



IT'S WONDERFUL
TO BE HERE,
IT'S CERTAINLY
A THRILL

ROTTERDAM FESTIVALS

Cultuurplan 2009-2012 Festivals

Dieper in de stad, verder in de wereld



INHOUD

| | |
|--|----|
| Inleiding | 3 |
| 1 FESTIVALS VOOR EEN VITALE STAD | |
| 1.1 Over de betekenis en de rol van festivals | 4 |
| 1.2 Verleden en heden van de Rotterdamse festivals en enkele relevante trends | 5 |
| 1.2.1 Verleden en heden: vanuit een sterke traditie en coördinatie naar een sterk nationale positie | 5 |
| 1.2.2 Evenementen in de openbare ruimte: maatwerk vereist | 5 |
| 1.2.3 Trends en ontwikkelingen in festivals in Rotterdam, Nederland en Europa | 6 |
| 1.3 Rotterdamse festivals: Inzet voor de toekomst | 8 |
| 1.3.1 Rotterdam blijft voorop lopen | 8 |
| 1.4 Speerpunten voor het festivalbeleid 2009-2012 | 9 |
| 2 ACTIVITEITEN IN DE CULTUURPLANPERIODE 2009-2012 | |
| 2.1 Dieper in de stad (participatie) | 10 |
| 2.1.1 Potentieel optimaal benutten | 10 |
| 2.1.2 Ondersteuning aan wijken en deelgemeenten | 10 |
| 2.1.3 De Grote Festivals zichtbaarder in de stad | 12 |
| 2.2 Verder in de wereld (Internationalisering) | 14 |
| 2.2.1 ARDAM: kunst versterkt de concurrentiepositie van de Randstad | 14 |
| 2.2.2 Steun projecten met internationale potentie | 15 |
| 2.2.3 Ontwikkel ondersteuningsprogramma voor festivals met internationale potentie | 15 |
| 2.3 Themajaren | 16 |
| 2.4 De Rotterdamse Zomerfestivals | 18 |
| 2.4.1 Naar een meer samenhangend programma | 18 |
| 2.4.2 Betere spreiding | 19 |
| 2.4.3 Budgetversterking | 19 |
| 2.5 September in Rotterdam | 20 |
| 2.5.1 Feestelijke seizoensopening | 20 |
| 2.5.2 Internationale topkunst | 20 |
| 2.5.3 Het culturele klimaat van de toekomst | 21 |
| 2.6 Verdere versterking festivalklimaat | 22 |
| 2.6.1 Overige Publieksactiviteiten | 22 |
| 2.6.2 Collectieve projecten in de cultuursector | 22 |
| 2.6.3 Verdere versterking evenementenstad Rotterdam | 23 |
| BIJLAGE 1 | |
| HET INTERNATIONALE KARAKTER VAN DE FESTIVALS 2005-2008 | 24 |
| Colofon | 25 |
| BIJLAGE 2 | |
| A Rotterdam Festivals Cultuurplan 2009-2012 meerjarenbegroting en kostenverdeelstaat | 27 |
| Rotterdam Festivals Cultuurplan 2009-2012 meerjarenbegroting en kostenverdeelstaat functie festivals | 28 |
| B Format prestatieoverzicht functie festivals | 29 |
| C Format bedrijfsvoering organisatiestructuur organogram | 30 |
| D Format balansgegevens | 31 |

INLEIDING

Rotterdam Festivals coördineert het festivalbeleid en activiteiten op het gebied van de publieksontwikkeling in de culturele sector in Rotterdam. Samen met festivalorganisatoren en instellingen realiseren wij projecten die aansluiten bij de karakteristieken van de stad en een brede groep mensen bereiken.

Rotterdam Festivals levert zo een bijdrage aan het culturele klimaat, de ontwikkeling en leefbaarheid van de stad Rotterdam.

Rotterdam Festivals is in het leven geroepen om het evenementenbeleid een impuls te geven en het rendement te verhogen van het groeiende aantal evenementen. Rotterdam Festivals steunt en initieert sindsdien projecten in samenwerking met andere partijen in de stad, in aanvulling op het bestaande aanbod en vanuit een grote betrokkenheid bij de toekomst van de stad en haar bewoners. De ontwikkeling van het culturele en vrijetijds-klimaat in de stad is daarbij steeds het uitgangspunt.

Als coördinator van het evenementenbeleid in Rotterdam werken wij aan een bloeiend en betekenisvol festivalklimaat. Iedere Rotterdammer herkent iets van zichzelf in het festivalaanbod, de stad profiteert van de promotie- nele, culturele en economische spin-off van festivals en de organisatoren ontwikkelen zich met onze steun tot innovatieve professionals. Rotterdam groeit uit tot een unieke en karakteristieke festivalstad met een internationale aantrekkingskracht.

Via collectieve marketing en publieksontwikkeling ondersteunen wij de culturele instellingen van Rotterdam in hun inzet hun publieksbereik te vergroten. Wij willen zo veel mogelijk bewoners van stad en regio Rotterdam verleiden gebruik te maken van het culturele aanbod in Rotterdam, zodat zij hun leven verrijken met uiteenlopende ervaringen en ontmoetingen met kunst en cultuur. Wij optimaliseren de informatievoorziening over het cultuuraanbod in Rotterdam via de media en voorzieningen van het Rotterdams Uitburo en DIMI. Wij verzamelen kennis over het publiek en bieden marketingondersteuning. Onze ambitie is een grote betrokkenheid en deelname van Rotterdammers aan het culturele leven in Rotterdam.

In de afgelopen jaren is het festivalaanbod verder gegroeid tot een rijk en divers geheel dat bijdraagt aan de vitaliteit van het culturele leven in de stad en waarin voor elke Rotterdammer wel iets moois te vinden is. In de afgelopen vier jaar slaagden wij er ook in een samenhangend pakket van elkaar versterkende instrumenten voor publieksontwikkeling te ontwikkelen: e-mailmarketing, een ticket- en infobalie, last-minuteverkoop, landelijke samenwerking en standaardisatie en niet in de laatste plaats de restyling van het blad van de sector, het R'Uit magazine tot de Uitagenda Rotterdam.

In de komende vier jaar gaat het erom de potentie van zowel de festivals als van de communicatiemiddelen optimaal te benutten en het positieve effect op het culturele klimaat in de stad verder te versterken. Het gaat daarbij niet meer altijd om groei, maar om het gericht vergroten van het effect van onze activiteiten.

In dit Cultuurplan 2009-2012, dat uit twee delen bestaat, is die ambitie voor de komende jaren verwoord en concreet gemaakt. Een deel richt zich op de publieksontwikkeling in de culturele sector. Dit deel behelst de intermediairfunctie voor festivals en evenementen.

Beide delen zijn tot stand gekomen op basis van een grote hoeveelheid inspirerende (groeps)gesprekken met onze partners in de stad, waaruit een grote mate van consensus bleek over de uit te zetten koers. Naast deze gesprekken hebben we ons georiënteerd op de aanpak van collega's in andere Nederlandse steden, Vlaanderen en het Verenigd Koninkrijk.

Onze festivalactiviteiten worden gefinancierd door zowel de dienst Kunst en Cultuur als door het Ontwikkelings-Bedrijf Rotterdam. In ons beleid streven wij dan ook zowel culturele als imago-, gebiedsontwikkelings- en economische doelstellingen na. Dat levert in onze dagelijkse praktijk geen doelstellingenstrijd op. Integendeel, wij zijn er van overtuigd dat Rotterdam zijn onderscheidende evenementenprofiel voor een groot deel te danken heeft aan deze integrale benadering.

Hoewel wij een breed beeld zullen schetsen, waarin ook de evenementen met vooral economische doelstellingen aan de orde komen, ligt het zwaartepunt in dit plan op de culturele invalshoek. In het eerste kwartaal van 2008 zullen wij, waarschijnlijk samen met onze collega's in de vrije tijdssector, een breder georiënteerde visie op het totale stedelijk evenementenbeleid uitbrengen, waarin een aantal aspecten - zoals bijvoorbeeld onze coördinerende rol en de stedelijke jaarkalender - verder zullen worden uitgewerkt.

1 FESTIVALS VOOR EEN VITALE STAD

1.1 Over de betekenis en de rol van festivals

Rotterdam is een festivalstad. De Rotterdammers zijn trots op hun evenementen en de kracht en neveneffecten werden hier al vroeg onderkend. Een goed festival is betekenisvol, 'a public celebration of identity'. Het heeft zeggingskracht, is verrassend en authentiek. Festivals zijn vaak feestelijk, het alledaagse leven wordt even opgetild en gedeeld met (soms totaal onbekende) anderen. 'Met de festivals vieren we dat we Rotterdammer zijn.'

Festivals vormen ook een flexibel, snel te programmeren aanvulling op het bestaande vaste aanbod in theaters en andere gebouwen. Festivals spelen in op de manier waarop steeds meer mensen cultuur tot zich nemen: als onderdeel van een zoektocht naar bijzondere belevenissen. Niet voor niets organiseren culturele instellingen ook zélf steeds meer evenementen.

Omdat festivals een breed publiek aanspreken kunnen ze bovendien gericht worden ingezet als instrument om andere doelen te bereiken. Ze kunnen nieuw publiek de culturele instellingen inbrengen, zoals jaarlijks het geval is bij bijvoorbeeld de Museumnacht of het festival de Wereld van Witte de With. Ook brengen ze stedelijke gebieden of thema's onder de aandacht. Het Architectuurjaar 2007 heeft de aandacht voor de kwaliteit van de Rotterdamse Architectuur een duidelijke impuls gegeven en de Rotterdamse Operadagen dragen bij aan de verbetering van het operaklimaat in de stad.

Festivals hebben daarnaast vaak grote positieve (neven)effecten voor de stad: voor het imago, voor de samenwerking tussen de culturele instellingen, voor de sociale integratie, voor de trots van de Rotterdammers

op hun stad en voor de economie. Festivals maken de stad aantrekkelijk. Ze brengen door de vaak grote media-aandacht de stad op een positieve manier onder de aandacht. De bezoekers zorgen bovendien voor bestedingen en dus voor werkgelegenheid.

Rotterdam Festivals stimuleert het Rotterdamse evenementenklimaat langs twee kanalen:

- Wij **stimuleren** de gewenste ontwikkelingen door op tal van manieren ondersteuning te leveren aan festivalorganisatoren en -concepten: financiële ondersteuning, adviezen, doelgroepanalyses en daaruit voortvloeiende initiatieven, informatie over evenemententerreinen, professionaliseringstrajecten, collectieve promotiecampagnes en -verzekeringen, verbindingen leggen met potentiële partners enz.
- Wij **coördineren** het festivalaanbod, zorgen voor een goede spreiding over het jaar en stemmen af met betrokken diensten en organisaties. Dit geldt vooral voor de festivals in de openbare ruimte van de stad.



1.2 Verleden en heden van de Rotterdamse festivals en enkele relevante trends

1.2.1

VERLEDEN EN HEDEN: VANUIT EEN STERKE TRADITIE EN COÖRDINATIE NAAR EEN STERK NATIONALE POSITIE

De huidige positie van Rotterdam als Festivalstad is geleidelijk opgebouwd vanuit een sterke naoorlogse traditie. Al bij evenementen als E55 en Rotterdam Ahoy' werden verbindingen gelegd tussen kunstenaars, architecten en de ontwikkelingen in de stad. Het vanaf 1994 gebruikte model, waarin een centrale coördinerende organisatie (Rotterdam Festivals) verbindingen legt tussen initiatiefnemers, publiek en de ontwikkelingen in de stad, heeft zeker bijgedragen aan de verdere uitbouw van die lange festivaltraditie.

In de afgelopen tien jaar is sprake geweest van snelle groei. Er is een brede groep initiatiefnemers, het aanbod is afgestemd op de bevolkingsamenstelling en het karakter van de stad, er is steun van het gemeentebestuur. Rotterdam blinkt uit door de breedte van het aanbod en de wijze waarop de festivals verbonden zijn met de ontwikkelingen in de stad.

Inmiddels wordt Rotterdam door vergelijkbare steden in binnen- en buitenland gezien als een van de meest interessante festivalsteden, wat blijkt uit veelvuldige verzoeken uit binnen- en buitenland om het Rotterdamse festivalmodel te komen toelichten en de herhaalde uitverkiezing tot beste evenementenstad van het land. Jury's roemen dan telkens de grote hoeveelheid initiatieven in de stad, het stimuleringsmodel en het vermogen steeds weer te komen met voor de stad relevante vernieuwingen. Veel Rotterdamse evenementen behoren dan ook tot de landelijke top in hun segment.

Rotterdam heeft de potentie zich in de toekomst te onderscheiden door de aanwezigheid van topaanbod dat een internationaal publiek naar de stad brengt. North Sea Jazz en het International Filmfestival Rotterdam zijn op weg deze status te bereiken. Enkele andere festivals, zoals het Zomercarnaval en de September-festivals, hebben de potentie.

Bedreigingen zijn de financiële kwetsbaarheid van veel festivals, de forse inhaalslag die concurrerende steden momenteel maken en de afnemende ruimte voor

experimenten en innovatie. Hierdoor zou de veelvormigheid en vitaliteit kunnen worden aangetast. Ook de afnemende ruimte in het centrum is een punt van aandacht.

1.2.2

EVENEMENTEN IN DE OPENBARE RUIMTE: MAATWERK VEREIST

Festivals in de openbare ruimte hebben de stille zomer vrolijk gemaakt en zorgen ieder jaar weer voor prachtige foto's op de voorpagina's van de kranten. De komende jaren zal het echter lastiger worden om nog meer passende ruimte voor festivals te vinden in het centrum van de stad. Het centrum verdicht en zal nog verder verdichten. Sommige uitgelezen festivallocaties hebben technische beperkingen (Schouwburgplein), zijn helaas geclaimd voor andere grootstedelijke functies (Binnenrotte) of zijn langdurig niet bruikbaar (Museumpark).

Dat lijkt mooi aan te sluiten op de toenemende interesse om meer in gebieden buiten het centrum te programmeren. Festivals zijn echter nauw verbonden met de plek waarop zij plaats vinden en ook hun effect is daar sterk van afhankelijk.

Het feit dat het Zomercarnaval eenmaal per jaar voorbijtrekt aan het gemeentebestuur op het balkon van het stadhuis is van belangrijke symbolische waarde. De Wereldhavendagen nestelen zich niet toevallig aan de brede oevers van de Maas. De kleinschalige Zomervondagen en de Dag van de Romantische Muziek strijken neer in het Park aan de Euromast. Camping Rotterdam vond een prachtige stek op het Noordereiland. Evenementen zoeken locaties en locaties zoeken evenementen. Dat is maatwerk. Een evenement laat zich dan ook niet zomaar ergens heen verplaatsen.

CENTRUM BLIJFT BELANGRIJKSTE PODIUM, WIJKEN VORMEN INTERESSANTE AANVULLING

Er is een overstelpende hoeveelheid onderzoeksmateriaal dat aantoonde dat in de binnenstad cultureel, promotioneel en economisch veruit de meeste spin-off wordt bereikt. De binnenstad is bovendien de enige plek waar grote hoeveelheden mensen gemakkelijk met het openbaar vervoer kunnen en soms ook durven komen. Dit sluit aan bij de Stadsvisie en bij het Binnenstadsplan, dat binnenkort gereed zal zijn. In dat laatste plan wordt het centrum van de toekomst gepresenteerd als een gebied waar de bezoeker en stedeling zich verwend voelt, waar ruimte is voor festivals en het bijzondere regelmatig boven het alledaagse uitstijgt.

1.2.3 TRENDS EN ONTWIKKELINGEN IN FESTIVALS IN ROTTERDAM, NEDERLAND EN EUROPA ¹⁾

Wij achten de volgende trends en ontwikkelingen van belang voor ons toekomstige beleid:

TRENDS BIJ PUBLIEK

Meer behoefte aan verrassing, avontuur, spektakel en unieke belevenissen. Men eist 'perfect moments' en manifestaties met een hoge positieve belevingswaarde.

Toenemende internationale oriëntatie van de consument, groeiend aantal 'city trips' in de weekeinden. De concurrentie tussen steden wordt groter.

Behoeft aan authenticiteit. De toegenomen globalisering en massaproductie heeft geleid tot wereldwijd uniforme cultuuruitingen. Bezoekers verlangen naar 'echt' en 'eerlijk'.

In vergelijking met Nederland als geheel is de Rotterdamse bevolking relatief jong. Ruim 22% is jonger dan 20 jaar. Een percentage dat het komende decennium nog licht zal stijgen.

Meer etnische diversiteit, met deels andere vrijetijdsbehoeften.

Landelijk: Meer medioren en senioren met vrije tijd en geld.

De belangstelling voor cultuur, vooral in brede zin, neemt toe.

Het aantal stedelijke festivals en de bezoekersaantallen blijven toenemen.

Mensen krijgen steeds meer informatie over het aanbod van evenementen en ander vrijetijdsaanbod (via internet, televisie, radio en andere media) en vergelijken kritisch.

Tegentrend: Vernieuwingsmoeheid. Hang naar overzichtelijkheid, geborgenheid en authentieke waarden, het 'oude vertrouwde'.

Daarom is en blijft de binnenstad het meest effectieve podium voor de meeste grootstedelijke evenementen. Dat neemt niet weg dat uitbreiding naar de wijken een nieuwe dimensie kan toevoegen aan het beleid. Evenementen in deelgebieden dienen echter te worden gerealiseerd vanuit de specifieke kenmerken en ontwikkelingsmogelijkheden van het betreffende gebied.

CONSEQUENTIE VOOR FESTIVALS

Iets bijzonders bieden, onderscheidend blijven; noodzaak om te blijven innoveren.

Scherp eigen profiel behouden; internationaal profiel versterken.

Rotterdamse evenementen hebben voorkeur boven 'rondreizende standaardproducten'.

Meer voor jongeren programmeren. Kansen om Rotterdam nationaal en internationaal als jongerenstad te profileren.

Aandacht in festivalbeleid vasthouden. Inspelen op specifieke wensen, eigen idolen en muzieksoorten.

Ruimte voor kwaliteitsfestivals; service en comfort bieden, aanbiedingen incl. diner en hotel.

Ruimte voor uitbreiding aanbod.

Onderscheidend profiel behouden.

Relatie tussen festivals en het Uitburo verdiepen, samenwerking met andere vrijetijdspartijen versterken.

Niet alle evenementen hoeven permanent te vernieuwen.

TRENDS BIJ OVERHEDEN

Overheden vinden evenementen steeds belangrijker, niet alleen vanwege hun intrinsieke belang, maar ook vanwege de neveneffecten: sociale aspecten, verwachte economische betekenis en de positieve invloed op het imago en de identiteitsvorming van de stad.

Toenemende concurrentie tussen gemeentebesturen om succesvolle, populaire festivals binnen te halen.

Toenemend bewustzijn van het belang van evenementen voor de ontwikkeling van de creatieve economie. De heersende visie is dat een rijk cultureel leven cruciaal is voor de economische levensvatbaarheid van steden.

De stimulerende rol van festivals wordt steeds meer onderkend en benut. Festivals kunnen dienen als laboratorium voor nieuwe ontwikkelingen en als aanjager voor (gewenste) processen.

CONSEQUENTIE VOOR FESTIVALS

Concurrentie tussen steden zal verhevigen. Onderscheidend blijven.

Werkt prijsopdrijvend en is alleen onderscheidend bij topevenementen. In Rotterdam ontwikkelde evenementen hebben daarom voorkeur boven 'rondreizende standaardproducten'.

Ruimte creëren om snel te kunnen inspelen op nieuwe, in hun uitkomsten niet altijd voorspelbare, onderwerpen.

Verbindingen met partijen en ontwikkelingen in stad verder versterken.



BRONNEN: ¹⁾ Cos, Respons EvenementenMonitor 2007; Diverse artikelen in NRC, zomer 2007; Mark Leenders: succes in the Dutch Music Festival Market, 2007; Artikelen naar aanleiding van promotie over City Marketing van dr. Erik Braun; Evenementenbeleidsnota's van diverse Nederlandse steden; City Tourism & Culture; The European Experience (European Travel Commission and WTO)

1.3 Rotterdamse festivals: Inzet voor de toekomst

1.3.1

ROTTERDAM BLIJFT VOOROP LOPEN

Het gaat goed met Rotterdam en er is geen reden om het festivalroer drastisch om te gooien. Er zijn volop kansen en het klimaat voor festivals blijft onveranderd gunstig, zoals blijkt uit de hiervoor beschreven trends. In een maatschappij die steeds dynamischer wordt, waar het publiek steeds op zoek is naar iets nieuws, zal de behoefte aan concepten die snel in kunnen spelen op nieuwe ontwikkelingen alleen maar belangrijker worden. Daarom wil Rotterdam Festivals blijvend kunnen investeren in nieuwe, kansrijke evenementen.

Rotterdam wil ook in de toekomst voorop lopen als festivalstad. Dat betekent dat er voortdurend nieuwe impulsen nodig zijn. Kwantitatieve groei staat daarbij niet op de eerste plaats. De groei zal worden gezocht in het verhogen van de kwaliteit en van de effecten die een evenement heeft op haar publiek, de stad en de sector.

Rotterdam Festivals wil de topfestivals de kans geven internationaal te excelleren. Wij willen de festivals nog meer verbinden met de ontwikkelingen in de stad en aanbod creëren voor groepen die nu nog onvoldoende aanbod komen. Festivals zullen poorten zijn naar andere cultuuruitingen, bijdragen aan het bereiken van een breder publiek, de aandacht van Rotterdammers en niet-Rotterdammers vestigen op de bijzondere architectuur of op mooie, 'onontdekte' plekken in de stad.

Voor de toekomst leidt dat tot het volgende streefbeeld:

ROTTERDAMSE FESTIVALS: INZET VOOR DE TOEKOMST

| VAN | NAAR (OOK) |
|--|---|
| Regionale / Nationale aantrekkingskracht | Nationale / internationale aantrekkingskracht |
| Een landing maken en weer opstijgen | Draagvlak, verdieping en worteling in de stad |
| Zwaartepunt op centrum | Programmeren vanuit de identiteit van plekken en wijken, zonder het centrum te verzwakken |
| Imago van grootschaligheid | Imago van veelzijdigheid en relevantie |
| Mooie evenementen met uitschieters | Betekenisvolle evenementen, topkwaliteit |
| Eendaags | Twee- of driedaags |
| De grootste | Soms de grootste, maar altijd de beste |

BLIJVEND

Rotterdamse thema's: jong, multicultureel, internationaal, film / audiovisueel, water

Sterke coördinatie en professioneel opgezet

Veel laagdrempelige festivals en festivalonderdelen

Rotterdam loopt als Festivalstad voorop in Nederland

1.4 Speerpunten voor het festivalbeleid 2009 - 2012

DIEPER IN DE STAD, VERDER IN DE WERELD

Een deel van bovenstaande inzet kan de komende jaren binnen de bestaande werkwijze en budgetten worden bereikt. We zullen het accent blijven leggen op festivals die nauw met de Rotterdamse samenleving zijn verbonden, hier zijn geproduceerd en inspelen op de wensen van de verschillende doelgroepen. De werkzaamheden van het Uitburo zullen nog meer geïntegreerd worden met onze festivalactiviteiten.

Er zijn echter een aantal kansen en knelpunten die extra aandacht, inzet en budget vereisen. Als we daarvoor de juiste voorwaarden scheppen, zal het Rotterdamse evenementenbeleid dieper in de stad en verder in de wereld reiken, en zich positief blijven onderscheiden van concurrerende steden.

Rotterdam Festivals wil in de komende jaren:

– **Dieper in de stad** De Rotterdamse festivals wortelen zich nog dieper in de stad en nog meer bewoners, LCC's, bedrijven, universiteiten, scholen en maatschappelijke organisaties spelen erop in. De festivals worden door de hele stad zichtbaar en tonen zich betrokken bij de ontwikkelingen in de stad. De Rotterdammers voelen zich nog meer verbonden met hun evenementen en leven ernaar toe. Zie onze concrete voorstellen in

- 2.1.2 Ondersteuning aan wijken en deelgemeenten en
- 2.1.3 De grote festivals zichtbaarder in de stad

– **Verder in de wereld** Rotterdam blijft voorop lopen als evenementenstad in Nederland en verovert stapsgewijs en op gerichte speerpunten een positie als Europese festivalstad (te vergelijken met Edinburgh en Berlijn). De evenementen dragen bij aan de ontwikkeling van het culturele klimaat in de stad en de positionering van Rotterdam in Europa als internationale stad die de blik naar buiten richt, als internationale cultuurstad, als bezoekersstad en als interessante, internationale, creatieve stad. Zie

- 2.2.1 ARDAM: het versterken van de concurrentiepositie van de Randstad
- 2.2.2 Steun projecten met internationale potentie
- 2.2.3 Ontwikkel ondersteuningsprogramma voor festivals met internationale potentie

Daarnaast vragen wij aandacht voor:

- **Evenementen voor jongeren** Succesvolle projecten uit het jongerenjaar moeten na 2009 kunnen worden voortgezet, zie hoofdstuk 2.3
- **Innovatie** Met name in de zomer zijn investeringen nodig om ons te kunnen blijven onderscheiden door een fris en steeds weer verrassend aanbod. Zie de toelichting daarop in hoofdstuk 2.4



2 ACTIVITEITEN IN DE CULTUURPLANPERIODE 2009-2012

2.1 Dieper in de stad (participatie)

Rotterdam in 2012: verankering van festivals in de stad en de wijken

2.1.1

POTENTIEEL OPTIMAAL BENUTTEN

Rotterdam beschikt over prachtige, breed gedragen evenementen. Groot en klein, artistiek hoogwaardig, vrolijk en verkennend, in het centrum en daarbuiten. Hoe succesvol ook, ze hebben vrijwel allemaal nog meer potentie. De grote festivals, waaronder het Filmfestival, North Sea Jazz en het Zomercarnaval, hebben hun handen vol aan hun 'core business', de inhoud van hun hoofdprogramma. Wij zetten ons in om ze nog meer voor de stad te laten betekenen en nog meer Rotterdammers te bereiken.

Er zijn ook bevolkingsgroepen die niet of nauwelijks profiteren van het culturele aanbod in de stad. Wij willen voor deze groepen 'dicht bij huis' wijkfestivals ontwikkelen die passen bij de identiteit en bevolkingssamenstelling van de wijk of de deelgemeente. Dat sluit aan bij de duidelijke toename van initiatief in de wijken. Er is de afgelopen jaren veel meer vraag naar financiële en inhoudelijke ondersteuning vanuit de deelgemeenten. Hier is nog betrekkelijk weinig kennis beschikbaar, terwijl Rotterdam Festivals met haar ervaring en contacten die kennis kan bieden.

Verdieping in de stad betekent ook dat scholen en bedrijven worden gestimuleerd te participeren in de evenementen. De Rotterdamse opleidingen zitten vol met enthousiast, jong talent die op tal van manieren betrokken kunnen worden. Bedrijven kunnen werknemers of relaties een speciale middag of avond bezorgen. Hoofdsponsor Deloitte liet zo tijdens het Architectuurjaar honderden studenten, relaties en medewerkers kennismaken met de stad. Al deze zaken gebeuren nu ook al, maar nog lang niet voldoende. Over het algemeen ontbreekt het partijen niet aan goede wil, maar aan tijd om elkaar te vinden en plannen te ontwikkelen. Wij organiseren graag een netwerk waarin al deze partijen elkaar gemakkelijker vinden en gestimuleerd worden concrete samenwerkingsprojecten aan te gaan.

2.1.2

ONDERSTEUNING AAN WIJKEN EN DEELGEMEENTEN

Kennisbundeling en ondersteuning

Rotterdam Festivals is graag bereid de professionele partner van de deelgemeenten en LCC's te zijn bij het opzetten van een evenementenbeleid, het organiseren van concrete evenementen en het stroomlijnen van de procedures. Wij gaan daar bij uit van het karakter, de bevolkingssamenstelling en het initiatief in de wijk. De programmering in de wijken zal aansluiten bij de culturele ontwikkelingen in het gebied en deze voor een breder publiek zichtbaar maken.

Wij bieden daarnaast professionaliseringstrajecten aan, advisering en communicatie/marketingkennis en zorgen ook voor een goede afstemming met het stedelijke evenementenbeleid. Enige uniformiteit en standaardisering in de procedures rond de aanvraag en organisatie van evenementen in de deelgemeenten zou de resultaten zeer ten goede komen.

Ontwikkelen en steunen van initiatieven

In aanvulling op een adviserende rol voor alle deelgebieden in de stad stellen wij voor een beperkt aantal wijkfestivals te ondersteunen, waardoor de resultaten van deze aanpak binnen 2 a 3 jaar zichtbaar worden. Op basis van de resultaten kan dan later over de definitieve omvang van dit project worden besloten. Voor de komende jaren denken wij in de eerste plaats aan de zuidelijke wijken, maar laten daarbij bewust enige ruimte over voor onderlinge competitie. Rotterdam Festivals kan de plannen beoordelen en initiatiefnemers ondersteunen bij de ontwikkeling daarvan. Hierbij werken wij nauw samen met de lokale cultuurcentra, de cultuurscouts en uiteraard de verschillende deelgemeenten.

Op deze wijze zal een kwalitatief beter festivalaanbod in de wijken ontstaan dat tegelijk leidt tot een meer gelaagd, stedelijk evenementenaanbod. In nauwe samenhang met de beoogde activiteiten van het Uitburo in de wijken zal een bredere groep Rotterdammers in contact komen met het cultuuraanbod van de stad.



"Vlak bij huis, in de Castagnet kan ik meedoen aan de voorronde van Dunya on tour. Hiermee maak ik kans om op het grote podium te staan tijdens het Dunya Festival in Het Park! En op de koop toe krijg ik zomaar in mijn eigen wijk een optreden van een internationale act. Na afloop kreeg ik van het Uitburo ook nog eens een kortingsbon voor een wereldmuziekconcert in de Doelen."

DE KOSTEN HIERVAN BEDRAGEN:

Ondersteuning deelgemeentes, Lcc's en organisatoren bij het opzetten en onderhouden van een evenementenbeleid

| | |
|---|------------|
| Medewerker, bureaunkosten | € 80.000 |
| Training en kennisuitwisseling van beginnende organisatoren | € 15.000 |
| Concrete ondersteuning 5 wijkfestivals | € 125.000* |
| | € 220.000 |

* Aanvulling op de bijdragen van de deelgemeentes van minimaal dezelfde omvang.

2.1.3

DE GROTE FESTIVALS ZICHTBAARDER IN DE STAD

Een van de dingen die wij de komende jaren willen stimuleren is de aanwezigheid van de grote festivals in de stad en in de wijken. De festivals spreken aan bij de bevolking, maar ook bij wie werkt in de stad, bij scholieren en studenten, bij het verenigingsleven (amateurkunst) en bij de ondernemers.

North Sea Jazz is een goed voorbeeld van een groot festival dat zich, via North Sea Round Town, verspreidt over de stad en de wijken. Door de organisatie van optredens, lezingen, exposities blijft North Sea Jazz niet verscholen in het Ahoy-complex, maar wordt het thema jazz in de hele stad voelbaar.

Ook het Filmfestival Rotterdam, het Zomercarnaval en het Dunya festival lenen zich uitstekend voor zo'n aanpak, maar ook hier willen wij de definitieve keuze af laten hangen van in concurrentie met elkaar vergeleken voorstellen. De festivals nemen daardoor toe in belang en zeggingskracht, meer Rotterdammers profiteren ervan.

“Op school hebben we meegedaan aan een filmproject over Heyplaat. De winnaar werd vertoond op het Filmfestival Rotterdam. We wonnen niet, maar ik heb wel mijn hart verpand aan de film.”

KOSTEN VAN DIT PROJECT

Opbouwen en onderhouden van een festivalnetwerk van scholen, bedrijven en festivals en stimuleren planvorming.

| | |
|---|-----------|
| 0,5 medewerker incl. kosten | € 40.000 |
| Steunen van minimaal drie samenwerkingsprojecten met scholen of bedrijven per jaar | € 60.000 |
| Kosten voor een Fringe programmering waardoor festivals tot diep in de stad voelbaar worden | |
| Bij drie festivals | € 150.000 |
| | € 250.000 |

Als deze aanpak een succes blijkt kunnen andere festivals worden toegevoegd en kunnen ook festivalconcepten rondom grote tentoonstellingen, vergelijkbaar met bijvoorbeeld de grote Jeroen Boschtentoonstelling in 2001, worden ontwikkeld.

Inspirerende voorbeelden in en buiten Rotterdam

Voor verdieping in de stad is geen eenduidig recept voorhanden dat voor ieder festival kan worden uitgevoerd. Het gaat om het stimuleren en nieuw leven inblazen van lokale initiatieven, en vooral ook over het leggen van verbindingen. Er is vaak sprake van arbeidsintensieve investeringen in initiatieven waarvan het succes niet altijd verzekerd is. Sommige van die initiatieven blijken achteraf de kiem te zijn geweest van een geslaagde formule die zich versterkt en uitbreidt. Enkele geslaagde voorbeelden van verdieping in de stad binnen en buiten Rotterdam zijn:

- **Iedereen betrekken:** De culturele programmering tijdens het EK Voetbal 2000 in Rotterdam. Met behulp van een beperkt stimuleringsbudget en een duidelijke beoordelingsprocedure haakten verschillende culturele instellingen in op het thema voetbal. Zo organiseerde het NAI een tentoonstelling over stadionarchitectuur, hield de Doelen een literaire dag voor vaders en zonen met voetbalverhalen en was er een groots optreden aan de Maas van Andrea Bocelli op de avond voor de finale. Daarnaast werden tafelvoetbalwedstrijden georganiseerd in de wijken. Zo was het EK overal in Rotterdam zichtbaar en voelbaar.
- **Zichtbaarheid in de stad:** De zomer van Antwerpen heeft de zonnebloem als symbool. Zonnebloemen symboliseren het programma van de festivals en zijn 'live' aanwezig op iedere locatie en op andere plekken in de stad. Ze brengen vrolijkheid in de stad, worden gebruikt als vorm van 'city dressing' en fungeren als communicatiemiddel.
- **Iedereen betrekken:** Ter gelegenheid van de opening van de Wereldkampioenschappen Rugby werd in september 2007 in de straten van de Parijse voorstad St Denis een dansdefilé met duizend deelnemers uit deze banlieu gehouden. La Melée des Mondes onder leiding van choreograaf Philippe Decouflé is een mix van accordeongezelschappen, aikido-amateurs, jazzdansende tienermeisjes, Afrikaanse dansgroepen en ga zo maar door. Het defilé werd herhaald in het Stade de France bij de opening van de wereldkampioenschappen.
- **Nieuwe groepen bereiken:** In de documentaire 'Rhythm is it' laat dirigent Simon Rattle zien hoe scholieren, die dat waarschijnlijk zelf ook niet verwacht hadden, intensief betrokken raken bij een uitvoering van Stravinsky's 'Le Sacre Du Printemps'. Het leidt geen twijfel dat die positieve ervaring hun kijk op kunst en cultuuruitingen diepgaand heeft beïnvloed.
- **Draagvlak:** In San Antonio, Texas worden de kaartjes voor het jaarlijkse Fiesta San Antonio verkocht via lokale verenigingen, die een deel van de opbrengst mogen houden. Het levert niet alleen alle betrokkenen inkomsten op, het levert het festival ook een diepe verbondenheid op met alle sociale lagen in de stad.



2.2 Verder in de wereld (Internationalisering)

2.2.1

ARDAM: KUNST VERSTERKT DE CONCURRENTIEPOSITIE VAN DE RANDSTAD

Steden ontlenen hun aantrekkelijkheid en welvaart aan wat zij hun inwoners en bezoekers bieden aan ontwikkelingskansen en vermaak. Grote steden erkennen ook het belang van kunst en cultuur voor hun internationale concurrentiepositie. De dynamiek van een creatieve klasse is nodig om een aantrekkelijke vestigings- en woonplaats te zijn voor bedrijven en personen.

Tegelijkertijd neemt de internationale concurrentie in rap tempo toe. Steden zijn 'hot or not'. Wie het niet is, blijft achter. Er zijn steden die vele tientallen miljoenen investeren in alleen al hun festivalbeleid. De hogesnelheidslijn zal voor heel veel mensen Rotterdam dichterbij brengen, maar evenzeer brengt het Londen en Parijs dichterbij voor de Randstadbewoners.

Het Rotterdamse kunstklimaat heeft zich de afgelopen decennia positief ontwikkeld, de potentie is enorm, maar de groei stagneert en Rotterdam is nog niet in staat internationaal te concurreren. In dat kader zijn wij zeer geïnteresseerd in de wijze waarop het ARDAM-initiatief, waar Rotterdam Festivals in participeert, zich de komende tijd zal gaan ontwikkelen.

In dit samenwerkingsinitiatief tussen een aantal Amsterdamse en Rotterdamse instellingen is onderkend dat samenwerking tussen de steden kan bijdragen aan het internationale succes van de Randstad. Beide steden beschikken over toonaangevende kunstinstellingen, die door samenwerking meer kunnen bereiken dan nu.

- Wij zullen ons daar voor inzetten en vragen aan het gemeentebestuur deze mogelijk kansrijke samenwerking te steunen.

“Door al die nationaliteiten is er in Rotterdam een enorme potentie aan creativiteit en talent. Op de festivals krijgt die potentie vorm. Dat inspireert! Als Rotterdam geen festivals meer had, zou ik hier niet meer wonen”

OP DE KAART VAN EUROPA

Rotterdam Festivals zet zich ervoor in dat Rotterdam de komende jaren stapsgewijs en op gerichte speerpunten een positie veroverd als Europese festivalstad. Rotterdam positioneert zich als internationale cultuurstad, als bezoekersstad en als interessante internationale creatieve stad. Daarbij worden linken gelegd met de internationale roots van de Rotterdamse bevolking. Rotterdam is 'Glocal', we denken internationaal, maar blijven diep geworteld in

de eigen lokale samenleving. Zo werkt de internationalisering zowel over de grenzen van Nederland als ook naar de eigen bevolking. Steeds meer evenementen kunnen de komende jaren gaan bijdragen aan de ontwikkeling en positionering van Rotterdam in Europa, terwijl deze evenementen in de stad ook bijdragen aan een open houding naar de wereld.

Met de internationalisering van de festivals benadrukt Rotterdam het kosmopolitische karakter van de stad en de banden met landen en culturen over de hele wereld. Met zijn internationaal georiënteerde festivals zet Rotterdam clusters en culturen op de kaart die in vele landen herkend worden en passen bij de thema's van de stad. Internationalisering is voor ons dus meer dan het vieren van een buitenlandse nationale cultuur voor de eigen inwoners, meer dan uitsluitend het trekken van zo veel mogelijk toeristen.

Internationalisering is voor ons:

- 1 Rotterdam als internationale ontmoetingsplaats, een plek voor internationale samenwerking tussen producenten en organisatoren, maar ook voor internationale uitwisseling van gezelschappen en artiesten;
- 2 De internationaal georiënteerde Rotterdamse bevolking als een kracht zien en benutten; hen interesseren voor specifieke evenementen en hen actief betrekken;
- 3 De internationale versterking van Rotterdam als festival- en cultuurstad (bekendheid van Rotterdam in Europa vergroten en bezoek vanuit Europa stimuleren).

Internationalisering is belangrijk omdat Rotterdam zich economisch steeds meer in een internationaal krachtenveld moet manifesteren. En in alle steden die bij ons bekend zijn, wordt een sterke 'creative industry' aangejaagd en zichtbaar gemaakt door sterke festivals op internationaal niveau.

2.2.2

STEUN PROJECTEN MET INTERNATIONALE POTENTIE

Veel van de door ons genoemde evenementen met internationale potentie dienen zelfstandig een aanvraag in voor het Cultuurplan 2009-2012. Rotterdam Festivals is vanuit bestaande budgetten ook niet in staat een degelijke basis voor deze festivals te vormen, maar wij onderschrijven de geformuleerde ambities.

- Wij hopen van harte dat Rotterdam bereid is een aantal van deze evenementen in staat te stellen zich op internationaal niveau te manifesteren. Wij denken daarbij in de eerste plaats aan het Filmfestival Rotterdam, North Sea Jazz, de beide septemberfestivals Gergiev/Keuze van de Schouwburg en het Zomercarnaval Rotterdam.

Wij zullen de evenementen vervolgens enthousiast en intensief steunen bij het vergroten van hun impact in de stad en de verbreding en vergroting van hun publiek, bijvoorbeeld door bijzondere projecten op ongebruikelijke locaties te steunen, de relatie met de wijken te leggen, door samen met het Uitburo trajecten op te zetten die nieuwe doelgroepen naar het evenement brengen en door de organisaties te steunen bij hun promotie.

2.2.3

ONTWIKKEL ONDERSTEUNINGSPROGRAMMA VOOR FESTIVALS MET INTERNATIONALE POTENTIE

Een kwalitatief hoogwaardig artistiek (inhoudelijk) programma is de basis voor een cultuur- en festivalklimaat op internationaal niveau. Daarnaast zijn nog tal van andere initiatieven nodig om de bezoekers een mooie 'Rotterdam-ervaring' te geven. Wij zetten ons de komende jaren in om de kansrijke evenementen optimaal te laten renderen in sociaal, cultureel en economisch opzicht. Om dat te bereiken stimuleren wij de zichtbaarheid in de stad van het evenement, onder meer via randprogrammering in de openbare ruimte, voorproefjes buiten het centrum en het intensiever betrekken van scholen en ondernemers, zoals al aangegeven in het hoofdstuk 2.1 'Dieper de stad in'

Daarnaast pleiten wij voor een serieus, mede uit economische middelen te financieren, ondersteuningsprogramma voor festivals met internationale uitstraling. Zo'n aanpak zou gezamenlijk gedragen moeten worden door het festival, DKC, Rotterdam Festivals en economische partners zoals het OBR, de CMO en Rotterdam Marketing.

Het programma dient zich te richten op

- de zichtbaarheid van de stad op het evenement;
- de versterking van de internationale marketing, onder meer door vertalingen van folders en websites.

North Sea Jazz, het International Filmfestival Rotterdam en het Zomercarnaval zijn daarvoor op dit moment de eerste kandidaten, maar ook de beide septemberfestivals Gergiev / Keuze van de Schouwburg hebben, zeker als ze op dit punt met elkaar samenwerken, potentie. Kosten bedragen ongeveer €100.000 per evenement.

“I only came here for the festival, but there was very good information about the city available in my own language. Found some really good restaurants and yesterday I met some Dutch colleagues in the Lloyd quarter. Now that I'm here I realize how interesting and vital this city is. This is really a creative city.”



2.3 Themajaren

De themajaren, die wij vanaf 2004 in Rotterdam organiseren zijn nauw verbonden met het thema internationalisering. Na het succes van de EK voetbal in 2000 en het Culturele Hoofdstadjaar 2001 is besloten om elke twee jaar een brede manifestatie te organiseren met een Rotterdams of een algemeen stedelijk thema als uitgangspunt.

Het Sportjaar 2005 werd geleid door de gemeentelijke dienst voor Sport en Recreatie. Rotterdam Festivals was eindverantwoordelijk voor het Waterjaar 2003 en het Architectuurjaar 2007. Alle tot dusver opgezette manifestaties waren succesvol en genereerden brede aandacht voor het thema. Ook lieten ze dingen achter voor de stad: het Strand aan de Maas, de Tapasboot, sportveldjes in de wijken en het prachtige nieuwe strandpaviljoen zijn allen het gevolg van een themajaar. Ze versterken de samenwerking tussen diverse organisatoren en producenten. Sinds 2007 heeft het OBR een evenementenfonds in beheer waarmee de basis voor de financiering van de themajaren wordt gelegd.

Rotterdam Festivals staat positief tegenover de themajaren in Rotterdam. Wel merken wij op dat er veel meer rendement kan worden bereikt dan nu het geval is als de ontwikkeling van de evenementen eerder wordt ingezet en er, al vanaf de ideefase, meer gebruik gemaakt wordt van de bij ons aanwezige kennis en ervaring.

Rotterdam Festivals zet zich de komende jaren in voor méér resultaat (cultureel, economisch en sociaal) met evenveel inspanning en overheids geld. Dat kan als volgt bereikt worden:

- **Drie jaar van tevoren vaststellen van het thema, het budget en de coördinerende partij.** Dit is van groot belang voor de kwaliteit van het programma, het tijdig kunnen werven van sponsors, voor het interesseren van touroperators, het binnenhalen van conferenties, etc.

- **Behoud van werkwijze, kennis en netwerken** die tijdens de themajaren worden opgebouwd en hier bij een volgend themajaar ook weer gebruik van maken. Te vaak wordt het wiel opnieuw uitgevonden terwijl de kennis en ervaring al voorhanden is. Rotterdam Festivals is om deze reden opgericht na het mislukken van de viering van het 650-jarige bestaan van de stad in 1990. Wij stellen onze ervaring en kennis (kennis van de Rotterdamse netwerken en evenementengeschiedenis, proceskennis, draaiboeken, modelcontracten, financiële beheersingsmodellen, verzekeringen, nationale en internationale contacten enz.), graag beschikbaar en willen graag hét kenniscentrum voor de Rotterdamse themajaren zijn;

- **Bestuurlijke betrokkenheid én bestuurlijke ruimte.** Enthousiaste medewerking van de gemeente Rotterdam is onmisbaar voor het succes van een themajaar. Tegelijkertijd moet er een mandaat zijn voor de organisatoren om binnen de gegeven kaders het themajaar op professionele wijze vorm te geven.

Bij de opzet van themajaren dient rekening gehouden te worden met het voortzetten van succesvolle elementen in de jaren daarna. Dat geldt op dit moment voor de resultaten van het succesvolle Architectuurjaar - zie de plannen daarvoor van de stichting AIR - en het Jongerenjaar 2009.

Wij stellen voor om vanaf 2010 een bedrag te reserveren voor een structureel jongerenfestival, dat in 2009 - tijdens het jongerenjaar - haar premiere kan beleven. Dat zou het op de volgende pagina beschreven festival kunnen zijn.



MOVE IT!

EEN IDEE VOOR EEN JONGERENFESTIVAL

Een grenzenloze staalkaart van diverse subculturen tonen in een weekend op jaarlijks wisselende onontgonnen gebieden in de stad.



Move it! laat Rotterdam zien als stad waar ruimte is voor experiment, als laboratorium en als creatieve en multiculturele stad. Move it! brengt subculturen en jongeren samen, legt verbindingen met bestaande kunstinstellingen en stedelijke ontwikkelingen. Hierbij leggen we verbindingen tussen uitgaan, debat, concerten, sport, maatschappelijke issues en de locatie. Diverse doelgroepen en publieksgroepen beleven het programma en mengen met elkaar.

Zonder het specifiek een urban stempel te geven, is de missie voor de makers van Move it! om vooral op zoek te gaan naar urban arts. We laten de invulling van het programma, de inhoudelijke keuzes die gemaakt worden vooral vanuit de urban hoek komen. We inspireren hen mee te doen maar ook niet urban-gerichte partijen kunnen een bijdrage te leveren aan dit proces en de programmering.

Dit festival vindt in de stedelijke omgeving plaats, op onontgonnen en tot de verbeelding sprekende gebieden. Elk jaar wordt gezocht naar een andere buitenlocatie. Dit toont de dynamiek en ongebondenheid van jongerencultuur, die inhoudelijk prachtig gekoppeld wordt aan de eveneens snel veranderende ruimtelijke ontwikkeling in de stad.

Move it! vindt plaats op bijzondere locaties in de stad: in de buurt van de Pannenkoekstraat, op een bijzondere plek op Zuid of op Heijplaat. Voor een eerste editie kan op Station Hofplein bijvoorbeeld gebruik worden gemaakt van het hoger gelegen station (openlucht), de hofbogen (binnenruimten) en de omliggende infrastructuur (grasveld, onderwijsinstellingen, Gemeentelijk Archief enz.). Dit gebied heeft een rauwe, stedelijke uitstraling, waar volop nieuwe ontwikkelingen gaande zijn.

Het op voornamelijk urban arts gebaseerde subculturenfestival Move it! brengt een aantal avonden en middagen programma. Partijen in de stad worden gevraagd een bijdrage te leveren. Lantaren / Venster organiseert een programma vol rauwe jazz, passend

bij de locatie. De sportschool in de wijk geeft bovenop het Station Hofplein vechtsportdemonstraties, terwijl even later een grote dancehall - artiest een concert geeft. In samenwerking met REYC vindt ondertussen een debat plaats over een actueel thema en de tentoonstelling met louter urban artists wordt geopend bij kunstenaarscollectief Cucosa. Het Gemeente Archief wordt uitgedaagd mee te doen aan de brainstorm om een inhoudelijke bijdrage te leveren. Streetdance-presentaties door in LCC's oefenende jongeren. De sleutelfiguren van het nieuw op te zetten stedelijke podium voor urban culture krijgen een belangrijke rol. En ook de makers van het International Breakdance Event zullen volop participeren in Move it! Zij kunnen de vele aspecten van het breakeen tonen en hun aanwezige publiek betrekken bij de andere workshops en debatten. Verder wordt er samengewerkt met Het Productiehuis de van Rotterdamse Schouwburg, Waterhuis/Rotjong, Black Soil, Hiphophuis, Tictoc, Meet the Streets.

Een jaarlijks terugkerend, internationaal georiënteerd, festival dus, met als werktitel Move it! Dit festival toont inhoudelijk de enorme verscheidenheid aan jongerencultuur en bestaat uit concerten, debatten, sport, workshops, presentaties. Move it! komt op, popt up, maakt gebruik van bestaande netwerken en ideeën, laat nieuwe samenwerkingen en projecten ontstaan, laat iets achter en vertrekt weer. Zelf rijker geworden door ervaringen die worden meegenomen naar de volgende locatie. Ervaringen achterlatend voor en op de festivallocatie. Move it! vindt bewust niet uitsluitend plaats binnen de muren van kunstinstellingen en clubs, maar wel in nauwe samenwerking met hun programmamakers.

Move it! refereert als titel aan de snelle bewegingen binnen de jongerencultuur en de stedenbouwkundige ontwikkelingen in de stad. Er zit vaart in de naam, het is een soort oproep. Er moet een zekere diepgang in de programmering zitten. Met ruimte voor zowel fun als discussie. Kortom: Move it! is met recht een werktitel!

2.4 De Rotterdamse Zomerfestivals

Ambitie bij de Rotterdamse Zomerfestivals is de landelijke topositie die ze de afgelopen jaren veroverd hebben vast te houden en uit te bouwen. Het karakter en de bevolkings-samenstelling van de stad zijn daarbij de uitgangspunten. Het festivalaanbod houdt zo een onderscheidend Rotterdams karakter, waardoor de betekenis voor de bezoekers en het cultureel en sociaal rendement van de activiteiten wordt vergroot. Zo bouwen we verder aan een sfeervolle en aantrekkelijke stad.

2.4.1

NAAR EEN MEER SAMENHANGEND PROGRAMMA

De Rotterdamse Zomerfestivals zullen steeds meer een geheel gaan vormen, een doorlopend en samenhangend programma met een goede spreiding van data, locaties en soorten festivals. Zeggingskracht van het totale programma en de individuele festivals zal de leidraad zijn. 'Fringe' programmering, zoals nu het geval is rondom North Sea Jazz, wordt gestimuleerd.

De Zomerfestivals zijn qua bezoekersaantallen en groot-schaligheid op niveau. De uitdaging zit de komende jaren in het op peil houden en brengen van de zeggingskracht, originaliteit en kwaliteit ²⁾ van de festivals. Een belangrijke inzet is om de Rotterdamse Zomerfestivals, nog meer dan nu het geval is, te verbinden met de stad en daarmee de betekenis van het festivalaanbod te vergroten. Samen met onze partners zullen wij zoeken naar mogelijkheden om de programmering op een passende manier te verdiepen en te verbreden. De Rotterdamse zomer zal zich blijven onderscheiden door een grote hoeveelheid gratis festivals; deze vormen de basis van het zomeraanbod. Hiernaast komt er ruimte voor betaalde (rand)programmering.

De Rotterdamse Zomerfestivals scheppen een aantrekkelijk stedelijk verblijfsklimaat voor thuisblijvers en toeristen. Rotterdam Festivals richt zich daarbij vooral op grootstedelijke festivals en evenementen in de openbare ruimte.



De uitgangspunten hierbij zijn:

- fris houden en blijven investeren in een beperkt aantal toppers ³⁾
- zorgen voor een continue, gedurende de gehele periode zichtbare programmering van originele, meer kleinschalige festivals en activiteiten in de openbare ruimte. Sommige daarvan zijn langer doorlopend zoals de Zomerzondagen en North Sea Round Town, andere zijn éénmalige zomerfestivals.

"We rijden met 8 paarden voorop en kunnen zo zien of er iets mis dreigt te gaan. Maar eigenlijk gaat er nooit iets mis. Het is één groot feest."

2.4.2

BETERE SPREIDING

Om de drukte in de periode augustus/september wat te verminderen, streven wij ernaar de Wereldhavendagen te verplaatsen naar mei en het aantal megaspektakels zoals bijvoorbeeld de Red Bull Air Race te beperken tot één per jaar. Door uitbreiding met de maand mei, bij voorkeur met de Wereldhavendagen als opening, ontstaat een veel betere spreiding van de grote evenementen. Ze komen zo beter tot hun recht, de overlast wordt verminderd, terwijl een heldere scheiding ontstaat tussen de zomerfestivalperiode en de opening van het culturele seizoen.

Het creëert ook de mogelijkheid het zomerprogramma diverser en kwalitatiever te maken. Bijvoorbeeld door in mei met buitenactiviteiten aan te sluiten bij de Operadagen Rotterdam. De kosten hiervan zijn beperkt, doordat een deel gerealiseerd kan worden door verschuivingen in de tijd en wij de andere weekends met kleinschalige activiteiten zullen programmeren.

"Het weekend van het zomercarnaval slaap ik nauwelijks en toch ben ik nooit moe. Ik word er zo blij van en krijg zoveel energie. Zonder het Zomercarnaval zou ik een verdrietig mens zijn"

Stichting Rotterdam Festivals realiseert binnen de Zomerfestivals vier maanden (17 weekends) programmering. Hiervan zullen vier weekends meer dan 100.000 bezoekers trekken, vier meer dan 20.000 en negen tussen 1.000 en 20.000.

Dunya Festival – Strand aan de Maas – North Sea Round Town - Zomercarnaval – Metropolis Festival – FFWD Dance Parade – Wereldhavendagen

- De gewenste betere spreiding van de zomerevenementen kan worden gerealiseerd met een extra budget van € 40.000, waarvan 50% zou moeten komen vanuit culturele budgetten en de andere helft uit economische middelen.

2.4.3

BUDGETVERSTERKING

De afgelopen jaren, jaren van bezuinigingen en accreskortingen, zijn de kosten van festivals met 15% gestegen - ondermeer door een sterke aanscherping van de regels die de overheid stelt - terwijl het activiteitenbudget is gedaald met 10%. Ook is de complexiteit en omvang van onze coördinerende rol enorm toegenomen, waardoor de hoeveelheid tijd voor ontwikkeling en innovatie onder druk staat.

Oorzaken zijn de toegenomen hoeveelheid samenwerkingverbanden met alle betrokken stakeholders en het afbrokkelende stedelijke coördinatiemodel, waarin inmiddels ook buiten de coördinatie van Rotterdam Festivals om grote festivals in de openbare ruimte worden geïnitieerd, zoals de Bavaria City Racing en de Red Bull Air Race. Hierdoor nemen de coördinatiekosten toe.

Het vergde de afgelopen jaren veel energie om de grote, beeldbepalende evenementen overeind te houden en het vermogen om te innoveren is door die keuze aangetast. Nieuwe initiatieven krijgen maar mondjesmaat een kans. En er is minder geld beschikbaar voor experimenten waardoor het aanbod eenvormiger dreigt te worden en minder verrassend. Wij zouden graag meer investeren in een community-meezing festival en in evenementen voor een jonge doelgroep. Wij zouden, als het park weer beschikbaar is, van het Museumpark een mooie, culturele ontmoetingsplek willen maken. Het is bij het huidige budget niet mogelijk zonder de steun aan andere waardevolle initiatieven stop te zetten.

Als Rotterdam de kwaliteit op peil wil houden, wil blijven innoveren en verrassen, kortom, de leidende zomerfestivalstad van het land wil blijven is een verhoging van het budget beslist noodzakelijk. Wij vragen de dienst Kunst en Cultuur en het OBR ons daarin gezamenlijk te steunen door het budget in totaal te verhogen met € 100.000,-. 50% daarvan zou dan ten lasten komen van het cultuurbudget.

Een gelijkblijvend budget zal effect hebben op de hoeveelheid activiteiten. Wij zijn dan niet meer in staat de gehele zomerperiode als een doorlopend geheel te programmeren.

²⁾ Kwaliteit laat zich op verschillende manieren uitdrukken: in programmering, verfijning van het concept, bijzondere en/of onverwachte ervaringen. Maar zeker ook met hospitality, goede bewegwijzering, mooie aankleding etc.

³⁾ Toppers zijn die festivals die de basis van de Rotterdamse Zomerfestivals vormen. Dit zijn veelal grootschalige festivals die bepaalde doelgroepen en culturele thema's vertegenwoordigen.

2.5 September in Rotterdam

In september viert Rotterdam de opening van het culturele seizoen, met een aanbod waarin de breedte en kwaliteit van het Rotterdamse cultuuraanbod zichtbaar wordt.

Bij de opening van het culturele seizoen worden de bezoekers meegenomen op een tocht langs Rotterdams meest vitale culturele plekken. Als er een maand is waarin de kwaliteit, de breedte en de vitaliteit van het cultuuraanbod zichtbaar wordt, dan is het de september maand. Het is daarmee ook een uitgelezen kans om het Rotterdamse cultuuraanbod landelijk onder de aandacht te brengen, wat de afgelopen jaren uiterst succesvol gebeurde, via landelijke bijlagen in NRC, NRC Next en de Volkskrant.

Vaste pijlers tot nu toe zijn de R'Uitmarkt, internationaal theater en muziek aan het Schouwburgplein en hedendaagse kunst en cultuur in de Witte de Withstraat en het Museumparkgebied.

Mede door kostenstijgingen, die hoger liggen dan de in de afgelopen jaren (niet altijd) toegekende prijscompensatie, maar ook om inhoudelijke redenen, hebben wij de afgelopen jaren het accent verlegd van het betrekken van zoveel mogelijk instellingen naar het zo goed mogelijk ondersteunen van een beperkt aantal pijlers. Wij zullen die richting de komende vier jaar versterkt doorzetten, met de volgende inzet:

2.5.1

FEESTELIJKE SEIZOENSOPENING

Rotterdam kiest er niet voor het seizoen te openen met een massale Uitmarkt à la Amsterdam. Toch is de R'Uitmarkt naar onze mening - en die van het publiek - een onmisbaar onderdeel van de seizoensopening. De uitgaansmarkt zal de komende jaren dan ook zeker gehandhaafd blijven, waarbij we, mede door de koppeling met het Rotterdams Uitburo, de R'Uitmarkt nog meer als marketinginstrument zullen inzetten om zo nieuw publiek te bereiken voor het Rotterdamse culturele aanbod. Om die reden zal de R'Uitmarkt zich richten op een breed publiek van vaste klanten en 'light users'.

Onze ambitie voor de komende jaren is de seizoensopening voelbaarder te maken in de stad door uit te breiden naar de culturele instellingen zelf en liefst ook de LCC's. Door kijkjes te bieden achter de schermen van de instellingen en direct contact te stimuleren met de medewerkers kan de drempel voor nieuw publiek worden verlaagd en de band met bestaand publiek verstevigd. Wij zullen ons inzetten daarvoor de komende jaren voldoende draagvlak te vinden bij de instellingen.

"In Scandinavië bestaat het fenomeen van 'de culture night', een soort Museumnacht waaraan ook de theaters meedoen. In alle kunstgebouwen is iets bijzonders geprogrammeerd, zonder dat het grootschalig wordt. Overal op straat kom je mensen tegen met een cultuurnachtbutton, waarbij vooral het grote aantal gezinnen met kinderen opvalt."

2.5.2

INTERNATIONALE TOPKUNST

De Septembermaand biedt een prachtig aanbod podiumkunsten op hoog niveau. Met name het Gergiev Festival heeft het juiste niveau en heeft de afgelopen jaren een interessante ontwikkeling doorgemaakt, met wellicht de samenwerking met een hedendaagse kunstenaar als Bill Viola als meest interessante vernieuwing. Het Gergiev Festival weet een, voor het segment, relatief breed publiek te trekken en er zijn zeker mogelijkheden dat nog verder uit te bouwen en te versterken. Bijvoorbeeld via verrassende programmering op 'afwijkende' en buiten-locaties,



waardoor een nieuw en jonger publiek bereikt zou kunnen worden.

Ook de (Internationale) Keuze van de Rotterdamse Schouwburg is een onderscheidend internationaal element in de septembermaand. Het lijkt echter wel een nieuwe stap te moeten maken om die plek te kunnen behouden en uitbouwen. Het zou nog meer een festival kunnen worden, nog meer de plek waar publiek en vakmensen elkaar ontmoeten, discussiëren en kennis kunnen nemen van recente ontwikkelingen in de podiumkunsten.

Beide festivals genereren nationale en in bescheiden mate ook internationale aandacht en waardering. In samenhang gepresenteerd en uitgebreid met een verbindende fringe programmering zouden ze kunnen uitgroeien tot een belangrijk, internationaal aansprekend podiumkunstenfestival. Naast deze twee heeft ook Jazz International zichzelf bevestigd als een door publiek en pers gewaardeerde vaste waarde die wij graag blijven steunen in zijn ontwikkeling.

De basis voor deze evenementen wordt via het Cultuurplan door het gemeentebestuur gelegd. Rotterdam Festivals beschikt niet over de middelen ze in stand te houden, laat staan ze te versterken. Rotterdam Festivals vindt dat Rotterdam die ambitie wel zou moeten hebben en zal zich, in aanvulling daarop, inzetten om met deze festivals projecten te realiseren op bijzondere locaties en daardoor nieuwe doelgroepen te bereiken. Ook zullen wij hen blijven steunen in de promotie en zichtbaarheid in de stad.

2.5.3

HET CULTURELE KLIMAAT VAN DE TOEKOMST

Het festival De Wereld van Witte de With heeft zich de afgelopen vier jaar met succes ontwikkeld tot een eigentijds kunstenfestival waarbinnen cultuur, straat en samenleving elkaar ontmoeten. Inmiddels biedt het ruimte voor tal van initiatieven waarin het culturele klimaat van de toekomst wordt verkend en getoond. Waar sommige buitenstaanders in het verleden nog wel eens moeite hadden om het concept, met de bewuste vermenging van hoge en lage cultuur, op haar culturele waarde te schatten, is het in de afgelopen vier jaar een vast trefpunt geworden van kunstenaars met discipline-doorbrekende projecten en het daarin geïnteresseerde publiek. Nieuw toegevoegde disciplines als mode en film/video hebben daar zeker aan bijgedragen. De Wereld van Witte de With wordt inmiddels jaarlijks op de kunstpagina's van de landelijke dagbladen besproken.

Het belang van Witte de With zal de komende jaren nog verder toenemen. Wij zullen dat stimuleren door het aantrekken van één of meerdere artistiek leiders die de programmaontwikkeling en het onderlinge gesprek tussen de betrokken instellingen en kunstenaars zullen leiden.

September in Rotterdam zal bestaan uit vier weken presentatie van het culturele aanbod in de stad, met zowel topkunst als aandacht voor jonge kunstenaars. Binnen de hierboven beschreven kaders worden omstreeks 15 projecten ondersteund en onder de aandacht gebracht.



SEPTEMBER IN ROTTERDAM
OPENING CULTURELE SEIZOEN

2.6 Verdere versterking festivalklimaat

Naast de hiervoor beschreven activiteiten is er een restbudget voor activiteiten die niet onder de Rotterdamse Zomerfestivals en September in Rotterdam vallen. Projecten die een bijdrage leveren aan de ontwikkeling van het culturele klimaat in de stad.

2.6.1

OVERIGE PUBLIEKSACTIVITEITEN

Rotterdam Festivals steunt ook buiten de zomer en september tal van initiatieven in de stad. Zij doet dit met financiële middelen maar net zo zeer door te adviseren, te coachen en samen met initiatiefnemers te zoeken naar de juiste vorm, locatie en het juiste moment om deze initiatieven optimaal tot hun recht te laten komen. Veel van deze initiatieven fungeren als kweekvijver voor de evenementen van de toekomst.

Met een beperkt maar flexibel budget ondersteunen wij festivals die een positieve bijdrage leveren aan het culturele klimaat in de stad. Soms zijn het terugkerende bijdragen, aan bijvoorbeeld Cameretten en de Piano-driedaagse; meestal betreft het een bijdrage aan een eenmalig evenement. Wij verlenen over het algemeen slechts tijdelijk en beperkte financiële steun. Zo blijven wij in staat om met een beperkt budget steeds nieuwe initiatieven van steeds wisselende en organisatoren te ondersteunen. Het gaat daarbij veelal om jonge initiatieven en projecten die zich richten op een nieuw publiek.

Gezien de enorme vraag en het beperkte budget zijn wij genoodzaakt scherpe keuzes te maken. Omdat het een relatief flexibel budget betreft dat niet gebonden is aan een bepaalde periode of zeer strak omlijnde doelstellingen kan er snel worden ingespeeld op ontwikkelingen en gebeurtenissen in de stad. Ons belangrijkste criterium is dat het festivals betreft die 'een relevante bijdrage leveren aan de ontwikkeling van het culturele klimaat in de stad'.

Naast jonge initiatiefnemers ondersteunt Rotterdam Festivals ook de meer gevestigde instellingen die met bijzondere festivals een nieuw publiek willen bereiken. Met de Dansnacht presenteren de Rotterdamse dansgezelschappen zich bijvoorbeeld op succesvolle en laagdrempelige wijze gezamenlijk aan een breed en deels nieuw publiek.

Ook festivals uit andere steden die naar Rotterdam willen uitbreiden worden op weg geholpen en ondersteund. Een voorbeeld is het festival Turkey Now, dat met inzet van zowel middelen als advies in Rotterdam voet aan de grond kreeg.

Er is een schat aan initiatieven in de stad die nog niet volledig uitgekristalliseerd zijn, maar wel relevant zijn voor de ontwikkeling van het culturele klimaat. Met bescheiden bijdragen helpen wij deze initiatieven op weg. Ook blijven wij zo in contact met de nieuwe generatie plannenmakers die in de nabije toekomst hun stempel zullen drukken op de creatieve ontwikkelingen in de stad.

DE AFGELOPEN JAREN IS DE STEUN ONDER MEER UITGEGAAN NAAR PROJECTEN IN DE VOLGENDE CATEGORIEËN:

- Innovatieve projecten die een bijdrage leveren aan de ontwikkeling van bepaalde disciplines (Numoonfest, Resfest, World Bass Clarinet Convention)
- Nieuwe projecten van jonge enthousiaste plannenmakers met plannen die van betekenis (kunnen) zijn voor het kunst- en cultuurklimaat in de stad. (Meet the Streets, REMF)
- Kunstinstellingen die zelfstandig of gezamenlijk met een bijzonder programma naar buiten treden om een nieuw publiek aan zich te binden (Dansnacht, Cut For Purpose)
- Projecten die uiting geven aan een specifieke culturele achtergrond of etniciteit (Amazign- of Berberfestival, Camera Japan, Cinemar)
- Festivals die reageren op gebeurtenissen in de stad (REJECT, Hotspots)
- collectieve projecten zoals Music Matters en Opera Rotterdam

2.6.2

COLLECTIEVE PROJECTEN IN DE CULTUURSECTOR

Met dezelfde criteria in gedachten draagt Rotterdam Festivals met tijd, kennis en vaak ook geld bij aan collectieve stedelijke initiatieven zoals Music Matters, themajaren zoals het Architectuurjaar 2007, het Jongerenjaar 2009 of publieksgerichte initiatieven op het gebied van collectieve marketing van de cultuursector.

Ook steunt Rotterdam Festivals het initiatief Opera Rotterdam, waarin veel Rotterdamse instellingen samenwerken om een Operafestival te realiseren en het operaklimaat te verbeteren.

2.6.3

VERDERE VERSTERKING EVENEMENTENSTAD ROTTERDAM

Met ons budget zetten wij ook projecten op die de positie van de evenementenstad Rotterdam indirect versterken. Zo doen wij als Rotterdam Festivals onderzoek naar de kansen van toekomstige evenementen, initiëren wij cursussen, workshops voor organisatoren, organiseren wij incidentele bijeenkomsten of internationale congressen van festivalorganisatoren. Zo hebben wij de intentie om in het jongerenjaar 2009 een AEN-congres en mogelijk ook een festivalcongres rondom het thema jongerenparticipatie naar Rotterdam te halen.

Daarnaast hebben wij een aantal diensten voor festivalorganisatoren ontwikkeld. Er is een 'Wegwijzer door de festivalstad Rotterdam' ontwikkeld die via de website downloadbaar is. Deze wijst minder ervaren organisatoren en organisatoren van buiten de stad de weg door het complexe geheel aan onder meer vergunningseisen, subsidiemogelijkheden en specificaties van de verschillende festivalterreinen. Ook kunnen de door Rotterdam Festivals gesteunde organisaties gebruik maken van collectieve verzekeringen, knipselservices, media-analyses, technische kaarten, posterverspreidingsdiensten en het publieksanalysestelsel Mosaic.

Vanuit deze strategie hebben wij in 2005 de prijsvraag Festilab, festivalinnovatieprijs '05 uitgezet. Jonge plannenmakers kregen de kans vernieuwende ideeën aan te dragen, waarbij het er niet toe deed of de plannen

haalbaar waren of niet. Men deed dat enthousiast en met passie voor de stad. Wij zullen deze succesvolle aanpak dan ook blijven voortzetten.

Nu de 'vrije' bestedingsruimte binnen de Zomerfestivals vrijwel verdwenen is, bepaalt dit kleine, maar belangrijke budget, in sterke mate de bijdrage die Rotterdam Festivals kan leveren aan een gevarieerd en innovatief toekomstig festivalaanbod in Rotterdam. Het stimuleren van de nieuwe generatie festivalmakers is van groot belang en een budget dat enigszins ruimte biedt om te experimenteren en kansen te bieden is hiervoor essentieel.

Toch is ook bij dit budget de voor het doorvoeren van vernieuwingen zo belangrijke vrije ruimte de afgelopen jaren veel kleiner geworden, waardoor interessante ideeën blijven liggen en onze diensten de komende jaren niet verder uitgebouwd kunnen worden. Op termijn zal dit leiden tot een minder aanvullend en vlakker evenementenaanbod in de stad. Wij willen deze activiteiten op hetzelfde niveau en met dezelfde doelstellingen voortzetten en pleiten daarom voor een beperkte uitbreiding van het budget.

Omdat dit budget op dit moment geheel gefinancierd wordt vanuit cultureel geld en deze initiatieven van belang zijn voor het gehele evenementenklimaat, vragen wij het OBR hieraan in de toekomst bij te dragen.



Stichting Rotterdam Festivals realiseert binnen Overige Activiteiten 15 à 20 projecten, waarbij de op publiek gerichte activiteiten samen 30.000 bezoekers trekken.

Projecten als Meet the Streets, Turkey Now, Rotterdamse Dansnacht, DEAF, Pianodriedaagse, Cameretten Festival, Music Matters, Opera Rotterdam, Rotterdamse Museumnacht, ARAB Filmfestival. Diensten als festivalwegwijzer en cursustrajecten.

BIJLAGE 1

HET INTER- NATIONALE KARAKTER VAN DE FESTIVALS 2005-2008

Uitwisseling en vergelijking met buitenlandse collega's en steden is een volledig geïntegreerd onderdeel van de activiteiten van Rotterdam Festivals. Het zorgt ervoor dat we vroegtijdig op de hoogte zijn van ontwikkelingen, trends en experimenten in de festival-industrie en in vergelijkbare steden.

Vrijwel alle belangrijke Rotterdamse festivals zijn dan ook onderdeel van een internationaal collegiaal netwerk. Dat geldt voor het Filmfestival Rotterdam en De (Internationale) Keuze van de Rotterdamse Schouwburg, maar net zo zeer voor Dunya, de Dance Parade en het Zomercarnaval. Bij het Zomercarnaval bijvoorbeeld is sprake van structurele uitwisseling met collega's in het buitenland.

Om bij te dragen aan de professionalisering van het vak en om vroegtijdig geïnformeerd te zijn over de ontwikkelingen en trends, participeert Rotterdam Festivals ook zelf actief in internationale netwerken. De directeur van Rotterdam Festivals is bestuurslid van de International Festivals and Events Association, een organisatie waarvan wereldwijd zo'n 2500 festivalprofessionals lid zijn. Rotterdam Festivals is ook lid van de European Festivals Association, die zich vooral richt op Europese podiumkunstenfestivals. Door de goede naam die Rotterdam heeft als festivalstad ontvangen wij veel uitnodigingen voor spreekbeurten of deelname aan internationale paneldiscussies. In de afgelopen cultuurplanperiode is Rotterdam gepresenteerd in onder andere Boston, Hamburg, Beijing en Athene.

Rotterdam Festivals is mede-initiatiefnemer van Audiences Europe Network, een informeel netwerk van professionals op het gebied van publieksontwikkeling in de culturele sector. Er zijn de afgelopen vier jaar ieder jaar kleinere en grotere congressen georganiseerd rondom de verschillende aspecten van publieksverbreding. Daarnaast worden er, vooral binnen het Verenigd Koninkrijk, Vlaanderen en Nederland, regelmatig werkbezoeken gebracht door individuele medewerkers aan collega-instellingen uit dit netwerk.

INTERNATIONALE MARKETING VAN FESTIVALS

De internationale marketing beperkt zich in de meeste gevallen tot directe communicatie met de vakgroep en de bijdrage van Rotterdam Marketing, die de festivals die men daarvoor geschikt acht meeneemt in zijn internationale promotie.

De internationale mediarepons voor de topfestivals als het Filmfestival Rotterdam en North Sea Jazz is desondanks massaal. Datzelfde geldt voor bijvoorbeeld het Architectuurjaar.

- *Rotterdam est aujourd'hui à l'architecture ce que Paris est à la mode.*
- *Rotterdam este une ville jeune, dynamique. Chaque ouvrage architectural est une oeuvre d'art. Figaroscope n.a.v. het architectuurjaar 2007*

Colofon

© Rotterdam Festivals december 2007

TEKSTBIJDRAGEN

Team Rotterdam Festivals: Aukje Bolle, Heleen Hulshof, Petra Kalkman, Irma van Lierop, Johan Moerman, Reinier Weers, Helmi Weststrate.
Externe adviseurs: Anna Elffers, Jan Oosterman/DHV en Richard Stuivenberg.

Voor de totstandkoming van deze tekst voerden wij een groot aantal voorbereidende gesprekken met betrokkenen bij het Rotterdamse culturele klimaat en een aantal deskundige buitenstaanders. De gesprekken getuigden zonder uitzondering van grote betrokkenheid en ambitie voor de toekomst.

WIJ BEDANKEN

RAAD VAN ADVIES COLLECTIEVE MARKETING CULTURELE SECTOR

Saskia Cornelissen, Bas Kwakman, Geert ter Steeg, Serge van Veggel.

ADVIESCOMMISSIE ZOMERFESTIVALS

Rinske Brand, Ricardo Burgzorg, Dafne Foet, Paul Gaalman, Ruth Giebels, Andrea Moreira Santos, Simone van der Vorst.

Margot van Asseldonk, Yvonne Beelen, Ronald de Boom, Bas van den Bosch, Judith Clement, Jolanda Copier, Theo Cornelissen, Carolien Dieleman, Tamara van Dienst, David Dooghe, Guus Dutrieux, Mai Elmar, Léon van Geest, Margot Gerené, Harry Hamelink, Judith van der Heijden, Sohrab Hosseini, Marianne Klein, Rineke Kraaij, René Kronenberg, Jeroen Laven, Pieter Kuster, Sabine Maertens, Remco Oosterhoff, Wim Pijbes, Caroline Ruigrok, Jasper Scholte, Jerome Severin, Doro Siepel, Kitty Tang, Susanna Verboon, Jackie van der Vlis, Gerald Vreede, Nita Wissink, Jan Zoet.

Arts About Manchester, Audiences Central Birmingham, Antwerpen open, Cultuurnetwerk Vlaanderen, Medebestuurleden International Festivals and Events Association en Audiences Europe Network.

FOTO'S

© Bas Czerwinski / Hans Tak/ Rotterdam Festivals

ONTWERP

ZEE - grafisch en architectonisch ontwerpen

OPMAAK

Willemijntwerp.nl



 *rotterdam festivals*

