kennis, vaardigheden en mentaliteit waarmee burgers zich bewust, kritisch en actief kunnen bewegen in een complexe, veranderlijke en fundamenteel gemedialiseerde wereld", uit: Mediawijsheid - de ontwikkeling van nieuw burgerschap, Raad voor Cultuur, juli 2005.

Anne Bamford⁷ naar de connectie tussen kunst- en cultuureducatie en het (voortgezet) onderwijs toont de sterke en zwakke kanten van de Nederlandse cultuureducatie. Haar belangrijkste aanbevelingen sluiten nauw aan bij onze toekomstplannen: meer aandacht voor actieve kunstbeoefening, professionele ontwikkeling van docenten en continuïteit van leerervaringen. We vertalen dat in het aanbrengen van niveaudifferentiatie in onze producten, het mede-ontwikkelen van een doorlopende leerlijn media en (individuele) talentontwikkeling. Digital Playground opereert landelijk, maar DP Rotterdam heeft een pilotfunctie. Hier ontwikkelde en toegepaste innovaties worden in het land toegepast. Digital Playground is een centrum voor praktische media-educatie.

Media moet je maken!

Jongeren zijn zich bewust van de mogelijkheden van media en van het feit dat media worden gebruikt om te beïnvloeden, te verleiden en te verkopen. Maar hoe werkt dat precies? Hoe kun je er mee spelen? Je leert iets het beste als je het zelf hebt uitgezocht en toegepast: Media moet je maken!

Doelstelling

Digital Playground stimuleert het creatieve gebruik van digitale media onder jongeren en levert een bijdrage aan het kritische vermogen van jongeren ten aanzien van media, beeldcultuur en digitale informatie. De workshops zijn een praktische invulling van cultuurpolitieke begrippen als mediacompetentie, visuele geletterdheid en mediawijsheid. Receptie, reactie en reflectie worden ingebed in een leertraject. Onze uitgangspunten hierbij zijn learning-by-doing, peer education en het zoeken van aansluiting bij de belevingswereld van jongeren.

7 Onderzoek 'Netwerken en Verbindingen, arts and culture education in the Netherlands', Ministerie OCW, 2007

Doorontwikkelen lestraject

Het doorontwikkelen van het lestraject Shop4Media-workshop-DPages, is een speerpunt voor de komende periode.

Binnen Shop4Media leer je op interactieve wijze over media en mediatoepassingen. In woord, (bewegend) beeld en gesproken tekst geeft de site uitleg over de onderwerpen media en communicatie, beeld, montage, geluid, vormgeving en beeldtaal. De site is ontwikkeld als middel om leerlingen voor te bereiden op deelname aan onze workshops, maar kan ook al een zelfstandige les over media worden gebruikt.

DPages maakt reflectie op de workshop en het eindwerkstuk mogelijk. De website is in 2007 in gebruik genomen. DPages is een activiteitenverslag, in de vorm van een profielpagina, zoals Hyves of MySpace. Met DPages wordt een voor jongeren aantrekkelijke omgeving ingezet als onderwijsmiddel.

Alle onderdelen van het lestraject worden getoetst op leerdoelen voor de leerjaren van alle leerniveaus. De samenhang tussen de drie onderdelen wordt versterkt. De drie sites shop4media.nl, digitalplayground.nl en dpages.digitalplayground.nl worden onder één portal geplaatst.

Niveaudifferentiatie

Niveaudifferentiatie sluit aan bij een doorlopende leerlijn media-educatie. Door per leerjaar en leerniveau de leerdoelen te omschrijven en onze producten hierop aan te passen, wordt aansluiting naar beneden (basisonderwijs) en naar boven (middelbaar onderwijs) mogelijk. Zo sluit ons aanbod beter aan bij de vraag en verwachtingen van het onderwijs. Activiteiten en leermomenten moeten niet eenmalig zijn, maar aansluiten bij voorgaande ervaringen en leermomenten. Momenteel bestaat er nog geen breed gehanteerde leerlijn voor media-educatie, maar wij zijn

nauw betrokken bij onderzoek ernaar. In samenwerking met Stichting Kunstgebouw en het Museum voor Communicatie uit Den Haag zijn wij een inventarisatie naar aanbieders van media-educatie gestart. Het onderzoek dat het Kohnstamm Instituut ook op dit gebied uitvoerde in opdracht van het Nederlands Instituut voor Filmeducatie wordt daarmee samengevoegd en gepresenteerd in een website en een publicatie van het Kohnstamm Instituut. De website geeft een uitwerking van de kerndoelen van het VO met daaraan gekoppeld een lijst van actuele projecten en activiteiten waar leerlingen aan kunnen deelnemen.

Shop4Media

We versterken de link tussen Shop4Media en de workshop. Door niveaudifferentiatie in te voeren sluit de site qua inhoud en gebruik beter aan bij het niveau van de leerlingen. Shop4Media blijft een les over media, maar de onderdelen zullen duidelijker verwijzen naar de workshoppraktijk. Shop4Media gaat voorbereiden op het zelf maken van een film of ander digitaal werkstuk met eigen opnamen. Scholen kunnen de site dus ook gaan gebruiken ter voorbereiding op andere activiteiten dan onze workshops.

Workshops

We bieden in de komende jaren workshops aan in vier disciplines: film (Moving), fotobewerking (Still), geluidsbewerking (Sound) en animatie (Animatie).

Moving: Video-opname op flashgeheugen en memorycards is de laatste jaren sterk verbeterd en betaalbaar geworden. Daarom gaan we over op filmcamera's in plaats van fotocamera's waarmee ook kan worden gefilmd. Met deze camera's is de beeld- en geluidskwaliteit beter. Het wordt ook eenvoudiger om langere workshops en workshops op maat te organiseren. Door de technische verbetering wordt ook verdere inhoudelijke verdieping mogelijk.

Still: We onderzoeken de mogelijkheden om over te gaan op een open source fotobewerkingsprogramma. Deelnemers kunnen de software dan gratis downloaden voor thuisgebruik.

Sound: Werken met geluid is abstracter dan werken met beeld. In de huidige vorm heeft de workshop dan ook veel haken en ogen. Deze workshop wordt volledig vernieuwd. Er komt nieuwe opnameapparatuur, nieuwe lesinhoud en een kleine studio bij de workshopruimte.

Animatie: In Rotterdam stellen we de animatietafels permanent op, zodat we deze workshops het hele jaar kunnen aanbieden. Er komen enkele nieuwe animatietafels, zodat deze workshops ook in het land kunnen worden gegeven.

Dpages

De inhoud, terminologie en het beeldgebruik in DPages gaat beter aansluiten op Shop4Media om de link tussen de onderdelen van het traject te verstevigen.

DPages groeit uit tot de toonaangevende reflectiemodule op het gebied van media-educatie. DPages sluit aan op Shop4Media en de workshops, maar het wordt ook mogelijk om DPages los te gebruiken. Hierdoor zullen meer scholen van deze online tool gebruikmaken.

DPages wordt een middel voor het maken van een inhoudelijk rijke website of profielpagina. De deelnemer maakt dus zelf online een website. Hiermee vervangt het de workshop Global (webdesign). De technologie die hier voor nodig is bestaat al en wordt gebruikt door sites als Hyves en MySpace. Het is mogelijk eigen content toe te voegen en om content van derden zichtbaar te maken (YouTube, GoogleVideo).

DPages wordt een educatieve tool voor leerlingen en docenten waarmee zij een platform krijgen voor eigen digitale werkstukken. Daarbij komen

zaken als webdesign en gebruiksvriendelijkheid en onderlinge controle op de inhoud aan de orde.

DP Rotterdam

De workshopruimte in Rotterdam is het fundament van Digital Playground. Hier wordt iedere innovatie getest en wordt de kennis opgedaan die in het land wordt toegepast. Door het grote volume aan workshops in Rotterdam zijn we in staat snel te leren van de praktijk. Zo kunnen we innovaties vaak hetzelfde schooljaar al op andere locaties toepassen. Bovendien draagt de vestiging in belangrijke mate bij aan de eigen inkomsten.

De inhoudelijke samenwerking met kunstinstellingen in Rotterdam is zeer succesvol en wordt dan ook onverminderd voortgezet .

We ontgroeien onze huidige locatie. Het ruwe, onconventionele karakter van onze kelder past nog steeds erg goed bij ons, maar de ruimte wordt te klein. Ons huurcontract loopt tot en met 2008. Het pand is verkocht en wordt waarschijnlijk op termijn gesloopt. We zijn op zoek naar een nieuwe workshopruimte.

De nieuwe workshopruimte moet aan de volgende eisen voldoen:

- ligging in de omgeving van het Witte de Withkwartier
- een ruimte voor 20 werkplekken
- een ruimte voor 3 animatietafels en 15 werkplekken
- een ontvangst- en presentatieruimte (foyer)
- kantoorruimte met minimaal 4 werkplekken
- ruimte voor bluescreen studio

Op deze locatie streven we naar ruim 10.000 deelnemers in 2012.

Talentontwikkeling

Een deel van de jongeren wil zich na een workshop verdiepen in het creatief gebruik van digitale media. Talentontwikkeling kan deze jongeren een stap verder brengen. We starten hiermee in de vorm van speciale begeleiding voor kleine groepen in Rotterdam. Talentontwikkeling zal in een later stadium ook in de nieuw te openen vestigingen in het land worden opgezet. We richten ons op twee doelgroepen: beginners en gevorderden. De eerste groep komt via school met ons in aanraking en wordt tijdens workshops gescout of via docenten gevonden. De tweede groep bestaat uit jongeren die vanuit persoonlijke interesse meer met digitale media willen doen.

Er komen masterclasses, we gaan films, animaties en multimediale producten met de deelnemers maken en presenteren deze op onze website of op een tentoonstelling. Het doel is ze zo ver te brengen dat ze bijvoorbeeld kiezen voor een multimedia opleiding of dat ze meedoen aan Kunstbende of een van de Wedstrijden van Kennisnet, zoals Expose your Talent.

Talentontwikkeling is ook toe te passen als een activiteit voor de Brede School. In Rotterdam coördineert de SKVR het Brede School aanbod. Het ziet er naar uit dat al in 2008 een samenwerking op dit gebied zal starten rond het reguliere lestraject (Cultuurtraject Plus).

Teaching the teacher

Veel docenten hebben een achterstand in het gebruik van en kennis over digitale media. Om dit probleem te bestrijden, starten wij een DP helpdesk voor docenten. De helpdesk begeleidt docenten bij het gebruik van onze digitale producten in de lessituatie, te beginnen bij Shop4Media en DPages. De helpdesk zal ondersteuning bieden op de scholen en via

telefoon en e-mail. De scholen die workshops boeken, kunnen standaard gebruik maken van de service. Ze worden ook actief benaderd om het gebruik van de tools te stimuleren. Dit stimuleert de afname van ons lestraject en het verlaagt de drempelvrees bij docenten om onze producten en andere digitale media in te zetten in de lessituatie. In Rotterdam zijn er meer dan 50 verschillende boekers van de workshops, maar de meeste passen nog niet het volledige lestraject toe. Hier is dus nog veel te winnen. We verwachten dat de helpdesk ook een stimulans voor de verkoop kan zijn doordat docenten, en daarmee scholen, enthousiaster worden over het werken met digitale media.

Digital Playground in het land

Landelijke spreiding

De activiteiten buiten Rotterdam krijgen twee vormen. Allereerst komen er nieuwe eigen locaties. Daarnaast blijven we de huidige locale projecten uitvoeren. Deze worden samengevat onder de term DP Projecten. De terminologie On Tour en Specials verdwijnt hiermee. In aanpak en uitwerking verschillen deze nauwelijks van elkaar. Iedere workshop heeft dezelfde basisingrediënten.

Vestigingen in het land

In onze Rotterdamse vestiging hebben we nu meer dan 7.000 deelnemers. De leerlingen komen niet alleen uit Rotterdam, maar uit heel de regio Rijnmond en deels daarbuiten. Dit succes voedt het idee dat in andere grote steden in Nederland een eigen locatie haalbaar is. In Den Haag is dit al via een samenwerking met het Filmhuis Den Haag gerealiseerd. Dit project loopt voorlopig tot 2009 en de voortgang is veelbelovend.

We streven naar drie nieuwe locaties. De locaties vervullen een regionale functie, met de mogelijkheid ook kleinere plaatsen in de regio te bedienen. Deze werkwijze biedt mogelijkheden voor een nauwe samenwerking met onderwijsinstellingen. Dit zal leiden tot een groter bereik. Er zijn verkennende gesprekken gevoerd met instellingen in Amsterdam en het enthousiasme is groot. We richten ons daarnaast op twee plekken buiten de Randstad.

Een vaste locatie in het land biedt ruimte aan een klas en heeft kantoor- en opslagruimte. Per locatie trekken wij een vaste medewerker aan. Deze beheert de locatie en de materialen, geeft leiding aan het team van workshopleiders en onderhoudt de relaties met onderwijs en culturele centra in de regio. Voor de realisatie en exploitatie van een lokale vestiging zal additionele financiering worden gezocht bij gemeente, provincie en eventueel uit fondsen en sponsoring.

DP Projecten

De workshops worden sinds enkele jaren op diverse locaties in het land aangeboden. In samenwerking met een lokale partner maken we workshops die toegankelijk voor onderwijsinstellingen in de regio. De partners zijn bijvoorbeeld kunstinstellingen, festivals, onderwijsorganisaties en gemeenten. Door onze gestandaardiseerde workshops te combineren met de culturele inhoud van de samenwerkingspartner, realiseren we een actueel en bij de locatie passend product. Bij deze projecten wordt het gebruik van het hele lestraject gestimuleerd.

Met de DP Projecten streven we landelijke spreiding na. In 2007 zijn naast de activiteiten in Den Haag 17 projecten met ruim 3.000 deelnemers gerealiseerd. Voor de komende periode wordt beoogd een groei te

bewerkstelligen van ongeveer twee projecten van minimaal een week per jaar. Het aantal deelnemers zal met 250 per jaar groeien naar 5.250 in 2012.

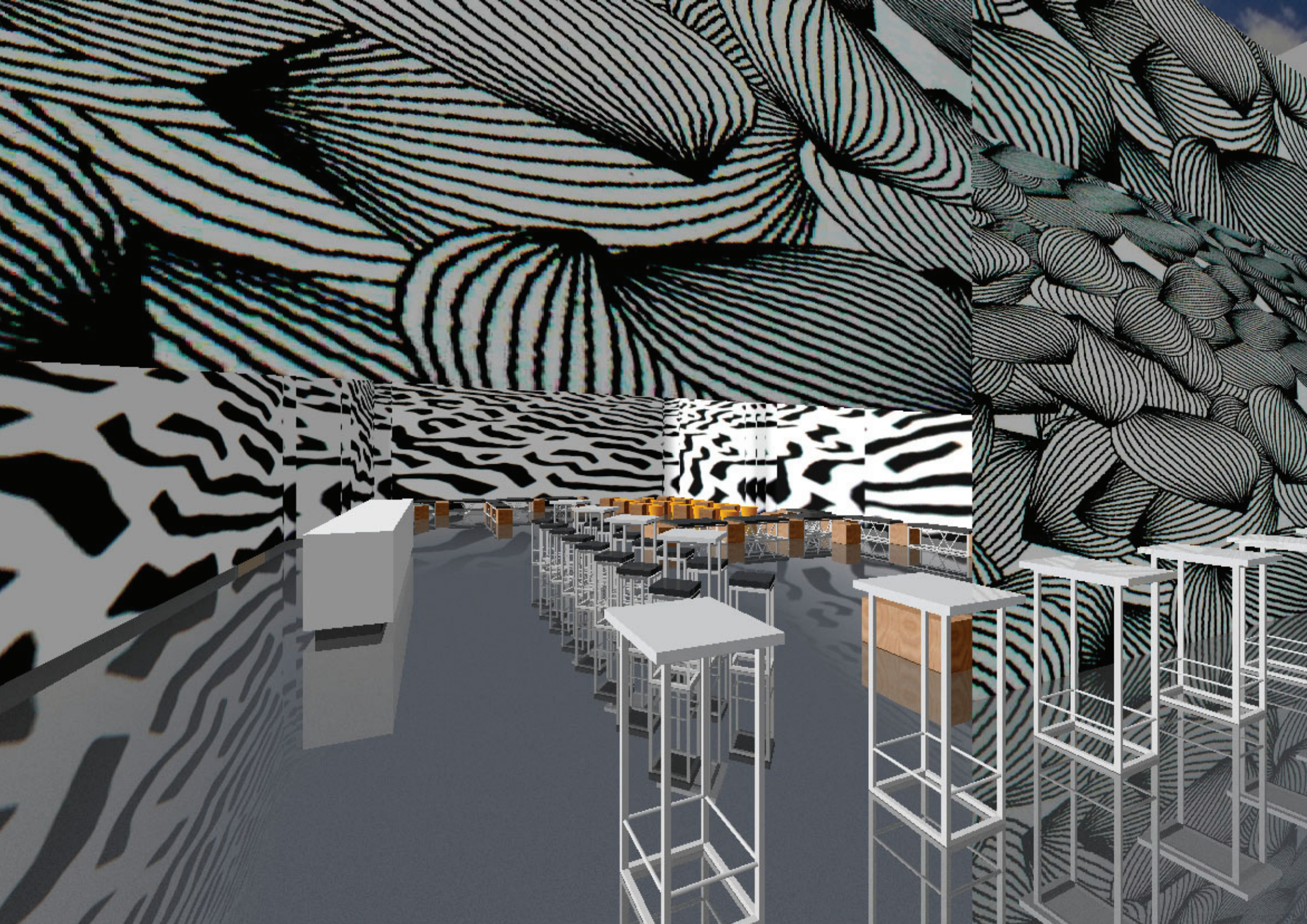
In Suriname heeft de stichting The Back Lot geïnvesteerd om workshops op eigen locatie te organiseren. The Back Lot organiseert een aantal workshopweken per jaar. Zwaartepunt vormen de festivals 'IDFA goes T(r)opics' en 'IFFR flies Paramaribo'. Wij monitoren de activiteiten op afstand en assisteren wanneer daar om gevraagd wordt. Deze succesvolle samenwerking zullen wij voortzetten.

Publiciteit en communicatie

De publiciteit en communicatie richten zich op meerdere doelgroepen. Anders dan voorheen gaan we ons meer op de (potentiële) individuele deelnemers richten. De belangrijkste doelgroep voor de boekingen blijft het onderwijs. Daarnaast onderhouden we vele contacten met kunstinstellingen, festivals, kennisinstellingen, overheden en andere mogelijke samenwerkingspartners. Er komt een duidelijke scheiding tussen verkoopgerichte communicatie en communicatie om ons imago bij jongeren te versterken. Digital Playground is de plek waar je als jongere een boeiende activiteit meemaakt. De sfeer op de workshopvloer moet doorschijnen in onze website en ons drukwerk gericht op jongeren. De verkoopgerichte communicatie verloopt vooral via direct marketing. We hebben een zeer uitgebreid netwerk van docenten in de regio Rotterdam en werken in het land samen met instellingen die zelf een netwerk onder scholen in hun regio hebben. Jaarlijks verspreiden wij in mei de brochure met het Rotterdamse aanbod voor het nieuwe seizoen. Voor de promotie van projecten kiezen wij telkens voor een aanbod op maat, meestal via direct mail. Online promotie wordt belangrijker. De drie sites shop4media.nl, digitalplayground.nl en dpages.digitalplayground.nl brengen wij in één huisstijl samen. De corporate site wordt de poort naar

deze onderdelen. De vormgeving is gericht op jongeren, met veel directe links naar content zoals de recentste films en andere werkstukken. Centraal staat de presentatiefunctie van wat er bij Digital Playground wordt gemaakt. Elk werkstuk komt meteen na de workshop online, ongeacht waar het is gemaakt. Alle informatie voor docenten brengen wij onder in een docentenpagina.

De redactie van het jongerendeel van de site zal plaatsvinden in onze Rotterdamse vestiging en worden gevoerd door stagiaires en vrijwilligers, onder leiding van de medewerker publiciteit en communicatie. We zullen meer gebruik maken van de mogelijkheden die online communities bieden.



4 Projecten

De kracht van stichting Hal 4 als ontwikkelaar van innovatieve projecten wordt geformaliseerd in het nieuwe bedrijfs onderdeel Projecten. Naast de exploitatie van Theater Hal 4, begonnen wij tien jaar geleden met Digital Playground en Rotterdams Lef. Deze projecten kwamen tijdens de cultuurplanperiode 2005/2008 in de continueringfase. Ondertussen ontwikkelden wij nieuwe concepten, zoals de hiphopera Atalanta. Het onderdeel Projecten zal één keer in de twee jaar vergelijkbare grootschalig geënceneerde muziektheaterproducties uitbrengen. Daarnaast zal Projecten urban dance voorstellingen ontwikkelen, investeren in het toepassen van digitale media in de podiumkunsten, De Beat samen met de partners verder ontwikkelen en bestaande kennis vermarkten,

Het onderdeel Projecten zal na de preproductiefase additionele financiering voor de activiteiten gaan aanvragen. Het is zaak dat de interne overheadkosten en de kosten voor de preproductie (script, compositie, storyboard, onderzoek) in dit stadium al gedekt zijn. Een verzoek tot dekking van overheadkosten, zoals personeels- en huisvestingskosten levert bij fondsen vaak grote problemen op. Men geeft prioriteit aan de activiteiten. Bij muziektheaterproducties zal een aanvraag zonder script, compositie en storyboard weinig kans maken. Bij een financieringsaanvraag voor een dansproductie zal er onderzoek in de studio aan voorafgegaan moeten zijn.

Muziektheaterproducties

Wij constateren dat het door ons geprogrammeerde aanbod van jongerentheater niet altijd optimaal aansluit op de doelgroep 19 tot 25 jaar. Rotterdams Lef is hier een voorbeeld van. De thematiek sluit wel aan, maar de uitvoering spreekt veelal een lagere leeftijdscategorie aan. Wij hebben daarom in 2006 een muziektheaterproductie geproduceerd om meer jongvolwassenen aan ons te binden. Wij benutten hierbij de specifieke architectonische vorm van Theater Hal 4 als ultieme lege doos

voor langlopende locatieprojecten. De hiphopera Atalanta in de regie van Roel Twijnstra met als vraag of de rellen in Parijs zouden kunnen overslaan naar Rotterdam werd met 6.000 bezoekers een succes.

Als vervolg op Atalanta gaan wij om de twee jaar een nieuwe muziektheaterproductie ontwikkelen. Daarbij treden wij op als producent met een initiërende en sturende functie. Wij trekken een regisseur aan die in onze ogen geschikt is voor het stuk en bewaken de balans tussen de artistieke invulling en een optimaal publieksbereik. Naast de artistieke kwaliteit zal er worden gekeken naar de mate waarin onderwerp, muziek en acteurs zullen aanspreken bij het grote publiek., De thematiek van de muziektheaterproductie zal actueel zijn en worden gekoppeld aan een bekend voorval of persoon. Wij streven naar een Rotterdamse cast, zodat het publiek zich zoveel mogelijk kan identificeren met de voorstelling. Naast urban muziek, zullen wij ook internationaal succesvolle dj' en producers inzetten. Denk hierbij aan Ferry Corsten, Joris Voorn of Speedy J. Met het Rotterdams Philharmonisch Orkest hebben wij diverse gesprekken gevoerd over een samenwerking die wij vanaf het jongerenjaar 2009 willen aangaan. Atalanta werd voor financiële transparantie ondergebracht in de stichting Atalanta. Nu we deze productie goed hebben afgerond, zullen we om efficiency redenen deze activiteiten zo ver mogelijk in de Stichting Hal 4 onderbrengen.

Urban dance

Rotterdam heeft een grote traditie op het gebied van de breakdance. Scapino Ballet Rotterdam, Conny Janssen Danst en Dansateliers hebben met succes breakdance met moderne dans gecombineerd. De voorstelling Make me, a dancer van Conny Janssen Danst is daar een goed voorbeeld van. Na afloop van de producties was er echter geen continuïteit Het huidige aanbod, dat bestaat uit onder andere Danstheater Aya, (Junior) Ish en Dox, is beperkt. De jeugddansproducties van De Meekers zijn veelal minder geschikt voor jongeren. Wij zijn van mening dat er zowel

artistiek als qua afzet grote mogelijkheden liggen op het gebied van een crossover tussen moderne dans en breakdance. Vanuit de moderne dans willen wij jongeren met een cultureel diverse achtergrond voor ons winnen. Wij willen daarom meer gebruik maken van bewegingsmateriaal uit de urban dance. De jongeren herkennen zich daar beter in.

Internationaal gezien vormen groepen als Black Blanc Beur, Compagnie Montalvo-Hervieu, Rennie Harris, Trafic de Styles, Storm, Aktuel Force, Vagabond Crew en Rubberbandance Group grote inspiratiebronnen.

De SKVR verwacht een groot volume aan urban dance producties te kunnen afzetten. Ook onze afdeling verkoop verwacht zowel lokaal als landelijk een grote vraag naar dergelijke producties. Sinds enige tijd zijn we in gesprek met Monique Duurvoort over de opzet van een urban dance company. Zij heeft jarenlang bij Het Nationale Ballet gedanst en kent de moderne dans van binnenuit. Als choreografe is zij ook geïnteresseerd in bewegingsmateriaal uit de breakdance, streetdance, housedance, dancehall, hiphop-dance, clowning, krumping en jazzdance. Haar streven is om artistiek hoogwaardige crossover producties voor een breed – en niet alleen jong – publiek te maken. We zijn ook al geruime tijd in gesprek met Amy Gale van Dansateliers, wat geresulteerd heeft in onderzoek door Monique Duurvoort bij Dansateliers. De resultaten van dit onderzoek werden gepresenteerd onder de naam Boost en werden goed ontvangen. Dansateliers adviseert om voldoende tijd te nemen om een volwaardige “avondvullende” dansvoorstelling te realiseren. Wij willen in samenwerking met Dansateliers projectmatig urban dance producties opzetten, met als doel de uiteindelijke oprichting van een volwaardig urban dansgezelschap.

Surround-video

Bij Atalanta hebben wij het idee om een virtuele ruimte te creëren, waarbinnen het publiek zou worden opgenomen, tot haalbare

proporties teruggebracht. Een dergelijke ambitie paste nog niet in het productieproces van een veelomvattende muziektheatervoorstelling. We moeten meer tijd nemen en strategisch gefaseerd werken om een dergelijk traject op de rails te krijgen.

De kern van het idee is dat één beeld over meerdere projectoren wordt verdeeld. In een ruimte van 20 meter lang, 10 meter breed en 7 meter hoog worden deze beelden samengebracht tot een geheel. Het technische ontwerp is grotendeels uitgewerkt. Voorlopig zal het projecteren van één beeld over een lengte van 60 strekkende meter qua resolutie nog lastig zijn. Er zal daarom in eerste instantie met synthetisch materiaal gewerkt worden (vectorbestanden zoals patterns, animaties en teksten).

Wij zien grote kansen voor dit unieke project met betrekking tot onze opgebouwde digitale kennis, ervaring met opdrachten voor videogebruik binnen theatervoorstellingen, aansluiting bij de creative industry van Rotterdam en commerciële en kunstzinnige toepassingen binnen de exploitatie van Theater Hal 4.

Advies en ondersteuning

Wij kregen de afgelopen jaren tal van vragen van gemeentebesturen en onderwijsinstellingen over hoe men jongeren op cultureel (educatief) gebied bereikt. Wij hebben besloten deze kennis te gaan vermarkten. Zo adviseerden wij de gemeenten Breda, Den Haag en 's Hertogenbosch en ondersteunden we het Thorbecke Lyceum in Rotterdam bij de opzet van een urban high school. Ook hebben we Verschil=Chill geproduceerd. Een project in opdracht van de Koninklijke Luchtmacht om jongeren uit Eindhoven, Utrecht, Den Haag en Rotterdam te wijzen op carrièremogelijkheden bij de Luchtmacht. Als cultureel ondernemer zullen we soortgelijke opdrachten ook in de toekomst doorzetten.



5 Terugblik in kerncijfers

Theater Hal 4

Aantal bezoekers

	2005	2006	2007*
programming	4453	4971	5843
culturele verhuur Theater Hal 4	7594	8356	4420
commerciele verhuur	6029	6970	7930
Totaal	18076	20297	18193

Aantal activiteiten

	2005	2006	2007*
programming	38	26	37
culturele verhuur	14	56	22
commerciele verhuur	47	39	50
Totaal	99	121	109

Overgangsjaar 2006 zonder programming in de eerst helft van het jaar, culturele verhuur aan stichting Atalanta in de tweede helft van het jaar.

* prognose

Digital Playground

Activiteit en bereik

	2005	2006	2007*
DP Rotterdam			
Scholen	39	46	55
<i>Deelnemers</i>			
Rotterdam	4.208	4.551	5.552
Regio	632	1.300	2.242
Totaal	4.840	5.851	7.795
DP On Tour			
Projecten	3	6	7
Deelnemers	1.170	2.201	1.757
DP Specials			
Projecten	6	10	12
Deelnemers	1.816	2.219	3.765

* prognose

Organisaties waarmee in 2005-2007 projecten zijn georganiseerd

Stichting De Vrolijkheid (diverse AZC's)
 IDFA
 IFFR
 Film by the Sea
 Scoop
 Nederlands Film Festival
 The Back Lot (Paramaribo)
 Parnas (Fries Museum, Keramiekmuseum De Princessehof)
 Scala College, Alphen a/d Rijn
 Cinekid
 Cross Media Week
 Het Hoofdkwartier, Arnhem
 Filmhuis Den Haag
 Centrum voor de Kunsten Goes
 Kunstbende Noord Holland
 Glaspaleis, Heerlen
 Leidse Volkshuis
 Huis voor de Kunsten Limburg
 Stedelijk Museum Roermond
 Wij zijn 17 (Vrede van Utrecht)
 OnderwijsAdvies Zoetermeer

Rotterdams Lef

Voorstellingen en bezoekers

	2005	2006	2007*
Aantal voorstellingen	86	88	65
Aantal bezoekers	7734	6536	7266

* prognose

Hal 4

Websitebezoek

	2005	2006	2007*
hal4.nl	29293	34497	11580
theaterhal4.nl	10269	18077	35817
rotterdamslef.nl	22363	69111	74308
digitalplayground.nl	55834	49275	51000
shop4media.nl		17089	16440
	117759	188049	189145

* prognose



Bijlagen

Bijlage 1: Begroting

KOSTENVERDEELSTAAT 2009-2012	Normbegroting 2009-2012	Realisatie 2006
BATEN		
A. Opbrengsten (subtotaal)	784.096	524.513
<i>directe opbrengsten:</i>		
A.1 Publieksinkomsten	375.096	208.414
A.2 Overige inkomsten	7.500	-
<i>indirecte opbrengsten:</i>		
A.3 Diverse inkomsten	401.500	316.099
B. Bijdragen (subtotaal)	1.463.158	893.662
B.1 Subsidie OCW i.h.k.v. Cultuurplan	400.000	305.881
B.2 Subsidie provincie	-	-
B.3 Subsidie gemeente Rotterdam i.h.k.v. Cultuurplan	700.000	346.054
B.4 Fondsen i.h.k.v. Cultuurplan	-	-
B.5 Overige bijdragen	363.158	241.727
SOM DER BATEN (A + B)	2.247.254	1.418.175
LASTEN		
C. Beheerslasten (subtotaal)	1.255.219	486.950
C.1 Beheerslasten personeel	810.799	200.713
C.2 Beheerslasten materieel	444.421	286.237
D. Activiteitenlasten (subtotaal)	985.178	941.421
D.1 Activiteitenlasten personeel	409.032	681.750
D.2 Activiteitenlasten materieel	576.146	259.671
SOM DER LASTEN (C + D)	2.240.397	1.428.371
Financieringsresultaat (rentelasten)	6.857	2.430
SALDO	0-	12.626-

Meerjarenbegroting 2009-2012

Algemene toelichting

In de afgelopen cultuurplanperiode ontvingen wij voor de activiteiten van Digital Playground, Rotterdams Lef en Theater Hal 4 van de gemeente Rotterdam een structurele subsidie in het kader van het cultuurplan 2005-2008. Digital Playground is tevens opgenomen in het cultuurplan van Ministerie van OCW. Daarbij slaagden we er in de afgelopen jaren in een substantieel deel van de organisatie- en activiteitenkosten op projectbasis gefinancierd te krijgen.

Veranderingen in 2009-2012 t.o.v. 2006

Algemeen

- De activiteiten van Rotterdams Lef worden niet gecontinueerd: 2,35 fte/42 voorstellingen/3.750 bezoekers in Rotterdam, 46 voorstellingen/2.786 bezoekers landelijk.
- Er komt een bedrijfs onderdeel Projecten, waarin de ontwikkeling en productie van nieuwe projecten wordt geformaliseerd. Naast de specifieke activiteitenlasten wordt er een deel van de personele en materiële beheerslasten aan deze projecten toegerekend.
- Wij hanteren in de begroting een groeimodel. Let op: de hierna vermelde cijfers zijn gemiddelden over 2009-2012.

Digital Playground

- Verhuizing naar een andere locatie met een grotere capaciteit. Hiervoor zijn € 17.500 inrichtingskosten begroot (€ 70.000 in 2009).
- Er wordt nieuwe hardware en software aangeschaft voor de locatie in Rotterdam t.w.v. € 23.025 p/jaar.
- Het workshop aanbod in Rotterdam wordt uitgebreid: 330 workshops/9.500 deelnemers t.o.v. 191 workshops/5.851 deelnemers.
- Het bereik van DP Projecten (voorheen Tours & Specials) in het land worden uitgebreid: 5.375 deelnemers t.o.v. 4.420 deelnemers.
- Er worden drie extra vestigingen in het land gerealiseerd, naast de vestigingen in Rotterdam en Den Haag. Deze zorgen voor een additioneel aanbod van 312 workshops gericht op 7.500 deelnemers.
- In het kader van Teaching the Teacher wordt een medewerker helpdesk (0,8 fte) aangenomen die ondersteuning gaat bieden aan docenten.
- Er wordt een freelancer aangetrokken voor het onderhoud van de hardware: kosten € 4.000 p/jaar.
- In het kader van talentontwikkeling worden er in Rotterdam twee projecten opgezet waarin 20 jongeren worden begeleid.

Theater Hal 4

- De programmering voor het vo en mbo wordt uitgebreid: 48 voorstellingen/8.056 bezoekers, t.o.v. 26 voorstellingen/4.971 bezoekers.
- Er komt een nieuw aanbod voor groepen 7 en 8 van het basisonderwijs: 13 voorstellingen/1.590 bezoekers.
- De programmering gericht op individueel bezoek wordt uitgebreid, met een additioneel aanbod van 8 clusters (bestaande uit gemiddeld 2 voorstellingen)/1.950 bezoekers.
- Er komt een nieuw aanbod gericht op individueel bezoek van 11+: 6 voorstellingen/ 731 bezoekers.
- Voor de voorstellingen gericht op individueel publiek wordt een programmeur (0,2 fte) aangenomen.
- Binnen het huidige medewerkersbestand wordt een functie coördinator programmering (0,8 fte) gecreëerd, die zich richt op zowel het vraaggestuurde onderwijsaanbod als de voorstellingen voor individueel publiek.
- De uren van de medewerker financiële administratie worden verhoogd van 16 naar 32 (0,8 fte).
- De in 2007 aangenomen productie leider/party manager (0,8 fte) wordt gehandhaafd.

Projecten

- Eens in de twee jaar wordt er een groot gemonteerde muziektheater voorstelling geproduceerd, die met name gericht is op een publiek van jongvolwassenen (19-25 jaar): 33 voorstellingen/6.704 bezoekers.
- Met Dansateliers is een onderzoekstraject gestart gericht op cross overs tussen moderne dans en break-/streetdance. Van 2010 tot 2012 worden Urban Dance producties ontwikkeld, die aangeboden worden aan een nieuw danspubliek: 23 voorstellingen/1.613 bezoekers in Theater Hal 4, 23 voorstellingen/1.613 bezoekers op tour.
- We werken aan de ontwikkeling van Surround-video, een rondomprojectie waarin een virtuele omgeving gecreëerd wordt.
- In 2005 is het project De Beat gestart, een centrum voor grootstedelijke jongerencultuur met cultuur, educatie en huisvesting in het hart van de stad. In het komende cultuurplan blijven we werken aan de totstandkoming daarvan. Hiervoor zijn geen kosten opgenomen in de begroting.

Alles bijeen genomen zorgt dit voor een stijging in de begroting t.o.v. de realisatie in 2006. Als cultureel ondernemer blijven we ons verantwoordelijk voelen voor de werving van additionele financiën. Onze eigen inkomsten bedragen dan ook ruim 50%. Wij vragen de gemeente Rotterdam om een structurele subsidie van € 700.000, op jaarbasis gemiddeld, om ons activiteitenplan te kunnen realiseren. Wij zijn voornemens om voor de activiteiten van Digital Playground € 400.000 bij het Ministerie van OCW aan te vragen in het kader van het nieuwe Fonds voor Cultuurparticipatie.

KOSTENVERDEELSTAAT 2009-2012	2009	2010	2011	2012	2009-2012 totaal per jaar	Cursusaanb. nieuwe media	Pres. functie grtstedelijke jcult.	Productiehuis/ werkplaats
BATEN								
A. OPBRENGSTEN (SUBTOTAAL)	694.401	718.355	857.382	866.246	784.096	267.094	471.795	45.208
<i>directe opbrengsten:</i>								
A.1 Publieksinkomsten	345.401	332.355	424.382	398.246	375.096	245.094	86.295	43.708
A.1.1 Recette en uitkoopsommen	117.026	93.042	173.632	136.309	130.002		86.295	43.708
Recette programmering Theater Hal 4	67.522	79.542	92.305	105.809	86.295		86.295	
Recette	49.504	3.500	66.327	10.500	32.458			32.458
Uitkoopsommen	-	10.000	15.000	20.000	11.250			11.250
A.1.2 Opbrengsten workshops	228.375	239.313	250.750	261.937	245.094	245.094		
DP Rotterdam	104.000	110.250	117.000	123.500	113.688	113.688		
DP Overige vestigingen	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000		
DP Projecten	84.375	89.063	93.750	98.437	91.406	91.406		
A.2 Overige inkomsten	10.000	5.000	10.000	5.000	7.500	3.000	3.000	1.500
A.2.1 Sponsoring	10.000	5.000	10.000	5.000	7.500	3.000	3.000	1.500
<i>indirecte opbrengsten:</i>								
A.3 Diverse inkomsten	339.000	381.000	423.000	463.000	401.500	19.000	382.500	-
A.3.1 Horeca	170.000	185.000	200.000	215.000	192.500		192.500	
Omzet horeca	110.000	120.000	130.000	140.000	125.000		125.000	
Doorbelaste catering	60.000	65.000	70.000	75.000	67.500		67.500	
A.3.2 Verhuur	90.000	105.000	120.000	135.000	112.500		112.500	
Commerciële verhuur	60.000	70.000	80.000	90.000	75.000		75.000	
Culturele verhuur	30.000	35.000	40.000	45.000	37.500		37.500	
A.3.3 Diversen	79.000	91.000	103.000	113.000	96.500	19.000	77.500	
Advies en organisatie	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	12.500	12.500	
Vergoedingen personeel	20.000	25.000	30.000	35.000	27.500		27.500	
Verhuur apparatuur/doorbelaste inhuur	30.000	35.000	40.000	45.000	37.500		37.500	
Goodwill samenwerkingspartners Digital Playground locaties	4.000	6.000	8.000	8.000	6.500	6.500		
B. BIJDRAGEN (SUBTOTAAL)	1.806.663	1.186.183	1.685.946	1.173.839	1.463.158	727.310	389.550	346.297
B.1 Subsidie OCW i.h.k.v. Cultuurplan	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000		
B.2 Subsidie provincie								
B.3 Subsidie gemeente Rotterdam i.h.k.v. Cultuurplan	800.000	600.000	800.000	600.000	700.000	297.500	332.500	70.000
B.4 Fondsen i.h.k.v.Cultuurplan								
B.5 Overige bijdragen	606.663	186.183	485.946	173.839	363.158	29.810	57.050	276.297
SOM DER BATEN (A + B)	2.501.064	1.904.538	2.543.328	2.040.085	2.247.254	994.404	861.345	391.505

A. OPBRENGSTEN

A.1 Publieksinkomsten

Bij het begroten van de publieksinkomsten van de programmering en projecten zijn de volgende uitgangspunten gehanteerd:

Bij de begrote recette van de programmering van Theater Hal 4 gaan we uit van 74 voorstellingen op jaarbasis gemiddeld, met een gemiddeld bezettingspercentage variërend van 50-80% (op een zaal met een capaciteit van 212 stoelen). Wat het bezettingspercentage betreft van ons onderwijsaanbod voor het VO en MBO verwachten we een jaarlijkse bezetting van 80% te realiseren. Met het aanbod waarmee we ons op het basisonderwijs en individueel bezoek richten verwachten een jaarlijkse groei van 5%, met een bezetting van 50% in 2009. We rekenen op een gemiddelde entreprijs van € 7.

De recette van de projecten zijn begroot op basis van:

- Muziektheaterproducties, 30-35 voorstellingen en 6.188 bezoekers in 2009 en 7.219 bezoekers in 2011. We zijn daarbij uitgegaan van een bezettingspercentage van 75% voor beide producties, op een volle capaciteit van 275. We gaan uit van een gemiddelde entreprijs van € 8.
- Urban Dance producties willen we ons in 2009 richten op onderzoek en ontwikkeling, om vervolgens vanaf 2010 te komen tot het maken van voorstellingen. In de begroting gaan we uit van 10 tot 20 voorstellingen (opbouwend) en 500 tot 1500 bezoekers, met een gemiddelde entreprijs van € 7. Ook zijn we voornemens kleine tours met producties te ondernemen, waarin 10 tot 20 voorstellingen gespeeld worden, waarbij we uitgaan van een uitkoopsom van € 1.000.

De opbrengsten van de workshops van Digital Playground zijn onderverdeeld in de inkomsten in Rotterdam, op de overige locaties en de DP Projecten die landelijk worden verkocht. De begrote workshops en deelnemers zijn als volgt:

	2009	2010	2011	2012
Rotterdam				
workshops	301	321	340	359
deelnemers	8.750	9.250	9.750	10.250
DP Locaties				
workshops	166	270	385	427
deelnemers	4.000	6.500	9.250	10.250
DP Projecten				
workshops	188	198	208	219
deelnemers	4.500	4.750	5.000	5.250

A.2 Overige inkomsten

We zien beperkte mogelijkheden van sponsoring. Als zodanig hebben we een volgens ons realistisch bedrag van € 7.500 op jaarbasis begroot.

A.3 Diverse inkomsten

In het licht van onze inspanningen om in de komende jaren de zaal van Theater Hal 4 commercieel en cultureel optimaal te exploiteren, houden we rekening met een stijging van de horeca opbrengsten.

We hebben in de afgelopen jaren diverse organisaties geadviseerd op het gebied van grootstedelijke jongerencultuur in relatie tot kunst en cultuur. De opbrengsten hiervoor, die opgenomen zijn in de post Advies en organisatie, zijn gebaseerd op een continuering en bescheiden uitbreiding daarvan.

In de post Vergoedingen personeel staan vergoedingen opgenomen die we met de zaalverhuur voor de inzet van ons personeel ontvangen.

Onlangs hebben we een lening afgesloten bij de ING Bank ten behoeve van een investering die in 2008 gepland staat, gericht op de aankoop van o.a. nieuw (zaal)inventaris voor Theater Hal 4. Met het aanschaffen van nieuw inventaris kunnen we onze dienstverlening vergroten en we onze locatie aantrekkelijker maken voor potentiële klanten. Hiervoor staan in de post Verhuur apparatuur / doorbelaste inhuur bedragen opgenomen.

B. BIJDRAGEN

B.1/2/3/4 Subsidies

Bij de Gemeente Rotterdam vragen we structurele subsidie aan voor de activiteiten van Digital Playground en Theater Hal 4, en voor de ontwikkeling van de projecten. Naast de aanvraag die we in februari 2008 bij het Ministerie van OCW zullen indienen, verwachten we geen overige structurele subsidies op rijks- en provinciaal niveau.

B.5 Overige bijdragen

Zoals eerder toegelicht zullen we additionele fondsen werven. Met het oog op onze plannen t.a.v. de uitbreiding van de locaties van Digital Playground gaat het om bijdragen van de betreffende gemeente en/of provincie.

De begrote additionele bijdragen van Theater Hal 4 zijn voornamelijk een subsidie t.b.v. de programmering van het Nederlands Fonds voor Podiumkunsten+ (v/h FPPM) en deelgemeente Kralingen-Crooswijk. T.b.v. de projecten zullen diverse additionele fondsen worden geworven. Te denken valt aan rijksfondsen als het Nederlands Fonds voor Podiumkunsten+ en Mondriaan Stichting, een bijdrage van de provincie Zuid-Holland, en diverse private fondsen zoals VSBfonds, Stichting DOEN, VandenEnde Foundation, Prins Bernhard Cultuurfonds, etc. We hebben op jaarbasis een gemiddeld bedrag van € 469.057 aan additioneel te werven fondsen begroot. Daarbij zijn de benodigde additionele fondsen van de Muziektheaterproducties in de begroting verdeeld over vier jaar, ondanks hun tweejaarlijkse cyclus.

LASTEN									
C. BEHEERSLASTEN (SUBTOTAAL)	1.286.574	1.234.492	1.253.018	1.246.793	1.255.219	735.899	484.266	35.055	
C.1 Beheerslasten personeel	785.080	804.390	823.928	829.796	810.799	469.169	326.707	14.923	
C.1.1 Directie	107.425	107.356	107.285	107.212	107.320	59.026	42.928	5.366	
Algemeen directeur	55.895	55.861	55.825	55.789	55.843	30.713	22.337	2.792	
Zakelijk leider	51.530	51.495	51.460	51.423	51.477	28.312	20.591	2.574	
C.1.2 Projectleiding/management	303.400	323.105	343.047	349.330	329.720	187.644	142.077	-	
Hoofd Theater Hal 4	42.799	42.764	42.728	42.692	42.746		42.746		
Projectleider Digital Playground	40.001	39.970	40.001	39.905	39.969	39.969			
Coördinatie landelijke vestigingen Digital Playground / DP Project	41.136	41.101	41.136	41.029	41.100	41.100			
Floormanagement Digital Playground Rotterdam	46.665	46.616	46.566	46.515	46.591	46.591			
Coördinatie programmering	30.145	30.117	30.089	30.060	30.103		30.103		
Productieleider Theater Hal 4	30.810	30.783	30.754	30.725	30.768		30.768		
Coördinatie lokale vestigingen Digital Playground	33.332	53.275	73.330	79.996	59.983	59.983			
Hoofd techniek	38.513	38.478	38.443	38.406	38.460		38.460		
C.1.3 Artistieke staf	7.536	7.529	7.522	7.515	7.526		7.526		
Programmeur	7.536	7.529	7.522	7.515	7.526		7.526		
C.1.4 Secretariaat	30.145	30.117	30.089	30.060	30.103	16.557	12.041	1.505	
Office manager/systeembeheerder	30.145	30.117	30.089	30.060	30.103	16.557	12.041	1.505	
C.1.5 Financieel	37.680	37.652	37.624	37.595	37.638	20.701	15.055	1.882	
Administratie	37.680	37.652	37.624	37.595	37.638	20.701	15.055	1.882	
C.1.5 Educatie	60.239	60.184	60.127	60.069	60.155	60.155	-	-	
Medewerker educatie & ontwikkeling	30.810	30.783	30.754	30.725	30.768	30.768			
Medewerker educatie	29.429	29.401	29.373	29.344	29.386	29.386			
C.1.6 Marketing en Sales	114.655	114.558	114.459	114.357	114.507	64.496	45.929	4.082	
Coördinator sales	30.918	30.897	30.876	30.854	30.886	16.987	12.354	1.544	
Medewerker sales	26.665	26.638	26.609	26.580	26.623	14.643	10.649	1.331	
Medewerker P&M Theater Hal 4 / Projecten	24.163	24.142	24.121	24.099	24.131		22.925	1.207	
Medewerker P&M Digital Playground	32.908	32.881	32.852	32.823	32.866	32.866			
C.1.7 Productie en Techniek	89.786	89.668	89.547	89.424	89.606	37.629	51.978	-	
Productiemedewerker DP Projecten	37.681	37.647	37.611	37.575	37.629	37.629			
Inspiciënt Theater Hal 4	30.810	30.783	30.754	30.725	30.768		30.768		
Assistent-technicus	19.481	19.460	19.439	19.417	19.449		19.449		
Stagiair productie/techniek Theater Hal 4	1.813	1.779	1.743	1.707	1.760		1.760		
C.1.8 Overige personeelskosten	41.750	41.750	41.750	41.750	41.750	22.963	16.700	2.088	
Kosten ziekteverzuimverzekering	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	11.000	8.000	1.000	
Kosten ARBO	500	500	500	500	500	275	200	25	
Opleidingskosten personeel	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	5.500	4.000	500	
Reiskosten woon-werk	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	4.125	3.000	375	
Diversen	3.750	3.750	3.750	3.750	3.750	2.063	1.500	188	

LASTEN

C. BEHEERSLASTEN

C.1 Beheerslasten personeel

De structurele personeelskosten van onze vaste medewerkers zijn onder personele beheerslasten ingedeeld. Dit veroorzaakt een aanzienlijke stijging van de beheerslasten personeel t.o.v. de realisatie in 2006. Medewerkers die op projectbasis worden aangenomen zijn ingedeeld onder activiteitenlasten.

Een deel van de medewerkers verricht werkzaamheden voor de verschillende bedrijfsonderdelen. Het gaat hier om o.a. de directie, office management, financiële administratie e.d. Op basis van onze inschatting van de verdeling van werkzaamheden hebben we de volgende verdeling gehanteerd bij het toerekenen van de gerelateerde personeelskosten aan de functies: 55% Digital Playground, 40% Theater Hal 4, en 5% voor de projecten. Dit is toegepast op de post C.1.1 Directie, vooral aangezien de directie zich als producent zal bezighouden met de uitvoering van de projecten. Deze verdeling is ook toegepast op de kosten van de Office manager/systeembeheerder onder C.1.4 Secretariaat, Administratie onder C.1.5 Financieel, Coördinator sales en Medewerker sales onder C.1.6 Marketing en Sales. De medewerker Publiciteit en Marketing van Theater Hal 4 wordt ook ingezet op een deel van de projecten. De indeling die we daarbij hebben gehanteerd is 95% Theater Hal 4 en 5% projecten.

Voor de lokale vestigingen van Digital Playground worden medewerkers aangetrokken voor de coördinatie van de lokale activiteiten. T.b.v. de continuïteit hiervan is het noodzakelijk dat deze medewerkers in loondienst genomen worden.

C.2 Beheerslasten materieel	501.494	430.102	429.089	416.997	444.421	266.730	157.558	20.132
C.2.1 Huisvesting	323.844	255.052	254.039	241.947	268.721	171.095	86.778	10.847
Huur	149.294	166.052	182.989	184.947	170.821	93.951	68.328	8.541
Gas, water, electra	30.000	35.000	40.000	45.000	37.500	20.625	15.000	1.875
Onderhoud gebouw	15.000	6.500	6.500	6.500	8.625	4.744	3.450	431
Startkosten nieuwe vestigingen Digital Playground	15.000	15.000	15.000		11.250	11.250		
Inrichtingskosten nieuwe locatie DP Rotterdam	70.000				17.500	17.500		
Aanschaf hardware / software DP Rotterdam	44.550	32.500	9.550	5.500	23.025	23.025		
C.2.2 Kantoor- en algemene kosten	80.650	78.050	78.050	78.050	78.700	43.285	31.480	3.935
Telefoon/fax	7.250	7.250	7.250	7.250	7.250	3.988	2.900	363
Porti (algemeen)	2.350	2.350	2.350	2.350	2.350	1.293	940	118
Kantoormiddelen	7.250	6.150	6.150	6.150	6.425	3.534	2.570	321
Kopieerkosten	1.750	1.750	1.750	1.750	1.750	963	700	88
Kosten internet	3.200	2.200	2.200	2.200	2.450	1.348	1.130	123
Kantinekosten	2.750	2.750	2.750	2.750	2.750	1.513	1.100	138
Drankverbruik personeel	650	650	650	650	650	358	260	33
Abonnementen/vakliteratuur	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	715	520	65
Representatiekosten	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	825	600	75
Financiële en administratiekosten	1.750	1.750	1.750	1.750	1.750	963	700	88
Kosten accountant	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	13.200	9.600	1.200
Kosten salarisadministratie	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	4.125	3.000	375
Kosten juridisch advies	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	1.650	1.200	150
Kosten algemeen advies	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	825	600	75
Leges, vergunningen, belastingen	1.750	1.250	1.250	1.250	1.375	756	550	69
Archivering	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	2.750	2.000	250
Algemene reiskosten	1.750	1.750	1.750	1.750	1.750	963	700	88
Autoverzekeringen	2.150	2.150	2.150	2.150	2.150	1.183	860	108
Onderhoud en diverse kosten auto	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	1.925	1.400	175
Overige kosten	750,00	750,00	750,00	750,00	750	413	300	38
C.2.3 Afschrijvingskosten	87.000	87.000	87.000	87.000	87.000	47.850	34.800	4.350
Afschrijving zaalinventaris	65.000	65.000	65.000	65.000	65.000	35.750	26.000	3.250
Afschrijving kantoorinventaris	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	8.250	6.000	750
Afschrijving transportbus	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	3.850	2.800	350
C.2.4 Algemene publiciteitskosten	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	4.500	4.500	1.000

C.2 Beheerslasten materieel

Onder de kostenpost Huur valt vallen Theater Hal 4, de huur van de vestiging van Digital Playground in Rotterdam en een huur(bijdrage) van overige landelijke vestigingen van Digital Playground.

We hebben een bedrag van € 15.000 begroot als startkosten van nieuwe landelijke vestigingen. In geval van een samenwerking zal een gelijkwaardige investering verlangd worden van de samenwerkingspartner.

De beoogde nieuwe locatie van Digital Playground in Rotterdam is groter dan de huidige locatie en voor het betrekken ervan is een investering nodig, dat zich richt op inrichting en verbouwing en de aanschaf van nieuwe en additionele hardware en software.

D.1 Activiteitenlasten personeel	495.372	246.433	596.535	297.787	409.032	168.380	52.887	187.765
D.1.1 Projectleiding/management	94.146	6.989	92.986	6.977	50.274			50.274
D.1.2 Artistieke staf	112.633	8.777	138.936	9.112	67.365			67.365
D.1.3 Activiteitenlasten uitvoerend personeel	66.909	15.520	66.862	15.599	41.222			41.222
D.1.4 Activiteitenlasten ondersteunend personeel	43.624	7.127	57.747	7.115	28.903			28.903
D.1.5 Honoraria divers	178.060	208.020	240.004	258.984	221.267	168.380	52.887	-
Workshopleiders Digital Playground	129.160	153.880	180.500	193.980	164.380	164.380		
Onderhoud hardware Digital Playground	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000		
Bewaking, garderobe, toilet, etc.	8.000	9.000	10.000	11.000	9.500		9.500	
Productie en techniek	2.000	2.500	3.000	3.500	2.750		2.750	
Horecapersoneel	22.500	25.000	27.500	30.000	26.250		26.250	
Surround-video	12.400	13.640	15.004	16.504	14.387		14.387	
D.1.6 Overige personeelslasten					-			
D.2 Activiteitenlasten materieel	714.234	417.387	686.261	486.701	576.146	90.125	318.021	168.000
D.2.1 Activiteitenlasten materieel producties	372.600	53.000	295.000	73.000	198.400	15.875	21.275	161.250
DP Projecten	27.500	18.000	-	18.000	15.875	15.875		
Muziektheaterproducties	250.000		250.000		125.000			125.000
Urban Dance producties	10.000	35.000	45.000	55.000	36.250			36.250
Surround-video	85.100				21.275		21.275	
D.2.2 Specifieke publiciteit & marketing	135.000	135.000	135.000	135.000	135.000	74.250	54.000	6.750
Vormgeving	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	8.250	6.000	750
Drukwerk	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	16.500	12.000	1.500
Advertenties	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	5.500	4.000	500
Distributie	35.000	35.000	35.000	35.000	35.000	19.250	14.000	1.750
Mailings	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	8.250	6.000	750
Merchandising	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	11.000	8.000	1.000
Diversen	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	5.500	4.000	500
D.2.3 Theater	206.634	229.387	256.261	278.701	242.746	-	242.746	-
Programmering	100.500	115.500	130.500	145.500	123.000		123.000	
Auteursrechten programmering (10%)	10.050	11.550	13.050	14.550	12.300		12.300	
Kassakosten	4.750	3.559	6.489	4.985	4.946		4.946	
Inkoop horeca	33.000	36.000	39.000	42.000	37.500		37.500	
Inkoop catering	53.333	57.778	62.222	66.667	60.000		60.000	
Overige theaterkosten	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000		5.000	
SOM DER LASTEN (C + D)	2.496.179	1.898.312	2.535.814	2.031.282	2.240.397	994.404	855.174	390.820
Financieringsresultaat (rentelasten)	4.885	6.226	7.513	8.803	6.857		6.171	686

D. ACTIVITEITENLASTEN

D.1 Activiteitenlasten personeel

De kosten die in de activiteitenlasten personeel zijn opgenomen voor de Muziektheaterproducties zijn gebaseerd op de realisatie van de personeelskosten van Atalanta. Verder zijn we bij de Urban Dance producties uitgegaan van een choreograaf die o.b.v. 0,5 fte 4 maanden in dienst is, dansers die o.b.v. 0,5 fte 3 maanden in dienst en een productiekeren (productieleider en inspiciënt) o.b.v. 0,5 fte voor 1 maand.

Onder Honoraria divers staan de kosten van de workshopleiders Digital Playground opgenomen en diverse personeelskosten t.b.v. Theater Hal 4, zoals horecapersoneel en extra productie en techniek. Ook zijn hier kosten opgenomen voor het benodigde team voor de ontwikkeling en uitvoering van Surround-video. Het betreft een programmeur, projectleider installatie, de productie van een content database en voor de levering van literaire teksten.

D.2 Activiteitenlasten materieel

De materiële activiteitenlasten van de Muziektheaterproducties zijn gebaseerd op de materiaalkosten van Atalanta.

Bij de materiële activiteitenlasten van de Urban Dance producties is uitgegaan van een minimum aan benodigde materialen.

In de kosten van Surround-video is de aanschaf van divers apparatuur begroot, zoals projectoren, videokaarten, etc. Deze investering is eenmalig en wordt in 2009 gedaan. Dit levert een besparing op in de materiële activiteitenlasten van de Muziektheaterproducties.

Bij de verdeling van de specifieke publiciteit & marketing kosten zijn de volgende percentages gehanteerd: 55% Digital Playground, 40% Theater Hal 4, en 5% voor de projecten.

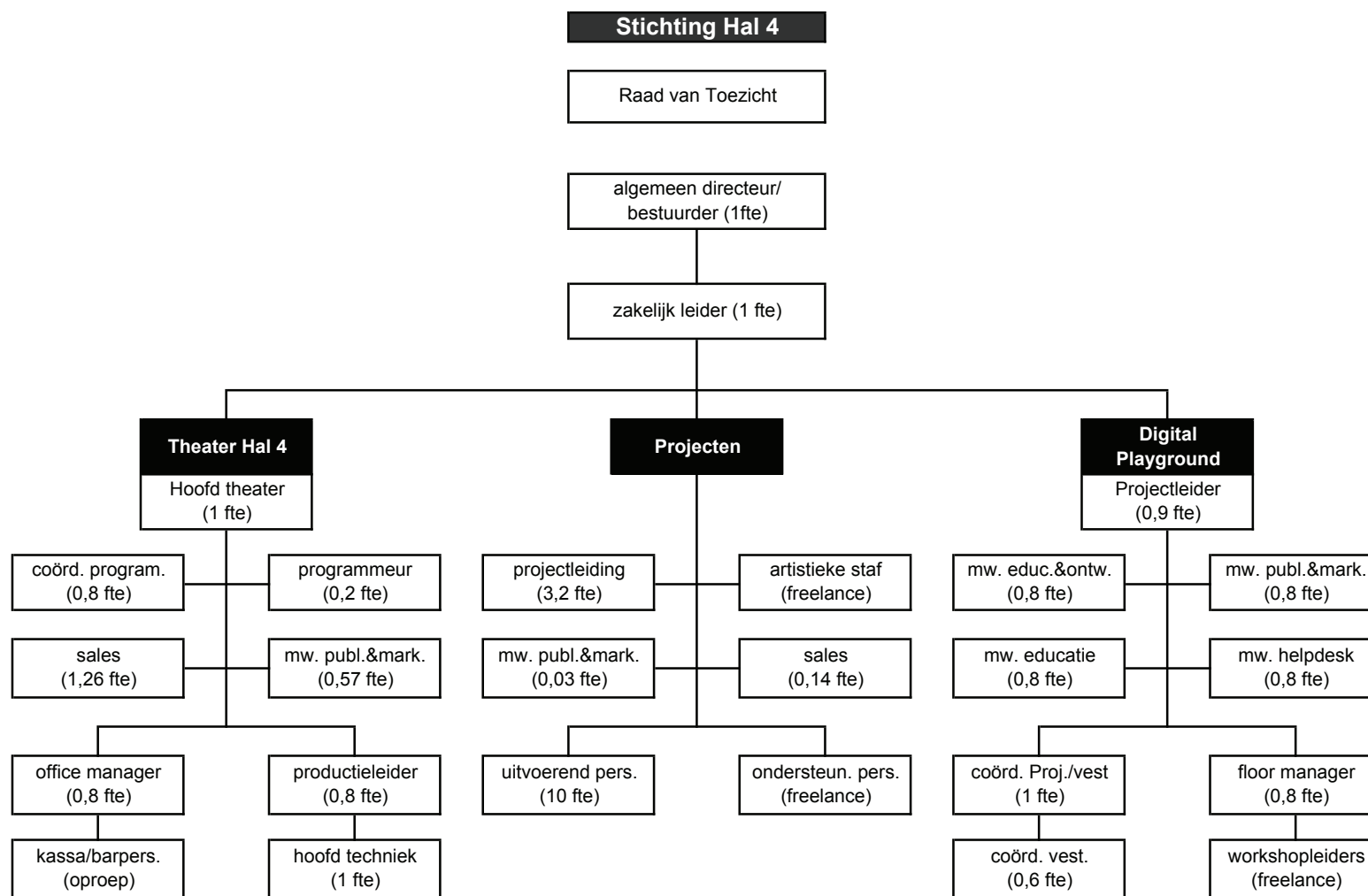
Bijlage 2: Balans**Balans Stichting Hal 4
31-12-2006**

E.	Algemene reserves (stichtingskapitaal)	35.919
F.	Bestemmingsreserves	120.898
G.	Voorzieningen	
H.	Langlopende schulden	115.360
I.	Kortlopende schulden	280.687
J.	Kortlopende vorderingen	306.838
K.	Saldo liquide middelen	50.231
L.	Liquiditeit =(J+K):I	1,27

Bijlage 3: Prestatieoverzicht

Taak	Prestatie	2009	2010	2011	2012	2009-2012	Cursusaanb. nieuwe media*	Pres. functie grtstedelijke jcult.	Productiehuis/ werkplaats
						totaal per jaar			
Publieksbereik algemeen	totaal aantal bezoeken Rotterdam*	23.736	18.908	29.038	24.385	24.017	9.500	10.359	4.158
	totaal aantal bezoeken buiten Rotterdam	8.500	11.750	15.475	17.000	13.181	12.375		806
	waarvan aantal betalende bezoeken	30.737	29.693	42.584	39.972	35.746	21.875	9.323	4.548
	waarvan aantal niet betalende bezoeken	1.499	966	1.929	1.414	1.452		1.036	416
Productie	aantal producties Rotterdam* (zie opmerking)	331	331	390	379	358	330		28
	aantal producties buiten Rotterdam	354	478	608	666	527	515		11
	aantal co producties*								
	aantal publicaties*								
Presentatie	aantal presentaties*	59	64	74	84	70		70	
	waarvan aantal presentaties in Rotterdam	59	64	74	84	70		70	
	aantal uren openstelling*								
Publiekseducatie	aantal producties educatief aanbod	655	789	933	1.005	846	846		
	aantal presentaties educatieve activiteiten	45	50	60	70	56		56	
	aantal deelnemers educatieve activiteiten	17.250	20.500	24.000	25.750	21.875	21.875		
Talentontwikkeling	aantal producties talentontwikkeling*	2	2	2	2	2	2		
	aantal presentaties talentontwikkeling								
	aantal uren begeleiding	200	200	200	200	200	200		
	aantal deelnemende kunstenaars DP*	20	20	20	20	20	20		
Thema									
Cultuur en school	aantal activiteiten voor leerlingen in primair onderwijs	5	10	15	20	13		13	
	aantal activiteiten voor leerlingen in voortgezet onderwijs	695	829	978	1.055	889	846	44	
	aantal leerlingen uit primair onderwijs dat in schoolverband aan activiteiten deelneemt	530	1.166	1.908	2.756	1.590		1.590	
	aantal leerlingen uit voortgezet onderwijs dat in schoolverband aan activiteiten deelneemt	24.034	26.860	31.155	33.700	28.937	21.875	7.062	
	aantal deelnemers aan bovengenoemde activiteiten	32.236	30.658	44.513	41.385	37.198	21.875	10.359	4.964
Cultuurparticipatie	aantal activiteiten gericht op nieuwe doelgroepen	744	873	1.072	1.129	955	846	70	39
	aantal activiteiten gericht op nieuwe / ongebruikelijke locaties								
	aantal deelnemers aan bovengenoemde activiteiten	32.236	30.658	44.513	41.385	37.198	21.875	10.359	4.964

* I.g.v. Digital Playground gaat het bij producties om workshops.

Bijlage 4: Bedrijfsvoering

Organisatiestructuur

Toelichting

Stichting Hal 4 heeft een Raad van Toezicht bestaande uit een voorzitter en vijf leden. De algemeen directeur is statutair bestuurder en voert de algemene leiding van de organisatie. Hij wordt daarin bijgestaan door de zakelijk leider. De Raad van Toezicht komt eens per kwartaal bijeen en bespreekt lopende zaken besproken. Op dit overleg wordt tevens door de algemeen directeur en zakelijk leider een kwartaalrapportage gepresenteerd en toegelicht.

We zijn verzekerd voor veelvoorkomende bedrijfsongevallen en –calamiteiten, zoals brand en diefstal. In geval van risicovolle evenementen en programmering huren wij een beveiligingsbedrijf in.

Een financieel bedrijfsrisico is het tekort aan liquiditeit. In het verleden is het voorgekomen dat deze ontoereikend was om tijdig aan betalingsverplichtingen te kunnen voldoen. Een adequaat beheer van bevoorschottingen, uitgaven en inkomsten blijft in het komende cultuurplan een aandachtspunt van de directie. Sinds 2005 hebben we in het kader van ons professionaliseringstraject onze administratieve organisatie gestructureerd en verschillende bedrijfsprocessen gestroomlijnd, zodat ze efficiënter functioneren. Jaarlijks is er, door middel van tussentijdse en eindcontrole's, intensief contact met onze accountantskantoor Horwath, de Zeeuw & de Keizer om bestaande processen verder te verbeteren en daarmee aanwezige financiële risico's te beperken.

Personeel	realisatie 2006	2009-2012
uren volledige werkweek	40	40
formele formatie in FTE		
aantal medewerkers in dienst	21	25
aanwezige formatie (bezetting) in FTE totaal	15,8	30,6
-waarvan vast (FTE)	7,5	11,9
-waarvan tijdelijk (FTE)	8,3	18,7
aantal betrokken vrijwilligers	0	0

Personeel	realisatie 2006	2009-2012
huisvestingskosten	103.032	170.821
aantal m2		
kosten per m2		

Marketing en cultuureducatie	realisatie 2006	2009-2012
totale jaarlijkse kosten marketing	46.450	145.000
-waarvan materiële kosten		
totale jaarlijkse kosten cultuureducatie		

HAL4



HAL4

Stichting Hal 4, Watertorenweg 200, 3063 HA Rotterdam

T 010 - 4126031, www.hal4.nl, info@hal4.nl