



PROJECTPLAN JONGE HARTEN THEATERFESTIVAL 2017 - 2020

Inhoudsopgave

1. Missie, kernactiviteiten en ontwikkelingen	Pag. 3
2. Artistieke uitgangspunten, signatuur en beschrijving activiteiten	Pag. 4
3. Bijdrage aan de ontwikkeling van de podiumkunsten	Pag. 10
4. Plaats in het veld	Pag. 11
5. Ondernemerschap	Pag. 12
6. Spreiding	Pag. 17
7. Bijdrage coproductie	Pag. 18
8. Toelichting op begroting	Pag. 21

1. Missie Jonge Harten

Jonge Harten vindt het essentieel om mensen op jonge leeftijd (12 t/m 29 jaar) kennis te laten maken en te verleiden met artistiek hoogstaande dans- en theatervoorstellingen. Op die manier kunnen ze voor het leven gegrepen worden. Door het contact met levende kunst leren jonge mensen op overstijgend niveau naar zichzelf, naar anderen en naar de wereld te kijken en dat draagt bij aan hun creatieve ontwikkeling. Het verrijkt het leven en vergroot de verbinding tussen kunst en samenleving, nu en in de toekomst. De overtuiging dat het spannende, verbeeldingsrijke en autonome van de kunsten voor jonge mensen interessant en essentieel is, vormt voor Jonge Harten al sinds de oprichting het uitgangspunt.

Bij zijn programmering hanteert het festival de gedachte dat de getoonde kunst zelf niet uit hapklare brokken hoeft te bestaan. De voorbereiding, eigentijdse communicatievormen, context en ontmoeting slaan een brug tussen het publiek en de maker. Talentontwikkeling, publieksoptwikkeling en educatie lopen hierbij gelijk op.

Jonge Harten is er voor een jong publiek maar biedt tegelijkertijd een podium aan jonge makers, vernieuwende theatervormen en eigentijds theater in de breedste zin van het woord. Het festival biedt een sfeer en omgeving waarin kunstenaars zich vrij voelen om te experimenteren, zodat er nieuwe dingen kunnen ontstaan. Dezelfde omgeving biedt Jonge Harten aan jonge mensen die zich op organisatorisch vlak willen ontwikkelen binnen de culturele sector. Het festival is een kweekvijver en platform voor jong talent.

Jonge Harten

- programmeert 25 – 30 verschillende titels (dans, theater, performance) per editie. Deze titels spelen vaak meerdere keren op het festival. In totaal 50 – 60 voorstellingen;
- programmeert 7 – 10 muziekoptredens per editie;
- ontwikkelt 2 – 5 interdisciplinaire kunst opdrachten met jonge kunstenaars per editie;
- is coproducent van minimaal 2 producties met jonge makers;
- is coproducent van semi-professionele voorstellingen met jongeren en/of vóór jongeren (12-17);
- is een platform voor jong talent in de culturele sector en matchmaker tussen (jonge) professionele kunstenaars, het onderwijs en kunstinstellingen;
- ontwikkelt en organiseert workshops ter voorbereiding op theaterbezoek (middelbaar onderwijs);
- ontwikkelt en organiseert voor 18+ publiek workshops, zoals de cursus recenseren/reportages maken en contextprogrammering bij de voorstellingen.

Ontwikkelingen

Jonge Harten kent een flexibele organisatiestructuur en is staat in te spelen op het moment. Zo heeft het festival zich enigszins staande kunnen houden na de enorme bezuinigingen (bij FPK, Gemeente en Provincie Groningen). Het festival heeft daardoor op het gebied van marketing en publieksbereik minder groei kunnen doormaken maar heeft zich wel inhoudelijk scherper op de kaart gezet.

Sinds 2011 is de focus meer gelegd op het tonen van net afgestudeerde makers. Daarnaast stelt het festival jonge makers en interdisciplinaire kunstenaars in de gelegenheid nieuw werk te maken en het in de context van Jonge Harten te presenteren aan een jong publiek. De wisseling van directie in 2011, het wegvallen van productieplekken na 2012 en nieuwe samenwerkingen zijn van invloed geweest op deze ontwikkeling. Het blijkt voor makers en voor het jonge publiek succesvolle matches op te leveren.

2. Artistieke uitgangspunten, signatuur en beschrijving activiteiten

Jonge Harten is een negendaags festival dat plaatsvindt in stad en provincie Groningen. Het is jong, authentiek, experimenteel, nieuwsgierig, speels en uitdagend. In 2017 beleeft het zijn twintigste editie. Jaarlijks weet Jonge Harten met zijn activiteiten 10.000 bezoekers te bereiken.

Jonge Harten biedt een podium aan jonge makers, actueel theater en vernieuwende (interdisciplinaire) theatervormen. Het festival doet geen concessies aan de artistieke inhoud, vanuit de ervaring dat hoogwaardige voorstellingen door het publiek, als het eenmaal de stap naar het theater gezet heeft, juist heel positief gewaardeerd worden. Jonge Harten stelt zich daarom ten doel een laagdrempelige context te creëren voor artistiek hoogwaardige voorstellingen. Die voorstellingen selecteert het festival met grote zorg. Contextprogrammering, specifieke doelgroepkennis en doelgroepgerichte benadering spelen een belangrijke rol bij het bereiken van de gemiddelde zaalbezetting van 85%.

Artistieke uitgangspunten 2017 – 2020

Jonge Harten zal zich in de periode 2017 – 2020 nog meer profileren als platform voor ontwikkeling. Jonge Harten weet al jaren jonge mensen aan zich te verbinden en is een learning community: op ieder vlak werken of denken jonge mensen mee. Dit zorgt voor specifieke inzichten waar makers, samenwerkingspartners en publiek hun voordeel mee doen. Het festival biedt een omgeving waarin kunstenaars zich vrij voelen te experimenteren en nieuwe dingen uit te proberen.

Jonge Harten zal zijn organisatie en activiteiten hier nog meer op inrichten. Dit betekent dat niet alleen het eindproduct maar ook proces, kennismaking en uitwisseling centraal staan. In dit hoofdstuk zetten we de grote lijnen van de activiteiten van Jonge Harten 2017 – 2020 uiteen. In hoofdstuk 5 wordt ingegaan op organisatie en publieksbenadering.

Jonge makers en vernieuwend theater (nationaal en internationaal)

De voorstellingen van Jonge Harten kenmerken zich door de uitdagende inhoud en vorm, het interdisciplinaire karakter, het nieuwe en onontdekte, het directe, persoonlijke of juist absurdistische. Daarmee passen ze bij het frisse en jonge van de doelgroep. De makers die Jonge Harten programmeert zijn vaak nog onbekend, soms nog studierend of pas afgestudeerd. De programmeurs van Jonge Harten bezoeken toneelacademies en festivals en volgen hun ontwikkeling op de voet. Het is belangrijk om als festival in gesprek te zijn met deze aanstormende makers. Op die manier ontstaan ideeën voor vervolgstappen, nieuwe producties, etc.

De voorstellingen van deze generatie makers sluiten vaak naadloos aan bij het leven van jongeren en studenten die het festival bezoeken. Vaak zijn de makers ook de performers. Ze tonen hun eigen vraagstukken en kwetsbaarheden op het toneel waardoor het theater heel dichtbij komt en het publiek hen heel direct leert kennen. Ook gebruiken de makers eigentijdse technieken en refereren ze bijvoorbeeld aan games en YouTubekanalen, herkenbaar voor de jongere bezoeker.

Jonge Harten vindt ieder jaar plaats in de laatste week van november. De programmering wordt pas twee maanden voorafgaand aan het festival afgerond en kan daardoor inspelen op de actualiteit. Het programma is daarom nu nog niet bekend. Om aan te geven in welke lijn in 2017 – 2020 geprogrammeerd zal worden, geven we enkele voorbeelden van makers die tijdens eerdere edities van Jonge Harten te zien waren:

FC Bergman (BE), Howool Baek (DE), Arend Pinoy (BE), Thomas Dudkiewicz (NL), Sarah Jonker (NL),

Rebekka de Wit (NL/BE), Daniel Linehan (BE), Freek Vielen (NL/BE), Emke Idema (NL), Joke Emmers (BE), Suzanne Grotenhuis (NL/BE), BOG. (NL/BE), Daria Bukvić (NL), Davy Pieters (NL), Robbert&Frank/Frank&Robbert (BE), Silver Lining (GB), Penguin Productions (NL) en Alexander Vantournhout/Bouke Lievens (BE).

Jongerentheateraanbod voor scholieren (12-17 jaar)

Een groot deel van het theateraanbod van Jonge Harten wordt bezocht door jongeren in schoolverband. Veel van deze jongeren hebben weinig tot geen ervaring met theater. Het niveau van deze jongeren varieert van praktijkonderwijs tot gymnasium. Jonge Harten levert voor hen maatwerk. Het biedt voor elk niveau en elke leeftijdscategorie een geschikte voorstelling en besteedt veel zorg aan bijpassende educatie. De ervaring van jongeren met het theater wordt idealiter steeds verder uitgebreid in een doorlopende leerlijn: jongeren krijgen in de loop van hun schoolcarrière steeds uitdagender vormen van theater te zien. Doordat ze vroeg vertrouwd raken met het theater kunnen ze steeds complexere vormen aan. Jonge Harten biedt het hele spectrum aan.

Jongeren tussen 12 en 17 jaar biedt Jonge Harten een programma waar het vooral gaat over een aangename kennismaking met theater. De voorbereiding, context, begeleiding en evaluatie zijn hierbij net zo belangrijk als de voorstelling zelf. Bekende groepen die in dit verband regelmatig op het festival spelen zijn ZEP, Maas theater en dans, Kopergieterij, ISH, DOX, Artemis en De Toneelmakerij. Makers van deze voorstellingen houden rekening met leeftijd en belevingswereld van het jonge publiek. Naast voorstellingen die specifiek voor jongeren gemaakt worden, toont Jonge Harten voorstellingen die voor een 18+ publiek ontwikkeld zijn maar ook een jonger publiek kunnen aanspreken. Al dan niet met een specifiek educatief programma om de voorstelling voor deze jongeren extra toegankelijk te maken. Op deze manier kan Jonge Harten een jonge maker koppelen aan een jongerenpubliek en breder programmeren dan het 'standaard' jongerenaanbod mogelijk maakt. Zoals *Vergeetstuk* van Tom Struyf en *Rule* van Emke Idema. Daarnaast ontwikkelde Jonge Harten in 2014 en 2015 samen met de afdeling educatie van het NNT workshops bij *MEN.* van BOG. en bij *The Missing Beat* van Wynn Heliczer, waardoor deze voorstellingen extra aansprekend en toegankelijk werden voor het jonge publiek. Deze samenwerking wordt in 2017 – 2020 doorgezet.

Het festival wil jonge makers verleiden (en begeleiden) om ook voorstellingen voor jongeren te gaan maken. Zo werkt Jonge Harten in 2017 samen met Tryater, waar Karel Hermans en Aukje Schaafsma een jongerenvoorstelling zullen maken (Hoofdstuk 7). Karel en Aukje zijn in 2015 afgestudeerd aan de opleiding Theatraal Performer in Maastricht en stonden beide al eerder met een project op Jonge Harten.

Professioneel lokaal en regionaal aanbod

Jonge Harten vindt het belangrijk om te laten zien wat er in het Noorden wordt gemaakt aan professionele podiumproducten voor jongeren. Voor de Noordelijke makers en gezelschappen biedt samenwerking met Jonge Harten allerlei kansen op het vlak van publieksbenadering en educatie. Jonge Harten programmeerde eerder Het Houten Huis, Tryater, Club Guy & Roni, NNT en de Peergroup.

Muziekprogrammering

De muziekprogrammering van Jonge Harten is bedoeld als podium voor jong talent en voor publiek dat zo via muziek met theater in aanraking komt. Er gebeurt in de stad Groningen enorm veel op muziekgebied en ook op een hoog niveau. Juist in de maand november is er veel concurrentie. Daarom zoekt Jonge Harten juist de samenwerking. Het festival wil een plek creëren naast en samen met het bestaande segment. Het festival richt zich op jong talent, singer/songwriters en bands uit Nederland en

België en cross-overs van muziek en theater. De muziekprogrammering vindt voornamelijk plaats in het festivalhart. Dit is de plek waar publiek samenkomt voorafgaand en na afloop van voorstellingen, waar medewerkers, publiek en makers elkaar ontmoeten en waar bijzondere activiteiten plaatsvinden. Bij eerdere edities stonden bands als Bells of Youth, Bird on the Wire, Minus the Tiger, Charrles, Wolves dressed as sheep, IX en Vinkings of Tibet op het programma. Daarnaast programmeert Jonge Harten optredens gelieerd aan voorstellingen die op het festival staan. Zoals eerder de preview van Lars Doberman (Nieuwkomers van Orkater), Eefje de Visser bij Moeremans&Sons en Bastiaan bij Stichting Nieuwe Helden en Club Gewalt. Naast deze muziekoptredens draaien er iedere avond lokale DJ's. De focus in 2017-2020 ligt op versterking van de samenwerking met Noordelijke partners, zoals Vera, POPGroningen, De Oosterpoort, Academie voor Popcultuur en Prins Claus Conservatorium en op het presenteren van muziek gelieerd aan voorstellingen van Jonge Harten. Daarbij wil het festival per editie één opvallende publiekstrekker programmeren en streeft het naar een betere zichtbaarheid van het Festivalhart, om mede op die manier meer aandacht op het muziekprogramma te vestigen.

Eigen producties #Talentontwikkeling

Jonge Harten is uitermate actief in zijn zoektocht naar jong talent. Daarnaast kloppen veel jonge makers zelf met voorstellen bij het festival aan. Het festival streeft er naar om in nauwe samenwerking met gezelschappen/jonge makers en partners ieder jaar minimaal twee nieuwe voorstellingen en daarnaast ook kleinere interdisciplinaire projecten mogelijk te maken. De voorstellingen en projecten gaan op het festival in première en beleven hier hun eerste speelreeks (zie ook hoofdstuk 7).

Het festival werkte hierin de afgelopen vier jaar samen met o.m. Grand Theatre Groningen, het NNT, Festival Cement, Boulevard en Villanella/De Studio uit Antwerpen. Door samenwerking met deze partners en het tonen van dit jonge talent in de context van een festival heeft Jonge Harten een spin-off-functie voor jonge makers en is deze producties een langer leven gegund dan alleen de speelperiode op het Jonge Harten festival. Vanaf 2016 werkt Jonge Harten o.m. samen met de nieuwe Stichting Grand Futura (eerder Grand Theatre). Met hen zal Jonge Harten presentaties laten zien van *Scratch*, waarbij makers een week de tijd krijgen iets uit te proberen en hun schets aan het einde van de week tonen op het festival. Voorbeelden van eigen producties zijn: *Who run the world* van Stephanie Louwrier en Daria Bukvic (2013), *Demarrage* van Charlotte CaECKAERT (2013), *RO-BOT* van Firma Draak (2014) en *DIY_Ballet* van Rosa van Leeuwen (2014), *Missie Marquez* van Karlijn Kistemaker (2015) en *De Therapie* van Julie Cafmeyer (2015).

ArtQuake #kunst in de openbare ruimte

Naast voorstellingen ontwikkelt Jonge Harten met studenten van kunstvakopleidingen uit het Noorden interdisciplinaire producties, zoals ArtQuake. Een ArtQuake is een plotselinge kunstuitbarsting in de openbare ruimte, die als doel heeft het (toevallig) aanwezige publiek in beweging te brengen. De interventies worden bedacht en uitgevoerd door studenten en jonge professionele kunstenaars die vanuit verschillende disciplines werken. De kunstenaars worden uitgedaagd in de publieke ruimte te werken, waarbij ze zich verhouden tot het thema en de doelgroep van Jonge Harten.

Eigen producties door jongeren gespeeld #Talentontwikkeling

Ook (semi-)professioneel aanbod waarin jongeren zelf spelen vormt een essentieel onderdeel van het Jonge Harten Festival. Jongeren in het publiek zien dat andere jongeren zich op het podium met hart en ziel inzetten en op een hoog niveau kunnen presteren. Dat spreekt enorm tot de verbeelding en bewijst dat theater niet uitsluitend iets is van en voor volwassenen. Jonge Harten bedenkt vanuit zijn netwerk

mogelijke matches en koppelde bij eerdere edities bijvoorbeeld makers als Willemijn Zevenhuizen, Sanne Verkaaik en makers van DOX aan noordelijke instellingen. De eerste stap van de samenwerking bestaat uit het bereiken van inhoudelijke overeenstemming, regie en financiering. Vanuit daar werken de partijen zelfstandig verder. Achterliggende gedachte is dat de samenwerking met Jonge Harten iets nieuws toevoegt aan de reeds bestaande werkwijze en/of projecten. Jonge Harten werkt o.a. samen met De Noorderlingen, VRIJDAG JeugdTheaterSchool en Noorderpoort. In november 2016 zal het festival i.s.m. deze partijen een uitwisseling en ontmoeting organiseren van jong theatertalent uit Nederland. In 2017 maakt Jonge Harten met De Noorderlingen een jubileumvoorstelling.

Jonge Harten op Reis

Omdat niet alle scholen uit de provincie Groningen in staat zijn om naar het jongerentheeraanbod van Jonge Harten in de stad te komen heeft het festival Jonge Harten op Reis in het leven geroepen. In dit geval komt Jonge Harten naar deze scholen toe. Eerdere edities programmeerde Jonge Harten drie tot vier voorstellingen in Delfzijl, Veendam en Leek. Het festival werkt hierbij samen met De Molenberg in Delfzijl en van Beresteyn in Veendam en in 2017 ook met Theater Geert Teis in Stadskanaal. Met de scholen die meedoen aan 'Jonge Harten op Reis' is vanaf juni intensief contact over de voorstellingen. Ook wordt de Jonge Harten Express weer aangeboden, waarbij scholieren met de bus van en naar voorstellingen in Delfzijl, Veendam en Groningen gebracht worden. Scholen uit bijvoorbeeld Warffum, Grootegast en Appingedam maakten hier de afgelopen jaren gebruik van.

Met Jonge Harten op Reis bereikt Jonge Harten ieder jaar gemiddeld 1250 leerlingen en begeleidende docenten uit de provincie. Ieder jaar moet het festival inspelen op de actualiteit en creatief zijn om dit aantal te bereiken. Zo is er sprake van krimp in de provincie Groningen (minder leerlingen) en kan een wisseling van een cultuurcoördinator betekenen dat een andere kunstvorm boven theater wordt verkozen, waardoor ineens een grote groep leerlingen wegvalt. Het festival is daarom altijd op zoek naar nieuwe samenwerkingsverbanden en ambieert groei door meerdere plaatsen/steden aan te doen.

Contextprogrammering

Jonge Harten toont overwegend werk van jonge makers aan een jong publiek dat niet vanzelfsprekend naar theater gaat. Deze makers hebben ook vaak nog geen bestaand publieksnetwerk in Groningen. Jonge Harten doet er dan ook alles aan om de afstand tussen maker en publiek te slechten. Dit gebeurt door maatwerk in programmering en marketing, waarbij de contextprogrammering een belangrijke rol speelt. Jonge Harten wil daarbij de dialoog tussen maker en publiek bevorderen.

De contextprogrammering bevat verdiepende programmaonderdelen zoals workshops, nagesprekken en reportages en interviews door studenten op de Blog van Jonge Harten. Daarnaast speelt het Festivalhart een belangrijke rol. In de praktijk ontmoeten publiek en makers elkaar hier informeel en zonder enige drempel.

Activiteiten die in het verleden succesvol zijn gebleken, vormen een min of meer vast onderdeel van het festival. Zoals de Notenkrakers: intieme gesprekken aan de borreltafel (backstage) tussen de makers en 12 mensen uit het publiek, direct na afloop van de voorstelling. Andere onderdelen van het contextprogramma veranderen per festivaleditie en spelen in op samenwerkingen met jonge mensen van dat moment. In 2015 was er bijvoorbeeld het Festivallab. Hierin namen 10 studenten van de studierichting Kunsten, Cultuur en Media van de RUG, telkens met een externe expert, elke dag het festival en de bezoekers onder de loep. Aan het eind van de avond werden ze geïnterviewd over hun bevindingen. De uitvoering van dit soort programma's ligt bij jonge mensen die iets nieuws willen

uitproberen. Jonge Harten ziet er op toe dat de inhoudelijke koppeling in alle activiteiten voldoende aanwezig is.

Cursus recenseren en reportages maken voor Jonge Harten Blog

Tijdens en in de aanloop naar het festival houdt een redactie van tien studenten (en pas afgestudeerden) een blog bij over het festival. Het doel van de blog van Jonge Harten is om jonge mensen te laten schrijven over hun generatiegenoten die te zien zijn op het festival en over hun eigen ervaring bij het kijken naar theater. De studenten worden in zeven weken klaargestoomd voor het bloggen. Ze krijgen les in het schrijven over kunst en analyseren van voorstellingen. Ze oefenen in het schrijven van korte, krachtige teksten voor de blog, in de vorm van een reportage, interview of recensie. Tijdens het festival komt de redactie dagelijks bij elkaar en doet het verslag van (bijna) alle voorstellingen en concerten van Jonge Harten. De bloggers zijn afkomstig van diverse opleidingen: docent drama, communicatie, filosofie, Kunsten, Cultuur en Media, psychologie en bijvoorbeeld commerciële economie. De verscheidenheid in achtergrond en ervaring met theater zorgt bij tijd en wijle voor een levendige discussie binnen de redactie over de voorstellingen. De blog is geïntegreerd in de homepage van de website van Jonge Harten. Bezoekers van de site krijgen zo een kijkje achter de schermen bij het festival en bij de makers. De blog heeft ook een duidelijk marketingdoel. De bloggers zijn zelf studenten en spreken daardoor de juiste taal om hun leeftijdgenoten te informeren en te enthousiasmeren. Vanwege de beluisterde behoefte van festivalbezoekers zal Jonge Harten op de vernieuwde website ook videofragmenten in de blog integreren.

Cursus fotografie

Ieder jaar opnieuw geeft het festival jonge fotografen de kans om het festival te fotograferen. Dit levert doorgaans goed PR-materiaal op, zowel voor Jonge Harten als voor de makers. Om hen op te leiden geeft Niels Knelis Meijer, de huisfotograaf van o.m. De Oosterpoort, hen een cursus festivalfotografie. De cursisten kunnen de opgedane kennis direct toepassen tijdens het festival. De beelden worden gebruikt voor het informeren van publiek via social media en voor het archief. Met de stijgende populariteit van Instagram, zal Jonge Harten de fotografen meer gaan benaderen en opleiden als fotobloggers voor Instagram en overige social media.

Festivalhart

Het Festivalhart van Jonge Harten is een bruisend festivalcentrum waar jonge mensen elkaar, de organisatie en theatermakers kunnen ontmoeten. Ieder jaar wordt gezocht naar een centrale en multifunctionele pop-uplocatie. Afhankelijk van de gevonden locatie wordt deze aangepast of speciaal opgebouwd. Jonge Harten besteedt veel zorg aan de invulling en vormgeving van het Festivalhart. In het festivalhart worden eigen producties afgemonteerd en getoond. Daarnaast programmeert het festival er muziek, performances, installaties en contextprogrammering. In het Festivalhart is een bar, een informatie- en kaartverkoopspunt en het festivalhart fungeert ook als redactiekamer van de bloggers. De ontmoetingsplek draagt bij aan de zichtbaarheid van het festival en het slechten van de afstand tussen makers en publiek.

De missie voor 2017 – 2020 is dat het Festivalhart een nog beter zichtbare plek krijgt, meer bezoekers trekt en er meer activiteiten kunnen plaatsvinden. Naast het festivalhart heeft Jonge Harten een festivalrestaurant waar medewerkers en makers eten en waar bezoekers op vertoon van een entreekaartje korting krijgen op een daghap.

Hartenjagers #educatie

Het Jonge Harten Theaterfestival wil jongeren in contact brengen met artistiek en kwalitatief hoogwaardig theater. Om een positieve ervaring te stimuleren is een goede voorbereiding op een voorstellingsbezoek cruciaal. Dit weten we uit eigen ervaring, maar krijgen we ook als feedback van gezelschappen, theaters en docenten.

Sinds 2011 biedt Jonge Harten hiervoor o.m. het programma Hartenjagers aan middelbare scholen aan. Het doel van dit project is de betrokkenheid van de scholieren te vergroten en zo de kennismaking met het theater optimaal te maken. We bieden het Hartenjagersprogramma aan in combinatie met voorstellingsbezoek tijdens het festival.

Hartenjagers is een interactieve les die de leerlingen laat zien wat er komt kijken bij (een bezoek aan een) theater, die hen informeert over het festival en inhoudelijk voorbereidt op de voorstelling die ze gaan bezoeken. Hartenjagers wordt uitgevoerd door vrijwilligers, veelal studenten van de opleiding Docent Drama in Leeuwarden. Zij krijgen van te voren een instructie van Jonge Harten. In 2015 hebben in totaal 3000 leerlingen aan het Hartenjagersprogramma meegedaan. De reacties van de scholen zijn positief. De leerlingen weten beter hoe een theaterbezoek verloopt en zijn meer geïnteresseerd in wat ze gaan zien. Voor het Hartenjagersprogramma wordt een vergoeding gevraagd. Om het Hartenjagersprogramma scherp te houden wordt ieder jaar met een aantal docenten de inhoud en aanpak geëvalueerd.

Jubileum Jonge Harten 2017

In 2017 bestaat Jonge Harten 20 jaar. Het festival zal eenmalig investeren in zijn eigen zichtbaarheid door middel van een opvallende marketingcampagne. Hierbij staat Jonge Harten als platform voor jong talent centraal. Daarnaast maakt het festival twee voorstellingen, specifiek geschikt voor het voortgezet onderwijs:

- Een semi-professionele voorstelling i.s.m. jonge spelers van De Noorderlingen, geregisseerd door een professionele jonge maker van Jonge Harten. Doelgroep 14+. De maker wordt in 2016 benaderd. Deze voorstelling speelt in stad en provincie Groningen.
- Een professionele 16+ voorstelling met jonge acteurs/ makers. De voorstelling reist na Jonge Harten verder door Nederland gericht op een jong publiek.

De makers worden in 2016 benaderd en bezoeken ter inspiratie en kennismaking met de doelgroep enkele jongerenvoorstellingen op Jonge Harten editie 2016.

3. Bijdrage aan de ontwikkeling van de podiumkunsten

"Als ik één kenmerk zou moeten noemen van het festival is dat toch echt dat je niet van te voren kan weten wat je staat de wachten tijdens de performance. Ook al ga je naar dezelfde voorstelling voor de tweede keer, de makers die gepresenteerd worden tijdens Jonge Harten zijn zo innovatief dat elke voorstelling elke keer weer anders is. (...) Dat is voor mij voornamelijk de kracht van de programmering van het Jonge Harten festival. Het is verrassend en vernieuwend. Vernieuwend betekent echter niet altijd iets goeds, maar dat is ook iets wat je leert als je meerdere voorstellingen ziet tijdens Jonge Harten. Je ziet namelijk zo veel verschillende dingen dat je gelijk begrijpt wat je wel en niet interessant vindt".

Student Kunst Cultuur en Media (RUG) over Jonge Harten

Jonge Harten kent een cultuur van voortdurend leren. Het delen van kennis en het van elkaar leren vormen een essentiële basis voor de ontwikkeling van het festival. De jonge medewerkers, makers en vrijwilligers zijn bepalend voor het succes en signatuur van het festival. Zij maken het festival jong, bruisend en weerspiegelen de doelgroep van Jonge Harten.

Jonge Harten is een platform voor de ontwikkeling van de podiumkunsten:

- Het festival stimuleert het tonen van nieuwe theatervormen en helpt makers hun weg te vinden in theaterland. Zie bijvoorbeeld Penguin Productions, dat als nieuw, jong en theateraal circus zijn - niet voor de hand liggende - weg naar het theater zoekt. In dit kader was hun voorstelling op Jonge Harten 2015 van overstijgend belang. Dat het uitgroeide tot publieksfavoriet was voor het gezelschap een heel fijne steun in de rug.
- Het stimuleert jonge theatermakers hun werk te tonen aan (of te maken voor) jongeren. Al dan niet met een speciaal hiervoor ontwikkeld educatieprogramma. Zoals bij de voorstelling MEN. van BOG.
- Het festival treedt op als matchmaker en coproducent voor jonge makers (hoofdstuk 7).
- Het festival geeft jonge mensen een leerervaring, verantwoordelijkheid en laat hen hun eigen talenten ontdekken. Jonge Harten biedt stage- en werkervaringsplekken aan, weet jonge vrijwilligers te betrekken en bedenkt concepten en workshops waardoor het studenten van MBO, HBO en WO op projectmatige wijze aan Jonge Harten verbindt. Daarnaast betreft Jonge Harten Young Professionals in de organisatie en heeft het festival een aanzuigende werking op jonge creatieven. Zij krijgen de kans om nieuwe dingen uit te proberen, zelfstandig (aan een project) te werken, invloed uit te oefenen en kennis te maken met het netwerk van Jonge Harten. Het engageren van jonge mensen draagt bij aan de ontwikkeling van het festival, als ook aan de publieks- en talentontwikkeling van Groningen. Veel talenten stromen door naar andere culturele organisaties. Jonge Harten is daarmee een kweekvijver voor talent.
- Het festival stimuleert publieksontwikkeling. De jonge uitstraling van Jonge Harten, de contextprogrammering (hoofdstuk 2) en de specifieke jongerenmarketing (hoofdstuk 5) zorgen voor laagdrempeligheid van een uitdagende programmering en dragen bij aan de publieksopbouw van jonge makers.

4. Plaats in het veld

Jonge Harten is uniek in zijn opzet. Uniek in die zin dat zowel talentontwikkeling als publieksonwikkeling centraal staan in zijn missie. Geen ander theaterfestival spreekt jongeren en jonge mensen in de leeftijd van 12 tot en met 29 jaar zo doelgroepgericht aan en betreft ze op zoveel terreinen bij de organisatie. Jonge Harten is een netwerkorganisatie die steeds opnieuw en met allerlei partners vitale verbanden aangaat in de 'keten': produceren, programmeren, publieksonwikkeling en kennis delen. Het festival legt verbindingen die meerwaarde brengen op artistiek maar ook op organisatorisch, marketingtechnisch, educatief en financieel gebied. Door zijn (inter)nationale netwerk treedt Jonge Harten vaak op als matchmaker tussen bestaande initiatieven en zorgt het voor frisse impulsen. Het lukt Jonge Harten een breed spectrum van partners aan zich te binden: van grote, gevestigde kunstinstellingen tot scholen, ondernemers en individuele kunstenaars.

Stichting Grand Futura (v.h. Grand Theatre) en de Stadsschouwburg Groningen vormen de belangrijkste samenwerkingspartners die krachtig investeren in Jonge Harten. Ook op het gebied van internationale programmering werkt Jonge Harten met deze partners samen. Bindende factor is het belang dat alle partijen hebben om jongeren een goede theaterervaring te geven zodat de kans groter is dat ze in de toekomst aan theaterbezoek blijven doen. Met Martiniplaza is Jonge Harten in 2013 en 2015 een soortgelijke samenwerking aangegaan en deze lijn wordt doorgezet.

Tijdens Jonge Harten is circa 70% van de specifiek op jongeren gerichte voorstellingen van het hele seizoen in de stad Groningen te zien. De programmering van Jonge Harten is daarmee een essentiële aanvulling op het bestaande aanbod in Groningen. De makers zijn vaak nog onbekend en weten zelfstandig nog weinig publiek te mobiliseren of vragen een specifiek, jong publiek waarvoor Jonge Harten de juiste context biedt. De programmering en organisatie onderscheidt zich (ook landelijk gezien) door het actuele karakter, de flexibiliteit, de bijzondere bundeling en het onontdekte. Het festival is voor jonge makers een springplank naar het grote(re) publiek, media en de programmeurs in de theatersector.

Jonge Harten heeft veel contact met collega-festivals, opleidingen, producenten en de vlakke-vloertheaters in Nederland en België. In gezamenlijkheid worden makers gevolgd, co-producties ontwikkeld, wordt geprogrammeerd en aan expertisedeling gedaan. De samenwerking met partners als Grand Theatre, het NNT, Academie Minerva, VRIJDAG JeugdTheaterSchool, Vooropleiding De Noorderlingen, Toneelacademie Maastricht, Festivals Cement, Boulevard en Villanella in Antwerpen heeft tot bijzondere producties geleid die anders niet mogelijk waren geweest.

In de periode 2017 – 2020 zal ook Station Noord (hoofdstuk 7) een belangrijk samenwerkingsverband zijn. Station Noord is één van de pijlers van het Noordelijk cultuurprogramma Experimenteerregio "We the North" 2017-2020. Jonge Harten onderschrijft de ambities om de stedelijke regio als cultureel samenhangend gebied te ontwikkelen en zet zich in voor de programmalijnen 'Talentontwikkeling en cultuuronderwijs, Innovatie, Stad en regio'.

5. Ondernemerschap

Jonge Harten wil de verbinding tussen kunst en samenleving vergroten en jong talent kansen bieden. Ieder jaar opnieuw worden diverse samenwerkingen gestart en nieuwe manieren van financiering onderzocht en uitgetoet om deze missie te verwezenlijken.

Bedrijfsvoering

Het festival richt zijn basisorganisatie in op meerjarige continuïteit, maar werkt met flexibele krachten om groei of krimp te kunnen opvangen en de organisatie fris te houden. De kern van Jonge Harten bestaat uit vijf mensen, allen freelancers. Zij dragen zorg voor de continuïteit en expertiseoverdracht op het gebied van financiën, programmering, marketing en educatie. Het team groeit iedere editie uit tot ongeveer 120 mensen, bestaande uit stagiaires, freelancers, vrijwilligers en daarnaast medewerkers van de samenwerkingspartners. Het bestuur van Jonge Harten neemt bij zijn werkzaamheden de code Cultural Governance als uitgangspunt en vergadert gemiddeld vijf keer per jaar om met name beleid, strategie, jaarrekening, jaarverslag, begroting en jaarplan vast te stellen.

Jonge Harten is een plek waar nieuwe dingen kunnen ontstaan. Dat brengt risico's met zich mee. Daarom is de basisorganisatie belangrijk, die kan fungeren als vangnet. Ieder jaar wordt kennis overgedragen aan jonge mensen en leert de organisatie andersom ook van de input van de jonge professionals en samenwerkingsverbanden. De organisatie steekt veel tijd in het begeleiden en coachen ervan. Als gevolg van de bezuinigingen in 2013 heeft Jonge Harten flink moeten inkrimpen op de uren van medewerkers, officemanagement en marketing. Het festival merkt dat het daarmee te kwetsbaar wordt. Zichtbaarheid en het kunnen overbrengen van je verhaal is essentieel in het verbinden van nieuwe partners en het publieksbereik. Er moet voldoende tijd zijn voor begeleiding en tegelijk het bewaken van de professionele kwaliteit. Jonge Harten gaat de wortels weer verstevigen en werkt daar in 2016 alvast naar toe met de correctie die is gekomen vanuit OCW voor festivals die onder de zaaglijn terecht kwamen.

Financieringsmix

Jonge Harten ontvangt structurele subsidies van Fonds Podiumkunsten, Gemeente en Provincie Groningen. In de afgelopen jaren was het aandeel eigen inkomsten gemiddeld 45%. De financieringsmix bestaat uit de volgende onderdelen:

1. Samenwerking bedrijfsleven

Jonge Harten richt zich op het aanbieden van programma's voor specifiek de jonge medewerkers van bedrijven en op het bieden van de mogelijkheid om nieuwe technieken/producten uit te proberen met de jonge doelgroep. In 2013 resulteerde dit bijvoorbeeld in een samenwerking met MyOrder, mogelijk gemaakt door de Rabobank. Hierbij werd het gebruik van een nieuw mobiel betalingssysteem gestimuleerd. Als een bezoeker met dit systeem een kaartje kocht, kreeg hij/zij 2 euro korting per toegangskaartje.

Samenwerking met het bedrijfsleven lukt als de missie van het bedrijf/directie en het aanbod van Jonge Harten heel dicht bij elkaar liggen. Jonge Harten is zich bewust van de grote investering in tijd en het soms beperkte resultaat. Voor duurzaam resultaat is bekendheid nodig, wederzijdse betrokkenheid en draagvlak. Dat kost tijd. En veel pogingen.

2. Samenwerkingspartners

Jonge Harten is een netwerkorganisatie en wordt mede mogelijk gemaakt door vele samenwerkingspartners zoals omschreven in hoofdstuk 4 en hoofdstuk 7.

3. Particuliere fondsen

Het festival zoekt ieder jaar naar particuliere fondsen die de missie en ambities van Jonge Harten delen. Vele fondsen hebben hun waardering voor het festival middels een financiële bijdrage uitgesproken.

4. Entreegelden

Gemiddeld realiseert Jonge Harten 35.000 euro aan recette-inkomsten. Voor de periode 2017 – 2020 streeft Jonge Harten naar een groei van 20%. Het festival stelt de entreprijzen voor jongeren ongeveer gelijk aan die van een bioscoopbezoek en de reguliere kortingtarieven voor studenten. In 2016 wordt geëxperimenteerd met tickets per avond i.p.v. per voorstelling (zie pag.16 Festivalbeleving).

5. Inkomsten Festivalhart

De bar in het Festivalhart geeft de mogelijkheid om eigen inkomsten te verwerven anders dan via recettes. Voorop staat dat de plek een inhoudelijke bijdrage levert aan het festival, door de programmering van theater, muziek en interdisciplinaire kunst en de ontmoeting tussen medewerkers, vrijwilligers, makers en publiek.

6. Giften en ANBI

Jonge Harten is participant van het Cultuur Pakt Noord. Met dit initiatief kunnen schenkers van de Groningse culturele instellingen op eenvoudige wijze gebruik maken van de fiscale voordelen van de Geefwet. De verschillende culturele instellingen presenteren hun aanbod via een website, het publiek kan zelf kiezen en direct boeken. Jonge Harten ontwikkelt jaarlijks minimaal twee aanbiedingen voor het platform. Cultuur Pakt Noord doet de administratie ten behoeve van de instellingen en schenkers.

7. Uitbreiding

Jonge Harten verkent of het zijn formule kan uitbreiden en vleugels kan uitslaan in andere provincies. Het doel is het bieden van speelplekken voor jonge makers, het vergroten van het publieksbereik van een jong publiek (12 – 29 jaar), het mogelijk maken van co-producties en expertisedeling op het gebied van marketing en educatie.

5b Uitgangspunten publieksbereik en -ontwikkeling

De doelgroep van Jonge Harten betreft jonge mensen van 12 t/m 29 jaar. Online innovaties gaan razendsnel en de doelgroep van Jonge Harten is doorgaans de eerste gebruiker. Het is voor het festival van belang van deze ontwikkelingen op de hoogte te blijven om te levelen met het beoogde publiek. Mede dankzij de vrijwilligers in de promoteams, de cursisten van de festivalblog en jonge medewerkers van Jonge Harten is het festival in staat om dichtbij bij de doelgroep te komen. Het lukt Jonge Harten op deze manier om een gemiddelde zaalbezetting van 85% te realiseren. In de periode 2017 – 2020 wil Jonge Harten van 10.000 naar 12.000 bezoekers groeien.

In grote lijnen bestaat de doelgroep van Jonge Harten uit de volgende subgroepen:

- Onderbouw van het voortgezet onderwijs en het VMBO 12 - 16 jaar
- Bovenbouw van het voortgezet onderwijs en MBO 16 - 18 jaar
- Studerende jongeren 18 - 29 jaar (Nederlands en internationals)
- Jonge Professionals 24 – 29 jaar (pas afgestudeerd of werkende jongeren)
- Overige bezoekers 29+

De doelgroepen tot 18 jaar bereikt Jonge Harten voornamelijk met zijn educatieprogramma. Door goede contacten met de scholen op te bouwen en te onderhouden en het toegespitste educatieprogramma, kan het festival de scholieren bereiken en activeren.

De doelgroepen vanaf 18 jaar bezoeken het festival zelfstandig. Jonge Harten communiceert – net zoals deze doelgroep - veelal online. Dit betekent niet dat face-to-face communicatie niet meer belangrijk is. In tegendeel, dit blijkt nog steeds de meest effectieve vorm van communicatie.

De focus ligt op het aanspreken *van* de doelgroep *door* de doelgroep. Het festival maakt interactie, ontmoeting en dialoog mogelijk via de sociale media, door middel van context-programmering op het festival, ontmoeting in het Festivalhart en door middel van face-to-face contact met zijn doelgroep voorafgaand aan het festival.

Jonge Harten als platform en community

Jonge Harten focust in 2017 – 2020 op de opbouw van zijn community. Jonge Harten stimuleert dit gericht door het aanstellen van twee communitymanagers, van wie één zich specifiek richt op de buitenlandse studenten in Groningen. Het doel is niet alleen om een 'publiekscommunity' te vormen maar veel meer om geïnteresseerden voor alle aspecten van Jonge Harten-missie een actief platform te geven. Dit is ook bedoeld voor mensen van instellingen en bedrijven voor wie talent- en publieksontwikkeling kerndoelen zijn.

Het gaat over het creëren van een brede betrokkenheid en gedeelde verantwoordelijkheid. Iedereen is een schakel in het grotere netwerk dat Jonge Harten mogelijk maakt. De communitymanager heeft de taak alle betrokkenen te verbinden. Als een ware evangelist verspreidt hij het verhaal van Jonge Harten, waarbij hij niet alleen zendt, maar ook in dialoog gaat en verhalen verzamelt.

Ook de website wordt vanuit deze visie doorontwikkeld (startend al in 2016) en krijgt meer de functie van platform en 'personal coach'. Hij helpt de bezoeker op persoonlijke wijze te vinden wat hij zoekt, brengt hem in contact met anderen en verzamelt verhalen vanuit de community. Sociale media, videoplatforms en andere online-media spelen hierbij een belangrijke rol. Daarnaast speelt face-to-face contact een belangrijke rol in het betrekken en ontwikkelen van een community. De communitymanager organiseert/coördineert onderstaande activiteiten.

Docentenklankbordgroep (12 t/m 18 jaar)

Het festival is met docenten in dialoog over hoe Jonge Harten nog beter kan aansluiten bij jongeren, scholen en docenten en hoe er meer uit deze samenwerking gehaald kan worden. Allemaal om de leerlingen een zo goed mogelijke theaterbeleving te geven. Bijvoorbeeld door docenten actief inzicht te geven in de werkwijze en doelen van de theatermakers. Uitkomsten en aandachtspunten worden meegenomen naar een volgend festival en dienen ook ter inspiratie voor de tweejaarlijkse Jonge Harten-expertmeeting.

Cultureel Voorafje (12 t/m 18 jaar)

Het Cultureel Voorafje is een presentatiemiddag in het Grand Theatre waarbij Jonge Harten specifiek het jongerenaanbod 12-18 jaar presenteert. Ook start dan de kaartverkoop aan de scholen. Door elkaar te ontmoeten wordt het contact persoonlijker waardoor vragen vanaf beide kanten makkelijker gesteld kunnen worden.

Jongerenteam (12 t/m 18 jaar)

Vijf tot tien jongeren in de leeftijd van 15 t/m 18 jaar uit het middelbaar onderwijs vormen een klankbordgroep voor Jonge Harten. De jongeren promoten het festival op hun eigen school, krijgen een kijkje achter schermen, geven feedback op de marketing van het festival en bezoeken try-outs en voorstellingen waarover ze een evaluatie schrijven. De evaluaties gebruikt Jonge Harten bij de samenstelling van het scholenaanbod van volgende edities van Jonge Harten.

Promoteams (18 t/m 29 jaar)

De promotieteams van Jonge Harten verspreiden zowel online als offline promotiemateriaal van Jonge Harten. Zij bedenken op studenten gerichte promotie, zoals een 'Huisavond' op dinsdag of ludieke acties op straat. Daarbij spreken ze hun eigen netwerk aan en bereiken ze leeftijdsgenoten bij studenten- en studieverenigingen, events of borrels. Een belangrijk doel is – net zoals de RUG dit nastreeft – een verdubbeling van het aantal deelnemende buitenlandse studenten in de komende jaren.

Festivalraad (18 t/m 29 jaar)

Jonge Harten gaat een aantal Young Professionals, uit andere vakgebieden dan kunst, verenigen in een Festivalraad. Deze raad maakt voorafgaand aan het festival kennis met de organisatie en het programma, bezoekt zoveel mogelijk activiteiten en evalueert na afloop. De festivalraad bekleedt ook de rol van ambassadeur van Jonge Harten binnen zijn eigen netwerk. Door deze samenwerking legt het festival verbindingen met sectoren, faculteiten of doelgroepen waarmee het nog geen vanzelfsprekende band heeft.

Hartenlust (18 t/m 29 jaar)

Jonge Harten wil in contact blijven met zijn community en zijn merk vaker laten zien. Daarvoor organiseert het festival ook in het voorjaar een feest. De avond heeft dezelfde vorm en naam van het laagdrempelige feest binnen het Jonge Harten festival: diverse korte performances, interdisciplinaire kunst en muziek met als climax een uitgelaten dansvloer.

Focus op Festivalbeleving

De wens van het festival is dat bezoekers meerdere voorstellingen en activiteiten op 1 avond combineren zodat er sprake is van een festivalbeleving die context geeft aan de voorstellingsbeleving.

Het aanbod van Jonge Harten is groot. De website, programmaflyer en kijkwijzer van Jonge Harten bieden handvatten om overzicht te krijgen. Echter, de tekst en het beeld op de website en op de programmaflyer dekken nooit de lading van de kijkervaring. Uit publieksonderzoek van Jonge Harten blijkt dat de doelgroep bij de keuze voor een bezoek aan Jonge Harten vaak kiest voor een bepaalde dag/tijdstip of onderwerp, niet per se een titel of maker. Dit klopt bij het type programmering dat Jonge Harten aanbiedt: het werk is vaak onbekend, het is altijd een verrassing. Uit hetzelfde onderzoek blijkt dat studenten graag een avond- of festivalpassepartout zouden kopen en dat dit volgens hen zou bijdragen aan de festivalbeleving.

Jonge Harten gaat op basis hiervan in 2016 kaarten per avond verkopen i.p.v. per voorstelling (dit geldt niet voor de schoolvoorstellingen). Bezoekers kunnen daarmee voorstellingen op 1 avond combineren en ook het muziekprogramma, contextprogramma en het festivalhart bezoeken. Het biedt Jonge Harten ook de mogelijkheid arrangementen aan te bieden, routes uit te stippelen en themagerichte avonden te organiseren.

De prijs voor één avond, voor bezoekers t/m 29 jaar, is €10. Bezoekers vanaf 30 jaar betalen €16 per avond. Uitzondering zijn vooralsnog de tickets voor de voorstellingen van de Schouwburg, deze prijs kan afwijkend zijn. Dit ticket is tevens toegangkaart voor andere activiteiten van die avond.

In 2016 wordt dit experiment uitgevoerd en geëvalueerd. Blijkt het een succes dan zal dit ook de basis vormen voor het beleid in 2017 – 2020.

6. Spreiding

Jonge Harten speelt zich af in de stad en provincie Groningen. Daarnaast werkt Jonge Harten samen met partners van Station Noord in de noordelijke provincies en reizen producties van Jonge Harten verder dan enkel hun speelbeurt in Groningen. Er wordt in de periode 2017 – 2020 tevens verkend of het festival zijn vleugels verder kan uitslaan. De basis blijft in Groningen, de jongste stad van Nederland.

7. bijdrage coproductie

Jonge Harten is een vruchtbare plek voor experiment en nieuwe vondsten met een jong publiek. Ieder jaar coproduceert Jonge Harten twee tot vier voorstellingen met jonge makers en daarnaast ontwikkelt het interdisciplinaire projecten. Het festival werkt samen met instellingen uit Groningen en festivals en podia in binnen- en buitenland. Door het netwerk van het festival en de maker(s) lukt het tevens om vervolgspeelbeurten te realiseren.

'Ik wil mijn stijl en thematiek verder uitdiepen en zie het Jonge Harten festival als de ideale plek voor mijn talentontwikkeling. Als jonge maker kom je hier terecht in een warm bad. Het publiek is kritisch, maar ook geïnteresseerd en benieuwd in de route van een nieuwe, jonge maker. Hierdoor is er sprake van een platform waarin je wordt uitgedaagd tot het maken van kwaliteit, maar waarbij er ook nog ruimte is voor experiment.'

Julie Cafmeyer over Jonge Harten (2015)

Jonge Harten produceert makers die net afgestudeerd zijn van een kunstvakopleiding (of een soortgelijk niveau hebben behaald). Autonome makers die hun eigen theatertaal aan het ontwikkelen zijn. Vaak zijn het makers die een band hebben met het Noorden, die de ruimte zoeken die Jonge Harten biedt of gewoonweg makers met dezelfde ontwikkeldrang en tijdsgeslacht als Jonge Harten. De makers die Jonge Harten de afgelopen drie jaar heeft geproduceerd (zie overzicht pag. 19) passen precies in dit beeld. Jonge Harten wil deze makers een plek bieden waar ze zichzelf kunnen ontwikkelen, iets kunnen maken waar zij zelf ook nog niet zeker van zijn en waar ze zich vrij voelen hun performance aan te passen tijdens het festival. Er komen voorstellingen uit die anders wellicht vanwege de prilheid van de makers of door hun experimentele format geen kans zouden hebben gekregen maar nu wel tot stand komen en een publiek weten te vinden. Jonge Harten wil makers de mogelijkheid bieden om een publiek op te bouwen en het jonge publiek van Jonge Harten inzicht geven in het maakproces.

Jonge Harten coacht de makers bij het samenstellen van een team, begeleidt hen in het schrijven van aanvragen en publiciteitsteksten en maakt hen wegwijs in het veld en fondsenland. Tevens zet het festival zijn netwerk in om vervolgspeelbeurten mogelijk te maken zodat de maker vlieguren kan maken. Idealiter keren makers terug op het festival. Zoals Julie Cafmeyer, die in 2014 haar afstudeervoorstelling op het festival ontwikkelde en op Jonge Harten 2015 haar eerste productie na haar afstuderen maakte. Of Karlijn Kistemaker, die haar Missie Marquez na Jonge Harten verder ontwikkelt en in 2016 terug komt.

Festivals werden in het verleden te weinig erkend om hun activiteiten buiten de festivalperiode. In werkelijkheid voert Jonge Harten gedurende het hele jaar gesprekken met makers, maakt hen wegwijs en treedt op als matchmaker en coach. In deze gesprekken wordt vaak de eerste basis gelegd voor een potentiële productie.

Jonge Harten begeleidt de makers vanaf hun onderzoek tot de speelperiode op het festival en blijft ook na het festival gesprekspartner. Jonge Harten gelooft dat continuïteit en een doorlopend gesprek met de makers van groot belang zijn bij talentontwikkeling. De coproductie bijdrage voor festivals van het Fonds Podiumkunsten is een belangrijke bijdrage in het bieden van continuïteit aan een maker.

Jonge Harten producties 2013 – 2015

Who run the world van Daria Bukvic en Stephanie Louwrier (2013).

Coproductie met NNT.

Demarrage van Charlotte Caeckaert (BE) (2013)

Coproductie met Grand Theatre, Festival Cement en Boulevard Festival.

RO-BOT van Firma Draak (2014)

Coproductie met Tweetakt en Festival Cement.

DIY_Ballet van Rosa van Leeuwen (2014)

Coproductie met Grand Theatre.

De Therapie van Julie Cafmeyer (2015)

Coproductie met Villanella (De Studio) en De Brakke Grond.

Missie Marquez van Karlijn Kistemaker (2015 en 2016)

Krijgt vervolg in Bellevue Amsterdam (met 3D Packagedeal van AFK) en komt daarna terug op Jonge Harten 2016.

Jonge Harten producties 2017 – 2020

Enkele namen en samenwerkingsverbanden voor 2017 – 2020 tot op heden:

- Eric van de Wijdeven, eigenzinnige maker die zowel gestudeerd heeft aan de Design Academy Eindhoven, afdeling mens en welzijn als de Performance Opleiding van de Toneelacademie Maastricht. Coproductie met SOAP uit Maastricht.
- Coproducties met de nieuwe Stichting Grand Futura:
 1. Scratch, waarbij makers een week de tijd krijgen iets uit te proberen en hun schets aan het einde van de week tonen.
 2. Korte residenties/coproducties in de studio van het Grand Theatre van makers die spelen of in première gaan op Jonge Harten.
- Karel Hermans en Aukje Schaafsma, beide afgestudeerd aan de Performers Opleiding Maastricht. Een coproductie met Tryater. Een impulsieve jongerenvoorstelling over impulsief gedrag. Over de noodzaak van vrijheid, anarchie en spontane afwijkingen.
- Twee voorstellingen i.h.k.v. het 20-jarig jubileum van Jonge Harten in 2017. Waarvan één coproductie met De Noorderlingen.
- Coproducties met Station Noord.

Station Noord

Station Noord is een samenwerkingsverband van alle BIS- en door FPK gefinancierde podiumkunstinstituten in Noord Nederland. Het stelt zich ten doel de bijdragen van de deelnemende partners op gebied van talentontwikkeling te versterken door gecoördineerd te zoeken naar de meerwaarde die ontstaat wanneer partners samenwerken.

Hierbij worden de volgende uitgangspunten gehanteerd:

- Voor een 'talent' dat bij een van de partners een traject doet, gaan ook de deuren van de andere partners open.
- Scouting van 'talenten' kan gecoördineerd en (door de samenwerking) intensiever plaatsvinden.
- 'Talenten' die nog geen ingang hebben bij een van de partners kunnen zich richten tot de coördinator van Station Noord.
- Station Noord heeft een (beperkt) budget om begeleiding van 'talenten' mogelijk te maken wanneer dit niet door een van de artistiek leiders gedaan kan worden.
- Station Noord heeft een (beperkt) budget om aan publieksonwikkeling te werken.
- Station Noord heeft een (beperkt) budget voor producties van 'talenten' wanneer deze niet bij een van de partners ondergebracht kunnen worden.

8. Toelichting op begroting, dekkingsplan en kengetallen

Het festival vraagt het Fonds Podiumkunsten een structurele bijdrage van €125.000 en een coproductiebijdrage van €25.000. Daarnaast vraagt het festival een structurele bijdrage van plaatselijke overheden. Zowel de Gemeente als Provincie Groningen hechten veel waarde aan kunst en cultuur. De activiteiten van Jonge Harten sluiten goed aan op de gezamenlijke ambities. Het festival bevindt zich niet enkel in de stad Groningen, maar zoekt nadrukkelijk de Provincie op. Het brengt ieder jaar nieuwe verbindingen tot stand. Jonge Harten verwacht dan ook een positieve beoordeling.

Jonge Harten ontving in 2013 een structurele bijdrage van €60.000 en incidenteel €20.000 van de Gemeente Groningen. Door de bezuinigingen werd dit teruggeschroefd naar een bijdrage van €54.000 en €10.000 incidenteel. Ook de bijdrage van de provincie Groningen is gekort van €17.000 naar €16.800 in 2014. Het festival heeft in 2013 bepleit dat deze bijdrage te minimaal is voor de doelstellingen die het festival nastreeft. Beide overheden hebben in 2015 en 2016 een financiële impuls met incidenteel geld kunnen geven. Jonge Harten vraagt in de periode 2017 – 2020 een meer structurele ondersteuning wat ten goede zal komen aan de continuïteit en talentontwikkeling van Jonge Harten.

Ieder jaar zoekt het festival aansluiting bij private fondsen of incidentele publieke fondsen. VSBfonds, Fonds 21, Janivo Stichting en enkele kleinere fondsen hebben eerder bijgedragen aan de realisatie van het festival. Met een gemiddeld gerealiseerd bedrag van €95.000 aan private gelden is het plafond hierin bereikt.

Jonge Harten streeft in de periode 2017 – 2020 een groei na van 20% op het gebied van recette-inkomsten en publieksbereik. Om groei mogelijk te maken stijgen de programma- en bijkomende zaalkosten. In de begroting is ook een stijging (of liever: uit de praktijk noodzakelijk gebleken correctie) zichtbaar qua personeelskosten. Jonge Harten wil de organisatie aan de wortels verstevigen om continuïteit en talentontwikkeling te kunnen borgen, zoals omschreven in hoofdstuk 5.

Stichting Grand Futura en De Stadsschouwburg Groningen investeren gemiddeld €10.000 in Jonge Harten. De theaters programmeren enkele voorstellingen waarbij de recettes rechtstreeks naar het theater gaan. Om die reden zijn deze kosten niet in de begroting van Jonge Harten opgenomen. De voorstellingen draaien wel volledig mee in de marketing en productie van het festival. Voor overige programmering van Jonge Harten in de theaters worden door de partijen enkel kosten in rekening gebracht voor de inkoop van diensten (tegen cultureel tarief). Bij de samenwerking met podia zoals Martiniplaza, NNT en USVA worden kosten en baten gedeeld.

Jonge Harten wordt al meer dan 18 jaar met succes gerealiseerd door zakelijk de risico's te spreiden en zorgvuldig te budgetteren. Vaste kosten worden zo laag mogelijk gehouden en de flexibele schil van personeel is groot. De beheerlasten betreffen een deel van de uren van de directeur en zakelijke ondersteuning en de zeer lage kantoorkosten van €6.400 (huisvesting en accountant). Op basis van de toekenning van incidentele fondsen wordt ieder jaar in september een definitieve begroting gemaakt voordat het festival begint.