



ROTTERDAM FESTIVALS JAARVERSLAG 2005

INCLUDING ENGLISH SUMMARY



**KONINGIN
TOMERCARNAVA 2008**











ROTTERDAM FESTIVALS **JAARVERSLAG 2005**
INCLUDING ENGLISH SUMMARY

INHOUD



Leeswijzer	16
Voorwoord	17
Rotterdam Festivals	18
PROJECTEN EVENEMENTENBELEID 2005	
De Rotterdamse Zomerfestivals	20
September in Rotterdam	24
De Rotterdamse Winterfestivals	27
Overige Activiteiten	28
FestiLab	29
Operadagen Rotterdam	30
KOORTS	31
PROJECTEN PUBLIEKSONTWIKKELING 2005	
Rotterdams Uitburo	32
Jongerenmarketing	33
Onderzoek	35
Ondersteuning culturele sector Rotterdam	36
Internationale samenwerking	37
English summary	38
BIJLAGEN	
Bijlage 1 Overzicht Rotterdamse Zomerfestivals	40
Bijlage 2 Overzicht September in Rotterdam	46
Bijlage 3 Overzicht Rotterdamse Winterfestivals	54
Bijlage 4 Overzicht Overige Activiteiten	56
Bijlage 5 Medewerkers Rotterdam Festivals	62
Bijlage 6 Bestuur Rotterdam Festivals	63
Bijlage 7 Adviescommissie Rotterdamse Zomerfestivals	63
Bijlage 8 Adviesraden afdeling publieksontwikkeling	64
Bijlage 9 Subsidiënten, sponsors en partners	65
Colofon & Contactgegevens	66

Voor u ligt het jaarverslag 2005 van Rotterdam Festivals.

Na het voorwoord volgt een korte uiteenzetting van de rol die Rotterdam Festivals speelt in de stad Rotterdam. Vervolgens worden onze projecten van 2005 beschreven. Hier vindt u een terugblik op de jaarlijks terugkerende programma's als De Rotterdamse Zomerfestivals en September in Rotterdam, maar ook nieuwe initiatieven als FestiLab, Operadagen Rotterdam en De Rotterdamse Winterfestivals worden toegelicht. Op het gebied van publieksonwikkeling leest u onder meer over de groei die het Rotterdams Uitburo in 2005 heeft doorgemaakt. Al deze informatie is tot slot in het Engels samengevat.

De bijlagen geven een beknopt overzicht van alle evenementen die door Rotterdam Festivals gesteund zijn. Informatie over het bestuur, de medewerkers, adviesraden, partners en subsidiënten van Rotterdam Festivals vindt u ook terug in de bijlagen.



Het festivaljaar 2005 bood de bewoners en bezoekers van Rotterdam vele traditionele hoogtepunten, maar ook een aantal nieuwe evenementen. De eerste editie van Operadagen Rotterdam liet met succes de omvang, energie en dynamiek van het operaklimaat in Rotterdam zien. De manifestatie KOORTS bracht een breed Rotterdams publiek, jong én oud, afkomstig uit alle culturen en wijken, vaak voor het eerst in aanraking met kunst en cultuur en verkende op die manier het culturele klimaat van de toekomst.

Rotterdam Festivals had het voornemen om in 2005 het rendement van haar activiteiten voor de stad te verhogen door het versterken van de samenwerking met andere partners in de stad. Uit dit plan kwamen De Rotterdamse Winterfestivals voort, een in samenwerking met ondernemers in de binnenstad opgezette serie activiteiten, die Rotterdam ook in de winter tot een aantrekkelijke festivalstad kunnen gaan maken. Hoewel door gebrek aan geld en voorbereidingstijd nog niet alle onderdelen op het beoogde kwaliteitsniveau konden worden gepresenteerd, werden de activiteiten door pers en publiek positief ontvangen en werd voor alle betrokkenen de potentie zichtbaar van deze mogelijke nieuwe pijler van het Rotterdamse evenementenjaar.

Onze inspanningen van de afgelopen jaren werden opnieuw beloofd met de verkiezing van Rotterdam als beste evenementenstad van het land. De jury van de Nationale Evenementenprijzen was onder de indruk van de wijze waarop in Rotterdam evenementenbeleid wordt omgezet in daden.

'De Rotterdamse organisatie die evenementen ondersteunt en helpt ontwikkelen, Rotterdam Festivals, is al meer dan tien jaar een voorbeeld voor veel andere gemeenten die een effectief evenementenbeleid willen waarmaken. Toch lukt het Rotterdam steeds om door middel van innovatie en inventiviteit te komen met nieuwe spraakmakende evenementen. Strand aan de Maas, Camping Rotterdam, het zijn slechts een paar voorbeelden van vernieuwende evenementen. Daarnaast slaagt Rotterdam er in om bestaande evenementen als Zomercarnaval, FFWD Heineken Dance Parade, Dunya Festival maar ook veel kleinere culturele festivals verder te ontwikkelen en te behouden. De Rotterdamse evenementen blinken uit door de functie die ze in de stad hebben. Van multicultureel tot hoog cultureel en alles daartussen in een setting die er bij past.'

Bron: Juryrapport Nationale Evenementenprijzen 2005.

In de vijfjarige geschiedenis van de Nationale Evenementenprijzen, is Rotterdam de enige stad die de prijs voor beste evenementenstad meerdere keren heeft gewonnen, en bovendien de enige stad die alle jaren in de top drie is verkozen. Nauwelijks een week later werd Rotterdam ook uitgeroepen tot beste dance stad van Nederland. De Belangenvereniging Dance kende deze prijs toe aan Rotterdam vanwege haar bovenmatige inspanningen om dance een prominente rol te

geven in haar evenementenbeleid. We beschouwen genoemde prijzen als een stimulans om het gekozen evenementenbeleid met kracht voort te zetten en het rendement ervan voor de stad nog verder te verhogen.

Eén van de manieren om vernieuwend te blijven in ons evenementenbeleid, was de op jonge creatieven gerichte prijsvraag FestiLab. Inspirerende festivalideeën voor de toekomst werden uitgelokt. Dat leverde in zes weken tijd 226 plannen op voor nieuw aanbod in de stad. Niet alle plannen zijn direct uitvoerbaar, maar een groot aantal bevat originele en inspirerende ideeën. Vrijwel allemaal getuigen ze van een grote en hartverwarmende betrokkenheid bij de stad en haar festivals.

Zeer positief was ook de doorbraak van onze activiteiten op het gebied van publieksonwikkeling. Op landelijk niveau is de culturele sector zich aan het verenigen om in gezamenlijkheid een breder en groter publiek te bereiken. Daarbij wordt via de landelijke website www.uitburo.nl het publiek op een eenduidige en gestandaardiseerde manier, culturele (agenda-) informatie aangeboden. Dat is een positieve ontwikkeling die wij graag ondersteunen en voor Rotterdam direct resultaat oplevert. In 2005 werd de functionaliteit van het Rotterdamse gedeelte van de website uitgebreid met online kaartverkoop, waardoor een groot aantal instellingen in staat werd gesteld om bezoekers van de website direct kaarten aan te bieden. Daarnaast hebben we samen met de grote theaters onderzoek gedaan naar profiel, omvang en overlap van hun bezoekers van de afgelopen vier seizoenen. Het analyseren van deze data en het delen van bezoekersinformatie stelt ons steeds beter in staat de wensen van de (potentiële) cultuurconsument in kaart te brengen.

In dat kader was het besluit van de heer Hulman, wethouder Kunstzaken en Vervoer, om ook in Rotterdam te komen tot een centraal informatie- en kaartverkooploket voor het Rotterdams Uitburo belangrijk nieuws. Het zal Rotterdam in staat stellen de al jarenlange bestaande achterstand op de Uitburo's in Amsterdam en Den Haag in te lopen. In 2006 zal het Rotterdams Uitburo gestalte krijgen in een ticketshop in de hal van de Centrale Bibliotheek. Een plek waar wij veel van verwachten als het gaat om nieuw publiek voor kunst en cultuur in Rotterdam.

De komende jaren zullen wij het huidige beleid verder ontwikkelen en ons inzetten om de samenwerking met onze partners in de stad te vervolmaken. Rotterdam loopt voorop in deze samenhangende aanpak, maar er liggen nog vele kansen om de effecten daarvan te optimaliseren, samenwerkingstrajecten te stroomlijnen en effectief te investeren in de leefbaarheid en ontwikkeling van de stad.

Johan Moerman, directeur Rotterdam Festivals
Maart 2006

ROTTERDAM FESTIVALS

Rotterdam Festivals coördineert het Rotterdamse evenementenbeleid en initieert activiteiten op het gebied van publieksverbreding in de culturele sector in Rotterdam. Ze levert zo een bijdrage aan de leefbaarheid en de ontwikkeling van de stad Rotterdam. Rotterdam Festivals opereert tussen overheid, publiek en organisatoren in. Zij brengt stedelijk belang, initiatief en wensen van het steeds veranderende publiek bijeen.

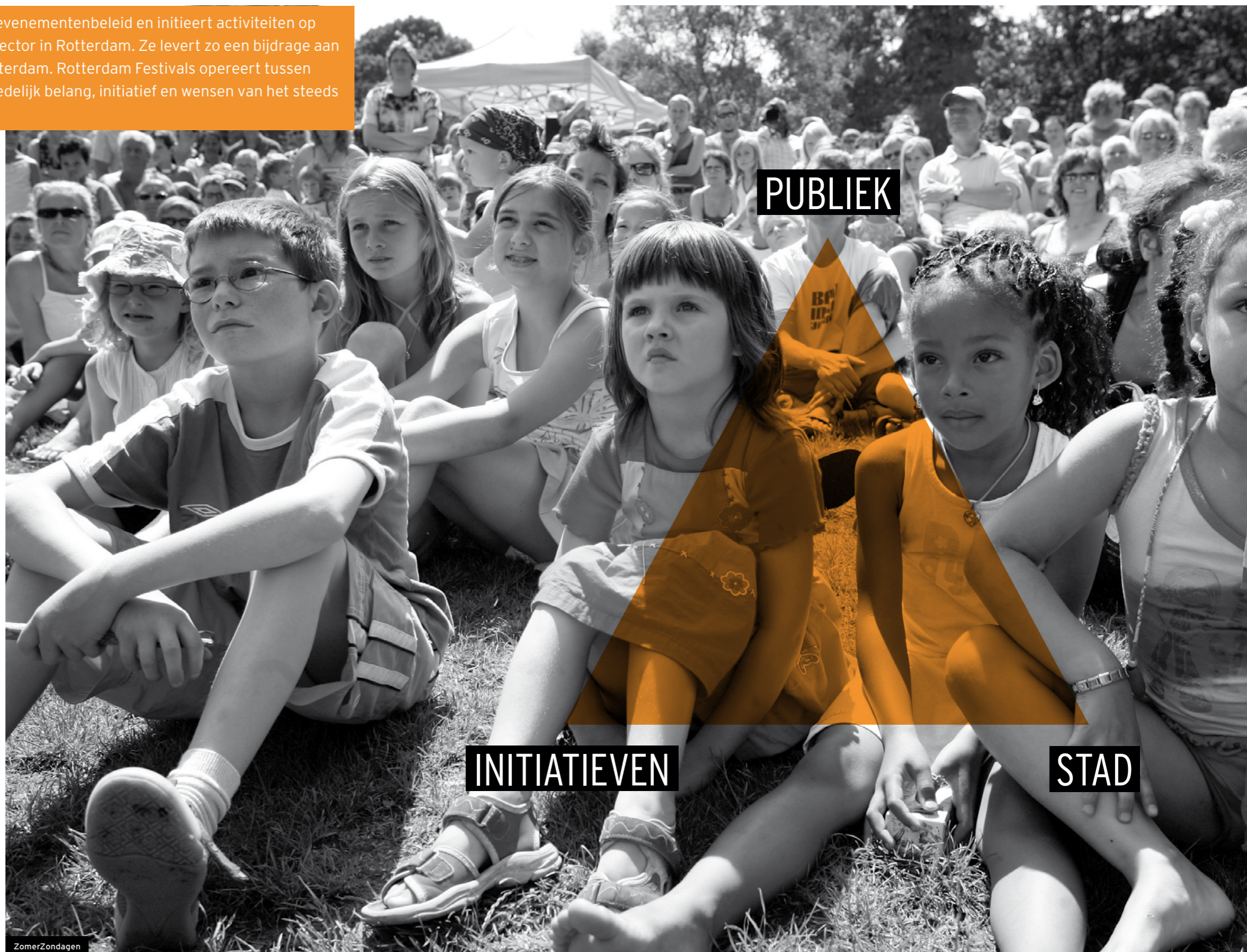
Rotterdam Festivals is in 1993 in het leven geroepen om, in opdracht - maar op afstand - van het gemeentebestuur, het evenementenbeleid een impuls te geven en het rendement van de evenementen voor de stad te verhogen. Er werd gedacht aan het verlevendigen van de toen nog wat stille zomer en het via gezamenlijke projecten stimuleren van de samenwerking tussen kunstinstellingen.

Al snel werd duidelijk dat de festivals, naast hun onmiskenbare eigen waarde, belangrijke neveneffecten teweegbrengen. De Rotterdamse Zomerfestivals groeiden uit tot een begrip in Nederland en zorgen ervoor dat Rotterdam inmiddels gezien wordt als een aantrekkelijke stad om een dagje door te brengen. Een samenwerkingsproject als het Museumparkfestival bewees dat de bekendheid van een nieuw gebied via de organisatie van een daarop gericht evenement, opvallend kan stijgen.

Festivals kunnen door hun flexibiliteit en aandacht in de media uitstekend ingezet worden om thema's onder de aandacht te brengen van een breed publiek, of een nieuw publiek voor het eerst kennis te laten maken met een gebied, een theater of een museum. Projecten als September in Rotterdam, de Museumnacht en de themajaren, zoals Waterlife 2003, tonen dat steeds weer aan.

Rotterdam Festivals steunt en initieert 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 vrijetijdsklimaat in de stad - en het uitdragen daarvan - staat daarbij centraal.

Rotterdam Festivals heeft zich langs deze lijnen ontwikkeld tot een organisatie die samenwerkingsprojecten faciliteert en onder de aandacht brengt van een breed, vaak nieuw publiek. Dat betreft festivals, samenwerkingsprojecten van de culturele instellingen, zoals Opera Rotterdam en de Vereniging Musea Rotterdam en het Rotterdams Uitburo. Onze activiteiten op het terrein van publieksoontwikkeling in de culturele sector, hangen nauw samen met onze festivalactiviteiten en gebeuren vanuit dezelfde culturele doelstelling om ook in de toekomst een breed publiek aan de sector te binden. Het is onze ambitie die dienstverlenende rol de komende jaren verder uit te bouwen en daarmee het rendement van onze activiteiten voor de stad nog verder te verhogen.



De Rotterdamse Zomerfestivals

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

Totaal aantal bezoekers	
De Rotterdamse Zomerfestivals	
1992	1.290.000
1993	1.360.000
1994	1.340.000
1995	1.500.000
1996	1.706.000 ¹
1997	1.574.000
1998	1.707.000
1999	1.735.000
2000	1.877.000 ²
2001	2.230.000 ³
2002	2.040.000
2003	2.527.000 ⁴
2004	2.233.000 ⁵
2005	2.254.000 ⁵

¹) incl. 200.000 opening van de Erasmusbrug

²) incl. publieksevenementen rondom Euro 2000

³) incl. extra impuls van Rotterdam Culturele Hoofdstad 2001

⁴) incl. 450.000 themajaar Waterlife

⁵) incl. resp. 250.000 en 270.000 Strand aan de Maas

**De Rotterdamse
Zomer
festivals**

FFWD Heineken Dance Parade

WERKWIJZE EN BELEID

De door de overheid doorgevoerde bezuinigingen, gekoppeld aan maar gedeeltelijk gecompenseerde kostenstijgingen, hebben de afgelopen jaren geleid tot een koopkrachtverlies van omstreeks 10%. Desondanks hebben wij ervoor gekozen de landelijk succesvolle zomerfestivals, zoals het Dunya Festival, het Zomercarnaval en de FFWD Heineken Dance Parade, op hetzelfde niveau te blijven ondersteunen. Reden hiervoor is dat juist deze festivals verantwoordelijk zijn voor de uitstraling en bezoekersaantallen van De Rotterdamse Zomerfestivals.

Tegelijkertijd is het noodzakelijk de zomer te vernieuwen en fris te houden. Om die reden zetten wij ons in om eenmalige theaterproducties in de buitenruimte te programmeren. Ook streven wij er naar om via langlopende zomeractiviteiten en terugkerende centrumprogrammering de zomerperiode nog meer als één geheel te kunnen presenteren. Consequentie is dat er met name bij de middelgrote festivals bezuinigd en soms geschrapt moest worden en door ons niet meer in de kalender kon worden opgenomen.

Voor het programma van 2005 had Rotterdam Festivals een budget beschikbaar van € 1.091.000,- en € 100.000,- voor collectieve promotie van De Rotterdamse Zomerfestivals. Voor het beoordelen van de zomerkalender en de daarvoor ontwikkelde voorstellen is een onafhankelijke adviescommissie aangesteld om de directie van Rotterdam Festivals te adviseren.

PROGRAMMA 2005

Ten opzichte van de zomer van 2004 is het aantal festivals gelijk gebleven, terwijl het totaal aantal bezoekers licht steeg tot ruim 2.250.000. Onze ambitie om 4 weekenden te programmeren met meer dan 100.000 bezoekers, 3 weekenden met tussen 20.000 en 100.000 bezoekers en 5 weekenden met kleine festivals van minder dan 20.000 is ruimschoots behaald.

Het programma bestond uit 24 grote en kleine evenementen, die elk een eigen publiek aanspreken. Daarnaast was er als verbindende factor de gehele zomerperiode het Strand aan de Maas en zorgden vier verrassende theatrale acts voor zowel een zomerse rode draad als vernieuwing van het zomerprogramma.

GROOTSCHALIGE FESTIVALS

Het Dunya Festival heeft in 2005 na een moeilijke periode een geslaagde doorstart gemaakt. De stichting Dunya zag haar precaire financiële situatie steeds verder verslechteren en kon ondanks grote inzet van zowel het bestuur van de stichting als ook van Rotterdam Festivals een faillissement niet langer voorkomen. In overleg met de curator heeft Rotterdam Festivals de continuïteit van stichting Dunya gewaarborgd door alle activiteiten over te nemen. In nauwe samenwerking

4 weekenden > 100.000 bezoekers

Dunya Festival, Zomercarnaval, FFWD Heineken Dance Parade, Rotterdams Straatfestival en Wereldhavendagen

3 weekenden met tussen 20.000 en 100.000 bezoekers

De Parade, Metropolis Festival, Dag van de Romantische Muziek

5 weekenden < 20.000 bezoekers

Kolkconcert, Camping Rotterdam, Dance Ground, City Life, Veerhavenconcert e.a.

met evenementenbureau Ducos, dat al jarenlang de productie van het Dunya Festival verzorgt, en het in oprichting zijnde Wereldmuziekcentrum, werd een nieuw fundament gelegd onder het festival. Het Dunya Festival was in opzet compacter dan voorgaande jaren, maar dit deed niet af aan de waardering van het publiek, noch aan het aantal bezoekers.

Zowel Zomercarnaval als FFWD Heineken Dance Parade leverden geslaagde edities af met veel bezoekers en een toenemend aantal internationale artiesten. Langzaam maar zeker krijgen deze festivals bekendheid buiten de landsgrenzen.

De Wereldhavendagen kenden in 2005 een compacte opzet waarbij de focus vooral op de haven en aan het havenbedrijfsleven gerelateerde activiteiten kwam te liggen. Rotterdam Festivals steunde onder meer het Shantysfestival en een Marokko manifestatie die zowel buiten, als in het nieuwe Luxor Theater plaatsvond. Dit programma, aangevuld met de traditionele Lichtjesparade en het feestelijke vuurwerk ter afsluiting, zorgde voor een succesvolle editie in 2005.

EVENEMENTENLOCATIES IN HET CENTRUM VAN ROTTERDAM

De al enige tijd bestaande problematiek rond het tekort aan evenementenlocaties in het centrum van de stad wordt langzaam maar zeker nijpend, ook door langlopende herinrichtingswerkzaamheden. De betrokken organisatoren hebben veel tijd moeten steken in het vinden van alternatieve locaties voor de evenementen in het Museumpark, het Metropolis Festival in het Zuiderpark en het eindfeest van de FFWD Heineken Dance Parade. Alle festivals hebben uiteindelijk doorgang kunnen vinden op alternatieve, zij het tijdelijke, locaties. Voor de langere termijn constateren wij dat mede door de verdichting van de woonfunctie in het centrum de druk op de nog beschikbare evenementenlocaties zal toenemen. Het risico bestaat dat festivals, en in het bijzonder grootschalige festivals, naar de periferie van het centrum worden gedwongen. Dit sluit niet aan op het evenementenbeleid waarbij gekozen is om festivals en evenementen in het centrum te organiseren omdat dit het grootste economische en sociale rendement oplevert voor de stad Rotterdam. Wij hebben het voornemen om deze problematiek komend jaar weer aan de orde te stellen.

MIDDELGROTE FESTIVALS

Ook de middelgrote festivals trokken een breed publiek. Vooral het Metropolis Festival, met 70.000 bezoekers, bevestigde haar landelijke faam door met een vooruitstrevende programmering veel positieve media aandacht te trekken. Daarnaast was er aanhoudende waardering van een relatief oudere doelgroep (35-49 jaar) voor vaste zomertradities als De Dag van de Romantische Muziek, Rotterdams Straatfestival en De Parade.



KLEINE FESTIVALS

Het merendeel van de kleine festivals heeft het afgelopen seizoen laten zien dat ze de, voornamelijk financiële, problemen te boven is gekomen. Helaas loopt bij een enkel festival het aantal bezoekers terug en moeten we constateren dat een aantal kleine festivals bijzonder kwetsbaar blijft, zoals het Kolkconcert en de Zomerzondagen. De vraag rijst of deze festivals in staat zullen zijn de komende jaren stand te houden. Wij verwachten dat het verkrijgen van financiële ondersteuning via sponsoring en fondsen voor dit type evenementen lastig zal blijven.

NIEUWE CONCEPTEN

Met het oog op demografische ontwikkelingen van Rotterdam hebben we de afgelopen twee jaar geëxperimenteerd met nieuwe festivalconcepten gericht op grootstedelijke jongerencultuur. Voorbeelden daarvan zijn City Life (voorheen Urbanstyle Festival) en Dance Ground. Deze in opzet nog relatief kleine evenementen bleken in de zomer van 2005 niet de potentie te hebben om door te groeien. Ondanks het dynamische en jonge imago van De Rotterdamse Zomerfestivals zijn er binnen het programma van 2005 slechts enkele evenementen, waaronder FFWD Heineken Dance Parade, die als echte jongerenfestivals gezien kunnen worden.



STRAND EN CENTRUMPROGRAMMERING

Rode draad en verbinding tussen de 24 zomerfestivals waren dit jaar het Strand aan de Maas en verrassende straatacts in het centrum van de stad. De derde editie van het stadsstrand bij Leuvehaven was opnieuw een succesvol evenement en een aantrekkelijke ontmoetingsplek aan het water, ook bij minder mooi zomerweer. Strand aan de Maas trekt ieder jaar een steeds breder en omvangrijker publiek, waarvan er dit seizoen meer dan in voorgaande jaren (+ 9%) van buiten de stad afkomstig waren.



Gedurende de hele zomer, vijftien weekenden lang, waren op zaterdag en zondag 's middags tussen 14.00 en 16.00 uur verrassende kleinschalige straattheateracts geprogrammeerd in het centrum van Rotterdam. Op het Schouwburgplein verzorgde het festival Cineboards drie weken lang korte presentaties van Nederlandse film- en videokunstenaars.

THEATERPRODUCTIES

Nieuwe elementen in het zomerfestivalprogramma waren vier grootschalige theaterproducties. 'Titanic' van het Duitse gezelschap Titanick bracht op pontons op de Maas een spectaculair schouwspel en wist de trappen en kade aan de Boompjes te vullen. Ook het Rotterdams Straatfestival wist voor de tweede maal een bijzondere en betoverende voorstelling naar Rotterdam te halen, de voorstelling 'Maudits Sonnants' van het Franse gezelschap Transe Express dat prachtig paste op het Schouwburgplein. Op hetzelfde plein speelden jonge dansers en musici uit Nederland en Cuba het dans- en muziek-spektakel 'El Camino del Agua'. Ten slotte meerde het schip van de Canadese Caravan Stage Company aan in Rotterdam



en bracht vanaf hun 30 meter lange theaterboot de Europese première van de voorstelling 'Vanishing Currents'.

PUBLIEKSONDERZOEK

Uit publieksonderzoek tijdens Dunya Festival, Zomercarnaval en FFWD Heineken Dance Parade (Marktplan Adviesgroep, november 2005) blijkt dat een kwart van de bezoekers van deze festivals van buiten de regio komen. Bij het Dunya Festival bedraagt het percentage bezoekers van buiten de regio 19%, bij het Zomercarnaval is het 33% van de bezoekers en bij de FFWD Heineken Dance Parade komt 24% van de bezoekers uit andere regio's naar Rotterdam.

De economische spin-off van deze festivals voor de stad is aanzienlijk. Gemiddeld geeft een bezoeker van één van deze festivals tussen € 20,- en € 25,- uit op het festivalterrein en elders in de stad. Het publiek spreekt haar waardering uit voor deze festivals met een gemiddeld rapportcijfer 8.

KOEPELCAMPAGNE

Het campagneteam van Rotterdam Festivals verzorgde de promotie van de Rotterdamse Zomerfestivals met als doel Rotterdam als dé festivalstad van Nederland op de kaart te zetten. De campagne richtte zich op de stad en regio Rotterdam en had een Rotterdams karakter met een grootstedelijke uitstraling. Als primaire doelgroep stonden de bewoners van de stad centraal. Elke Rotterdammer, jong en oud, ongeacht afkomst of sociale klasse, kon zich in de campagne herkennen en laten verleiden tot het bezoeken van de festivals. Via verschillende middelen zoals posters en programmaoverzichten, banieren, internetsite en niet te vergeten vrije publiciteit, werden de Rotterdamse Zomerfestivals als totaal goed zichtbaar. De evenementen Monaco aan de Maas en Red Bull Air Race, georganiseerd in het kader van Rotterdam Sportjaar 2005, werden ook ondersteund door de koepelcampagne van de Rotterdamse Zomerfestivals.

In 2005 is het dagblad Metro als mediapartner gekozen. Op de openingsdag van de Rotterdamse Zomerfestivals, 19 mei, kwam Metro editie Rotterdam uit met een speciale bijlage (outsert) waarin het zomerfestivalprogramma bekend werd gemaakt. Daarnaast hebben het Rotterdams Dagblad, de Havenloods, RTV Rijnmond en RNN7 veel aandacht besteed aan de Zomerfestivals. Antenne Rotterdam verscheen op ieder festival met een cameraploeg en publiceerde er een videoverslag van op de website en via RotterdamTV. Dankzij de inspanningen op persbewerking is het aantal publicaties in zowel landelijke als regionale media t.o.v. van 2004 met 45% gestegen. Het meest in het oog springend promotiemiddel was in 2005 de Velotaxi (fietstaxi), die bij aanvang van de festivalzomer in de stad werd geïntroduceerd en bedrukt was met het campagnebeeld van de Rotterdamse Zomerfestivals.



September in Rotterdam

Met het programma September in Rotterdam viert Rotterdam op feestelijke en kwalitatief hoogwaardige wijze de opening van het culturele seizoen. Evenementen die de veranderende stad als inspiratiebron gebruiken, vormen de rode draad in het programma.



SEPTEMBER IN ROTTERDAM
OPENING CULTURELE SEIZOEN

R'Uitmarkt

WERKWIJZE EN BELEID

Rotterdam Festivals gebruikt een aantal richtlijnen bij het samenstellen van het programma van September in Rotterdam. We zoeken programma's die zich onderscheiden van de reguliere programmering en zich kenmerken als grootstedelijk en bijzonder. Bij voorkeur gaat het om premières, locatieprojecten (in het centrum) of topproducties met een duidelijke inhoudelijke kwaliteit. Belangrijk daarbij is dat de verschillende programma's zich in samenhang met andere programmaonderdelen kunnen en willen presenteren. Jonge, nieuwe kunstenaars willen we graag een kans geven zich te presenteren in Rotterdam. Op die manier zien we kansen om nieuw en jong publiek te bereiken voor het culturele aanbod in de stad.

Voor het programma van 2005 had Rotterdam Festivals een budget beschikbaar van € 706.000,- en een bedrag van € 120.000,- was bestemd voor de versterking van de marketing van de individuele programmaonderdelen middels een overkoepelende campagne.

PROGRAMMA 2005

Ook dit jaar werd het programma van September in Rotterdam gedragen door (inter)nationale artiesten, kunstenaars en gezelschappen die samenwerkten met het Rotterdamse kunstenaarscircuit en de Rotterdamse instellingen. September in Rotterdam 2005 bestond uit 8 evenementen. De aftrap werd gegeven door ClubCruise en de afsluiting werd gevormd door GDMW Festival. In totaal heeft het programma van September in Rotterdam ruim 85.000 bezoekers getrokken.

Bij de invulling van September in Rotterdam 2005 hebben we weer ingezet op het verder uitbouwen van kwaliteit en heldere profilering van het programma. Naast het Gergiev Festival Rotterdam en De (Internationale) Keuze van de Rotterdamse Schouwburg investeerden we in het (jonge) kunstenfestival De Wereld van Witte de With. Nieuw evenement binnen September in Rotterdam was ClubCruise, een gezamenlijke presentatie van het Rotterdamse clubcircuit. Dit evenement was een vernieuwde versie van het vergelijkbare project Diskoopje dat plaatsvond in het kader van Rotterdam Culturele Hoofdstad 2001. Een andere programma-aanwinst was Scandinavië+, de eerste editie van het Europa Festival van Theater Lantaren/Venster.



ClubCruise

OPENINGSWEEKEND (3 EN 4 SEPTEMBER)

Het Rotterdamse uitgaansleven opende op zaterdagavond 3 september haar deuren voor ClubCruise. Met één kaartje toerde het overwegend jonge publiek langs 13 verschillende uit-

gaansclubs in Rotterdam. ClubCruise had aantrekkingskracht op clubhoppers uit heel Nederland en scoorde bijzonder goed in de landelijke en regionale pers. Het evenement kwam tot stand door een goede samenwerking tussen Rotterdam Marketing, Rotterdam Festivals, JMR producties en het clubcircuit. Traditiegetrouw vond op de eerste zondag van september de R'Uitmarkt, de Culturele Aftrap plaats met meer dan 50 gratis toegankelijke optredens op het Schouwburgplein, in het Doelencafé en in de Rotterdamse Schouwburg. Op de informatiemarkt werd het publiek lekker gemaakt voor het komende seizoen. Voor iedereen die werkzaam of actief is in de culturele sector eindigde de R'Uitmarkt traditiegetrouw met een borrel van Rotterdam Festivals op het dak van de Doelen. Met een speech van de heer Hulman, wethouder Kunstzaken en Vervoer, werd het culturele nieuwjaar ingeluid.

DE (INTERNATIONALE) KEUZE VAN DE ROTTERDAMSE SCHOUWBURG (5 T/M 24 SEPTEMBER)

Voor de vijfde keer vond De (Internationale) Keuze van de Rotterdamse Schouwburg plaats. De schouwburg heeft een voorkeur voor (inter)nationale theatermakers die op hun eigen, hoogst persoonlijke wijze bezig zijn met de ontwikkeling van nieuwe theatervormen. Te zien waren onder meer de volledige vierdelige Proustcyclus van het ro theater als marathon in drie dagen, Peep & Eat van Laika, oftewel culinair theater in een ronddraaiende keuken op locatie voor het hoofdkantoor van Unilever, en Ivanov door het Duitse Thalia Theater, onder regie van de Rotterdamse theatermaker Alize Zandwijk. Mede door de gewaagde programmering van De Keuze ontving de Rotterdamse Schouwburg in 2005 de Prijs van de Kritiek van De Nederlandse theatercritici.



De Wereld van Witte de With

DE WERELD VAN WITTE DE WITH (9 T/M 11 SEPTEMBER)

Het (jonge) kunstenfestival De Wereld van Witte de With stond dit jaar in het teken van zusterstad Antwerpen. Ter versterking van de samenhang in de programmering, initieerde Rotterdam Festivals voorafgaand aan het driedaagse evenement, een brainstorm met directeuren en programmeurs van Witte de With, TENT., Museum Boijmans Van Beuningen, V2, Showroom MAMA, het Nederlands fotomuseum en Arminius. Jeroen Everaert van Mothership werd gevraagd om dit collectief te versterken en "aan te jagen". Financieel draagvlak voor het evenement werd verbeterd door onder meer het realiseren van een sponsordeal met Wijk Ontwikkeling Maatschappij (WOM). De galeries en horecaondernemers uit het gebied werden ook nauw betrokken bij het festival. De keuze voor het thema Antwerpen zorgde voor een gevarieerd festivalprogramma waarin de overeenkomsten en verschillen in beeldende kunst, theater, fotografie, film, muziek, dans,

mode, debat, haute en ordinaire cuisine van Antwerpen en Rotterdam te zien waren. De persvoorlichter van Rotterdam Festivals werd extra ingezet om zoveel mogelijk vrije publiciteit voor De Wereld van Witte de With te genereren. Het thema Antwerpen wekte ook de interesse van de Vlaamse pers. De dagbladen de Morgen en de Gazette van Antwerpen plaatsten beide een vooraankondiging en een positieve recensie.

GERGIEV FESTIVAL ROTTERDAM (10 T/M 17 SEPTEMBER)

Volle zalen bepaalden de aanblik van het tiende Gergiev Festival Rotterdam. Zwaartepunt van het festival vormden vier symfonische concerten door het Rotterdams Philharmonisch Orkest, alle onder leiding van de Russische maestro Valery Gergiev. Met het thema 'Iconen van het fin de siècle' sloeg het festival in 2005 een nieuwe richting in: er stond geen componist maar een stijlperiode centraal, en er werd voor het eerst vrijwel geen Russische muziek gespeeld. Het nieuwe concept is goed aangeslagen bij het publiek. De zaalbezetting was hoog, en nog meer dan andere jaren werd de randprogrammering goed bezocht.

EUROPA FESTIVAL, SCANDINAVIË + (9 T/M 30 SEPTEMBER)

Theater Lantaren/Venster presenteerde in samenwerking met Rotown, De Laurenskerk, R2R en Stichting Jazz International Rotterdam een nieuw evenement: Europa Festival. De eerste editie van dit festival stond in het teken van de Scandinavische landen aangevuld met IJsland en Finland. Het enorme programma omvatte jazz en geïmproviseerde muziek, experimentele elektronische muziek, singer/songwriter pop, moderne dans en film uit Scandinavië. Het festival werd, zeker voor een eerste editie, goed ontvangen door de pers wat resulteerde in positieve recensies in de landelijke dagbladen en op de radio.

GDMW FESTIVAL (30 SEPTEMBER EN 1 OKTOBER)

De negende editie van dit literaire festival kende, naast diverse literaire grootheden, een bijzonder uitgebreid muziekprogramma. Ook waren er weer nieuwe eigen producties, waaronder de filmpremière van 'Te gek moment' over dichter Frans Vogel. Het was de best bezochte editie tot nu toe. Vooral de vrijdagavond was populair, met optredens van Arthur Japin, Gumbah, Tom Lanoye en The Fall (UK). Onder de noemer Zaptalks interviewden jonge interviewers, die via Rotterdam Festivals vooraf een workshop interviewtechnieken hadden gevolgd, onder andere Tim Krabbé en Ernest van der Kwast. Tot in de late uurtjes danste het publiek van GDMW Festival in de Kleine Zaal van de Rotterdamse Schouwburg.

JAZZ INTERNATIONAL ROTTERDAM (23 T/M 25 SEPTEMBER)

Dit jaar was New Cool Collective-voorman Benjamin Herman de artistiek leider van de vijfde editie van het Rotterdamse jazzfestival. Het festival startte met een bomvolle opwarmer in jazzcafé Dizzy en gaf daarna drie dagen lang concerten in de Doelen. Het enigszins verjongde karakter van Jazz International Rotterdam én de presentatie van de nieuwe cd van New Cool Collective tijdens het festival, genereerde extra veel pers aandacht.

KOEPELCAMPAGNE

Het campagne team van Rotterdam Festivals verzorgde net als voor De Rotterdamse Zomerfestivals, de koepelcampagne voor September in Rotterdam. Het totale programma werd via een programmabijlage van NRC Handelsblad landelijk onder de aandacht gebracht. Regionale en lokale promotiemiddelen voor September in Rotterdam waren bioscoopreclame in de Rotterdamse filmzalen, een wekelijks programma van Moois op TV Rijnmond, drie door de stad fietsende Velotaxi's met affiches van de acht festivals, banieren in de buitenruimte en photoflyer teams op locatie. Ook was bij elk evenement een cameraploeg van Antenne Rotterdam aanwezig die opnames maakte voor Rotterdam TV en internet.



Jazz International Rotterdam

De Rotterdamse Winterfestivals

Rotterdam Festivals heeft in samenwerking met de Ondernemersfederatie Rotterdam City in 2005 voor de eerste keer een festivalprogramma in de winterperiode ontwikkeld. Doelstelling was om Rotterdam in de relatief rustige wintermaanden ook te profileren als festivalstad en de ondernemers in de binnenstad actief te betrekken bij en te laten profiteren van een festivalprogramma in het centrum van de stad.



Met een relatief klein budget van € 260.000,- waarvan € 100.000,- bestemd voor het Winterplein en € 10.000,- voor publieksonderzoek, is in de winterse maanden november 2005 t/m januari 2006 een cultureel festivalprogramma onder de noemer De Rotterdamse Winterfestivals georganiseerd. Door inspanningen van de winkeliers in het centrum zorgden extra koopavonden, sfeervolle etalages en verlichte winkelstraten voor een feestelijke en winterse entourage van het programma.

De Rotterdamse Winterfestivals gingen op 12 november van start met de intocht van Sinterklaas vanaf het Leuvehoofd. Met een extra financiële injectie van het OBR ten behoeve van de kwaliteitsverbetering van dit evenement, werd tevens geïnvesteerd in de ambitie van Rotterdam om over een aantal jaren de stad van aankomst te worden van de landelijke intocht van Sinterklaas. Christmas Wonderland zorgde met een kerstmarkt, kinderkoren en sfeerverlichting voor kerststeren rond het Stadhuis en Beurs. De schaatsbaan Winterplein werd in 2005 voor de derde keer georganiseerd en was beoogd publiekstrekker en rode draad van de Winterfestivals. Door de gekozen opzet, overdekt en aan de periferie van het centrum op de Wilhelminapier, was het rendement voor de stad en de mogelijkheden om wisselwerking te krijgen met de winkelgebieden helaas niet optimaal. Winterplein werd overigens zeer goed bezocht.

Een aantal programma-onderdelen, gebundeld onder de noemer Sprookjesstad, stond in het teken van sprookjes. Ruim 200 inwoners van Rotterdam dosten zich uit als sprookjesfiguren en trokken als de Sprookjesparade door het centrum van de stad. De tweehonderdste verjaardag van sprookjesschrijver Hans Christiaan Andersen werd gevierd met voorstellingen en voordrachten in Theater Donner en het Bibliotheektheater in het kader van het Andersen Festival.

KOEPELCAMPAGNE

Het campagne team van Rotterdams Festivals werd ingezet om De Rotterdamse Winterfestivals als collectief festivalprogramma te promoten. Een programmakrant werd samengesteld en als bijlage van de Havenloods op 9 november 2005 huis-aan-huis verspreid op 280.000 adressen in Rotterdam. Ondanks de bescheiden omvang van de programmering, was er veel aandacht vanuit de pers voor De Rotterdamse Winterfestivals en oogstten de programma-onderdelen waardering van het publiek. Wij zijn van mening dat de pilot van De Rotterdamse Winterfestivals heeft aangetoond dat Rotterdam de potentie heeft om zich ook in de wintermaanden als evenementenstad te profileren.

Overige Activiteiten

Naast de programmabudgetten voor de Rotterdamse Zomerfestivals en September in Rotterdam, beschikt Rotterdam Festivals over een budget om door het jaar heen festivalinitiatieven te ondersteunen. Dit stimuleringsbudget is bestemd voor evenementen en festivals die een zinvolle bijdrage leveren aan de ontwikkeling van een divers en gezond cultureel klimaat in de stad. Van belang hierbij is dat de evenementen een grootstedelijk karakter hebben, nieuwe publieksgroepen weten te bereiken of de zichtbaarheid van elders gefinancierde evenementen in de stad vergroten.



Er werd in 2005 meer dan voorgaande jaren een beroep gedaan op het stimuleringsbudget van Rotterdam Festivals. De sponsormarkt trekt nog maar langzaam aan en vele organisatoren klopten naast financiële steun, ook bij ons aan voor adviezen op het gebied van sponsor- en fondsenwerving. De meeste festivals konden doorgaan, maar hun organisatoren schrapten flink in de organisatiekosten of organiseerden het evenement in verkleinde vorm.

In 2005 hebben we meer dan 20 festivals en evenementen in Rotterdam ondersteund met een bijdrage uit het budget. De gehonoreerde aanvragen laten de veelzijdigheid en creativiteit van cultureel Rotterdam goed zien. Zo ondersteunde Rotterdam Festivals de startbijeenkomst van Nieuwe Garde, een netwerk nieuwe stijl voor jonge creatieven. Ook gaven we een bijdrage aan initiatieven op het gebied van film, zoals de eerste Nederlandse editie van het internationale festival voor de korte film Resfest en de pilot editie van het digitale mediafestival Pixelpark. Ook enkele bestaande initiatieven als het ARAB Film Festival en Cinemar ontvingen een financiële bijdrage. In het kader van het International Film Festival Rotterdam honoreerden we de aanvraag voor het festival Hotspots, waarin de steden Bagdad, Istanbul en Bristol centraal stonden in Off_Corso.

Rotterdam zet zich ook steeds meer op de kaart als modestad, getuige het evenement Going to a Go-Go, een festival in reststijl rondom een alternatieve fashionaward in Calypso en

de modeshow Life is a Fairytale in de Schotse Kerk. Ook kreeg muziek in Rotterdam veel aandacht, met evenementen als Numoonfest, de pilot van Nu Music & Media Convention, het garage rock festival Primitive!, de Sranang Battle, A Tribute to The King of Kaseko, alias Lieve Hugo in Theater Zuidplein, en 149 basklarinetten in de Doelen tijdens de World Bass Clarinet Convention. Dat Rotterdam een architectuurstad is werd goed zichtbaar tijdens de Open dag van de Architectuur Biënnale waar ruim 2.500 Rotterdammers de exposities bezochten.

Naast incidentele bijdragen verstrekt Rotterdam Festivals ook structurele bijdragen aan een aantal organisaties. Het betreft hier evenementen die al vele jaren een vaste plek hebben op de Rotterdamse evenementenkalender zoals het cabaretfestival Cameretten en de Rotterdamse Pianodriedaagse. De laatste werd helaas door noodweer gedwongen de finale naar 2006 te verschuiven.

Buiten financiële bijdragen voor de festivals is het budget ook ingezet voor aanverwante activiteiten zoals publieksonderzoek en ondersteuning voor de Rotterdamse Museumnacht. Ook bleek er regelmatig behoefte aan advies of ondersteuning op het gebied van persbenadering en marketing en communicatie. Er werd door de aanvragende organisatoren volop gebruik gemaakt van de collectieve promotiemiddelen van Rotterdam Festivals, zoals het Rotterdams Uitburo, het Studenten Uitburo en DIMI.

FestiLab

Rotterdam Festivals wil als stedelijk evenementenbureau het innovatieve imago van de stad Rotterdam, met name als het gaat om evenementen, in de toekomst waarborgen. Om ervoor te zorgen dat Rotterdam ook dé evenementenmetropool van Nederland blijft moet er geïnnoveerd worden. Om die reden nam Rotterdam Festivals in 2005 het initiatief voor een innovatiewedstrijd: FestiLab-Festival Innovatieprijs Rotterdam.



De wedstrijd werd in het najaar van 2005 uitgeschreven om creatieve geesten in Rotterdam te stimuleren nieuwe festivalconcepten te bedenken. De belangrijkste inspiratiebron was de stad Rotterdam zelf. Bij de opzet van de wedstrijd en de voorwaarden waaraan concepten moesten voldoen, zijn de criteria die wij voor bijvoorbeeld de Zomerfestivals en September in Rotterdam hanteren, losgelaten. Zo hoopten we ook ideeën uit andere disciplines zoals architectuur, multimedia, vormgeving en beeldende kunst los te krijgen. Deze disciplines komen in het huidige festivalaanbod minder voor, maar zijn mogelijk interessant om op te nemen in een nieuw festivalconcept. In totaal zijn 226 inzendingen binnengekomen waarvan er 5 genomineerd werden door een vakkundige jury.

Uit de vijf genomineerde concepten heeft de jury de winnaars bepaald voor twee categorieën. In de categorie Nieuwe Aanwinst is Het Huisdierenfestival als beste concept gekozen. Dit nieuwe festival werd door de jury beoordeeld en gewaardeerd als laagdrempelig vanwege de hoge mate van participatie van mensen uit alle lagen van de bevolking. Iedere huisdierbezitter kan meedoen en zich op een persoonlijke manier presenteren op de catwalk of in een parade. Wij streven ernaar om dit nieuwe festival in het seizoen 2006/2007 te realiseren.

In de categorie Innovatie is het game event 'Battle on the buildings' als winnaar uit de bus gekomen.

Dit concept speelt in op de populariteit van computergames onder een brede laag van de bevolking. Hoogbouw in Rotterdam wordt benut als game-area waar verschillende deelnemers tegelijkertijd tegen elkaar strijden. Het gamen wordt van de huiskamer naar de buitenruimte verplaatst in de bebouwde omgeving en biedt ook voor het publiek een verrassend schouwspel.

FestiLab heeft veel waardevolle nieuwe ideeën opgeleverd. Het bevestigt onze overtuiging dat er veel creativiteit en betrokkenheid bij festivals in de stad aanwezig is. Rotterdam Festivals zal zich inzetten om dit potentieel de komende jaren te ondersteunen en te begeleiden, om te komen tot de gewenste vernieuwing van het evenementenaanbod.

Juryleden FestiLab 2005

Annette ter Haar (NAI)
Cathy Jacob (Kunstgebouw)
Willem Kars (Design Platform Rotterdam)
Eltje de Klerk (ECORYS Research & Consulting)
Martin de Korte (Off_Corso)
Mijke Loeven (Beeldzaken)
Wim Pijbes (Kunsthal)
Philip Powel (Crime Jazz)
Arjan Ribbe (ARA Dynamics)
Siebe Thissen (CBK Rotterdam)

Operadagen Rotterdam

Rotterdam Festivals participeert met een aantal Rotterdamse culturele instellingen die opera maken of presenteren, in het samenwerkingsverband Opera Rotterdam. Dit collectief wilde in 2005 een internationaal operafestival in Rotterdam van de grond tillen. Ondanks dat de plannen enthousiast werden ontvangen, ontbrak het aan de noodzakelijke financiële steun voor een festival met internationale allure. Daarom werd gekozen voor een 10-daags evenement, bescheidener van opzet, maar passend in het streven van de initiatiefnemers om opera als een gezichtsbepalend culturelement in de stad te laten uitgroeien en zo een breder publiek voor opera en muziektheater te realiseren.

Operadagen Rotterdam zorgde voor een feestelijke afsluiting van het operaseizoen in Rotterdam. Van 9 t/m 19 juni 2005 stonden opvallende premières, bekend en minder bekend operarepertoire, jeugdproducties en workshops op het programma. Maar liefst 68 concerten, voorstellingen en evenementen stonden geprogrammeerd op 12 binnen- en buitenlocaties in Rotterdam. De Operadagen werden geopend met Francesco Cavalli's tweede opera *Gli Amori D'Apollonia* di Dafne door Muziektheater Transparant in de Rotterdamse Schouwburg. Eén van de hoogtepunten in het festivalprogramma was de 'wereldpremière' van Vivaldi's herontdekte *Moteczuma*, die grote internationale aandacht trok in onder meer de New York Times en op CNN.

Ook de zeer toegankelijke familiedag Opera de Luxe in het Luxor Theater kreeg veel aandacht. Ondanks een tropisch warme zomerdag werd dit muzikale feest voor de hele familie, met muziek, theater en beeldende kunst op onverwachte locaties in en rond het theater, goed bezocht. Operaliefhebbers konden snuffelen tussen cd's, operabrochures, boeken en partituren tijdens de Nationale Operabeurs in de Expohal van de Doelen.

Opera Spanga, bekend van de eigenzinnige operavoorstellingen in het Friese dorp Spanga, speelde *Sancta Susanna* in de Laurenskerk.

Het promotieteam van Rotterdam Festivals trok tijdelijk een extra marketeer aan om de marketingcoördinatie van de Operadagen te verzorgen. De programmakrant werd als speciale bijlage van het NRC Handelsblad in Rotterdam en landelijk verspreid. De Operadagen Rotterdam werden bezocht door 12.000 bezoekers, een bezettingspercentage van 83%.

De Operadagen zijn bedoeld voor leken, kenners en kinderen

OPERADAGEN
VRIJ NEDERLAND
6.2005



Operadagen Rotterdam

KOORTS

Om de tweede termijn (2005-2008) van het Actieplan Cultuurbereik in te luiden, is in het voorjaar van 2005 de manifestatie KOORTS georganiseerd. Vanuit de ambitie om kunst en cultuur voor zoveel mogelijk Rotterdammers bereikbaar te maken, werden in een periode van vier maanden ruim 40 projecten onder de vlag van KOORTS gepresenteerd. Rotterdam Festivals bood onderdak aan het projectteam van KOORTS en versterkte de marketing en communicatie vanuit het promotieteam.



Slotconcert KOORTS

Aan de manifestatie KOORTS waren drie doelstellingen gekoppeld. Allereerst het aanwezige creatieve talent in de stad te (doen) begeleiden en te presenteren. Na afloop van het programma dienden er nieuwe connecties (netwerken) en concepten (programma's) te zijn ontstaan die voor een langere periode bruikbaar zijn en waarmee nieuw publiek bereikt wordt. Een tweede doel was om met kunst- en cultuurprojecten bij te dragen aan het positief beleven van de eigen woonomgeving en de stad als geheel. De derde doelstelling was het in contact brengen van nieuwe publieksgroepen met kunst- en cultuuruitingen.

KOORTS vond van 5 maart tot 9 juli 2005 plaats op diverse locaties in Rotterdam; grootstedelijke kunst- en cultuurinstellingen, lokale wijkpodia en in de open lucht. De manifestatie bestond uit tien programma's met in totaal 40 projecten die het hele cultuurpalet omvatten: muziek, theater, dans, beeldende kunst, kennismaking met kunst- en cultuurinstellingen,

letteren, architectuur in de openbare ruimte, stadstochten, expertmeetings en debatten. Ruim 30.000 mensen bezochten één of meer projecten van KOORTS. Daarnaast trok de website www.rotterdamheeftkoorts.nl 70.000 bezoekers en keken duizenden mensen naar Antenne Rotterdam op internet en Rotterdam TV.

De promotie van KOORTS was een combinatie van een koepeelcampagne en guerrillamarketing. In de campagne stonden 59 portretten van Rotterdammers uit alle gelederen van de stad centraal. Allemaal hadden ze in meer of mindere mate iets met KOORTS te maken, en werden als ambassadeur van KOORTS op vele manieren ingezet. Voor KOORTS werd een herkenbare huisstijl ontwikkeld die terugkwam op de promotiemiddelen van de verschillende projecten.

PROJECTEN PUBLIEKSONTWIKKELING 2005

Rotterdams Uitburo

Rotterdam Festivals is mede-initiatiefnemer van het landelijke uitgaansmerk Uitburo. In september 2004 is dit marketinginitiatief van start gegaan en inmiddels is het voor de cultuurconsument een complete, betrouwbare en herkenbare informatievoorziening voor kunst en cultuur in brede zin. Rotterdam Festivals is verantwoordelijk voor het Rotterdams Uitburo en streeft via deze voorziening naar meer en nieuw publiek voor het culturele aanbod in Rotterdam.

Rotterdam Festivals houdt zich ruim 5 jaar bezig met publieksontwikkeling voor de culturele sector. In overleg met de instellingen is er voor gekozen om via het merk Rotterdams Uitburo de culturele sector een herkenbaar en toegankelijk gezicht te geven. Het Rotterdams Uitburo richt zich op een breed potentieel cultuurpubliek, maar met name light users, die enkele culturele activiteiten per jaar bezoeken en/of latente interesse in cultuur hebben, zijn een belangrijke doelgroep. Juist deze mensen hebben niet allemaal zicht op de breedte van het culturele aanbod of weten de weg niet te vinden in cultureel Rotterdam. In 2005 hebben naast Rotterdam, Amsterdam en Den Haag ook de steden Groningen, Enschede, Leiden en Maastricht zich bij het landelijke Uitburo-netwerk gevoegd. Onder andere via de gezamenlijke website www.uitburo.nl en de gratis digitale nieuwsbrief Uitmail wordt er nauw contact onderhouden met het publiek in betreffende steden en regio's. Op het Rotterdamse gedeelte van de website zijn in 2005 ruim 120.000 bezoeken geregistreerd en inmiddels meer dan 8.500 Rotterdammers worden wekelijks geïnformeerd over het Rotterdamse culturele aanbod via de digitale nieuwsbrief Uitmail.

CENTRAAL INFORMATIE- EN VERKOOPPUNT

Rotterdam Festivals heeft in opdracht van de gemeente Rotterdam, en in samenwerking met de culturele sector, in 2005 onderzoek gedaan naar de mogelijkheden voor centrale informatie- en (last-minute) kaartverkoop in Rotterdam. Op basis van het onderzoeksrapport heeft de gemeente in het najaar van 2005 aan Rotterdam Festivals de opdracht gegeven om een dergelijke centrale faciliteit zowel digitaal als fysiek in Rotterdam te realiseren onder de merknaam Rotterdams Uitburo. Online kaartverkoop was eind 2005 voor een groot aantal theaters reeds gerealiseerd en de eerste stappen naar last-minute kaartverkoop via www.uitburo.nl waren gezet. Het centrale informatie- en verkooppunt op locatie zal gevestigd worden in de hal van de Centrale Bibliotheek en gaat naar verwachting open per 1 september 2006. Er is gekozen voor de bibliotheek omdat het al de functie van informatie- en kenniscentrum van de stad en regio Rotterdam vervult en er jaarlijks ruim 1,5 miljoen bezoekers worden ontvangen waarvan een aanzienlijk deel ook interesse heeft in kunst en cultuur. Wij verwachten dat centrale kaartverkoop voor cultureel Rotterdam een bijdrage zal gaan leveren aan het vergroten van de participatie van het bestaande publiek (cross-selling) en in het aanboren van nieuw publiek. Bovendien zal de voorziening het culturele imago van de stad vergroten en de zichtbaarheid van de culturele sector bij een breed publiek doen toenemen.

R'UITMAGAZINE

Het collectieve uitgaansblad over kunst, cultuur en vrije tijd in Rotterdam, het R'Uitmagazine, verloor in 2005 twee van haar drie vaste financieringspartners, namelijk Rotterdam Marketing en Dienst Sport & Recreatie. Rotterdam Festivals, de enig overgebleven vaste inkomstenbron van het blad, heeft in overleg met de instellingen besloten om het R'Uitmagazine tot aan de zomer van 2006 in stand te houden en in de tussentijd te werken aan een verbeterde uitgave of een alternatief voor het blad. Ons streven is om het blad dicht bij het Rotterdams Uitburo te brengen, en een koppeling te maken met de andere collectieve (online) informatiekanalen en services van het Rotterdams Uitburo. Een lezersonderzoek van 2005 heeft in ieder geval uitgewezen dat de lezers van het R'Uitmagazine graag gebruik maken van een specifiek op kunst en cultuur gericht uitgaansblad, om een keuze te maken uit het culturele aanbod van Rotterdam. Ook blijkt het huidige magazine een positief effect te hebben op de cultuurparticipatie van de lezers. 32% van de respondenten gaf aan dat hun cultuurbezoek zeker beïnvloed wordt door het R'Uitmagazine.

SAMENWERKING MET UPC

Het Rotterdams Uitburo en UPC Nederland hebben in 2005 een sponsorovereenkomst voor drie jaar getekend. Dit heuglijke feit werd wereldkundig gemaakt door de heer Hulman, wethouder Kunstzaken en Vervoer, en enkele vertegenwoordigers van UPC tijdens de culturele borrel in de Doelen na afloop van de R'Uitmarkt. "Bij het Rotterdams Uitburo gaat het om plezier bij uitgaan, bij UPC vooral om plezier thuis. De verbindende factor is entertainment", aldus Diederik Karsten, Managing Director van UPC Nederland. Uitgangspunt voor de samenwerking tussen UPC en het Rotterdams Uitburo is het gezamenlijk ontwikkelen van nieuwe multimediale toepassingen, zoals informatiezuilen in de stad, om het publiek nog beter te kunnen informeren over het culturele aanbod in Rotterdam. En uiteindelijk wil het Rotterdams Uitburo de mensen bereiken die nu nog geen of weinig gebruik maken van het culturele uitgaanscircuit in de stad. Met haar kennis en ervaring op digitaal gebied, is UPC een waardevolle partner voor het Rotterdams Uitburo in het realiseren van deze ambitie. Naast zichtbaarheid via uitingen van het Rotterdams Uitburo, heeft UPC ook gekozen voor het vergroten van haar naamsbekendheid onder jongeren via het Studenten Uitburo en DIMI. Bovendien is UPC tot en met 2008 hoofdsponsor van de R'Uitmarkt, de jaarlijkse opening van het culturele seizoen in Rotterdam.

Jongerenmarketing

Marktbewerking van jongeren is een speerpunt binnen het beleid van publieksontwikkeling voor kunst & cultuur in Rotterdam. Jongeren zijn het publiek van de toekomst, en vormen tegelijkertijd een van de lastigste publieksgroepen om binnen te halen. Rotterdam Festivals houdt zich sinds de oprichting van het jongerenmagazine DIMI in 2000 bezig met collectieve marktbewerking van jongeren. Met financiële steun vanuit het Actieprogramma Cultuurbereik en in samenwerking met de culturele sector, wordt aansluiting gezocht bij de interesses en belevingswereld van jongeren tussen 15 en 22 jaar.

STUDENTEN UITBURO

Rotterdam Festivals is met financiële steun van het Actieprogramma Cultuurbereik in 2004 gestart met het Rotterdams Uitburo voor studenten, oftewel het Studenten Uitburo op de hogescholen in Rotterdam. Deze doelgroepvariant van het Rotterdams Uitburo beoogt hbo-studenten te informeren over kunst en cultuur in Rotterdam en biedt hen het gemak van kaartverkoop op de hogeschool. Tegelijkertijd zoekt het Studenten Uitburo mogelijkheden om cultuur een plek te geven binnen het onderwijsprogramma. Op de Hogeschool INHOLLAND en de Hogeschool Rotterdam heeft het Studenten Uitburo een fysieke ruimte, die door stagiaires en medewerkers van de hogescholen wordt bemenst. De studenten kunnen bij het Uitburo terecht voor persoonlijke informatie over het culturele aanbod, foldermateriaal van de culturele instellingen en toegangskaartjes tegen kortingstarief.

In 2005 zijn de resultaten bekend geworden van een grootschalig onderzoek van Rotterdam Festivals naar cultuurparticipatie en -perceptie van studenten van de Hogeschool Rotterdam en de Hogeschool INHOLLAND. Tweederde van de doelgroep geeft geld uit aan kunst en cultuur, maar dit bedrag is zeer gering in vergelijking met de besteding aan uitgaan in brede zin. Als belangrijkste drempels voor cultuurbezoek noemden studenten onaantrekkelijk aanbod of de te hoge toegangsprijs. Belangrijkste motivatie voor cultuurbezoek is de gezelligheid met vrienden. Op het culturele wensenlijstje van studenten staan toegangskaarten met korting en actuele aanbiedingen bovenaan, gevolgd door informatie over cultureel aanbod in Rotterdam. Het Studenten Uitburo werd door de resultaten van het onderzoek bevestigd in haar bestaansrecht en toegevoegde waarde voor zowel studenten als culturele instellingen.



ROTTERDAMS
UIT
BURO

Alle inspanningen van het Studenten Uitburo hebben geleid tot de verkoop van 1.000 kaartjes, dit conform de doelstelling voor 2005. De website werd 15.000 keer bezocht en het aantal abonnees van de nieuwsbrief is in 2005 bijna verdubbeld tot 2.400.

De samenwerking met de hogescholen heeft in 2005 meer vorm gekregen. Zo is voor de introductieweken van de hogescholen door Rotterdam Festivals een Cultureel Rondje Rotterdam verzorgd (rondleiding inclusief informatiepakket en vrijkaarten) in samenwerking met een aantal culturele instellingen. Zowel door de betrokken instellingen als de eerstejaars studenten en de hogescholen is dit initiatief enthousiast ontvangen. Daarnaast zijn in 2005 voor het eerst previews van voorstellingen op de hogescholen georganiseerd, en ondanks de enthousiaste reacties van studenten hadden ze wisselend effect op de kaartverkoop.

Wat betreft onderwijsamenwerking mocht het Studenten Uitburo in 2005 rekenen op veel enthousiasme, maar helaas bleek de tijd bij docenten en opleidingen vaak de beperkende factor. Afgelopen jaar zijn er twee keuzevakken ontwikkeld met Museum Boijmans Van Beuningen en het Rotterdams Philharmonisch Orkest. Ook is in 2005 een samenwerking gestart met de leerwerkbedrijven van de hogescholen, waardoor studenten de kans krijgen om ervaring op te doen in het organiseren van culturele activiteiten op de school.

DIMI

Rotterdam Festivals wil met DIMI, het jongerenmagazine voor kunst, cultuur en lifestyle in Rotterdam, jongeren in de leeftijd van 15 tot 22 jaar informeren en enthousiasmeren voor cultureel uitgaan in de stad. Onder de noemer DIMI verschijnt



Vanaf vier VWO lees ik DIMI, elke maand wordt de kalender er uitgescheurd en opgehangen op de wc om te kijken wat, waar, wanneer te doen is.

DIMI
CHERRELLE MALAIHOLLO

een maandelijks magazine, een website met digitale nieuwsbrieven en worden promotieactiviteiten opgezet met culturele instellingen. DIMI zoekt aansluiting bij de belevingswereld en interesses van jongeren om hen te bewegen actief deel te nemen aan kunst en cultuur in Rotterdam.

Hoofdactiviteit van DIMI is het magazine, dat maandelijks door een jonge redactie wordt samengesteld en geschreven. Het blad wordt in een oplage van 22.500 exemplaren verspreid op de middelbare scholen (via CKV-docenten), op de hogescholen (via Studenten Uitburo's en displays), via de Rotterdamse culturele instellingen en op verschillende jongerenlocaties in de stad.

Uit lezersonderzoek is gebleken dat DIMI inmiddels een sterke positie binnen de Rotterdamse jongerenmarkt verworven heeft en een belangrijke invloed uitoefent op de cultuurparticipatie van jongeren, met name die van jongeren van 17 tot 20 jaar en allochtone jongeren. Verder bleken de lezers over het algemeen tevreden over de verkrijgbaarheid en inhoud van DIMI, maar wilden ze wel graag meer informatie over feesten, lifestyle en mode. Deze uitkomst is vertaald naar nieuwe rubrieken in het blad. Ook is in samenwerking met het jongerenpanel een nieuwe aansprekende formule voor de covers van het magazine ontwikkeld.

Naar aanleiding van het vijfjarig jubileum heeft DIMI in 2005 een aantal nieuwe activiteiten verkend. Zo is in samenwerking met de Gemeente Rotterdam het DIMI debat georganiseerd, als speciale verantwoordingsdag naar jongeren door de wethouders van Rotterdam. DIMI is samen met de theatergroep Rotterdams Lef langs de middelbare scholen van Rotterdam gereisd met theaterpreviews. Bovendien heeft DIMI acties opgezet om jongeren te mobiliseren voor de Rotterdamse Museumnacht, de Rotterdamse Zomerfestivals en GDMW Festival. In totaal hebben de acties en activiteiten van DIMI in 2005 geresulteerd in een respons van 6.000 jongeren. De website van DIMI registreerde in 2005 conform doelstelling 50.000 bezoeken.

DIMI mocht in 2005 rekenen op een hogere subsidie vanuit het Actieplan Cultuurbereik, waardoor de financiële bijdrage en afhankelijkheid van de culturele instellingen kon worden teruggebracht.

Onderzoek

Kennis van het publiek is een gedeelde behoefte van de culturele sector. Alle instellingen willen weten wie hun publiek is, wat het cultuur- of vrijetijdsbezoek van hun publiek elders in de stad is, en ook wie er nog niet participeren in kunst en cultuur. Rotterdam Festivals heeft een beperkt budget voor onderzoek, maar onderkent het collectieve belang ervan voor de sector en voor haar eigen beleidsoverwegingen.

Om het profiel van cultureel publiek en potentiële doelgroepen in kaart te brengen, maakt Rotterdam Festivals gebruik van het segmentatiesysteem MOSAIC. Deze consumenten-database segmenteert de Nederlandse huishoudens op basis van sociaal-demografische en economische kenmerken, levensstijl, cultuur, (koop)gedrag en mentaliteit in 44 typen consumenten. MOSAIC heeft slechts postcodegegevens nodig om een profiel te maken van bestaand en potentieel publiek.

Rotterdam Festivals heeft sinds 2002 een licentie om het systeem MOSAIC exclusief te gebruiken voor publieksonderzoek in de culturele sector in Rotterdam.

Na analyse van ruim 30 bezoekersbestanden van verschillende culturele instellingen, is in het voorjaar van 2005 een culturele versie van MOSAIC gepresenteerd. De algemene kenmerken van MOSAIC werden verrijkt met culturele gedragskenmerken, waardoor een indeling van huishoudens in Rotterdam is ontstaan op basis van cultureel gedrag en culturele voorkeur voor het aanbod in Rotterdam. Cultureel MOSAIC heeft de 44 MOSAIC typen ingedeeld in acht publieksgroepen.

Cultureel MOSAIC publieksgroepen
Jonge Veelgebruikers
Welgestelde Omnivoren
Klassieke Chique
Degelijke Cultuurverkenners
Actief Showpubliek
Traditionele light users
Ruimdenkende Onconventionelen
Calvinistische Cultuuronthouders

In 2005 heeft Rotterdam Festivals haar licentie voor MOSAIC uitgebreid naar de landelijke culturele sector, want er bleek vraag te zijn in de Nederlandse culturele markt naar dit soort publieksonderzoek. Rotterdam Festivals heeft op vele gelegenheden presentaties gegeven over de mogelijkheden van MOSAIC, en een aantal analyses zijn in opdracht uitgevoerd, zoals voor Introdans, Theaters Tilburg, de Klassieke Muziekweek, Amsterdams Uitburo en Haags Uitburo. Er blijkt in verschillende steden ook veel belangstelling te zijn voor een Cultureel MOSAIC, zoals we dat voor Rotterdam hebben ontwikkeld.

Daarnaast zijn we in Rotterdam begonnen met een koppeling te maken tussen (Cultureel) MOSAIC en de afficheservice (CAR) van Rotterdam Festivals. Een inkoper van posterruimte kan effectiever campagne voeren, doordat de locaties van de affiches in de buitenruimte zijn gekoppeld aan het bereik van een specifieke groep of type van MOSAIC.

CENTRAAL PUBLIEKSONDERZOEK

Van mei tot september 2005 heeft Rotterdam Festivals de bezoekersbestanden van de vijf grootste podia in Rotterdam onderzocht: de Doelen, Rotterdamse Schouwburg, Theater Zuidplein, Luxor Theater (nieuw en oud). De instellingen hebben hun bestanden van geregistreerde bezoekers in de seizoenen 2001/2002, 02/03, 03/04 en 04/05 beschikbaar gesteld voor onderzoek. Doel van het onderzoek was het inventariseren van bezoekgedrag en de overlap van bezoekers tussen de instellingen van de vier seizoenen in kaart brengen. Daarbij is ook weer gebruik gemaakt van MOSAIC. Rotterdam Festivals heeft de ambitie om dit onderzoek uit te werken naar een structurele jaarlijkse publieksmonitor voor cultureel Rotterdam.



Ondersteuning culturele sector

Rotterdam Festivals ondersteunde ook in 2005 een aantal samenwerkingsverbanden in de culturele sector. Menskracht en een klein budget werden ingezet om collectieve initiatieven zoals Opera Rotterdam en de vereniging Musea Rotterdam te ondersteunen en faciliteren. Daarnaast beheert en exploiteert Rotterdam Festivals de afficheservice CAR, een betaalbare dienst voor de culturele sector om posters te verspreiden in de buitenruimte.

OPERA ROTTERDAM

Opera Rotterdam is een samenwerkingsverband van operamakers en -aanbieders in Rotterdam, die zich ten doel hebben gesteld om het operaklimaat in Rotterdam te verbeteren en meer publiek te bereiken voor opera. Sinds 2001 vindt er met enige regelmaat tussen de participanten overleg en afstemming plaats over programmering en marketing van opera. In 2005 had het Operacollectief acht actieve leden.

Leden Opera Rotterdam 2005

Concert- en congresgebouw de Doelen
Rotterdamse Schouwburg
Luxor Theater
Onafhankelijk Toneel
ro theater
Rotterdams Philharmonisch Orkest
Theater Lantaren/Venster
Jeugdtheater Hofplein

Rotterdam Festivals ondersteunt het opera-collectief met een projectleider voor één dag per week en levert een financiële bijdrage aan het collectieve marketingbudget van Opera Rotterdam. Het campagne team van Rotterdam Festivals heeft de seizoenscampagne voor het collectief verzorgd. Operaliefhebbers ontvingen regelmatig een digitale en gedrukte nieuwsbrief over het operanieuws en -aanbod in Rotterdam. Dit bestand werd net als vorig jaar verdubbeld (3.800 adressen). Ook werd de pers maandelijks op de hoogte gesteld van het totale opera-aanbod in Rotterdam. Bovendien verzorgde het campagne team de webredactie van de site www.operarotterdam.nl.

MUSEA ROTTERDAM

Het samenwerkingscollectief van de Rotterdamse musea is in februari 2005 geformaliseerd in de vereniging Musea Rotterdam. Bijna 30 musea zijn lid en hebben zich georganiseerd in werkgroepen en een bestuur. Rotterdam Festivals ondersteunde het collectief met een projectleider voor één dag per week en een bijdrage van € 10.000,- aan het marketingbudget. Het voorzitterschap van de vereniging werd in 2005 door Hugo Bongers aan Piet Barendse overgedragen. Musea Rotterdam is met Rabobank Rotterdam een promotiepartnership aangegaan, waarbij beide partners gebruik kunnen maken van wederzijdse communicatiemiddelen om naamsbekendheid en zichtbaarheid te genereren. Beide partijen hebben de intentie om langdurig met elkaar samen te werken, waarbij voortdurend wordt bekeken hoe een intensievere invulling aan dit partnership kan worden gegeven. De vereniging voorziet in de behoefte van kennisdeling op het gebied van marketing. Naast gezamenlijk publieksonderzoek zijn in 2005 ook concrete publieksacties opgezet; een website

www.musearotterdam.nl, een nieuwsbrief naar het geïnteresseerden bestand (gegroeid met 30% naar 8.000 adressen), het distribueren van de plattegrond met alle Rotterdamse musea, een gezamenlijke presentatie op de R'Uitmarkt en een actie met de RET. Reizigers met het openbaar vervoer in Rotterdam kregen bij aankoop van twee urnetkaarten een gratis Museumkaart voor een maand naar keuze. Een tram bedrukt met stickers met 'musea voor nop' erop, reed zes maanden lang in Rotterdam rond.

Leden Musea Rotterdam

Arboretum Trompenburg / Belasting & Douane Museum / Centrum Beeldende Kunst / Goethe Instituut / Het Havenmuseum / Het Nationaal Onderwijsmuseum / Historisch Museum Rotterdam / Houweling Telecom Museum / Mariniersmuseum der Koninklijke Marine / Maritiem Museum Rotterdam / Museum Boijmans Van Beuningen / Museum Oud - Overschie / Natuurhistorisch Museum Rotterdam / Nederlands Architectuurinstituut / Nederlands fotomuseum / Oorlogs Verzets Museum Rotterdam / Rotterdams Radiomuseum / Rotterdamsch Trammuseum / Scheepswerf De Delft / Scoutingmuseum De Ducdalf / Stedelijk Museum Schiedam / Stichting Fort aan den Hoek van Holland / Stichting Nederlands Economisch Penningkabinet / Stichting Reddingmuseum Jan Lels / Villa Zebra / Vlaggenmuseum / Wereldmuseum Rotterdam / Witte de With

CULTURELE AFFICHERING ROTTERDAM (CAR)

Rotterdam Festivals is eigenaar van ruim 1.600 afficheframes en 16 zuilen (peperbussen) in de buitenruimte in Rotterdam. Zij beheert en exploiteert deze posterplekken op verzoek van het gemeentebestuur, zonder winst oogmerk en subsidie. Daardoor is CAR een betaalbaar distributiekanaal voor affiches van de culturele instellingen en is de stad nagenoeg bevrijd van een aanzienlijk stedelijk probleem, namelijk het zogenaamde 'wildplakken'. Voor het onderhoud, plakken en plaatsen van de posters in frames en op zuilen wordt samen gewerkt met de Rotterdamse plakbedrijven Kooyman Publiciteit, de Kultuurkoerier en Tony Promo.

Op initiatief van de stadsmarinier centrum werd in 2005 een convenant gesloten tussen het clubcircuit, de Gemeente Rotterdam en Rotterdam Festivals over het gebruik van 150 vaste plekken in de CAR frames. In relatie daarmee zijn kleinere B1 frames aangebracht op A-locaties. Een formaat dat zeer geschikt is voor posters van minder daadkrachtige culturele instellingen. Door het convenant zijn ook de laatste 'wildgeplakte affiches' uit het stadsbeeld verdwenen. Helaas komt dat mooie resultaat voor de stad Rotterdam mogelijk in gevaar door de intentie van een ander gemeente onderdeel, de gemeentelijke belastingdienst, die op de valreep van 2005 aankondigde reclamebelasting op de frames te willen heffen.

Internationale samenwerking

Rotterdam Festivals is medeoprichter en bestuurslid van het internationale netwerk AEN (Audiences Europe Network) waarvan de leden zich bezighouden met publieksonwikkeling in de culturele sector. Daarnaast zijn we, ook in bestuurlijk opzicht, actief in IFEA (International Festivals and Events Association), een wereldwijd netwerk van evenementenorganisatoren. Via beide netwerken streeft Rotterdam Festivals naar kennisuitwisseling, professionalisering en samenwerking op internationaal niveau.

AEN organiseerde in 2005 twee door de deelnemers zeer gewaardeerde masterclasses. In april vond in Milaan een tweedaags congres plaats over het thema onderzoek. In november verzamelden marketeers zich in Barcelona om kennis over jongeren en cultuur uit te wisselen.

De globalisering en wereldwijde professionalisering van het evenementenvak kreeg een nieuwe impuls door de organisatie van de eerste internationale evenementen-conferentie in de volksrepubliek China. De directeur van Rotterdam Festivals was één van de 8 genodigde buitenlandse specialisten.

Hij zette voor de 450 bezoekers en 50 journalisten van het congres onder meer 'het Rotterdamse evenementenmodel' uiteen.

Tijdens het IFEA congres in San Antonio viel Rotterdam Festivals in de prijzen met haar campagnemateriaal van de Rotterdamse Zomerfestivals. De kartonnen tas, die op vele manieren door de bezoeker van de zomerfestivals gebruikt kon worden, kwam in een internationale competitie als beste nieuwe promotiemiddel naar voren.



ENGLISH SUMMARY

Rotterdam Festivals co-ordinates the city's events policy and facilitates a number of audience development activities in the cultural sector. Working for the municipality of Rotterdam, but operating between government, audiences and organisers, it brings together the interests of the city, initiatives by organisers and institutions and the wishes of a continually changing public. A resumé of all the supported events, including the given subsidy, the number of visitors and a short review starts at page 40.

THE ROTTERDAM SUMMER FESTIVALS

The aim of the Rotterdam Summer Festivals is to create an attractive urban climate for residents and tourists alike. The emphasis is on large-scale festivals and events in the public spaces in the city centre. Rotterdam Festivals had a budget available of €1,091,000 for the 2005 programme. Compared to last summer - despite the cutbacks we were forced to make - both the number of festivals and the number of visitors remained more or less the same. The programme consisted of 24 large and small events, each of which draws its own audience. As a unifying feature, the 'Strand aan de Maas' (Rotterdam Beach) was in place all summer, and four unusual theatrical acts functioned as both a connecting thread and rejuvenation throughout the summer programme. The total number of visitors to the Rotterdam Summer Festivals was 2,254,000.

SEPTEMBER IN ROTTERDAM

The September in Rotterdam programme is the city's festive and first-class way to open the cultural season. The common thread in the programme are projects which use the changing city as a source of inspiration. These include premières, site-specific projects (in the centre) or top-flight productions with a clearly excellent content.

For the 2005 programme, Rotterdam Festivals had a programme budget of €706,000 available and the sum of €120,000 was earmarked for boosting the marketing of individual programme components by means of an overall campaign. This year as well, the September in Rotterdam programme was sustained by nationally and internationally famous performers, artists and companies working with the city's artistic circuit and institutions. September in Rotterdam 2005 comprised 8 events drawing in total over 85,000 visitors.

THE ROTTERDAM WINTER FESTIVALS

In 2005, for the first time, Rotterdam Festivals developed a festival programme in the winter period, in collaboration with the business federation Rotterdam City. The objective was for Rotterdam to profile itself as a festival city in the relatively calm winter months, and to actively involve the city centre businesses and allow them to benefit from a festival programme in the centre of the city. A cultural festival programme entitled The Rotterdam Winter Festivals, with a relatively small budget of €260,000, was held from November 2005 through January 2006. The extra late-shopping evenings, festive window displays and lighted shopping streets, thanks to the efforts of city centre merchants, provided a festive wintry environment for the programme.

OTHER ACTIVITIES

In addition to the programme budgets for the Rotterdam Summer Festivals and September in Rotterdam, Rotterdam Festivals has a budget for supporting other festival initiatives during the rest of the year. This budget is intended for events and festivals that can make a meaningful contribution to the development of a diverse and thriving cultural climate in the city.

There were more requests related to this budget in 2005 than in previous years. Most of the festivals were able to take place, but their organisers had to sharply cut organisational costs or held the event in a reduced form. In 2005 we supported more than 20 festivals and events in Rotterdam from this budget. The requests we honoured are a good representation of the multi-faceted character and creativity of cultural Rotterdam.

FESTILAB

Rotterdam Festivals aims to safeguard the innovative image of the city of Rotterdam for the future, in particular with regard to events. In order to ensure that Rotterdam remains the events metropolis in the Netherlands, there must be innovation. To this end, in 2005 Rotterdam Festivals took the initiative for an innovation competition: FestiLab - Festival Innovation Prize. The competition was held to stimulate the city's creative minds to think up new festival concepts. A total of 226 entries came in, of which five were nominated by an expert jury.

In the New Acquisitions category, the Pet Festival was chosen as best concept. In the jury's opinion, this new festival is particularly valuable because people from all levels of society can participate in it. We are attempting to start this festival in the 2006/2007 season. In the Innovation category, the concept 'Battle on the buildings' was the winner. This concept capitalises on the popularity of computer games among a broad segment of the population. High-rise buildings in Rotterdam will be used as game areas, where several participants at a time combat against each other. FestiLab yielded many valuable new ideas. It reinforces our conviction that there is a great deal of creativity and involvement in the city where festivals are concerned. Rotterdam Festivals will make efforts to support and guide this potential in the next few years, to get the desired innovation of the city's events on offer.

KOORTS

The KOORTS manifestation was held in the spring of 2005 to mark the second term (2005-2008) of the subsidy programme 'Actieplan Cultuurbereik'. Originating from the ambition to make art and culture accessible to as many of the city's residents as possible, over 40 projects were presented during a four-month period. Rotterdam Festivals provided accommodation to the KOORTS project team and the campaign team assisted with KOORTS marketing communications.

KOORTS (literally 'fever') took place from 5 March to 9 July 2005 at various locations in Rotterdam; major art and cultural institutions, local neighbourhood venues and open air. The show comprised ten programmes encompassing the entire cultural palette: music, theatre, dance, visual arts, introductions to art and cultural institutions, literature, architecture in public spaces, city tours, expert meetings and debates. Over 30,000 people participated in one or more projects.

ROTTERDAM UITBURO

Rotterdam Festivals has been working on audience development for the cultural sector for over five years. In consultation with the institutions, the choice was made to give the cultural sector a recognisable and accessible face, using the 'brand' Rotterdams Uitburo. The Uitburo is directed towards a broad potential cultural audience, but the light users (those who attend a few cultural activities a year and/or have a latent interest in culture) are an especially important target group. People in this very group do not have a view of the breadth of what the city has to offer culturally, nor do they know how to find their way in Rotterdam's cultural scene.

The Rotterdam Uitburo is part of a nation-wide network of Uitburos. The cities of Groningen, Enschede, Leiden and Maastricht joined the existing network of Rotterdam, Amsterdam and The Hague in 2005. Close contact is maintained with the public, using tools such as the shared website www.uitburo.nl and the free digital newsletter Uitmail. The Rotterdam section of the website registered more than 120,000 visits in 2005, and by now more than 8,500 are informed by e-mail every week about their city's cultural goings-on. Commissioned by the municipality, Rotterdam Festivals began in 2005 to construct a digital and physical information and sales point with the brand name 'Rotterdams Uitburo'. At the end of 2005, many theatres were selling tickets on line and the first steps towards last-minute sales via www.uitburo.nl were being taken. The central information and sales point will be set up in the lobby of the central branch of the Library and is expected to open on September 1st 2006. The library was chosen as a site because it already functions as an information centre of the city and region; a considerable share of its over 1.5 million visitors each year is interested in arts and culture.

Rotterdams Uitburo and cable provider UPC Nederland signed a three-year sponsoring agreement in 2005. For the collaboration it is assumed there will be shared development of new multi-media applications such as information kiosks in the city, to better inform the public about Rotterdam's cultural scene.

YOUTH MARKETING

In 2004, Rotterdam Festivals started with financial support from the Actieprogramma Cultuurbereik the Rotterdams Uitburo for students (Studenten Uitburo) in the schools of higher education in Rotterdam. This target-group variant of the Rotterdams Uitburo aims to inform these students about arts and culture in Rotterdam, and conveniently also sells tickets at the school. The Studenten Uitburo also seeks ways to give culture a place within the school curriculum.

Rotterdam Festivals is the publisher of DIMI, the magazine for arts, culture and lifestyle in Rotterdam for 15- to 22-year-olds. The magazine (with a circulation of 22,500) is put together and written every month by a young editorial staff. DIMI seeks connection with the world of experience and interests of young people, to inspire them to actively participate in arts and culture in Rotterdam. Besides the magazine, DIMI also has a website with digital newsletters and sets up promotional activities with cultural institutions. In 2005 DIMI had its 5th anniversary.

RESEARCH

To map the profile of the cultural audience and potential target groups, Rotterdam Festivals uses the segmentation system MOSAIC. This consumer

database divides the Dutch households into 44 types of consumer segments based on social-demographic and economic characteristics, lifestyle, culture, behaviour (including purchasing) and mentality.

Since 2002, Rotterdam Festivals has had a licence for exclusive use of the MOSAIC system for audience research in the Rotterdam cultural sector. After analysis of over 30 visitors' files from various cultural institutions, a cultural version of MOSAIC was presented in the spring of 2005. The general characteristics of MOSAIC were enhanced with cultural behaviour traits, allowing for a segmentation of Rotterdam households based on cultural behaviour and cultural choice of Rotterdam events. Cultural MOSAIC classified the 44 MOSAIC types into eight audience groups, each with its own cultural profile. In 2005 Rotterdam Festivals had its MOSAIC licence expanded to the national cultural sector, since there seemed to be a demand in the Dutch cultural market for this kind of audience research.

SUPPORT FOR THE CULTURAL SECTOR

Rotterdam Festivals also supported in 2005 a number of associations in the cultural sector. A project manager, budget and the campaign team were used to support and facilitate collective initiatives such as Opera Rotterdam and the Musea Rotterdam association.

Opera Rotterdam is an association of opera producers and venues in Rotterdam, who have set a common goal of improving the opera climate in Rotterdam and to reach more audiences for opera. The first Rotterdam Opera Days took place from 9 through 19 June 2005. The festival was a festive lead-in to the opera season in Rotterdam. No fewer than 68 concerts, performances and events were programmed at 12 indoor and outdoor locations in Rotterdam. The Rotterdam Opera Days had 12,000 attendees, a capacity utilisation rate of 83%.

The collective organisation of Rotterdam's museums was formalised in February of 2005 into the 'Vereniging Musea Rotterdam'. Almost 30 museums are member, and have organised themselves into work groups and a board. Musea Rotterdam entered into a promoting partnership with Rabobank Rotterdam, in which both partners can make use of each other's communication media to generate name recognition and visibility. Besides shared audience research, concrete activities such as a digital newsletter about museum offerings in Rotterdam were set up in 2005.

INTERNATIONAL COLLABORATION

Rotterdam Festivals is a co-initiator and board member of the AEN (Audiences Europe Network), whose members are involved with audience development in the cultural sector. We are also active in IFEA, a worldwide network of events organisers. Through both of these networks, Rotterdam Festivals strives for exchange of knowledge, professionalisation and cooperation at international level. In 2005, AEN organised two master classes. In April, there was a two-day congress in Milan on the subject of research. In November, marketers met in Barcelona to exchange knowledge about youth and culture.

During the IFEA congress in San Antonio Rotterdam Festivals won an award with its campaign materials for Rotterdam Summer Festivals. The cardboard tote bag, which could be used in many ways by the visitor, won the prize for best new promotional material in an international competition.

BIJLAGE 1 OVERZICHT ROTTERDAMSE ZOMERFESTIVALS

STRAND AAN DE MAAS

ORGANISATIE: STICHTING ALL YEAR ROUND EVENTS

DATUM: 19 MEI T/M 4 SEPTEMBER

LOCATIE: LEUVEHOOFD

BEZOEKERS: 270.000

BIJDRAGE: € 110.000

Strand aan de Maas 2005 werd goed bezocht, ook bij slecht weer kwam het publiek naar het overdekte strandpaviljoen aan de rivier. De programmering bestond uit vaste salsa-, jazz-, en hiphopavonden en kinderprogrammering op de woensdagmiddag i.s.m. Villa Zebra. Ook werd een uitgebreid sportprogramma aangeboden met beach volleybal, beach soccer en bosa ball.

Het Strand was ook het podium voor de preparty's van Zomercarnaval en de FFWD Heineken Dance Parade en dance evenementen met DJ's Ferry Corsten en Michel de Hey.

CENTRUMPROGRAMMERING

ORGANISATIE: STICHTING ARTIESTENINGANG

DATUM: 15 WEEKENDEN VAN 21 MEI T/M 28 AUGUSTUS

LOCATIE: PUBLIEKSRIJKE LOCATIES IN DE BINNENSTAD

BEZOEKERS: ONBEKEND, PASSANTEN

BIJDRAGE: € 65.000

Gedurende 15 weekenden werd het publiek verrast door kleinschalige programmering op verschillende locaties in het winkelgebied. Artiesten en muzikanten doken met hun act onverwachts op en verdwenen weer. De centrumprogrammering sloot waar mogelijk aan bij het festivalprogramma en verbond de hoogtepunten van de zomer in letterlijke of figuurlijke zin met elkaar.

DUNYA FESTIVAL

ORGANISATIE: DUCOS/ACR

DATUM: 29 MEI

LOCATIE: PARK BIJ DE EUROMAST

BEZOEKERS: 180.000

BIJDRAGE: € 339.000

De 28e editie van Dunya Festival trok weer een breed en multicultureel publiek. Ondanks het miezerige weer was het park afgeladen met trouwe Dunya bezoekers. De programmering was divers, meer dan 50 optredens verdeeld over zes verschillende podia, dit jaar zonder grote namen. De kinderprogrammering was geringer dan voorgaande jaren. Zoals gebruikelijk waren ook het culinaire aanbod en de markt een goede aanvulling op de programmering.

Dunya beleeft meest geslaagde editie sinds mensenheugenis.

DUNYA FESTIVAL
AD/ROTTERDAMS DAGBLAD
30.5.2005



Dunya Festival



El Camino del Agua

MANOEUVRES (OPENING VAN DE PARADE)

ORGANISATIE: CONNY JANSSEN DANST

DATUM: 17 JUNI

LOCATIE: ROND HET NAI, T.O. MUSEUMPARK

BEZOEKERS: 200

BIJDRAGE: € 15.000

Speciaal voor de opening van de 15e editie van De Parade maakte Conny Janssen Danst de voorstelling Manoeuvres. De dansers, twee mannen en twee vrouwen, toonden hun strijd om aandacht en de afleidingsmanoeuvres die ze daarbij inzetten. Manoeuvres werd een voorstelling met een knipoog, over dromen, verleidingskunsten en arbeidsvitaminen. De Catalaanse kunstenaar Esperança Casas maakte voor deze gelegenheid vier reusachtige poppen van de dansers. De poppen dansten mee in de parade door de stad voorafgaand aan de opening van De Parade.

ROTTERDAM WORLD JUGGLING DAY

ORGANISATIE: STICHTING I-MAGIQUE

DATUM: 18 JUNI

LOCATIE: SCHOUWBURGPLEIN

BEZOEKERS: 1.500

BIJDRAGE: € 2.500

Op World Juggling Day, de zaterdag het dichtst bij 17 juni, roept de International Juggling Association jongleurs over de hele wereld op aandacht te besteden aan jongleren. Het programma van Rotterdam World Juggling Day 2005 bestond uit een aantal workshops, zowel voor beginners als voor gevorderde jongleurs, en demonstraties van o.a. Circus Rotjeknor en het Marokkaans jeugd circus SOUK. Rotterdam was in 2005 de enige stad in Nederland waar aandacht werd besteed aan World Juggling Day.

ZOMERZONDAGEN

ORGANISATIE: STICHTING VRIENDEN VAN HET PARK

DATUM: ZONDAGEN VAN 19 JUNI T/M 24 JULI

LOCATIE: PARK BIJ DE EUROMAST

BEZOEKERS: 7.000

BIJDRAGE: € 18.000

De ZomerZondagen trekken bij goed weer, wat dit jaar het geval was tijdens alle vijf de zondagen, steeds weer enthousiaste bezoekers. In 2005 beleefde dit kleinschalige festival haar zesde editie. Het publiek nam zelf picknickmanden mee en genoot op ontspannen wijze van het programma in het Park dat bestond uit muziek, theater, familievoorstellingen en kinderactiviteiten. De monumentale villa Het Heerenhuys was speciaal tijdens de ZomerZondagen voor publiek geopend.

EL CAMINO DEL AGUA, DANSVOORSTELLING

ORGANISATIE: LE GRAND CRU FOUNDATION

DATUM: 25 EN 26 JUNI

LOCATIE: SCHOUWBURGPLEIN

BEZOEKERS: 900

BIJDRAGE: € 8.000

Deze voorstelling van talentvolle Cubaanse dansers onder begeleiding van het Nederlands Jeugdstrijkcorkest heeft tijdens haar tour door Nederland ook Rotterdam aangedaan. De moderne dansvoorstelling met live muziek op het Schouwburgplein was bijzonder, aangezien moderne dans zelden in de openlucht te zien is. Het publiek bleef geboeid naar de één uur durende voorstelling kijken en de reacties na afloop waren enthousiast. Dit was de eerste van de vier extra voorstellingen/spektakels, die naast de jaarlijks terugkerende Zomerfestivals, aan het publiek werden aangeboden.

KOLKONSERT

ORGANISATIE: STICHTING KLASSIEK@DELFSHAVEN

DATUM: 2 EN 3 JULI

LOCATIE: AELBRECHTSKOLK

BEZOEKERS: 4.000

BIJDRAGE: € 7.500

Naast het bekende zaterdagavond- en zondagmiddagconcert werd zondagochtend op het Piet Heynsplein een koffieconcert georganiseerd, speciaal voor mindervalide bezoekers, voor wie de Aelbrechtsholk moeilijk toegankelijk is. In het voorprogramma op zaterdagavond stond de Necos Novelas Band uit Mozambique. Zij brachten een swingende mix van traditionele Afrikaanse muziek met jazzinvloeden.

Zaterdagavond zongen twee zangeressen, net afgestudeerd van het Rotterdams conservatorium, samen met hun voormalig docent, populair klassiek en musical repertoire. Op zondagochtend en -middag was het Nijmeegse Orchestra te gast, een bijzonder gezelschap van zeven muzikanten en de Servische zanger en gitarist Mile Lukic. Zij speelden muziek van Oezbekistan tot de Molukken en staken traditionele muziek uit verre landen in een nieuw jasje.

Van alle grote popfestivals kent het Rotterdams Metropolis de spannendste programmering.

METROPOLIS
DE VOLKSKRANT
4.7.2005

METROPOLIS FESTIVAL

ORGANISATIE: STICHTING NEMESIS

DATUM: 3 JULI

LOCATIE: ZUIDERPARK

BEZOEKERS: 70.000

BIJDRAGE: € 80.000

Metropolis beleefde in 2005 een succesvolle 17e editie. Door de verbouwing van het Zuiderpark moesten publiek en organisator wennen aan de nieuwe indeling. Als opmaat naar en aan de vooravond van het festival werd Metropolis in Town georganiseerd, een presentatie van live muziek bij verschillende podia in de stad. Onder het motto 'The best you never heard of' toonde het programma van Metropolis Festival een staalkaart van de popmuziek van morgen. Het weer was goed, het publiek enthousiast en in grote getalen aanwezig, ook de recensies waren lovend. De afterparty in Nighttown bracht een verrassend concert waarin bandleden van o.a. The Dears, Death from Above 1979 en The Ponys samenspeelden.

TITANIC

ORGANISATIE: TITANICK / TAK VORMGEVING

DATUM: 9 JULI

LOCATIE: PONTON OP DE MAAS AAN DE BOOMPJESKADE

BEZOEKERS: 3.000

BIJDRAGE: € 77.470

De spektakeltheaterproductie van het Duitse gezelschap Titanick over de ondergang van de Titanic, was de tweede productie die naast het jaarlijks terugkerende Zomerfestivals-programma aan het publiek werd aangeboden. Het onderwerp leende zich uiteraard voor een voorstelling op het water. Om deze reden is de gehele productie op pontons op de Maas neergezet waarbij de trappen langs de Boompjeskade dienst deden als publiekstribune.

NIEUWEMARKT

ORGANISATIE: STICHTING LOEDER EVENTS

DATUM: 9 JULI T/M 27 AUGUSTUS

LOCATIE: NIEUWEMARKT

BEZOEKERS: 1.500

BIJDRAGE: € 3.000

Het initiatief voor dit festival van kleinschalige programmering kwam voort uit de wens van de ondernemers van de Nieuwemarkt, het plein tussen de Binnenrotte en de Pannekoekstraat, om nieuw publiek naar het gebied te trekken. Op de zaterdagen van 9 juli t/m 27 augustus stonden onder anderen de Beatmobiel, de Kunstloper (een artistieke wandelroute over een groene loper van het plein tot aan de Meent) en een modeshow van samenwerkende kledingzaken op het programma.

CAMPING ROTTERDAM

ORGANISATIE: STICHTING ONDERSTEUNING

CULTURELE INITIATIEVEN

DATUM: 14 T/M 18 JULI

LOCATIE: NOORDEREILAND

BEZOEKERS: 12.000

BIJDRAGE: € 31.500

Camping Rotterdam, een stadscamping waar het personeel wordt gespeeld door acteurs en de campinggast zichzelf speelt, had in 2005 haar derde editie. Het programma bood recreatie, vermaak, kunst en cultuur, zowel op het campingterrein zelf als daarbuiten met bijzondere excursies in de stad. Camping Rotterdam verhuisde in 2005 naar het Noordereiland. Deze nieuwe locatie bleek een goede keuze en mede dankzij het zomerse weer werd Camping Rotterdam goed bezocht.

Camping Rotterdam; een festival waar nog volop plaats is voor ouderwetse gezelligheid.

CAMPING ROTTERDAM
MAASSTAD
20.7.2005

VANISHING CURRENTS

ORGANISATIE: CARAVAN STAGE COMPANY

DATUM: 14 (TRY OUT), 15 (EUROPESE PREMIÈRE) EN 16 JULI

LOCATIE: WIJNHAVEN

BEZOEKERS: 250

BIJDRAGE: € 15.980

Deze muziektheatervoorstelling van het reizend theatergezelschap The Caravan Stage Company uit Canada had haar Europese première in Rotterdam. Het schip waarmee het gezelschap de Wijnhaven binnenvoer was tevens het toneel van de voorstelling, de verblijfplaats van het theatergezelschap en het vervoermiddel waarmee zij rondreisden door Europa. De voorstelling Vanishing Currents stelde het Amerikaanse vluchtelingenbeleid aan de kaak. Deze voorstelling was de derde theaterproductie van de Rotterdamse Zomerfestivals.

DANCE GROUND I.S.M. DE KUNSTBENDE

ORGANISATIE: STICHTING PLAYGROUND

DATUM: 16, 23, 31 JULI EN 6 AUGUSTUS

LOCATIE: SKATEPARK BLAAK

BEZOEKERS: 4.500

BIJDRAGE: € 7.500

Danceground, een lifestyle event met skaten, streetdance, breakdance, stuntbiken, bands en DJ's, richtte zich op de jonge doelgroep van 12 tot 23 jarigen. De koppeling tussen sport en cultuur stond centraal. Professionals toonden hun kunsten, workshops gaven de bezoekers de mogelijkheid te leren en te experimenteren en vervolgens zelf een poging te wagen in de half-pipe. In samenwerking met de Kunstbende, die zich op dezelfde leeftijdsgroep richt, werd een bijzondere halve finale in de openlucht georganiseerd.

ZOMERCARNAVAL

ORGANISATIE: STICHTING ZOMERCARNAVAL

DATUM: 16, 28, 29 EN 30 JULI

LOCATIE: CENTRUMLOCATIES

BEZOEKERS: 700.000

BIJDRAGE: € 200.000

Feestelijk en bruisend was het Zomercarnaval. De weergoden waren het festival gunstig gestemd en er heerste een uitbundige feest sfeer in het centrum van Rotterdam. Het Zomercarnaval weet een steeds breder publiek te trekken waaronder ook steeds meer jongeren. Voor het eerst is er preventief

gefouilleerd onder de bezoekers. Dit werd door het publiek niet als hinderlijk ervaren, maar eerder als positief voor de veiligheid rond het evenement. De Koninginneverkiezing op 16 juli, de pre-party op het Strand aan de Maas op 28 juli, warming-up en de Battle of de Drums op 29 juli, zijn niet meer weg te denken programmaonderdelen van het Zomercarnaval. Na afloop van de straatparade op 30 juli werd La Noche Grande del Carnaval, de afterparty van het Zomercarnaval, dit jaar voor de eerste maal in de Cruise Terminal georganiseerd.

CITY LIFE

ORGANISATIE: STICHTING LOEDER EVENTS

DATUM: 6 AUGUSTUS

LOCATIE: LLOYD MULTIPLEIN

BEZOEKERS: 4.500

BIJDRAGE: € 30.000

City Life, een urban event gericht op een multicultureel en jong publiek (12 tot 20 jaar) is voortgekomen uit het eerder georganiseerde Urban Style festival. Naast een podiumprogramma waar zowel Rotterdams talent als artiesten met landelijke bekendheid optraden, was er ook van alles te zien op het gebied van sport en lifestyle. City Life bleek helaas niet de beoogde aantrekkingskracht te hebben. De bezoekersaantallen vielen dan ook tegen.

BEN & JERRY'S PLEINBIOS

ORGANISATIE: STICHTING LOEDER EVENTS

DATUM: 8 T/M 28 AUGUSTUS

LOCATIE: LLOYD MULTIPLEIN

BEZOEKERS: 42.000

BIJDRAGE: € 30.000

Gedurende drie weken bracht Ben & Jerry's Pleinbios een gevarieerd filmprogramma met voor ieder wat wils. Pleinbios had haar 20e editie in 2005 en vierde dit onder meer met films van Rotterdamse bodem. Het zeer wisselvallige weer zorgde voor wisselende bezoekersaantallen bij de openluchtbioscoop. De verplaatsing van de Pleinbios van het Museumpark naar Lloyd Multiplein maakte de drempel voor bezoekers iets hoger waardoor vooral de echte filmliefhebber naar de Pleinbios kwam. De meningen over deze locatieverandering waren verdeeld.



Ben & Jerry's Pleinbios



FFWD HEINEKEN DANCE PARADE

ORGANISATIE: STICHTING ROTTERDAM DANCE PARADE

DATUM: 13 AUGUSTUS

LOCATIE: PARADE DOOR HET CENTRUM, EINDFEEST OP HET DERDE KATENDRECHTSE HOOFD

BEZOEKERS: 375.000

BIJDRAGE: € 70.000

Als vanouds stond het centrum van Rotterdam op zijn kop. In totaal 40 wagens trokken door de straten van Rotterdam, waaronder de Coolsingel. De sfeer was goed, het publiek genoot zichtbaar van het uitgebreide aanbod aan DJ's en muziekstijlen.

Het eindfeest op het Katendrechtse Hoofd had vernieuwende elementen als 3D projecties. DJ's van alle dance-genres, waaronder dit jaar meer buitenlandse namen, kwamen naar Rotterdam. De FFWD Heineken Dance Parade ontwikkelt zich steeds meer als een jongerenevenement met een internationaal karakter.

CINEBOARDS

ORGANISATIE: STICHTING PICOS DE EUROPA

DATUM: 19 AUGUSTUS T/M 10 SEPTEMBER

LOCATIE: SCHOUWBURGPLEIN

BEZOEKERS: ONBEKEND, PASSANTEN

BIJDRAGE: € 18.000

Cineboards 2005 gaf het Rotterdamse publiek met films, installaties en live-cinema een indruk van de recente ontwikkelingen in de beeldcultuur van de Nederlandse film- en videokunst. Werk van 15 makers, filmers, beeldend kunstenaars, fotografen en choreografen, werd drie weken lang op de gevel van de Pathé bioscoop op het Schouwburgplein getoond, van zonsopgang tot diep in de nacht. Cineboards maakte dit jaar gebruik van speciale geluidspeakers en draadloze hoofdtelefoons, zodat geluidshinder voor omwonenden werd voorkomen.

Cineboards: prikkelende videokunst

CINEBOARDS
DE TELEGRAAF
19.8.2005

VEERHAVENCONCERT

ORGANISATIE: STICHTING VEERHAVENCONCERT

DATUM: 20 AUGUSTUS

LOCATIE: VEERHAVEN

BEZOEKERS: 4.500

BIJDRAGE: € 7.500

Vanaf een ponton op het water brachten het Rotterdams Philharmonisch Orkest en een aantal gerenommeerde solisten repertoire van populair klassieke muziek en musical ten gehore. Het publiek genoot vanaf de kade, op een ponton of gezeten in een bootje in de Veerhaven. Zowel het programma als de uitstraling van dit festival waren goed verzorgd, met gevoel voor kwaliteit en oog voor detail.

Doe-het-zelf-muzikant Fay Lovsky speelde op podium 'Onder de Bomen' op de drukbezochte Dag van de Romantische Muziek. {...} 'Prachtig festival' riep ze na afloop.

DAG VAN DE ROMANTISCHE MUZIEK
AD/ROTTERDAMS DAGBLAD
22.8.2005

DAG VAN DE ROMANTISCHE MUZIEK

ORGANISATIE: STICHTING BUITENGOED

DATUM: 21 AUGUSTUS

LOCATIE: PARK BIJ DE EUROMAST

BEZOEKERS: 23.000

BIJDRAGE: € 20.000

De keuze om dit festival i.v.m. slechte weersvoorspellingen, een week later te organiseren heeft geen gevolgen gehad voor het aantal bezoekers van de Dag van de Romantische Muziek. Het weer was zomers waardoor het gehele programma doorgang heeft kunnen vinden. Uit alle delen van het Park klonk romantische muziek. Het publiek kwam veelal volgens de dresscode uitgedost in romantisch tenue, ook de aankleding, catering en kleinschalige commerciële activiteiten sloten goed aan bij het festivalconcept, waardoor de bezoeker een totaalbeleving van romantiek werd geboden.

ROTTERDAMS STRAATFESTIVAL

ORGANISATIE: STICHTING ROTTERDAMS STRAATFESTIVAL

DATUM: 25 T/M 28 AUGUSTUS

LOCATIE: CENTRUM

BEZOEKERS: 150.000

BIJDRAGE: € 60.000

Tijdens het Rotterdams Straatfestival waren op een groot aantal centrumlocaties straatartiesten uit de hele wereld te zien. Op zaterdagavond stond op het Plein der Spektakel (Schouwburgplein) de productie 'Maudits Sonnants' van het Franse gezelschap Transe Expresse op het programma. Deze sprookjesachtige voorstelling toonde een levend carillon met klokken in een caleidoscopische constructie die op 30 meter hoogte aan een kraan boven het plein hing. Het was de vierde productie die naast het jaarlijks terugkerende Zomerfestivals programma aan het publiek werd aangeboden. Naast deze bijzondere straattheaterproductie bood het straatfestival wonderlijke en vrolijke verrassingen voor jong en oud.

ERASMUSSPRINTS

ORGANISATIE: STICHTING ERASMUSSPRINTS

DATUM: 3 SEPTEMBER

LOCATIE: KRALINGSE PLAS

BEZOEKERS: 600

BIJDRAGE: € 2.000

De tweede editie van Erasmussprints werd een roeiwedstrijd op de Kralingse plas aangevuld met een muziekprogramma op het terrein van Zeilvereniging de Maas. Het roei-evenement paste goed binnen het Sportjaar 2005 en richtte zich voornamelijk op de deelnemers van verschillende Nederlandse roeiverenigingen en hun achterban.

HAVENFESTIVAL I.C.M. SHANTYFESTIVAL

ORGANISATIE: HET HAVENMUSEUM

DATUM: 2 T/M 4 SEPTEMBER

LOCATIE: WATERSTAD GEBIED

BEZOEKERS: ONDERDEEL VAN WERELDHAVENDAGEN

BIJDRAGE: € 15.000

Het Havenfestival is een initiatief van de maritieme musea en bood in 2005 het publiek weer de mogelijkheid om de sfeer van de maritieme wereld en in het bijzonder de Rotterdamse haven van weleer te ervaren. Het programma bestond onder meer uit rondvaarten op oude stoomboten, demonstraties, shantykorpsen, de Boompjes zeilrace op de Maas, kinderprogrammering en een schippersmarkt. De nadruk op het historische aspect maakt dat het Havenfestival in combinatie met de Wereldhavendagen hét maritieme festival van Rotterdam is.

WERELDHAVENDAGEN

ORGANISATIE: STICHTING WERELDHAVENDAGEN

DATUM: 2 T/M 4 SEPTEMBER

LOCATIE: HAVENGEBIED

BEZOEKERS: 400.000

BIJDRAGE: € 210.000

De Wereldhavendagen waren dit jaar zowel qua programmering als evenemententerrein in omvang teruggebracht. Het excursieprogramma was zeer uitgebreid en veel bezoekers maakten van de gelegenheid gebruik om bijzondere havenlocaties te bezoeken. Hoogtepunten waren de demonstraties van de Koninklijke Marine boven de Maas, de Lichtjesparade die dit jaar nog spectaculairder was en de professionele vuurwerkshow op zaterdagavond.

MAROKKO MANIFESTATIE

ORGANISATIE: STICHTING BARTJE OP ZUID / THEATER ZUIDPLEIN

DATUM: 3 EN 4 SEPTEMBER

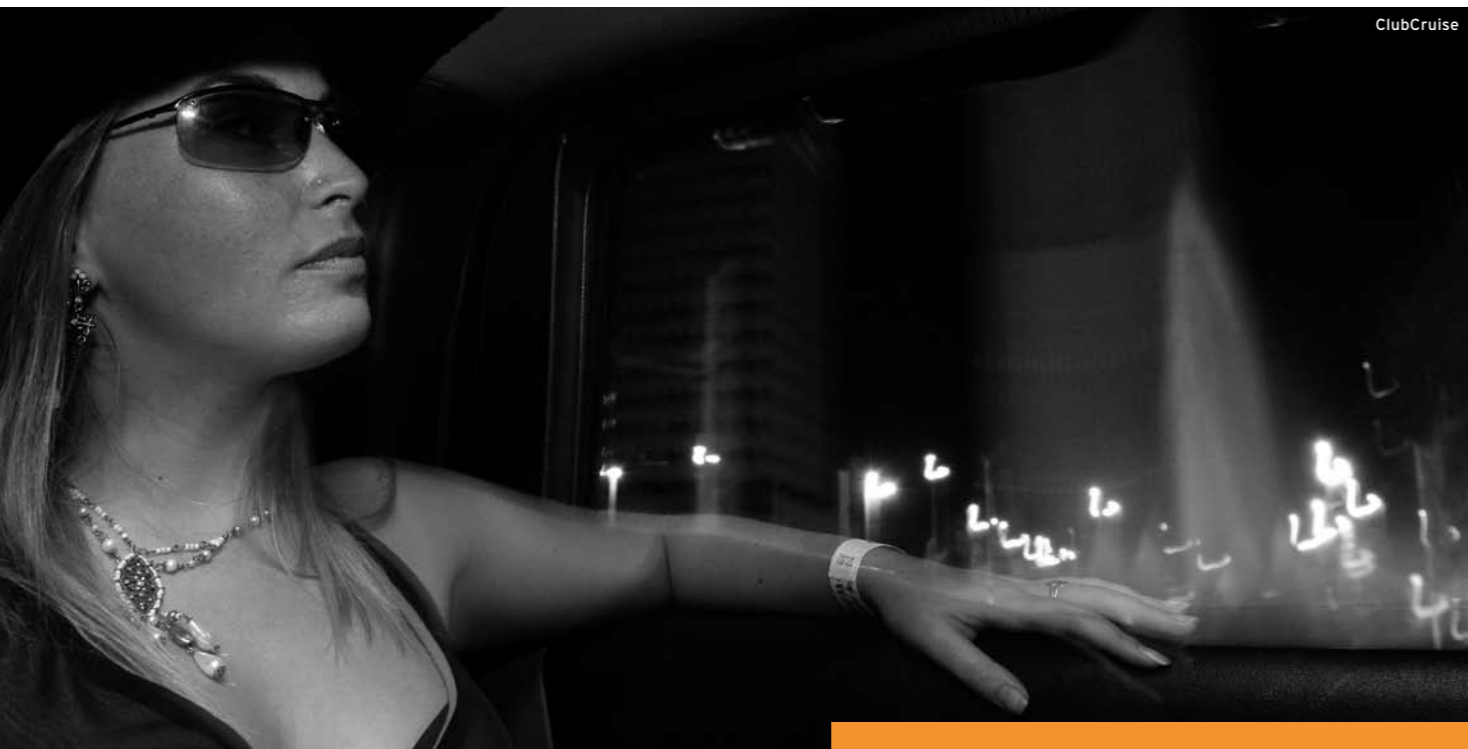
LOCATIE: WILLEMSKADE, VEERKADE EN HET LUXOR THEATER

BEZOEKERS: ONDERDEEL VAN WERELDHAVENDAGEN

BIJDRAGE: € 65.000

Op het programma van de Wereldhavendagen stond ook een manifestatie ter gelegenheid van de viering van 400 jaar handelsbetrekkingen tussen Rotterdam en Marokko. Het klassieke zeiljacht De Oosterschelde, waarvan de zeilen door Marokkaanse kunstenaars in Marokko waren beschilderd, lag ter bezichtiging bij het Wereldmuseum aan de Willemskade. Aan de Veerkade was een echte Marokkaanse souk (markt) en in het nieuwe Luxor Theater stond een uitgebreid muziekprogramma met Marokkaans-Nederlandse en Marokkaanse artiesten.

BIJLAGE 2 OVERZICHT SEPTEMBER IN ROTTERDAM



PASFOTOHOKJE

ORGANISATIE: DE ARTIESTENINGANG
DATUM: 3, 4, 9, 10 EN 11 SEPTEMBER
LOCATIE: CENTRUMLOCATIES
BEZOEKERS: ONBEKEND, PASSANTEN
BIJDRAGE: € 10.350

Op de R'Uitmarkt en de Wereld van Witte de With was de Artiesteningang aanwezig met een fotoact. Vanuit een mobiel pasfotohokje werd het publiek buiten aangesproken door een van de spelers. Vervolgens werd in het hokje een foto van hen gemaakt en ontwikkeld. De bezoekers kregen de foto mee in een mooi mapje met op de achterzijde informatie over het programma van September in Rotterdam. Olga Huizinga en Gerard Olthaar speelden het spel met veel (Rotterdamse) humor, toegankelijk voor een zeer uiteenlopend publiek.

CLUBCRUISE

ORGANISATIE: STICHTING ONDERSTEUNING CULTURELE INITIATIEVEN
DATUM: 3 SEPTEMBER
LOCATIE: 13 CLUBS IN ROTTERDAM
BEZOEKERS: 2.015
BIJDRAGE: € 30.000

Zoals de culturele instellingen zich jaarlijks op de R'Uitmarkt gezamenlijk presenteren, zo deden 13 Rotterdamse clubs onder de naam ClubCruise dit op de zaterdagavond ervoor. De bezoekers kregen de gelegenheid om met één kaartje langs de clubs te cruisen. Om het publiek te stimuleren ook werkelijk verschillende locaties te bezoeken werd speciaal vervoer ingezet. De bezoekers konden zich met een oldtimer, limousine of Hummer van de ene naar de andere club laten vervoeren.

ClubCruise staat als een huis {...} Los van het aparte vervoer was de ClubCruise vooral leuk. Het is die avond waar je nou eens die club binnengaat waar je normaal straal voorbij loopt.

CLUBCRUISE
METRO
5.9.2005

Ook prominente DJ's verplaatsten zich tussen de clubs. Jermaine S en Hitmeister D vormden voor de gelegenheid een duo. Ook Miss Monica, Lucien Foort en Kraak & Smaak waren van de partij.

R'UITMARKT, DE CULTURELE AFTRAP

ORGANISATIE: STICHTING ONDERSTEUNING CULTURELE INITIATIEVEN I.O.V. ROTTERDAM FESTIVALS
DATUM: 4 SEPTEMBER
LOCATIE: SCHOUWBURGPLEIN, ROTTERDAMSE SCHOUWBURG, DOELENCAFÉ
BEZOEKERS: 15.000
BIJDRAGE: € 180.000

De R'Uitmarkt was net als vorig jaar een warme zonnige editie. Het programma was breed van opzet en kende zowel voorstellingen van Rotterdamse makers en artiesten als van landelijk aansprekende namen. In de Rotterdamse Schouwburg stonden voorproefjes van onder andere Scapino Ballet, het Nationale Toneel en Conny Janssen Danst op het programma. Het kinderprogramma op het Schouwburgplein had meer kwaliteit dan vorig jaar en werd ook goed bezocht. Het hoofdpodium liet uiteenlopende programmering zien, variërend van Wibi Soerjadi, de musical Turks Fruit, De Jeugd van tegenwoordig tot Lange Frans en Baas B.

DE WERELD VAN WITTE DE WITH

ORGANISATIE: STICHTING OF JE KUNST LUST
DATUM: 9, 10 EN 11 SEPTEMBER
LOCATIE: WITTE DE WITHSTRAAT, MUSEUMPARK E.O.
BEZOEKERS: 20.000
BIJDRAGE: € 125.000

Deze editie van De Wereld van Witte de With stond in het teken van zusterstad Antwerpen. Een weekend lang toonde het festival de overeenkomsten en verschillen in beeldende kunst, theater, fotografie, film, muziek, dans, mode, debat, haute en ordinaire cuisine tussen Rotterdam en Antwerpen. De heer Philip Heylen, Schepen voor Cultuur van de Stad Antwerpen, opende het festival. Vrijdagavond stroomde het Museumpark vol na de openingsvoorstelling door Theater Tol: Scatola d'Angeli, een betoverende mengeling van dans, tango en trapeze boven de vijver van het NAI. Zaterdagavond trotseerde het publiek de regen voor het optreden van de Antwerpse meidengroep Maskesmachine. De hele dag door klonk het Decap Dansorgel, dat dienst deed als podium voor bands. Maxon Blewitt bracht vrolijke pop rock en melancholische blues uit Antwerpen. Voor de kleintjes was er dit jaar een zeer uitgebreid en goed bezocht kinderprogramma en stond de antieke Antwerpse carroussel Manège D'Andrea te pronken op de grasmat van het NAI. Het festival werd traditiegetrouw afgesloten met een kunstveiling op straat. Samenwerking tussen galerijen en horeca resulteerde in de eerste (uitverkochte) culinaire galerieroute.

AWEL ZUNNE, CITYDRESSING DE WERELD VAN WITTE DE WITH

ORGANISATIE: ALIAS (VOLLAERSZWART)
DATUM: 9, 10 EN 11 SEPTEMBER
LOCATIE: WITTE DE WITHSTRAAT
BEZOEKERS: ONDERDEEL VAN DE WERELD VAN WITTE DE WITH
BIJDRAGE: € 30.000
Studio Vollaerszwart presenteerde het citydress-project Awel Zonne! Geïnspireerd door de kleurige wijze waarmee

Ben (31) uit Rotterdam is erg te spreken over het festival. Het leuke is dat je zomaar verrast wordt. Net was er in een zijstraat ineens een dansvoorstelling.

DE WERELD VAN WITTE DE WITH
AD/ROTTERDAMS DAGBLAD
12.9.2005

onze zuiderburen straten en pleinen versieren met vlaggen en banieren, ging Vollaerszwart een visueel gevecht aan met seinvlaggen, heraldiek en de nationale driekleur van België en Nederland. Het resultaat was een duizendtal abstracte composities op zogenaamde makelaarsborden, een kleurige eyecatcher in het festivalgebied. Het beeld werd ook gebruikt voor de vormgeving van programmaboek, website, posters en T-shirts wat zorgde voor een herkenbaar geheel.

BUITENPROGRAMMERING TIJDENS DE WERELD VAN WITTE DE WITH

ORGANISATIE: MOTHERSHIP
DATUM: 9, 10 EN 11 SEPTEMBER
LOCATIE: WITTE DE WITHSTRAAT, MUSEUMPARK E.O.
BEZOEKERS: ONDERDEEL VAN DE WERELD VAN WITTE DE WITH
BIJDRAGE: € 31.000

Tijdens het festival De Wereld van Witte de With werden in de buitenruimte ook kunstwerken geplaatst. Op de stoep lagen enorme frambozen van het kunstenaarscollectief DSTRUCT. Rob Sweere prikkelde de zintuigen met Lightspace, een uitkijktoren met een aureool van licht. Eye of the Storm was een soort ventilator met orkaansimulatie en Drone was een 12 meter grote hoorn met trillingen. Bepaald geen schoothondje was de stalen mechanische Dog van Freerk Wieringa naast TENT. De Battle of the Towers bleek een succes. 12 Jonge kunstenaars uit Rotterdam gingen een visueel gevecht aan met 12 jonge kunstenaars uit Antwerpen op twee torens van negen meter hoog, die bespannen waren met enorme doeken. De kunstenaars van de collectieven Antistrot (Rotterdam) en Rotkop (Antwerpen) namen hun intrek in de MK Galerie. Als Visuele Columnisten legden zij direct hun beleving van het festival vast. De columnisten brachten de columns naar drukker / uitgever Kunstcollectief Knus. Het 'stencilen' was van dichtbij te volgen en de boekjes werden verspreid na afloop van het festival.

ARMINIUS IN BEELD / ARMINIUS SPREEKT!

ORGANISATIE: STICHTING ARMINIUS

DATUM: 9 EN 10 SEPTEMBER

LOCATIE: ARMINIUS

BEZOEKERS: 1.060

BIJDRAGE: € 10.000

Op vrijdag begon Arminius met het debat 'Doorbraak van de gamecultuur' over de vraag of games kunst zijn? Er werd gediscussieerd over parallellen en verschillen tussen de gamecultuur en de film- en schilderkunst. De Belgische moderator prof. dr. Antoon van den Braembussche stelde vragen aan experts en kunstenaars uit België en Nederland. Na afloop trad het Britse Printed Circuit op, goed voor up tempo robopop en directe elektronpopsongs. Op zaterdag stond Arminius in het kader van Open Monumentendag in het teken van religieus erfgoed met een eenmalig optreden van Jacobus Arminius (Henk van Ulsen) die herrees en sprak tot het publiek. Hij kreeg concurrentie van zijn meer hedendaagse collega: dominee Gremdaat (Paul Haenen). Op zondag was de kinder Kunstveiling op het voorplein.



ACTIVITEITEN NAI TIJDENS DE WERELD VAN WITTE DE WITH

ORGANISATIE: NEDERLANDS ARCHITECTUURINSTITUUT

DATUM: 8 T/M 12 SEPTEMBER

LOCATIE: IN EN ROND HET NAI EN HUIS SONNEVELD

BEZOEKERS: 2.500

BIJDRAGE: € 4.000

Het NAI organiseerde diverse activiteiten en was als gastheer nauw betrokken bij de voorstellingen van Theater Tol, Manège D'Andrea en Theaterbedrijf Bonheur. Als eerste werd een debat gehouden tussen de net benoemde Vlaamse Rijksbouwmeester Marcel Smets en de Nederlandse Rijksbouwmeester Mels Crouwel met als thema 'Het Verdriet van de Lage Landen?' In projectruimte NEST, de éénpersoonsgalerie van het NAI was de hiphop video te zien van de Rotterdamse rapper KAS. Voor kinderen was er de Drijf-In Workshop 'bouw je eigen drijfpaais' en werken aan een drijvend droomhuis dat daarna in de vijver mocht worden getest.

MAISON BELGE

ORGANISATIE: THEATERBEDRIJF BONHEUR I.S.M. NAI

DATUM: 9, 10 EN 11 SEPTEMBER

LOCATIE: HUIS SONNEVELD

BEZOEKERS: 220

BIJDRAGE: € 12.200

Onder de titel 'Maison Belge' herleefde de geschiedenis van Huis Sonneveld. De villa, een van de best bewaarde woonhuizen in de stijl van het nieuwe bouwen, deed na het vertrek van de oorspronkelijke bewoners jarenlang dienst als Belgisch

consulaat. Scenarioschrijver en regisseur Wim Staessens interviewde vooraf een stoet aan betrokkenen en vond zo stof voor de voorstelling. Acteurs van Theaterbedrijf Bonheur werden even oud-bewoners van het huis. Het publiek ging als het ware op visite bij de bewoners. Deze, speciaal voor het festival gemaakte productie, leverde door de vele verhalen van oud-bewoners ook voor het NAI waardevolle informatie op over Huis Sonneveld. Alle voorstellingen waren volgeboekt.

DE VLAAMSE REUS

ORGANISATIE: GALERIE ATELIER HERENPLAATS

DATUM: 9, 10 EN 11 SEPTEMBER

LOCATIE: IN EN ROND GALERIE ATELIER HERENPLAATS

BEZOEKERS: 500

BIJDRAGE: € 3.750

Stef Kamil Carlens is behalve voorman van de Antwerpse band Zita Swoon ook beeldend kunstenaar én verzamelaar van alles wat met konijnen te maken heeft. De kunstenaars van Herenplaats lieten zich inspireren door al zijn konijnenparafernalia. Het resultaat was De Vlaamse Reus: een expositie vol konijnen, keuteltjes en kunst, waar ook werk van Stef Kamil zelf te zien was. De Vlaamse Reus werd officieel geopend door Kees Moeliker, hoofdconservator van het Natuurmuseum Rotterdam en allergisch voor konijnen. Voorafgaand aan deze tentoonstelling werd onder grote belangstelling het werk onthuld van Laan Irodjojo op de gevel van kantoor MEE Rotterdam.

HANDS ON HANDS OFF

ORGANISATIE: STICHTING V2_ORGANISATIE

DATUM: 9, 10 EN 11 SEPTEMBER

LOCATIE: KPN TOREN EN IN EN ROND DE WITTE DE WITHSTRAAT

BEZOEKERS: ONDERDEEL VAN DE WERELD VAN WITTE DE WITH

BIJDRAGE: € 3.500

Kunstenaars HeHe.org (FR), Els Viaene (NL) en Tim Otto Roth (D) onderzochten het gedachtegoed van de dagelijkse mediastroom. Dit resulteerde o.a. in de volgende projecten; lampen die op sigarettenrook reageren (Pollstream), een all-round geluidservaring via de koptelefoon (Blackbox), zichzelf voortplantende lichtpuntjes op de mediagevel van het KPN gebouw (Pixelsex) en billboards die reageerden op omgevingsgeluiden van de straat en voorbijgangers (Pinknoise).

KLUP MAYONAISE

ORGANISATIE: STICHTING ROODKAPJE

DATUM: 9, 10 EN 11 SEPTEMBER

LOCATIE: WITTE DE WITHSTRAAT EN DIGITAL PLAYGROUND

BEZOEKERS: 1.050

BIJDRAGE: € 10.000

Met Klup Mayonaise presenteerde Roodkapje meerdere activiteiten met vette titels. Onder de noemer Le Garage Mayonaise (123 cal.) was er de tentoonstelling van Jan Leenders die vooral werkt met draad en transfers. De (rode) draad werd op verschillende manieren gebruikt; genaaid op het doek, gebonden of in meer conceptuele vormen. Naast deze werken werden de films Silent Jokes vertoond. R_EJECT Mayonaise (457 cal.) vertoonde vanuit roodgeblokte caravans films van jonge filmmakers en afgewezen kandidaten van het International Film Festival Rotterdam 2005. Op vrijdagavond sloot Roodkapje af met de Klup Mayonaise (8.910 cal.) in Digital Playground met onder andere een Performance van Jukebox Jesus en Kapotski.



FILMSALON D'ANVERS / REUZE HANDIG

ORGANISATIE: NEDERLANDS FOTOMUSEUM

DATUM: 9, 10 EN 11 SEPTEMBER

LOCATIE: NEDERLANDS FOTOMUSEUM E.O.

BEZOEKERS: 2.500

BIJDRAGE: € 5.000

Het Nederlands fotomuseum organiseerde naar aanleiding van het thema 'Antwerpen' twee activiteiten. Voor de kinderen was er Reuze Handig. Een reusachtige verteller in een tentje op straat vertelde de mensen over het ontstaan van Antwerpen (reus) en de symbolisering van 'het Antwerpse handje'. Binnen konden de kinderen hun eigen handen versieren. Voor Filmsalon d'Anvers werd de tentoonstellingsruimte omgetoverd tot een sfeervolle bioscoopzaal. Voor het salonachtige karakter werd retro-meubilair gehuurd bij VIAR, een bekende designwinkel uit de Antwerpse Kloosterstraat. Met een 35 mm projector werden korte en lange speelfilms vanaf 1948 vertoond, allen gerelateerd aan de stad Antwerpen. De films waren afkomstig uit verschillende archieven zoals onder meer het Koninklijk Belgisch Filmarchief, het Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap en MuHKA. Alle films werden ingeleid door de Vlaamse acteur Frank Mercelis.

HOME AT TENT.

ORGANISATIE: GIL & MOTI HOMEGALLERY

DATUM: 9, 10 EN 11 SEPTEMBER

LOCATIE: TENT., WITTE DE WITHSTRAAT, MUSEUMPARK E.O.

BEZOEKERS: 4.924

BIJDRAGE: € 25.000

Het Rotterdamse kunstenaarsduo Gil & Moti nodigde een groep lokale, nationale en internationale (Antwerpen, Wenen, New York) kunstenaars uit om een week in TENT. te wonen, leven en werken. Elke kunstenaar maakte een site-specific werk

in de woonkamers, keukens en slaapkamers van de bewoners van de Witte de Withstraat. Bezoekers waren welkom in de woonruimte annex atelier in TENT. Ook kon men intekenen voor een rondleiding naar de verschillende huizen. De kunstwerken werden daarna verplaatst naar de tentoonstellingsruimte TENT. waar de hele maand presentaties, performances en discussies plaatsvonden. De manifestatie ging van start met een pyjama-party op vrijdagavond met o.a. optredens van Tineke Speksnijder en kunstenaar Dré Wapenaar op gitaar.

LADYSHAVE HOME EDITION

ORGANISATIE: SHOWROOM MAMA

DATUM: 9, 10 EN 11 SEPTEMBER

LOCATIE: MAMA, ARMINIUS, GAY PALACE

BEZOEKERS: 1.845 (WEEKEND, 2.905 TENTOONSTELLING TOTAAL)

BIJDRAGE: € 7.000

Showroom MAMA participeerde in De Wereld van Witte de With met drie extra activiteiten in het kader van de tentoonstelling Ladyshave. Allereerst was er op vrijdag EpiLater II Party in Gaypalace waar Antwerpse en Rotterdamse DJ's er een stevig feest van maakten. Op zaterdag presenteerde MAMA het programma 'We'll Feed You' in Arminius. Het programma bestond uit 'The Power of My Dreams', een performance van modevormgever Marga Weimans, en 'Dadelpalm', een multimedia-video installatie van Jasmina Fekovic en Maarten Claeyssens. Op zondag 11 september werd er, ook in Arminius, een debat gehouden met de titel 'When The Lady Talks'. Onder leiding van Xandra Schutte bogen kunstenaars, modeontwerpers en wetenschappers zich over gender politics, female identity, performativiteit, stijlvormen en codes. Speciaal voor dit weekend verscheen ook de Ladyshave Gazet, de gezamenlijke programmakrant van Showroom MAMA en Arminius.

FLAMISHIONISM

ORGANISATIE: MUSEUM BOIJMANS VAN BEUNINGEN

DATUM: 9, 10 EN 11 SEPTEMBER

LOCATIE: MUSEUM BOIJMANS VAN BEUNINGEN

BEZOEKERS: 4.943

BIJDRAGE: € 14.000

In het museum stond de tentoonstelling Flamishionism, met talentvolle mode-ontwerpers uit Antwerpen zoals Marga Weimans, Christopher de Vos, Kanya Miki, Araj Koji en Peter Pilotto. Hier kwam modeminnend en jong publiek op af. Op zaterdag werd een garage sale georganiseerd op de binnenplaats van het museum. Fashionista's scharrelden onder de overkapping van de beeldengalerij tussen moois van Wendela van Dijk, Beljon en de Nieuwe Ontwerpers. De hiphop act DuvelDuvel zorgde voor beats en base en waren medeverantwoordelijk voor een brede mix aan publiek. Drunken Lion Sound System draaiden urenlang vanuit hun Surinaamse favela in de stromende regen, die precies na de act van Duvel-Duvel met bakken uit de hemel kwam vallen. Tijdens het event was er ook een alternatief defilé in het museum met mode van jonge veelbelovende Rotterdamse ontwerpers. Rotterdamse schone paraderen langs oude Vlaamse Meesters in creaties van onder andere Hamid - Ed Dhakissi, Mevan Kaluarachaige, Marjolein van der Velden, het duo Hartman en De Boer, Susanennatasha en Iniy Sanchez.

POETRY SLAM

ORGANISATIE: STICHTING PASSIONATE I.S.M. POETRY INTERNATIONAL EN VILLANELLA

DATUM: 10 SEPTEMBER

LOCATIE: WITTE DE WITHSTRAAT

BEZOEKERS: 250

BIJDRAGE: € 4.000

In de Poetry Slam Holland-België namen Vlaamse dichters het op tegen hun Nederlandse rivalen. In twee rondes ontmoetten de Vlaamse dichters Jee Kast, Sammy Deburggraave en Steven Grietens, de Nederlandse slammers Sieger M. Geertsma en Anneke Claus. Het programma werd gepresenteerd

door de Woorddansers en muzikaal begeleid door DJ Evol D. Daarnaast waren er animaties van S-Alt te zien en werd het programma visueel omlijst door VJ Mathijs Vlot. De jury koos Steven Grietens tot winnaar van de Poetry Slam.

FAMILIEWEEKEND GAUDI EN FRIETKOT FOTOWEDSTRIJD

ORGANISATIE: STICHTING KUNSTHAL ROTTERDAM

DATUM: 10 EN 11 SEPTEMBER

LOCATIE: KUNSTHAL

BEZOEKERS: 3.742

BIJDRAGE: € 10.000

De Kunsthal presenteerde een feestelijk en bijzonder druk bezocht familieweekend tijdens De Wereld van Witte de With. Voor iedereen waren er doorlopend verschillende activiteiten in het kader van de tentoonstellingen Antoni Gaudí en Het Frietkot, architectuur van de snelle trek. Jong publiek kon deelnemen aan de workshop 'hangmodellen maken naar Gaudí' onder leiding van een ingenieur van de Technische Universiteit Delft. In het kader van de tentoonstelling over het Belgische fenomeen frietkot werd een fotowedstrijd uitgeschreven. Op zondag vond de prijsuitreiking plaats en

Goed dat de Internationale Keuze van de Rotterdamse Schouwburg in zijn festival kiest voor dit ongemakkelijk maar blikverruimende theater.

DE INTERNATIONALE KEUZE
DE VOLKSKRANT
16.9.2005



De (Internationale) Keuze van de Rotterdamse Schouwburg

tegelijktijd was er de demonstratie 'Haute Friture', body-paint met chocola en marsepein. Uiteraard stond er bij de Kunsthal een origineel frietkot waar het publiek kon genieten van echte patatten.

DE (INTERNATIONALE) KEUZE VAN DE ROTTERDAMSE SCHOUWBURG

ORGANISATIE: ROTTERDAMSE SCHOUWBURG

DATUM: 9 T/M 29 SEPTEMBER

LOCATIE: ROTTERDAMSE SCHOUWBURG / UNILEVER KANTOOR

BEZOEKERS: 6.000

BIJDRAGE: € 65.000

Voor de vijfde maal op rij vond De (Internationale) Keuze van de Rotterdamse Schouwburg plaats met een selectie van individuele theaterkunstenaars uit de hele wereld. De Keuze heeft een voorkeur voor theatermakers die op hun eigen, hoogst persoonlijke wijze bezig zijn met de ontwikkeling van nieuwe theatervormen. Te zien waren onder meer de volledige, vierdelige Proustcyclus van het ro theater als marathon in drie dagen, Peep & Eat van Laika, oftewel culinair theater in een ronddraaiende keuken op locatie voor het Unilever hoofdkantoor en Ivanov van Thalia Theater (D) onder regie van Alize Zandwijk. Elke voorstellingsavond waren Hans Maarten van den Brink en John Buijsman gastheer in het Keuze Café. Na afloop van de voorstellingen ontlokten ze hun gasten uitspraken over hun werk en hun verhouding tot 'de buitenwereld', waarbij ook het publiek werd uitgenodigd haar mening en ervaring met makers en toehoorders te delen.

IJslandse artiesten zorgen voor een interessant festival, ook als Björk thuisblijft.



EUROPA FESTIVAL - SCANDINAVIE+
TROUW
8.9.2005

EUROPA FESTIVAL: SCANDINAVIË +

ORGANISATIE: LANTAREN/VENSTER

DATUM: 9 T/M 30 SEPTEMBER

LOCATIE: LANTAREN/VENSTER, ROTOWN, LAURENSKERK

BEZOEKERS: 6.000

BIJDRAGE: € 10.000

Theater Lantaren/Venster presenteerde in samenwerking met Rotown, De Laurenskerk, R2R en Stichting Jazz International Rotterdam een nieuw festival: Europa Festival. Het enorme programma omvatte jazz - en geïmproviseerde muziek, experimentele elektronische muziek, singer/songwriter pop, moderne dans en film. Deze eerste editie stond het festival in het teken van de Scandinavische landen aangevuld met IJsland en Finland. Het podiumprogramma was divers en kende hoogtepunten als Mari Boine en Jóhann Jóhannson.

GERGIEV FESTIVAL ROTTERDAM (VAN TRISTAN TOT ELEKTRA)

ORGANISATIE: ROTTERDAMS PHILHARMONISCH ORKEST / STICHTING GERGIEV FESTIVAL ROTTERDAM

DATUM: 10 T/M 17 SEPTEMBER

LOCATIE: DE DOELEN, THEATER LANTAREN/VENSTER, MUSEUM BOIJMANS VAN BEUNINGEN

BEZOEKERS: 14.650

BIJDRAGE: € 25.000

Volle zalen bepaalden de aanblik van het tiende Gergiev Festival Rotterdam. Zwaartepunt van het festival vormden vier symfonische concerten door het Rotterdams Philharmonisch Orkest, alle onder leiding van Valery Gergiev. Dit jaar koos de maestro geen Russische componisten maar bijzondere werken uit het fin-de-siècle. Met het thema 'Iconen van het fin de siècle' sloeg het festival in 2005 een nieuwe richting in: er stond geen componist maar een stijlperiode centraal, en er werd voor het eerst vrijwel geen Russische muziek gespeeld. Het Gergiev Festival kan terugkijken op een geslaagde tiende editie. De zaalbezetting was zeer hoog, en meer nog dan andere jaren was de randprogrammering succesvol.

MONOPOLIS-ANTWERPEN

ORGANISATIE: WITTE DE WITH

DATUM: 9 SEPTEMBER T/M 6 NOVEMBER

LOCATIE: WITTE DE WITH, CENTRUM VOOR HEDENDAAGSE KUNST

BEZOEKERS: 4.943

BIJDRAGE: € 22.500

MuHKA, Extra City en Objectif_exhibitions wilden, in samenwerking met Witte de With, laten zien hoe dialoog en uitwisseling aan de basis liggen van een artistiek en tegelijk maatschappelijk project. De tentoonstelling werd een case study over kunst en de manieren waarop ze een inbedding aanbiedt in het maatschappelijk weefsel. Kunstenaars in de tentoonstelling waren o.a. Francis Alÿs, Carla Arocha, Charif Benhelima, Fred Bervoets en Guillaume Bijl. Op de dag van de opening vond ook een debat plaats o.l.v. Hans Maarten van den Brink en Rutger Wolfson die, met sprekers uit beide steden, antwoord trachtten te vinden op de vraag wat kunst kan doen voor het maatschappelijk klimaat in Rotterdam en Antwerpen. Bij Monopolis verscheen ook een gratis magazine met bijdragen van onder meer Ramsey Nasr en Geert Buelens.



Jazz International Rotterdam

JAZZ INTERNATIONAL ROTTERDAM 2005

ORGANISATIE: STICHTING JAZZ INTERNATIONAL ROTTERDAM

DATUM: 23 T/M 25 SEPTEMBER

LOCATIE: WATERFRONT, DIZZY, DE DOELEN

BEZOEKERS: 13.000

BIJDRAGE: € 15.000

Dit jaar was New Cool Collective-voorman Benjamin Herman de artistiek leider van de vijfde editie. Het festival startte met een bomvolle opwarmer in Jazz café Dizzy en gaf daarna drie dagen lang concerten in de Doelen. Vrijdag bracht de jonge dichter Mike Ladd een 'spoken word' programma, omlijst door het nieuwe kwartet van Benjamin Herman en het 'all star' slagwerkensemble The Whole Drum Truth. Zaterdag speelden het Peter King & Stan Tracey Trio, Misha Mengelberg Solo en the Rosario Giuliani Quartet. Zondag trad Benjamin Herman op met trombonist Bart van Lier en het Stan Tracey Trio. Het jongere karakter van het festival en de presentatie van de nieuwe cd van New Cool Collective tijdens het festival genereerde veel pers aandacht en interviews.

Herman is een van de succesvolste Nederlandse jazzmuzikanten, juist omdat hij buiten het strak omkaderde jazzwereldje kijkt.

JAZZ INTERNATIONAL
DE VOLKSKRANT
22.9.2005

GDMW FESTIVAL

ORGANISATIE: STICHTING PASSIONATE

DATUM: 30 SEPTEMBER EN 1 OKTOBER

LOCATIE: ROTTERDAMSE SCHOUWBURG

BEZOEKERS: 1.500

BIJDRAGE: € 30.000

De negende editie van het festival kende een uitgebreider muziekprogramma en nieuwe eigen producties. Het was de best bezochte editie tot nu toe. Vooral de vrijdagavond was populair, met optredens van o.a. Arthur Japin, Gumbah, Tom Lanoye, The Fall (UK), Kristien Hemmerechts, Tunng (UK), Kees van Kooten en Ernest van der Kwast. Ook was er op deze avond veel belangstelling voor de filmpremière van Frans Vogel: Te gek moment. Op zaterdagavond was het stuk Charms met Wilfried de Jong en John Buijsman, naar het werk van de Russische absurdistische schrijver Daniil Charms, de grote publiekstrekker. Tot in de late uurtjes danste het publiek van GDMW Festival in de Kleine Zaal van de Rotterdamse Schouwburg. De eigen producties werden na afloop van het festival ook op andere evenementen als Winternachten (Den Haag) en De Nachten (Antwerpen) vertoond.

KORTFILM OP HOUT

ORGANISATIE: STICHTING PICOS DE EUROPA

DATUM: 9 EN 10 SEPTEMBER

LOCATIE: WITTE DE WITHSTRAAT / WESTERSINGEL

BEZOEKERS: ONDERDEEL VAN DE WERELD VAN WITTE DE WITH

BIJDRAGE: € 12.500

Onder de grote boom op de hoek van de Westersingel werd op een groot houten billboard, film en videowerk vertoond van Rotterdamse en Antwerpse makers. In deze sfeervolle setting kon het publiek vanaf het bruggetje genieten van het werk van o.a. Geert Mul, Karel Doing & Lieber Gorilla, Matthijs Vlot, Bert Lezy en Nicolaas Provoost.

ZAPTALKS

ORGANISATIE: ROTTERDAM FESTIVALS I.S.M. LIDA IBURG

DATUM: 9, 10 EN 11 SEPTEMBER

LOCATIE: CENTRUMLOCATIES

BEZOEKERS: ONBEKEND, PASSANTEN

BIJDRAGE: € 8.000

Met korte, soms eigenwijze interviews vroegen 11 jongeren de artiesten van September in Rotterdam het hemd van het lijf. De studenten werden vantevoren getraind in intensieve workshops onder leiding van Lida Iburg (VPRO radio). Uitgerust met kennis en interviewvaardigheden mochten de Zaptalkers 23 personen uit de wereld van kunst en cultuur interviewen. Niet de minste gesprekspartners kregen de beginnende interviewers tegenover zich: Wibi Soerjadi, Paul Haenen, Tim Krabbé, Rob Sweere, Benjamin Herman, Quinten de Rosario en vele anderen.

Bruisend woordenfestijn logeert twee dagen lang in de Schouwburg.

GDMW FESTIVAL
VPRO 3VOOR12
3.10.2005



GDMW Festival

BIJLAGE 3 OVERZICHT ROTTERDAMSE WINTERFESTIVALS



Intocht Sint Nicolaas

INTOCHT SINT NICOLAAS

ORGANISATIE: DUCOS / ACR I.S.M. RSC

DATUM: 12 NOVEMBER

LOCATIE: LEUVEHOOFD

BEZOEKERS: 15.000

BIJDRAGE: € 10.000

In afwachting van de Sint werd het publiek opgewarmd door een show met onder meer kinderkoor Prettig Weekend. Het grote boek van de Sint was in Spanje achtergebleven maar werd op spectaculaire wijze door een Parachutepiet, die uit een zweefvliegtuig sprong nagebracht. Gevolgd door een bonte stoet van Pieten en acrobaten trok de Sint door de stad met als eindbestemming het stadhuis. Het Rotterdams Studenten Corps (RSC), die dit evenement jaarlijks organiseert, werkte in 2005 samen met het evenementenbureau Ducos / ACR om de Rotterdamse intocht tot een waar spektakel te maken.

CENTRUMPROGRAMMERING

ORGANISATIE: DE ARTIESTENINGANG

DATUM: DRIE WEEKENDEN VAN 19 NOVEMBER T/M 11 DECEMBER

LOCATIE: WINKELGEBIED CENTRUM

BEZOEKERS: ONBEKEND, PASSANTEN

BIJDRAGE: € 20.000

Drie weekenden lang doken overal in het winkelgebied in de binnenstad verrassende winterse straattheateracts op. Een ijssculptuur van Santa Claus die ter plekke tot stand kwam op het Binnenwegplein, een zwarte Piet op een 5 meter hoge schoorsteen, zingende kerstbomen en een ijskoningin zijn enkele voorbeelden van de acts die het winkelende publiek verrastten.

WINTERPLEIN

ORGANISATIE: ALL YEAR ROUND EVENTS

DATUM: 19 NOVEMBER T/M 22 JANUARI 2006

LOCATIE: WILHELMINAPIER

BEZOEKERS: 135.000

BIJDRAGE: € 100.000

Het Winterplein stond voor het derde achtereenvolgende jaar op een nieuwe locatie, de Wilhelminapier naast Café Rotterdam. Op deze locatie aan de zuidkant van de Erasmusbrug waren zowel de ijsbaan als het terras overdekt, zodat er ongeacht het weer altijd geschaatst kon worden. Met een 800 m2 grote ijsbaan was er voor iedereen wat te doen. Van gewoon schaatsen tot ijsdisco en van ijshockey tot curlen.

SPROOKJESPARADE

ORGANISATIE: PACIFIC ENTERPRISES UNLIMITED

DATUM: 9 DECEMBER

LOCATIE: WINKELGEBIED CENTRUM

BEZOEKERS: 5.000

BIJDRAGE: € 4.000

Op 9 december trok een stoet van ruim 200 kinderen en volwassenen door het centrum van Rotterdam. Geïnspireerd door sprookjes waren alle deelnemers gekleed in feeën- en elvenkostuums. De bonte stoet trok door het centrum van de stad en maakte het winkelen tot een sprookjesachtige belevenis.

SPROOKJESSTAD

ORGANISATIE: STICHTING WENSENWERK

DATUM: 9 DECEMBER T/M 8 JANUARI

LOCATIE: DIVERSE LOCATIES

BEZOEKERS: 8.000

BIJDRAGE: € 5.000

Stichting Wensenwerk bracht alle initiatieven die rond het thema 'sprookjes' in Rotterdam werden georganiseerd in kaart. Het gevarieerde programma kreeg de naam Rotterdam Sprookjesstad. Gedurende de wintermaanden veranderde de stad op verschillende locaties in een sprookje. Diverse culturele instellingen, scholen en buurtprojecten haakten aan bij dit initiatief.

CHRISTMAS WONDERLAND

ORGANISATIE: DUCOS / ACR

DATUM: 16 T/M 24 DECEMBER

LOCATIE: WINKELGEBIED CENTRUM

BEZOEKERS: 7.000

BIJDRAGE: € 65.000

Met de grote Noorse kerstboom voor het stadhuis als stralend middelpunt, werd Rotterdam omgetoverd tot een echte Kerststad. Na het ontsteken van de lichtjes in de boom, openden de ramen van het stadhuis zich van waaruit kinderkoor 'Prettig Weekend' een sprookjesachtig kerstconcert ten gehore bracht. Bezoekers van de binnenstad konden tijdens alle koopavonden genieten van diverse kerstkoren waaronder een Amerikaans koor en de Carmenian Gospel Singers. Verder werd een levensgroot Hans en Grietje Knusperhaus bij het stadhuis onthuld waar kinderen snoepjes konden halen. Dit unieke kersthuisje was gemaakt van eetbare materialen dankzij de medewerking van leerlingen van het Albeda College in Rotterdam. Daarnaast bood Christmas Wonderland kerstprogrammering in de winkelgebieden, met onder meer dansende sneeuwpoppen, arrensledetochten en kerstvertellingen in Dickens-sfeer.

ANDERSEN FESTIVAL

ORGANISATIE: STICHTING INTORNO ENSEMBLE

DATUM: 28 T/M 30 DECEMBER

LOCATIE: THEATER DONNER, BIBLIOTHEEKTHEATER,

ONDERWIJSMUSEUM

BEZOEKERS: 1.570

BIJDRAGE: € 10.000

Ter gelegenheid van het 200e geboortjaar van Hans Christiaan Andersen werd het Andersen Festival georganiseerd. Dit driedaagse festival met muziek, dans en theatervoorstellingen voor volwassenen en kinderen vormde de afsluiting van een jaar vol activiteiten rond deze schrijver. Marco Kalkman componeerde speciaal voor dit festival een aantal korte familievoorstellingen. Het onderwijsmuseum werd omgetoverd tot een sprookjesmuseum.



Andersen Festival

BIJLAGE 4 OVERZICHT OVERIGE ACTIVITEITEN

R_EJECT

ORGANISATIE: STICHTING ROODKAPJE

DATUM: 25 JANUARI T/M 5 FEBRUARI

LOCATIE: WITTE DE WITHSTRAAT

BEZOEKERS: 800

BIJDRAGE: € 2.000

Het Filmfestival R_EJECT was het podium voor jonge, niet gevestigde filmmakers uit de regio en niet-geprogrammeerde filmmakers op het International Film Festival Rotterdam. R_EJECT toonde films, documentaires en animaties. Dit jaar vond het festival plaats in de Witte de Withstraat. Roodkapje koos, met succes, voor de presentatie van restaurant en bioscoop in één; bezoekers konden gelijktijdig van een maaltijd en een filmvertoning genieten. R_EJECT ging vervolgens op tournee naar Groningen (Noorderzon), Zwolle en VPRO's nachtpodium.

OPENINGSRECEPTIE INTERNATIONAL FILM FESTIVAL ROTTERDAM

ORGANISATIE: STICHTING INTERNATIONAL FILM FESTIVAL ROTTERDAM

DATUM: 26 JANUARI

LOCATIE: PATHÉ SCHOUWBURGPLEIN

BEZOEKERS: 1.800

BIJDRAGE: € 5.000

Traditiegetrouw ondersteunde Rotterdam Festivals ook in 2005 de openingsreceptie van het International Film Festival Rotterdam. Het filmfestival werd geopend door de documentaire 10e Chambre - Instants d'audience van Raymond Depardon.

HOT SPOTS

ORGANISATIE: STICHTING INTERNATIONAL FILM FESTIVAL ROTTERDAM

DATUM: 27 JANUARI

LOCATIE: OFF_CORSO

BEZOEKERS: 1.567

BIJDRAGE: € 10.000

Voor dit nieuwe programmaonderdeel van het filmfestival zocht de organisator het hele jaar naar Hot Spots, plekken die barsten van de creatieve energie, en kwam uit bij Bagdad, Istanbul en Bristol. Hot Spots bracht jong audiovisueel talent uit deze steden naar Rotterdam en gaf hen een plek in Off_Corso. Dit resulteerde in drie avonden met film, DJ's, VJ's en performances, waarbij steeds één van deze steden centraal stond.

ROTTERDAMSE MUSEUMNACHT

ORGANISATIE: STICHTING ROTTERDAMSE MUSEUMNACHT

DATUM: 26 FEBRUARI

LOCATIE: DIVERSE MUSEA EN GALERIES

BEZOEKERS: 10.000

BIJDRAGE: € 10.000

Wethouder Kunstzaken en Vervoer, Stefan Hulman, afseilde van het Maritiem Museum en gaf daarmee het startsein voor deze nachtelijke tocht langs zo'n veertig galeries en musea van Rotterdam. Bezoekers kregen met een passe-partout, een lichtgevende button, toegang tot alle deelnemende instellingen

Het International Filmfestival Rotterdam speurt het hele jaar door naar jong audiovisueel talent en stuit daarbij op bepaalde hot spots, plekken die barsten van de creatieve energie.

HOT SPOTS
FRIESCH DAGBLAD
29.1.2005

gen en konden gratis gebruik maken van het speciaal ingezet openbaar vervoer. Het publiek kon een kijkje nemen in de bedstee van Napoleon in het Schielandshuis, een kop soep eten met jonge kunstenaars bij Showroom MAMA of had een ontmoeting met nachtdieren in Villa Zebra. Ook waren er dagboekverhalen van Dali in Museum Boijmans Van Beuningen, een workshop Marokkaanse dans in het Wereldmuseum en een modeshow van de Nieuwe Ontwerpers waarbij het publiek letterlijk geboeid werd.

INTERNATIONAAL WIJKTHEATER FESTIVAL 2005

ORGANISATIE: STICHTING ROTTERDAMS WIJKTHEATER

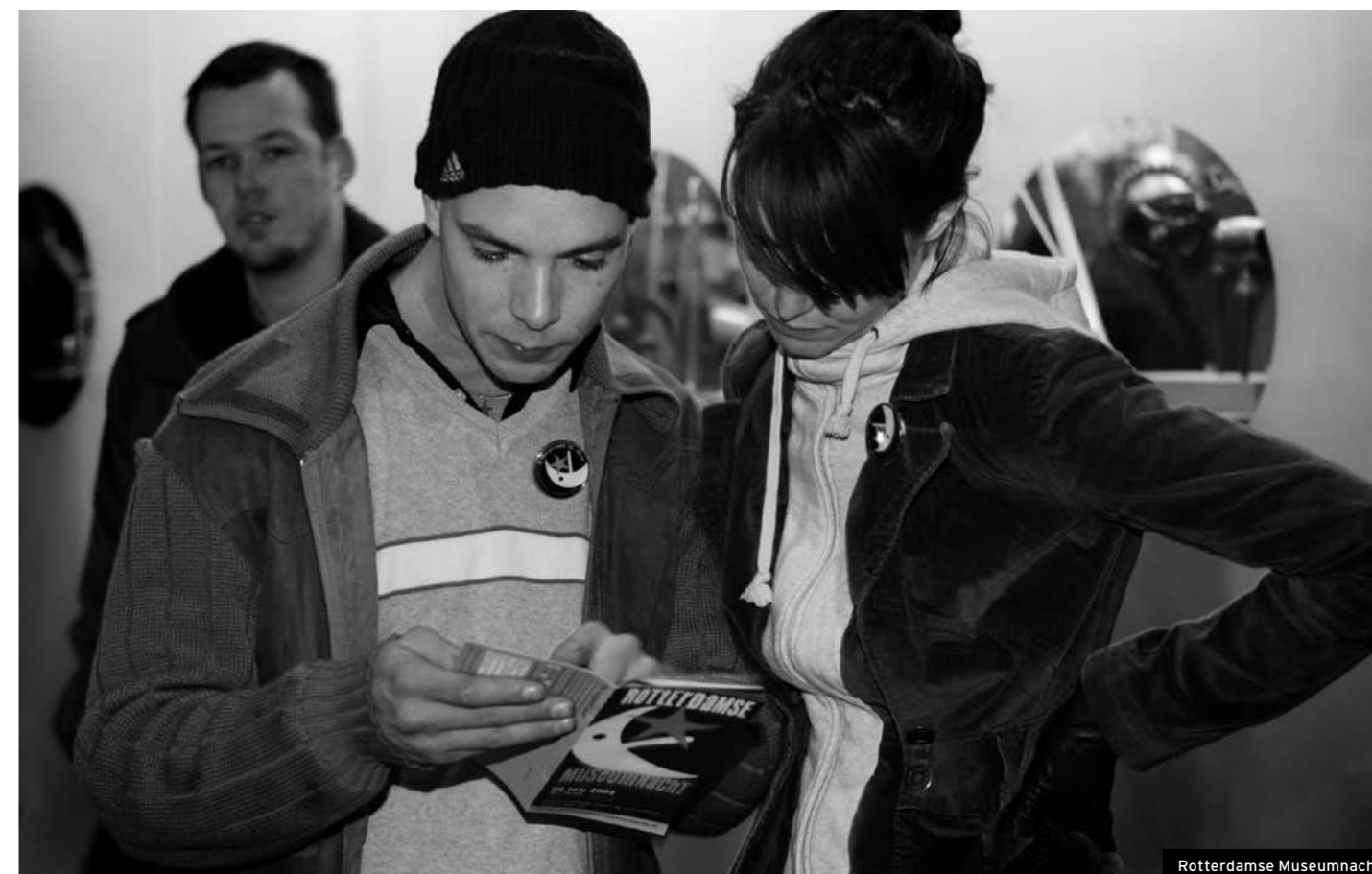
DATUM: 30 MAART T/M 3 APRIL

LOCATIE: THEATER ZUIDPLEIN

BEZOEKERS: 2.467

BIJDRAGE: € 2.500

Thema van het derde Internationaal Wijktheater festival was "WIE?" "Wie is ons publiek en hoe bereiken we dat?" vroeg de organisator zich af. Aansluitend op dit thema werden er naast de theatervoorstellingen ook workshops, debatten en symposia georganiseerd. Theatergezelschappen uit Zuid-Afrika, Verenigde Staten, Groot-Brittannië, Duitsland, België en Nederland brachten hun voorstellingen. In de Morning After Salon kon het publiek de spelers en regisseurs vragen stellen over wat zij die avond gezien hadden. Het festival werd afgesloten met een slotdebat over publieksbereik.



KICK OFF

ORGANISATIE: STICHTING NIEUWE GARDE

DATUM: 22 APRIL

LOCATIE: DE SCHIECENTRALE

BEZOEKERS: 800

BIJDRAGE: € 2.500

De Schiecentrale was deze avond het decor voor een nieuw evenement, dat de bezoekers onder het motto 'Creativity is a choice, not a gift' uitdaagde om creatief te zijn. De aanwezigen konden meewerken aan de productie van het 60 Minute Magazine: een magazine dat onder begeleiding van professionals van Rails binnen een uur werd gerealiseerd. Op het programma stonden verder consulten met fotograaf Corbino en industrieel ontwerper Joost Alferink (ontwerper van Senseo). Als leden van de 'gevestigde garde' deelden zij hun kennis met de nieuwe talenten. Onder de bezoekers bevond zich ook Ivo Opstelten. Hij werd als speciale gast geïnterviewd voor het 60 Minute Magazine. De officiële lancering werd gevormd door de presentatie van een video-edit van beeldend kunstenaar Micha Klein.

In het kader van de herdenking van 60 jaar bevrijding, vond het college van de Gemeente Rotterdam een extra impuls voor de activiteiten op en rond 5 mei 2005 op zijn plaats. Rotterdam Festivals ondersteunde daarom de volgende activiteiten:

ZWARTE CONFETTI

ORGANISATIE: STICHTING AUTOPED

BEZOEKERS: ONBEKEND

BIJDRAGE: € 12.000

Een educatief project voor basisscholen van Boekie Boekie over oorlog. Dit project sloot aan bij de fototentoonstelling 'Zwarte Confetti' in het Schielandshuis. Het project bestond uit een bundel met foto's en verhalen en gedichten over de oorlog en een reizende expositie met lesmateriaal.

LITERAIRE MARATHON (ONDERDEEL VAN KOORTS)

ORGANISATIE: IRAANSE STICHTING VOOR CULTUUR EN KENNIS

DATUM: 14 MEI

LOCATIE: BIBLIOTHEEKTHEATER

BEZOEKERS: 70

BIJDRAGE: € 2.000

Precies 65 jaar nadat de stad gebombardeerd werd, vond de eerste literaire marathon van Rotterdam plaats. Dichters, schrijvers en muzikanten uit de stad lieten hun stemmen en hun woorden over de bevrijding horen.

BEVRIJDINGSFESTIVAL ROTTERDAM

ORGANISATIE: JMR PRODUCTIES

DATUM: 5 MEI

LOCATIE: VOET VAN DE ERASMUSBURG (NOORDZIJDE)

BEZOEKERS: 35.000

BIJDRAGE: € 5.000

Vanwege de viering van 60 jaar bevrijding werd het bevrijdingsfestival extra ondersteund op het gebied van marketing en promotie en door toevoeging van een feestelijke lichtshow. Op het programma stonden onder andere K-Liber, Thé Lau, Jovink en de Voederbieters en Don Diabolo.

NEVER AGAIN: FOTOTENTOONSTELLING BELEG VAN LENINGRAD

ORGANISATIE: LA-EVENTS

DATUM: 24 MEI T/M 9 JUNI

LOCATIE: STADHUIS, WORLD TRADE CENTRE

BEZOEKERS: ONBEKEND / PASSANTEN

BIJDRAGE: € 4.050

Gezien de bijzondere band met zusterstad St. Petersburg was Rotterdam de aangewezen locatie voor de tentoonstelling Never Again. In het Stadhuis en het World Trade Centre werden 50 archiefphoto's over het beleg van Leningrad tijdens WO II tentoongesteld.

OFF_CORSO EXPO

ORGANISATIE: STICHTING OFF_CORSO

DATUM: MEI, JUNI

LOCATIE: OFF_CORSO

BEZOEKERS: 650

BIJDRAGE: € 1.500

EXPO was de start van een nieuwe reeks tentoonstellingsavonden in Off_Corso. In mei opende Enith Stenhuys haar expositie en deze was vervolgens een maand lang te zien in de lounge van Off_Corso. In samenwerking met de Willem de Kooning Academie waren er ook presentaties van Barbara Visser en Jochem Niemandsvdriet. EXPO werd in juni voortgezet met de expositie van modeontwerpster Libuska en in co-productie met Willem de Kooning Academie, presentaties van Peter Bilak en Joost Alferink.

ZATERDAGEN VAN BEZIELING

ORGANISATIE: STICHTING WIJKORGAAN STADSRIEHOEK

DATUM: 14 MEI T/M 25 JULI

LOCATIE: GROTE KERKPLEIN

BEZOEKERS: 1.000

BIJDRAGE: € 2.500

De (zeven) Zaterdagen van Bezieling trokken in 2005 twee maal zoveel publiek als in het voorafgaande jaar. Het festival stond in het teken van de multiculturele kracht van Rotterdam. De programmering was divers; mode uit Afrika, verhalen uit Suriname en Berberse muziek uit Marokko.

PIXELPARK

ORGANISATIE: STICHTING ROTTERDAM ANIMATION TOWN

DATUM: 3 T/M 5 JUNI

LOCATIE: DE SCHIECENTRALE

BEZOEKERS: 650

BIJDRAGE: € 7.500

Pixelpark beoogde het nieuwe internationaal georiënteerde digitale mediafestival in Rotterdam te zijn. De Schiecentrale werd ingericht als digitale 'speeltuin' (park) waar het publiek spelenderwijs en aan de hand van films, exposities en performances kennis kon maken met de verschillende aspecten van de actuele, digitale media. Het festival opende met de gratis toegankelijke film Sin City The Movie, die door het slechte weer helaas naar binnen moest worden verplaatst. Ondanks het bescheiden aantal bezoekers werd het festival redelijk enthousiast ontvangen door deelnemers en bezoekers. Het is nog onduidelijk of deze pilot een vervolg krijgt.

OPEN DAG INTERNATIONALE ARCHITECTUUR BIËNNALE ROTTERDAM

ORGANISATIE: STICHTING INTERNATIONALE

ARCHITECTUUR BIËNNALE ROTTERDAM

DATUM: 5 JUNI

LOCATIE: CRUISE TERMINAL, LAS PALMAS, NAI

BEZOEKERS: 2.500

BIJDRAGE: € 10.000

Tijdens de Open dag van de Architectuur Biënnale konden alle Rotterdammers gratis kennis maken met de exposities van de Biënnale. Burgemeester Opstelten opende het programma in de Cruise Terminal. Bezoekers werden ontvangen door gastvrouw Loes Luca en gastheer John Buijsman. Hierna kon het publiek zich over de tentoonstelling laten rondleiden door bekende Rotterdammers als Nico Haasbroek, Jack Kerklaan, Kunsthaldirecteur Wim Pijbes, directeur van het Maritiem Museum Coen Schimmelpenninck van der Oije, directeur van het

Historisch Museum Rotterdam Hans Walgenbach en journalist Francisco van Jole. Ook curator Adriaan Geuze leidde bezoekers rond in gezelschap van Burgemeester Opstelten. Vooral de tentoonstelling Hollandse Waterstad, acht maquettes van Rotterdam door de eeuwen heen, was populair bij het publiek.

COMEDY FACTORY FESTIVAL

ORGANISATIE: MEN AT WORK TV PRODUKTIES

DATUM: 9 T/M 11 JUNI

LOCATIE: NIGHTTOWN E.O

BEZOEKERS: 2.250

BIJDRAGE: € 7.500

In en rondom Nighttown traden ruim 20 comedians op, in drie zalen tegelijk. Elke zaal had zijn eigen MC, waaronder Jörgen Raymann. Naast Nighttown waren er kleinschalige huiskamershows, waar het publiek in beperkte aantallen kon plaatsnemen en zo een intieme en heel directe vorm van comedy meemaakte. Wie er nog dichter op wilde zitten, kon plaatsnemen op de achterbank van een Comedy Factory auto en zo een wel heel exclusief optreden beleven. Het Comedy Snackloket bracht live comedy vers en direct uit de muur. Echte waaghalzen konden zelf op het podium stappen tijdens de workshops die door comedian Bob MacLaren werden gegeven. Het festival werd later ook uitgezonden door de NPS.

De bands waren puik, de meiden sexy, bier en tequilla in overvloed, het publiek was multiculti, zeer sympatiek, maar boven alles verslaafd aan rock 'n roll.

PRIMITIVE!
8WEEKLY
12.7.2005

PRIMITIVE!

ORGANISATIE: STICHTING POPVERZAMELGEBOUW

DATUM: 30 JUNI T/M 1 JULI

LOCATIE: WATERFRONT, ROTOWN, SHOWROOM MAMA

BEZOEKERS: 1.000

BIJDRAGE: € 4.000

Dit garage rock festival is één van de weinigen in haar soort in Europa. Zowel de geprogrammeerde bands (Black Lips, King Khan & the Shrines, The Lyres) als het publiek kwamen van over de hele wereld. In de tweede editie van het festival lag meer de nadruk op het lifestyle aspect van garage rock. Naast het muziekprogramma was een uitgebreid randprogramma met onder meer een rock 'n roll brunch in Rotown en Garazie Karaoke. Het Waterfrontcafé werd voor de gelegenheid omge-

toverd tot een sleazy sixties nachtclub. Publiek en pers waren zeer lovend over het evenement.

RESFEST

ORGANISATIE: STICHTING D NERVE LAB

DATUM: 7, 8 EN 9 OKTOBER

LOCATIE: THEATER LANTAREN/VENSTER, NIGHTTOWN, CBK

BEZOEKERS: 850

BIJDRAGE: € 15.000

Dit internationale filmfestival voor korte film, motion graphic, muziekvideo's, animatie, nieuwe media en lifestyle werd dit jaar voor het eerst in Nederland (Rotterdam en Amsterdam) georganiseerd. De opening in Centrum Beeldende Kunst werd muzikaal ondersteund door Urbi et Orbi. In Theater Lantaren/Venster werden de films getoond en kon het publiek in gesprek gaan met de makers. Tijdens de openingsparty in Rotterdam, Nighttown, vond de première van The Dutch Mix plaats. Dit filmprogramma bestond uit korte films, video's en animaties van Nederlands talent. Het muziekprogramma kwam tot stand in samenwerking met Stichting Motel Mozaïque. Bezoekersaantallen vielen in Rotterdam helaas wat tegen in tegenstelling tot de volle zalen in Amsterdam.

WORLD BASS CLARINET CONVENTION

ORGANISATIE: STICHTING WORLD BASS CLARINET

DATUM: 21 T/M 23 OKTOBER

LOCATIE: DE DOELEN, ROTTERDAMS CONSERVATORIUM, LAURENSKERK

BEZOEKERS: 520

BIJDRAGE: € 7.500

Tijdens de eerste editie van het driedaagse basklarinet festival ontmoetten zo'n 250 studenten en musici uit de hele wereld elkaar voor workshops, lezingen, een compositiewedstrijd en een concours. Ook werd er een recordpoging gedaan om met zoveel mogelijk basklarinetten in de hal van de Doelen een kort concert te geven. Met 149 deelnemers werd een nieuw wereldrecord gevestigd. De Engelse componist Paul Harvey schreef de muziek voor deze recordpoging. Het concert in de Laurenskerk met o.a. Michael Lowenstern, onder insiders een gevierde basklarinetist, gaf een indruk van de laatste ontwikkelingen binnen dit genre.

CINEMAR

ORGANISATIE: STICHTING AL JISR

DATUM: 10 T/M 29 NOVEMBER

LOCATIE: THEATER LANTAREN/VENSTER, THEATER ZUIDPLEIN EN DIVERSE WIJKLOCATIES

BEZOEKERS: 5.400

BIJDRAGE: € 3.000

Cinemar stond dit jaar in het teken van de viering van 400 jaar betrekkingen tussen Nederland en Marokko. Op het festival werden films vertoond uit Marokko en producties van Marokkaanse migranten in Europa. In samenwerking met diverse instellingen en wijkorganisaties werden naast de meer dan 52 filmvertoningen ook debatten georganiseerd op meer dan 23 locaties. De officiële opening van het festival werd verricht door de Staatssecretaris van Cultuur, Medy van der Laan, in aanwezigheid van de Marokkaanse minister van Cultuur, Mohammed Achaari. Vrijheid van meningsuiting en emancipatie van Marokkaanse vrouwen vormden de thematische rode draad door het festival en de debatten.



GOING TO A GO-GO

ORGANISATIE: STICHTING CALYPSO

DATUM: 18 EN 19 NOVEMBER

LOCATIE: CALYPSO

BEZOEKERS: 707

BIJDRAGE: € 6.000

Een gloednieuw festival voor liefhebbers van de jaren veertig, vijftig en zestig en de muziek, kleding, accessoires en levensstijl die daarbij horen. Centraal onderdeel van dit festival was de Going to a Go-Go Catwalk fashion award. Jong talent ontwierp collecties, geïnspireerd op punk en rock 'n roll. De jury bestond onder andere uit Geert-Jan Renzen (fashion-director Blvd) en modeontwerperster Marlies Dekkers. De eerste prijs werd gewonnen door Karin Schwaiger (a.k.a. Cute Karin) die haar kleding in de etalage van de Bijenkorf mocht hangen. Naast deze 'officiële' modeshow hield de Rotterdamse fifties/sixties kledingwinkel Very Cherry een modeshow. Verder kon het publiek genieten van vele optredens, waaronder Miss Mary Ann & the Ragtime Wranglers (NL/UK).

CAMERETTEN

ORGANISATIE: STICHTING CAMERETTEN

DATUM: 23 T/M 26 NOVEMBER

LOCATIE: LUXOR THEATER

BEZOEKERS: 5.042

BIJDRAGE: € 14.295

Cameretten bestond in 2005 veertig jaar en is daarmee het oudste Nederlandse cabaretfestival. Uit 75 deelnemers werden negen kandidaten geselecteerd voor de voorrondes. Tijdens de finale in het nieuwe Luxor Theater streden de drie solisten om de prijzen. Het gastoptreden werd verzorgd door oud-winnaar Theo Maassen. De presentatie van het festival was in handen van oud-finalist Richard Groenendijk. De jury, bestaande uit Saskia Stuiveling, Peter Ouwkerk, Mons de Goede en Mumtaz Jafri, vond het niveau van de deelnemers bijzonder goed. De Belg Begijn Lebleu won de publieksprijs met zijn programma 'De prins op het witte paard'. De persoonlijkheidsprijs was voor Jandino Aspraat. De finalisten van Cameretten gaan van december tot en met februari 2006 met elkaar op tournee langs diverse theaters in het land.

BLACK SOIL INTERNATIONAL HIP HOP FILMFESTIVAL

ORGANISATIE: STICHTING BLACK SOIL

DATUM: 25 T/M 27 NOVEMBER

LOCATIE: THEATER LANTAREN/VENSTER

BEZOEKERS: 2.000

BIJDRAGE: € 5.000

Door de explosieve groei van Hip Hop zijn er steeds meer films die deze cultuur als uitgangspunt kiezen. Black Soil speelde hier op in en liet Hip Hop georiënteerde filmfeatures, korte films, animaties en documentaires zien. Theater Lantaren/Venster stond drie dagen lang in het teken van Hip Hop in de breedste zin van het woord. Naast de vele films uit alle hoeken van de wereld was MTV aanwezig met Coolpolitics en vond de prijsuitreiking van de Black Soil Short Visionaires Competitie plaats.

SRANANG BATTLE

ORGANISATIE: STICHTING WHATEVER

DATUM: 27 NOVEMBER

LOCATIE: NIGHTTOWN

BEZOEKERS: 850

BIJDRAGE € 2.000

Stichting Whatever en WG-Events organiseerden in het kader van Suriname dertig jaar onafhankelijk, een gezamenlijke viering voor jong en oud met Surinaamse muziek, dans, klederdrachten, een markt en typisch Surinaams eten. In de Basement vond de Sranang Battle plaats waar jonge kaskawi groepen en rappers het tegen elkaar opnamen. Tijdens het juryberaad trad de kaskawigroep O.G. Explosion op en de Rotterdamse rap-formatie TND Soldiers. De formatie Original uit Rotterdam won de eerste prijs in de categorie Kaseko. De jury van de Sranang Rapbattle koos de rapper Heinek'n als Beste Sranang Rapper voor 2005, die inmiddels met de geldprijs een demo cd heeft opgenomen.

A TRIBUTE TO THE KING OF KASEKO, 'LIEVE HUGO, A POKU TORI'

ORGANISATIE: TRC PROMOTIONS

DATUM: 4 DECEMBER

LOCATIE: THEATER ZUIDPLEIN

BEZOEKERS: 422

BIJDRAGE: € 7.000

Een bijzondere viering ter nagedachtenis aan de dertig jaar geleden overleden Surinaamse volksheld en zanger Lieve Hugo. John Oldenstam, acteur en zanger in de musical The Lion King, kroop in de huid van Hugo en werd begeleid door een live band, dansers en een gospelkoor. Het publiek werd aan de hand van de verhalen van verteller Winston Scholsberg, beeldprojecties op het podium en de liedjes van Lieve Hugo langs de Surinaamse geschiedenis vanaf de jaren dertig tot de onafhankelijkheid in 1975 geleid. De try-outs van deze voorstelling vonden plaats in het Mamiotheater / Odeon. De première was in Theater Zuidplein waar de overwegend Surinaamse bezoekers het feest der herkenning vierden. De meeste Surinamers zijn met deze muziek opgegroeid, de zaal zong mee en was regelmatig zichtbaar geroerd.

NUMOONFEST

ORGANISATIE: STICHTING NU MUSIC NETWORK

DATUM: 16, 17 DECEMBER

LOCATIE: THEATER LANTAREN/VENSTER

BEZOEKERS: 1.600

BIJDRAGE: € 10.000

Deze pilot van het nieuwe festival Nu Music & Media Conventi-on had als doel het promoten van onafhankelijke artiesten, labels, boekers, promotors, magazines, clubs, webradiostations en dergelijke. Het programma voor dit tweedaagse festival werd samengesteld onder het motto 'unity in diversity'. In de vier zalen van Theater Lantaren/Venster en in het café kon je genieten van een smeltkroes van nu-jazz-soul-funk-hip-hop met o.a. Illicit, Jagged Soul, State of Monc en Kraak en Smaak. De pilot werd goed ontvangen door de landelijke en lokale pers en ook het publiek wist de weg naar het festival goed te vinden. De organisatie gaat er dan ook van uit een tweede editie neer te kunnen zetten in 2006.



Going to a Go-Go

EL FOC DEL MAR TIJDENS HET AFRIKAANDERFESTIVAL

ORGANISATIE: STICHTING LOEDER EVENTS

DATUM: 16 T/M 18 DECEMBER

LOCATIE: AFRIKAANDERPLEIN E.O.

BEZOEKERS: 3.000

BIJDRAGE: € 5.000

Dit festival werd georganiseerd ter gelegenheid van de heropening van het Afrikaanderplein. Wethouder Lucas Bolsius en portefeuillehouder Matty Woudenberg openden het vernieuwde marktterrein op het Afrikaanderplein en het heringerichte Afrikaanderpark. Op zaterdag was er een uitgebreid muziekprogramma dat helaas moest worden afgelast omdat een aantal jongeren met fruit en eieren naar het muziekpodium gooide. Op zondagmiddag werkte het weer niet mee, maar de instellingen en organisaties uit de wijk werden toch behoorlijk bezocht. Er waren diverse voorstellingen met als hoogtepunt op zondagavond de voorstelling El Foc Del Mar van het Spaanse gezelschap Xarxa. Een groots openluchttheaterspektakel met poppen, bouwwerken, trommelaars en vuurwerk.

LIFE IS A FAIRYTALE

ORGANISATIE: STICHTING BEWONERSORGANISATIE COOL

I.S.M LUCILLE WONG

DATUM: 17 DECEMBER

LOCATIE: DIVERSE CENTRUMLOCATIES EN DE SCHOTSE KERK

BEZOEKERS: 400, EXCLUSIEF PASSANTEN OPTOCHT

BIJDRAGE: € 2.000

In samenwerking met Aspirations, een collectief van jonge modeontwerpers in Rotterdam, organiseerde bewonersorganisatie Cool in de Schotse kerk een modeshow, afgewisseld met muziek- en dansoptredens van jonge lokale hiphoppers en streetdancers. De (uitverkochte) kerk was sprookjesachtig aangekleed door binnenhuisarchitect Lydwien Tummers. Ook de ontwerpen van o.a. Lucille Wong, Aleyda Gomes en Sarah Maarnhout waren geïnspireerd op winterse sprookjes. Voor-

afgaand aan het programma in de kerk was buiten in de Witte de Withstraat een kort voorproefje van de show te zien. Deze bonte combinatie van bijzondere creaties van getalenteerde jonge ontwerpers naast amateur-dansgroepen leek wat willekeurig, maar bracht een gemengd en enthousiast publiek bijeen.

PIANODRIEDAAGSE

ORGANISATIE: STICHTING ROTTERDAMSE PIANODRIEDAAGSE

DATUM: 28 T/M 30 DECEMBER

LOCATIE: DE DOELEN

BEZOEKERS: NOG NIET BEKEND I.V.M. VERPLAATSING FINALE

BIJDRAGE: € 29.400

Vijf minuten spelen op een concertvleugel in een wereldberoemde concertzaal voor publiek en een jury, dat is de kern van de Rotterdamse Pianodriedaagse. Tijdens het Vijf Minuten Festival krijgen amateur-pianisten de gelegenheid om in een concertzaal voor publiek hun beste kunnen te laten horen. Alle mogelijke muziekstijlen en genres passeerden de revue. Een vakkundige jury selecteerde uit de 296 deelnemers de beste 16 kandidaten voor de halve finale op de derde dag, waarvan de vier beste 's avonds in de finale spelen. De finale van de Rotterdamse Pianodriedaagse werd helaas wegens heftige sneeuwval uitgesteld naar 2006.

Vijf minuten roem op de
Pianodriedaagse

PIANODRIEDAAGSE
AD/ROTTERDAMS DAGBLAD
29.12.2005

Chantal Bettonviel	traffic coördinator	
Aukje Bolle	projectassistent evenementenbeleid	
Yolanda Ezendam	inhoudelijk projectcoördinator Architectuurjaar	
Elsbeth Grievink	hoofdredacteur DIMI	
Marije Hartman	medewerker secretariaat	
Monica Huibers	projectleider Rotterdamse Zomerfestivals / Winterfestivals	
Heleen Hulshof	projectleider September in Rotterdam / Overige Activiteiten	
Petra Kalkman	assistent office manager / projectleider CAR	
Muriel van der Klei	projectleider jongerenmarketing	
Pieter Kuster	projectleider Architectuurjaar	
Marijke van der Lely	projectmedewerker jongerenmarketing	
Irma van Lierop	hoofd afdeling publieksonwikkeling	
Johan Moerman	directeur	
Esther Muñoz Grootveld	projectleider FestiLab	
Louisa Perreyn	office manager	
Monique van der Salm	telefoniste / receptioniste	
Rinske Schellekens	projectleider Rotterdams Uitburo	
Agnes Warntjes	coördinator afdeling publieksonwikkeling	
Mariska van Wezel	communicatiemedewerker Rotterdams Uitburo	
Femke van de Wiel	projectleider Musea Rotterdam en Opera Rotterdam	
Anne Wijnen	persvoorlichter	
Michelle Wilderom	projectleider campagneteam	
Asta Biezeman	traffic coördinator	uit dienst 31-12
Carolien Dieleman	projectleider KOORTS	uit dienst 31-12
Elsbeth Meijjer	projectleider publieksonwikkeling	uit dienst 01-05
Tessa van der Salm	telefoniste / receptioniste	uit dienst 01-12
Michael Vogel	coördinator marketing Operadagen	uit dienst 01-07

STAGIAIRES

Nicole Daamen (Rotterdams Uitburo), Fieke Dieleman (September in Rotterdam), Marjolijn Driessen (Evenementenbeleid), Kiki Enthoven (DIMI), Joost Kanneworff (KOORTS), Bianca Landlust (KOORTS), Jelle Makkinga (Rotterdams Uitburo), Noor Malefason (Rotterdams Uitburo), Mark-Jan Muys (DIMI), Krystle Stok (campagneteam), Werend Vrijlandt (Opera Rotterdam), Yee Man Tang (DIMI)

STAGIAIRES STUDENTEN UITBURO OP DE HOGESCHOLEN

Kim Cohen, Ornella de la Croes, Joan Haakmat, Jochem van Laar, Wendy Meijwaard, Anna van de Meiracker, Fiona Roelofs, Esther Versteeg, Rosanne Verweij, Dirk van der Welle

JONGERENREDACTIE DIMI

Alicia Valenzuela, Erik Kroeze, Maurice Wehrmeijer, Dewi Lammerding, Aliye van Pijkeren, Caroline Brakel, Yee Man Tang, Esther Muñoz Grootveld, Ellen Veldhuis, Lotte Ravenhorst



Hans van der Vlist (voorzitter) is sinds 1 mei 2001 directeur-generaal Milieubeheer bij het Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer. Naast voorzitter van Rotterdam Festivals is hij bestuurslid van het International Film Festival Rotterdam.

Paul van Gessel is directeur van Fryslân Marketing. Voorheen vervulde hij managementfuncties bij diverse ministeries en bij het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen. Van 2000 tot 2004 was hij bovendien voorzitter van IFEA Europe, het Europese netwerk van festival- en evenementenorganisatoren.

Petra Rens is werkzaam als advocaat in Rotterdam, als partner van Leijnse Artz advocaten. Zij is gespecialiseerd in het bestuurs- en milieurecht.

Arno Ruigrok is sinds januari 2000 werkzaam bij AM Development (voorheen Multi Development Corporation) in Gouda. Daarvoor was hij onder meer werkzaam als projectontwikkelaar bij Koolen City Developers te Rotterdam. Sinds het eind van de jaren tachtig is hij betrokken geweest bij vele ontwikkelingsprojecten in de Rotterdamse binnenstad.

Eltje de Klerk (voorzitter) is werkzaam als senior consultant bij ECORYS Research & Consulting. Zij adviseert overheden en private partijen op het gebied van vrijetijdsvoorzieningen. Daarnaast heeft zij de afgelopen tweeënehalf jaar als extern adviseur deel uitgemaakt van de commissie Amateurkunst en Cultuureducatie van de Raad voor Cultuur.

Rinske Brand woont in Rotterdam en werkt bij Cultuurnetwerk Nederland, het landelijk expertisecentrum voor cultuureducatie. In de functie van productmanager is zij verantwoordelijk voor de ontwikkeling van producten en diensten, zoals congressen en debatten.

Paul Gaalman studeerde bedrijfseconomie aan de HEAO in Den Haag. Hij werkte bij Ernst & Young als senior controle leider en was daar betrokken bij de controle van onder andere een aantal banken en verzekeringsmaatschappijen. Sinds 1986 is hij werkzaam bij KPN in verschillende financiële functies. Hij werkt momenteel als manager control voor de divisie Mobile van KPN.

Ruth Giebels is als freelancer betrokken bij verschillende projecten in de culturele sector. Ze werkte onder meer als marketeer voor Rotterdam 2001 culturele hoofdstad en KOORTS, en organiseerde het jongerenfestival DB Surround in Den Bosch. Ze is coördinator van landelijke marketingtrajecten voor Bureau Promotie Podiumkunsten en is actief in diverse landelijke adviescommissies en besturen.

WERKGROEP STRATEGIE COLLECTIEVE MARKETING

Saskia Cornelissen, Senior Communicatiemedewerker Kunsthal
Bas Kwakman, directeur Poetry International
Geert ter Steeg, directeur Theater Lantaren/Venster
Serge van Veggel, hoofd marketing Concert- en congresgebouw de Doelen

REDACTIEADVIESRAAD ROTTERDAMS UITBURO

Jacques Borger, Historisch Museum Rotterdam
Catelien van der Hoeven, nieuwe Luxor Theater
Melissa van Daalem, de Doelen
Edwin Pelsler, NAI
Daniëlle Commandeur, Theater Lantaren/Venster
Sanne Hilhorst, Meekers Uitgesproken Dans
Saskia de Feijter, Nighttown
Esmeralda Wenas, Rotterdams Philharmonisch Orkest

RAAD VAN TOEZICHT STUDENTEN UITBURO

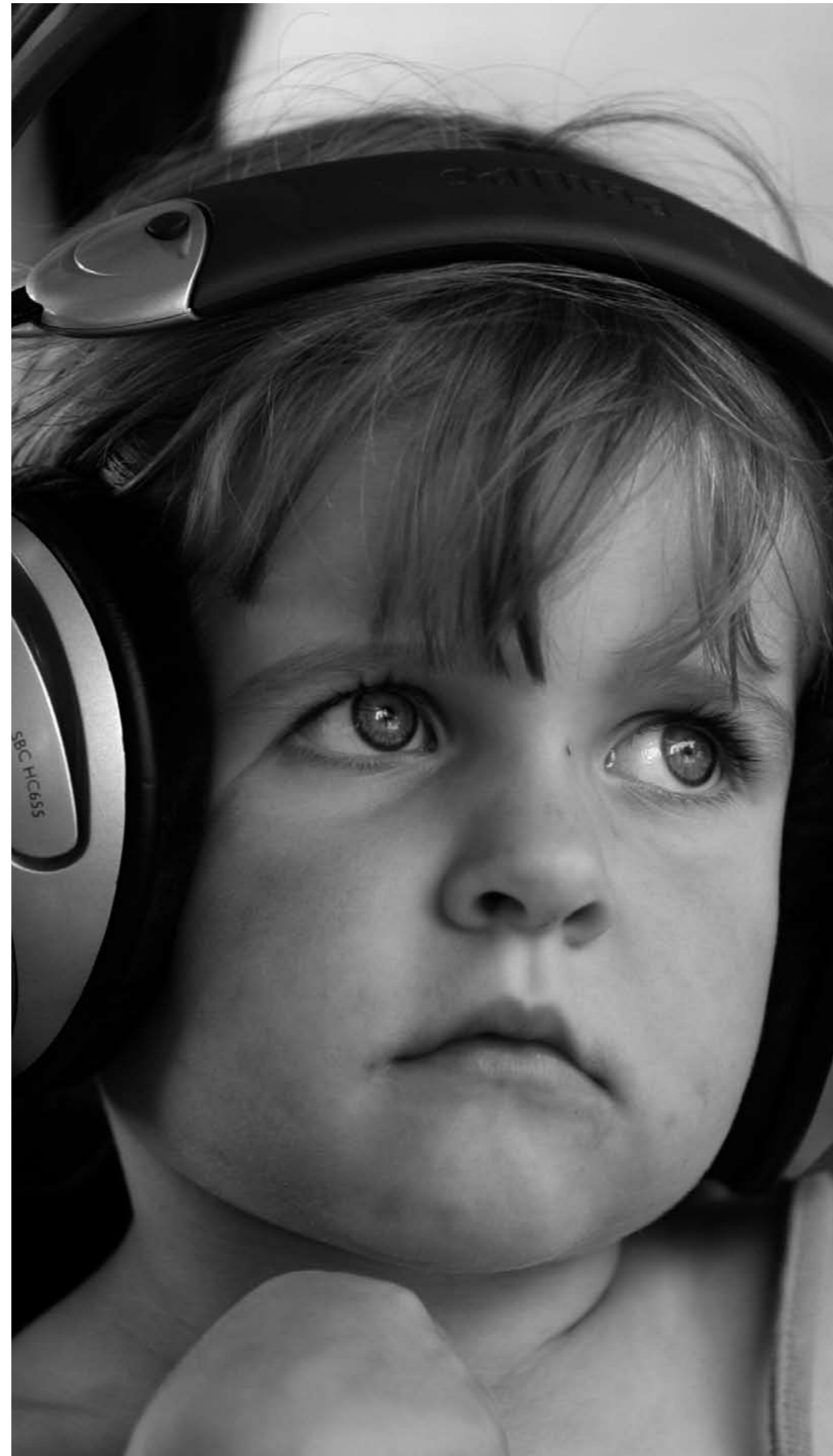
Jan Zoet, directeur Rotterdamse Schouwburg
Ruud Visschendijk, directeur Nederlands fotomuseum
Gerard van Drielen, college van bestuur Hogeschool Rotterdam
Karin Grootemaat, directeur School of Social Work, Hogeschool INHOLLAND
Johan Moerman, directeur Rotterdam Festivals

ADVIESRAAD STUDENTEN UITBURO EN DIMI

Mariska van Elsen, Museum Boijmans Van Beuningen
Esther Gernette, Theater Lantaren/Venster
Jeanette van der Valk, ro theater
Siska Diddens, SKVR
Dewi Lammerding, Off_Corso
Ruth Giebels, freelancer
Marianne Lindhout, Hogeschool Rotterdam
Cas Juusthövel, Hogeschool Rotterdam
Reina Boon, Hogeschool Rotterdam
Renee Bouwer, Hogeschool INHOLLAND

JONGERENADVIESRAAD DIMI

Kimberley Jongeneel, Nilson Rodrigues Lopes, Shelley Bulthuis,
Els van der Linden, Cynthia van Dijk, Alexandra Lim,
Anne van der Mik, Danielle Makabori



SUBSIDIËNTEN

Kunstzaken Gemeente Rotterdam
OntwikkelingsBedrijf Rotterdam
Gemeentelijk Havenbedrijf Rotterdam
Gemeentewerken Rotterdam

SPONSORS EN MEDIAPARTNERS

AD/Rotterdams Dagblad
Antenne Rotterdam
City FM
Holland Casino
vanLeest music & movies
METRO
NRC Handelsblad
Rabobank Rotterdam
RET
Shipmate Vlaggen
Spotz Media
UPC Nederland
Wegener Huis-aan-Huiskranten

SAMENWERKINGSPARTNERS

Alle activiteiten van Rotterdam Festivals worden mede mogelijk gemaakt door de actieve inzet en betrokkenheid van talloze personen en organisaties in Rotterdam: kunstenaars, culturele instellingen, evenementenorganisatoren, ondernemers, Hogeschool INHOLLAND, Hogeschool Rotterdam, Rotterdam Marketing, politie, gemeentelijke diensten en alle anderen die cultureel Rotterdam een warm hart toedragen en zich daarvoor inzetten.

COLOFON

Uitgave Rotterdam Festivals
Coördinatie Agnes Warntjes
Eindredactie Irma van Lierop
Ontwerp ZEE - grafisch en architectonisch ontwerpen
Drukwerk TDS printmaildata
Fotografie Bas Czerwinski, Fred Ernst, Hans Tak
Oplage 1.000

CONTACTGEGEVENS

Rotterdam Festivals
Postbus 21362
3001 AJ Rotterdam
T 010 433 25 11
F 010 213 11 60
E info@rotterdamfestivals.nl
www.rotterdamfestivals.nl

