

## FESTIVAL CEMENT IS:

### MISSIE

Het zichtbaar maken en helpen ontwikkelen van jong professioneel podiumkunstaalent.

### VISIE

Wij scheppen een omgeving waar jonge makers en publiek hoog kwalitatieve, uitgesproken theatrale ervaringen delen in een sfeer die ongepolijst en intiem is. Daarnaast willen we dat talent en vakgenoten ons platform vinden voor het verknopen van netwerken en het op maat begeleiden van makers.

### HOOFDDOELSTELLING

Het presenteren van een selectie van jonge makers aan een zo groot en relevant mogelijk publiek, het (co)produceren van nieuw werk uit de selectie en het ontwikkelen van een contextprogramma gericht op discoursvorming, ontmoeting en de onderlinge versterking van jonge professionals in de podiumkunstensector.

### KERNACTIVITEITEN

1. Het organiseren van een jaarlijks meerdaags festival in het voorjaar in 's-Hertogenbosch;
2. Het selecteren van programma en randprogramma;
3. Het ontwikkelen en uitvoeren van contextprogramma;
4. Het produceren en begeleiden van voorstellingen/makers;
5. Het coproduceren van voorstellingen

### TRANSITIE

Festival Cement heeft de afgelopen jaren gaandeweg zijn presentatiefunctie uitgebreid met het produceren en coproduceren van een deel van de selectie van het festival. We ontwikkelen nu ook eigen producties en geven (financiële) impulsen aan makers die we willen presenteren. We zien het produceren als een toegevoegde functie, die mede een basis is voor het festival. We combineren produceren en presenteren in lijn met het karakter en de ambities die het festival altijd gehad heeft. Daarmee hebben we voor een aantal makers ontwikkelmogelijkheden gecreëerd.

Het is een organische transitie geweest. In 2014 knoopten we met gemeentelijk coproductiebudget middelen en daarmee draagvlak van een aantal Nederlandse en Vlaamse coproductanten aan elkaar ten behoeve van de ontwikkeling en presentatie van nieuw jong werk. We investeerden meer en meer tijd in artistiek en zakelijk mentorschap van makers. We waren drijvende kracht achter PLAN talentontwikkeling Brabant, en stelden daarmee ook provinciale productiemiddelen voor jonge makers veilig. In 2015 produceerden we de eerste Cementproductie (*Hallo Angst* van Eva Line de Boer), namen we de projectleiding van PLAN over, verhuisden we samen met Theaterfestival Boulevard naar een eigen huis met twee zalen. De honorering van Festival Cement en Eva Line de Boer binnen de Nieuwe Makers regeling van Fonds Podiumkunsten eind 2015 is een bevestiging van de weg die we ingeslagen zijn. In 2016 produceren we drie producties in eigen huis en zijn we coproductant van vijf voorstellingen.

De reikwijdte en het publiek van het festival groeien door het platform in de volle breedte te benutten, tijdens het festival en door het jaar heen. Dit betekent het intensief betrekken van (groepen) vakgenoten uit het hele land, uitgebreid contextprogramma maken en het (co)produceren van nieuw werk. Die koers is in de afgelopen jaren ingezet en die zullen we blijven varen. De publiekvisie is de afgelopen jaren nog achtergebleven bij de inhoudelijke ontwikkelingen. Er is nu een strategie bepaald, die voldoende aanknopingspunten biedt om ons publiek uit te breiden. In onderstaande plannen leest u er alles over. We achten de tijd rijp om in lijn met onze groei en ambities van een programmeringssubsidie naar een festivalsubsidie te gaan.

## ARTISTIEKE UITGANGSPUNTEN, SIGNATUUR EN ACTIVITEITEN

Het programma van Festival Cement bestaat uit drie onderdelen:

- De selectie, waarbij de maker het uitgangspunt vormt
- Het contextprogramma, waarbij verdieping van de selectie en uitwisseling het uitgangspunt vormen
- Het randprogramma, waarbij de festivalbeleving het uitgangspunt vormt.

De signatuur van de selectie is een som der delen. We bieden geen overzicht, maar alle voorstellingen en onderdelen naast elkaar vormen een uitspraak: een uitspraak over in onze ogen belangwekkende ontwikkelingen binnen het werk van een nieuwe generatie podiumkunstenaars. De maker en zijn ontwikkeling vormen het uitgangspunt voor selectie.

Op basis van een lopend gesprek over concept, ambitie, ideeën en drijfveren, in combinatie met het zien van werk, maken we onze keuze voor makers. Dat kan betekenen dat we hen soms al een aantal jaar actief volgen en bevragen, voordat we werk laten zien. Als we makers tonen, is het de intentie dat voor een aantal jaren achter elkaar te doen.

We tonen Nederlands en Vlaams werk en veel werk van makers die zich langs beide kanten van de grens bewegen.

Bij de selectie hanteren we de volgende artistieke uitgangspunten. We maken daarbij een onderscheid tussen aspecten die iets zeggen over de kwaliteit van het werk (1) en aspecten die te maken hebben met de maker en zijn/haar ontwikkeling (2).

1. Het werk dat we tonen kenmerkt zich door een herkenbare en uitgesproken, persoonlijke signatuur, daarbij de particuliere fascinatie overstijgend. Het werk dat we tonen verhoudt zich actief tot de actualiteit en hedendaagse kwesties in vorm en/of thematiek. Consequent vormonderzoek in combinatie met ambachtelijkheid, speelt ook een belangrijke rol.
2. De makers die we laten zien, zijn aan te duiden als vertegenwoordigers van een “nieuwe generatie”, ze zijn exemplarisch. Gemiddeld genomen zijn ze in de fase tussen net afgestudeerd en het punt waarop ze hun signatuur stevig hebben kunnen doorontwikkelen. Ze bevragen zichzelf actief op hun kunstenaarschap en discipline en de lijnen in hun ontwikkeling en komen zo tot een eigen handtekening. Ze zijn steeds op zoek naar de beste omstandigheden en samenwerkingen om hun werk te ontwikkelen en verder te brengen en bewust op zoek naar verbinding met en opbouw van publiek.

## AMBITIES

De belangrijkste doelstelling van Festival Cement voor de periode 2017-2020 is het beter benutten en zichtbaar maken van ons platform en alles wat daar op samenkomt. We willen een buiten-Randstedelijk, maar landelijk knooppunt zijn waar werk en discours van Nederlandse en Vlaamse bodem samenkomt. Een toonaangevende plek, die een regionale functie overstijgt. De volgende vier ambities gaan daaraan bijdragen:

### 1. Samen Cement zijn

De ontwikkeling van talent is een samenspel en verdient gedeelde verantwoordelijkheid. Het samenwerken met en betrekken van vakgenoten helpt de kwaliteiten van (de context van) het programma verder uit te bouwen. Onze selectie kan verscheidene disciplines, genres en discours thema's herbergen. Dat maakt dat we baat hebben bij de medewerking van collega's uit het veld die vanuit hun specifieke expertise willen komen (mee)kijken, meedenken en zich willen uitspreken. In het beste geval verbinden ze zich en maken ze zich medeverantwoordelijk voor een volgende stap in de ontwikkeling van een maker. Deze werking streven we echter ook na voor

andere jonge professionals. Voor jonge dramaturgen, critici, zakelijk leiders en producenten zoeken we middels het contextprogramma ook uitwisseling en versterking. Festival Cement is de plek waar het draait om samen meer weten, kunnen en zien dan alleen. Door vanuit alle gelederen van de sector mensen aan te spreken op hun expertise, vergroten we het bereik en werken we aan de landelijke profilering van ons festival. Het vergroot de vakinhoudelijke publieksstroom voor het festival en de doorstroombmogelijkheden voor makers.

Samen Cement zijn betekent voor ons ook dat we bij gelegenheid handelen in naam van een nieuwe generatie binnen de podiumkunsten, als onafhankelijke spreekbuis. Zoals in 2014 in het debat rondom de besteding van talentontwikkelingsmiddelen, naar aanleiding van de open brief<sup>1</sup> met aanbevelingen aan Minister Bussemaker. Ook De Metselarij, een platform voor zakelijke talentontwikkeling (zie *bijdrage podiumkunsten*) is hier een voorbeeld van is. Daarbinnen bewegen ook jonge zakelijk leiders van makers die geen onderdeel uitmaken van de selectie.

Ook in het randprogramma is samenwerken een belangrijk uitgangspunt. De festivalbeleving staat daarin centraal. In 2016 nodigen we bijvoorbeeld TILT uit om een dagelijkse literaire beschouwing van het festival te organiseren. Het Playful Arts Festival programmeert in het festivalhart één of meerdere installaties op het grensgebied van kunst, games en virtual reality. Het is onze ambitie om de komende jaren andersoortige instellingen een plek te blijven geven in het randprogramma om de kwaliteit en veelzijdigheid van het totale aanbod te vergroten.

## **Het verstevigen van het contextprogramma**

In lijn van bovenstaande ambitie willen we het rand- en contextprogramma nog meer aandacht en ruimte geven. Ze bieden belangrijke aanknopingspunten voor onze publiekswerking en dragen bij aan de ontwikkeling van de podiumkunsten. Hiervoor verbinden we een programmamaker/dramaturg aan ons festival.

De programmamaker/dramaturg verbindt de onderdelen van het programma met actuele ontwikkelingen. Dit kan zijn in de vorm van nagesprekken om samen met het publiek ervaringen te delen en (vakinhoudelijke) actualiteiten te bespreken. In de dialoog met publiek willen we dat de programmamaker een vorm vindt om ook de vragen die een maker over (de impact van) het eigen werk heeft, beantwoord te krijgen van het publiek.

De programmamaker/dramaturg is alert op artistieke ontwikkelingen. Waar die aansluiten op de selectie, willen we met gesprek/werksessies bijdragen aan het duiden van die ontwikkelingen. Ook als er bijvoorbeeld sprake is van een trend of inhoudelijke lijn binnen de selectie. Daarbij zoekt de programmamaker/dramaturg inspiratoren en bronnen en schept duidelijke kaders. De maker is daar altijd onderdeel van.

De programmamaker/dramaturg geeft de jaarlijkse Dag Dramaturgie vorm, coördineert en voert het talentontwikkelingstraject voor jonge critici en ontwikkelt samen met kunstvakopleidingen BLOK CEMENT. (zie voor deze onderdelen *bijdrage podiumkunsten*)

Deze functie slaat ook een brug tussen programma en publiek door bijvoorbeeld concrete voorstellen te doen aan de marketingafdeling in het kader van doelgroepenmarketing.

## **Kunstvakopleidingen**

Met het verdwijnen van de productiehuisen, verdween ook een belangrijke schakel tussen de opleidingen en het veld. Nu we onze presentatie- en productiefunctie op orde hebben, willen we de komende jaren meer investeren in onze relatie met de kunstvakopleidingen. Het doel is dat het bezoeken en/of bijdragen aan Festival Cement onderdeel wordt van het curriculum van een aantal opleidingen. Het gaat ons er daarbij om de blik van studenten tijdens de laatste twee jaar van de

---

<sup>1</sup> <http://www.festivalcement.nl/nieuws/beste-minister-1.html>

opleiding naar buiten te openen, als oriëntatie op hun toekomstig werkveld. Wij vinden dat het zien en het beschouwen van het 'voorland' een relevant onderdeel van het curriculum is. Het veelgehoorde bezwaar is dat de studenten al zoveel moeten. Desalniettemin staan opleidingen open voor het integreren van het aanbod van Cement in het onderwijs. Het is een zaak van lange adem en lang vooruit plannen die we nu serieus gaan aanpakken. Daarbij vertrekken we vanuit het bestaande curriculum. Samen met de docenten organiseren we voorstellingsbezoek en college in één.

Vanwege de grote behoefte van verschillende kunstvakopleidingen om hun studenten ook met elkaar in contact te brengen en te laten samenwerken starten we in 2016 een pilot van BLOK CEMENT, een onderdeel van het curriculum waarin uitwisseling en samenwerking tussen 3<sup>e</sup> en 4<sup>e</sup> jaars kunstvakstudenten van verschillende opleidingen centraal staat. Dit doen we in 2016 met de HKU, de acteursopleiding en de muziektheateropleiding van Artez, Toneelacademie Maastricht en Fontys Dansacademie.

Met Toneelacademie Maastricht starten we met ingang van 2017 een nieuwe vaste samenwerking. We gaan, met steun van VIA Zuid, jaarlijks één afstudeervoorstelling van de regieopleiding produceren. Dat is het resultaat van een korte lijn die is blijven bestaan na het opheffen van Het Huis van Bourgondië.

Het is onze ambitie om ook de Amsterdamse regieopleiding, DasArts en het RITS (Brussel) in een continue lijn aan ons podium te verbinden.

## **Naar meer lokale binding**

We hebben ons festival drie jaar geleden vast in 's-Hertogenbosch gevestigd en de worteling heeft tot nu toe nog niet de aandacht kunnen krijgen die het verdient. Met onze verhuizing samen met Theaterfestival Boulevard naar Pand18 middenin het centrum van 's-Hertogenbosch hebben we beschikking gekregen over een eigen huis en brengen we daar verandering in. We willen vanuit Pand18 gaan werken aan lokale binding waarbij we gebruik maken van elkaars lokale netwerk, publiek en apparaat.

Samen met Boulevard en Theater Artemis hebben we de ambitie geformuleerd om ook theateraanbod te produceren dat aansluit bij de programmering van de stad. Zo maken we in 2016 voor het eerst gezamenlijk programma op 4/5 mei in het kader van Theater Na de Dam in onze twee huizen.

Naast de jaarlijkse publieksinspanningen rondom het festival, denken we dat het koppelen van onze naam en/of ons aanbod aan andere stadsinitiatieven onze lokale binding zal verstevigen.

## **Monitoring**

Vanaf 2016 gaan we een 'schaduwploeg' instellen, onze eigen adviescommissie als het ware. We vragen een vijftal vakgenoten ons festival zonder terughoudendheid op de bovenstaande ambities te beoordelen. We vinden het belangrijk om te weten in hoeverre we voldoen aan de verwachtingen die we scheppen. Dat stelt ons in staat om gedurende die periode ambities bij te stellen of aan te scherpen.

## **CONCRETE BESCHRIJVING FESTIVAL CEMENT**

In 2017 en 2018 maken we respectievelijk een festival van 6 en 8 dagen in het vroege voorjaar, eind maart / begin april in 's-Hertogenbosch. (zie *langetermijnplannen* voor de groei in dagen). De Verkadefabriek is het festivalhart en de voorstellingen zijn daar te zien, in eigen huis Pand18, en op verschillende andere plekken in de stad en de openbare ruimte.

### **1. Selectie**

We tonen het werk van 15 à 20 makers in de selectie. Dat is in de voorbije jaren een goed en realistisch aantal gebleken. Meer vertroebelt de selectie en minder doet geen recht aan de behoefte

een beeld te maken van een generatie.

Alle voorstellingen spelen bij voorkeur tenminste drie keer verspreid over drie dagen. Dit om de zichtbaarheid van makers te vergroten en ze de kans te geven “meters te maken”. Zeker bij een première heeft het meerdere dagen spelen een belangrijke functie. Het werk kent vaak nog geen of geen grote speellijst.

Binnen de selectie zullen jaarlijks twee tot drie eigen producties spelen en zullen we gemiddeld zo'n vijf voorstellingen coproduceren.

Naast deze voorstellingen stellen we ook ieder jaar een luikje met (korter) werk van 3<sup>e</sup> en 4<sup>e</sup> jaars studenten samen (Turbulentie), dat we presenteren in double en triple bills. Van een afstuderend student van de regie opleiding Toneelacademie Maastricht nemen we jaarlijks de begeleiding en productie van een voorstelling op ons.

## 2. Context

Het contextprogramma, waarbij verdieping, verbinding en talentontwikkeling in een bredere context dan alleen de ontwikkeling van de makers centraal staan, bestaat uit een aantal vaste onderdelen:

- **BLOK CEMENT** - Een vast onderdeel binnen het curriculum waarin uitwisseling en samenwerking tussen 3<sup>e</sup> en 4<sup>e</sup> jaars kunstvakstudenten van verschillende opleidingen centraal staat
- **Festivalgast** - Een inspirerende gastkijker die met makers en onze organisatie in gesprek gaat over wat hij/zij heeft gezien en meegemaakt tijdens de week. Hij/zij koppelt zijn bevindingen terug tijdens een makersontbijt op de laatste dag van het festival. (festivalgasten uit het verleden waren o.a. Rob de Graaf, David van Reybrouck, Floor Huygen, Piet Arfeuille)
- **Dioraphte Cement Prijs** - Stimuleringsprijs die jaarlijks wordt uitgereikt aan het beste concept voor een voorstelling, performance of tekst van een beginnend maker. We doen jaarlijks een open call en gemiddeld sturen 65 à 80 makers hun plannen in. De concepten worden gelezen door een leescommissie en die kiest uit alle inzendingen 8 makers die hun concept tijdens het festival pitchen voor jury en publiek. De winnaar wint €7.500 en de uitnodiging zijn werk of de voortgang van zijn werk te laten zien op de volgende editie van Festival Cement. De jury wisselt ieder jaar en bestaat uit mensen die mogelijk voor de presenterende makers iets kunnen betekenen. Zo heeft niet alleen de winnaar baat bij het presenteren van de plannen, maar mogelijk ook de andere genomineerden. In het publiek zitten doorgaans veel collega programmeurs en producenten. (eerdere winnaars van de prijs waren o.a. Arno Schuitemaker, Leen Braspenning, Kyoko Scholiers en Ruth Bequaert, BOG., Emke Idema, TAAT, Charlotte Bouckaert)
- **De Metselarij** – gesprek of bijeenkomst georganiseerd door het platform voor jonge zakelijk leiders en creatief producenten voor verdieping en uitwisseling. (zie ook: *bijdrage ontwikkeling podiumkunsten*)
- **Festivalkrant.nl** - Een onafhankelijk journalistiek blog gemaakt door Domein voor Kunstkritiek en TM/Theaterkrant waar jonge kunstcritici een workshop krijgen en schrijven over het festival. (zie ook: *bijdrage ontwikkeling podiumkunsten*)
- **Dag Dramaturgie** – (afstuderend) dramaturgen bezoeken voorstellingen en gaan naar aanleiding van een lezing en presentaties van makers in gesprek over de verschillende mogelijke praktijken voor een aankomend dramaturg (zie ook: *bijdrage ontwikkeling podiumkunsten*)

## 3. Randprogramma

In het randprogramma herbergen we onderdelen uit het festivalprogramma die de totale festivalbeleving uitbreiden.



- **Voor- en nagesprek** – op verzoek van onderwijs, specifieke publieksdoelgroepen en voor vakpubliek organiseren we voor- en nagesprekken met makers en speciale gasten.
- **Avondcolumn** – In samenwerking met TILT, een literatuurfestival uit Tilburg, nodigen we iedere avond een jonge schrijver uit een column uit te spreken in het festivalhart. In de column deelt de schrijver zijn bevindingen over de voorbije festivaldag. Geen openbare recensie, maar een koppeling tussen festival en wereld.
- **Installatie Festivalhart** – Voor het festivalhart zoeken we ieder jaar een liefst interactieve installatie waar publiek als het ware een extra cadeautje krijgt.

## Langetermijnplannen

In de periode 2017-2020 willen we ons festival gefaseerd van 5 naar 10 dagen brengen.

Met deze spreiding willen we bereiken dat de voorstellingen onderling minder met elkaar concurreren en meer ruimte bieden aan het contextprogramma.

Buiten de openingsavond presenteren we gemiddeld 12 voorstellingen hoofdselectie per dag, verspreid over vier tijdblokken. Het gebeurt regelmatig dat makers met drie anderen in één blok concurreren en we niet drie, maar slechts twee keer spelen in kunnen passen. In 2016 tonen we gemiddeld 12,6 kernvoorstellingen per dag. Vergelijkend onderzoek wijst uit dat deze voorstellingsdichtheid uitzonderlijk hoog is<sup>2</sup>. Daaruit leren we dat meer spreiding en dagen een logische keuze is.

Meer dagen toevoegen aan het festival levert meer publiek per voorstelling en ruimte per maker op. Ook creëren we daarmee meer ruimte voor het contextprogramma, dat we in de komende jaren alleen maar zullen uitbreiden (zie *bijdrage podiumkunsten*).

We gaan uiteindelijk naar tien dagen met twee weekenden. De maandag, dinsdag en woensdag in het midden zullen dan voorstellingsluwe dagen zijn, met uitgebreid contextprogramma en programmering gericht op (toekomstig) vakgenoten en onderwijs.

In 2017 is Festival Cement van 21 t/m 26 maart (6 dagen)

In 2018 is Festival Cement van 24 t/m 31 maart (8 dagen)

In 2019 is Festival Cement van 23 t/m 30 maart (8 dagen)

In 2020 is Festival Cement van 19 t/m 28 maart (10 dagen)

## BIJDRAGE AAN DE ONTWIKKELING VAN DE PODIUMKUNSTEN

De bijdrage die Festival Cement levert aan de ontwikkeling van de podiumkunsten verdelen we grofweg in drie onderdelen: nieuwe aanwas (1), taal en dramaturgie vinden (2) en vitale verbindingen (3).

### 1. Nieuwe aanwas

Veel makers presenteren hun werk voor het eerst op Festival Cement. We zullen nooit beweren dat we op dat punt een uitzonderingspositie innemen. We denken wel een aanzienlijke bijdrage te leveren, met name waar het Vlaams werk betreft of vormen die in eerste instantie lastig te 'plaatsen' zijn. We voeden de sector met nieuwe aanwas en nieuwe ontwikkelingen. Tijdens de festivalweek brengen we de keten van de podiumkunsten samen. We zaaien en we oogsten samen met de partners die zich aan makers uit de selectie (willen) verbinden.

De Dioraphte Cementprijs is een goed middel om – naast de makers die wij of onze omgeving scouten – een completer beeld te krijgen van het (potentiële) aanbod. Het gebeurt vaak dat we naar aanleiding van de inzendingen makers doorverwijzen of uitnodigen voor een vervolgesprek.

---

<sup>2</sup> De voorstellingsdichtheid van Festival Cement is meer dan twee keer zo groot als binnen bijvoorbeeld het ITs Festival, Jonge Harten, November Music, en SPRING, en komt meer in de buurt van De Nederlandse Dansdagen en Noorderzon.

## 2. Taal en dramaturgie vinden

Vaak tonen we ontwikkelingen waar grenzen van disciplines vervagen of vergaand vormonderzoek gedaan wordt. Kijkkaders worden opgerekend en van het publiek wordt een actieve kijkhouding gevraagd. In aansluiting daarop willen we programma maken om samen met publiek en makers taal te vinden voor wat we ervaren (hebben). In die zin doen we zoals Eva Line de Boer het met betrekking tot haar eigen werk beschrijft, “een pleidooi voor beter kijken”.

Het traject voor jonge *kunstkritici* verhoudt zich steeds meer actief tot het vinden van taal voor nieuwe vormen. De nieuwe redactie van Theaterkrant.nl heeft een lacune waargenomen in de eigen poule van recensenten om grensoverschrijdende vormen binnen de podiumkunsten diepgaand te bespreken. Zij voegen zich om die reden met ingang van 2016 bij ons reeds bestaande samenwerkingsverband met Domein voor Kunstkritiek in een nieuw te lanceren onderzoekplatform. Online als ‘laboratoriumonderdeel’ van de website theaterkrant.nl en offline in een meerdaagse cursus tijdens het festival. Daarmee verwachten de we de voorhoede van de podiumkunstkritiek in huis te halen voor algemene discoursvorming en reflectie op maat voor de makers.

In 2016 starten we ook een pilot voor *Dag Dramaturgie*. Festival Cement en Rijksuniversiteit Groningen slaan de handen ineen om op basis van uiteenlopende makerspraktijken mogelijke vormen van dramaturgie te duiden. Er worden vijf uiteenlopende voorstellingen bezocht. De makers nodigen we uit om toe te lichten welke rol dramaturgie gespeeld heeft in hun maakproces. Onder leiding van Lucia van Heteren en Thomas Lamers bezien we de verschillende toepassingen van dramaturgie in een theoretische context en praten we door over de praktijk. Voor de (aankomend) dramaturgen is het als het ware een beroepsoriëntatie, “wat voor dramaturg wil ik zijn of worden?”. Voor de makers een gelegenheid om de eigen wijze en wellicht behoefte op gebied van dramaturgie te formuleren. In 2017 hopen we ook de opleidingen van de Universiteit van Amsterdam en Universiteit Utrecht te betrekken. Peter van Kraaij zal dan de moderator van de dag zijn.

Naast bovenstaande terugkerende initiatieven, reageren we ook op actuele thema’s en ontwikkelingen. Zo organiseren we in 2016 in samenwerking met Circo Circolo *Start Up, een gesprek over hedendaags circus* gekoppeld aan het tweeluik circus dat we presenteren.

## 3. Vitale verbindingen

Op het knooppunt dat we zijn, willen we ontmoeting stimuleren die mogelijk duurzaam is en de kansen op een stevig begin van een makerspraktijk vergroot. We willen verschillende poules van vakmensen samenbrengen en voeden ten gunste van de ‘vindbaarheid’ en kennisdeling. Dat is bijvoorbeeld ook een beoogd neveneffect van *Dag Dramaturgie*.

In november 2015 hebben we De Metselarij samengebracht en gelanceerd. De Metselarij is een doorlopend platform voor jonge zakelijk leiders en creatief producenten voor verdieping en uitwisseling. De leden van De Metselarij vertegenwoordigen makers die aan het begin van hun professionele loopbaan in de podiumkunsten staan. De Metselarij bestaat uit verdieping, intervisie, verslaglegging en externe opdrachten. Elke drie weken zijn er bijeenkomsten. De deelnemers leggen zich voor de duur van minimaal één jaar vast. Voor persoonlijke ontwikkeling worden trainingen op maat gezocht. We streven ernaar dat de Metselarij leidt tot gemeenschappelijk kapitaal in de vorm van kennis, netwerk en werkwijze. De Metselarij kan een nieuwe generatie zakelijk leiders van een stevige voedingsbodem voorzien om nu en in de toekomst vanuit te werken.

We stimuleren het ‘samen opgroeien’ van maker en zakelijk leider. Zo kan er in een vroeg stadium gebouwd worden aan de positionering en onafhankelijkheid van die praktijken die niet direct aansluiten bij bestaande structuren.

Op het festival van 2016 ontmoeten de metselaars een groep van zakelijk leiders van grote (BIS) gezelschappen en leggen hun een aantal actuele vraagstukken voor.

## PLAATS IN HET VELD

### De maker centraal

De commissie van uw fonds oordeelde een jaar geleden dat de bijdrage van Festival Cement aan de diversiteit beperkt was, *“omdat er een flink aantal aanvragen waren van festivals die ook theater en dans van jonge makers presenteren”*.

In dat woord *ook* ligt wat ons betreft precies de crux besloten. Bij Festival Cement staan de maker en zijn ontwikkeling centraal. We geven prioriteit aan ontwikkeling en doorstroom. Festival Cement is het enige festival dat uitsluitend jonge makers presenteert. Bij andere festivals wordt jong werk gepresenteerd als dat werk binnen het kader van het festival past en voldoet aan een discipline of genre.

De concentratie/bundeling van louter jong werk zorgt ons inziens voor focus op een generatie. De duiding van werk in de context van genre of discipline speelt daarmee dus niet in eerste instantie een rol. Dat kunnen beschouwen en duiden van jong werk in zo'n bundeling zorgt er voor dat de bezoeker tendensen scherp ziet en een actueel en breed beeld krijgt van jong werk. De bundeling zorgt er bovendien voor dat Festival Cement een belangrijke functie heeft als scoutplek.

Omdat de maker het uitgangspunt vormt kunnen we ons bewegen door alle disciplines en genres heen. Festival Cement kan ruimte bieden aan het (nog) ongedefinieerde en zoekt samen met publiek, makers, critici en dramaturgen naar taal die dat kan duiden.

We maken lange lijnen met makers. Vaak tonen we het werk voor een aantal jaren achter elkaar. We bieden daarmee continuïteit, ook aan het publiek.

### Positionering

We volgen de programmering en ontwikkeling van (min of meer verwante) festivals Tweetakt, SPRING, Oerol, IT's Festival, Moving Futures, Over Het IJ Festival, Karavaan, November Music, Theater aan Zee (BE), Theaterfestival Boulevard, Zeeland Nazomerfestival, Fringe Festival en Jonge Harten Festival. We zien makers binnen verschillende (deel)circuits bewegen en stimuleren dit.

Als we moeten duiden op welke punten we ons onderscheiden van deze festivals is dat op **de combinatie** van de volgende punten:

- we presenteren uitsluitend jonge makers;
- we geven de ontwikkeling en doorstroom van makers prioriteit;
- we presenteren een selectie en geen overzicht;
- we presenteren makers van alle genres en disciplines binnen de podiumkunsten (m.u.v. muziek);
- we brengen makers actief in dialoog met publiek, vak- en generatiegenoten.

### Substantiële samenwerkingsverbanden

#### De Verkadefabriek

In 's-Hertogenbosch, tijdens de festivalweek, is de Verkadefabriek onze belangrijkste partner. Als festivalhart en als logistiek ondersteuner (zie meer bij ondernemerschap).

#### Pand18

In Pand18 bouwen we samen met Theaterfestival Boulevard aan een levendige productie- en ontmoetingsplek. Op uitnodiging van een van ons zijn makers in huis te gast. Het betekent geen speelgarantie bij beide festivals, maar wel vanzelfsprekende belangstelling en het meekijken van beide organisaties. De inhoudelijke winst van het samenwonen is dat de uitwisseling en samenwerking met Theaterfestival Boulevard in een stroomversnelling is gekomen. Samen zien, horen en weten we meer.



## **PLAN talentontwikkeling Brabant voor theater dans en circus**

PLAN is een hybride structuur voor talentontwikkeling op maat waarin Brabantse producenten en podia samen kiezen, samen werken en samen verantwoordelijkheid dragen. De redactie bestaat uit Festival Cement, Theaterfestival Boulevard, DansBrabant, Het Zuidelijk Toneel, Circo Circolo, De NWE Vorst, Podium Bloos, Parktheater Eindhoven en United Cowboys. Productiebudget wordt toegekend aan een maker, die uit de redactie zijn eigen mentor kiest. De andere partners zeggen steun en speelbeurten toe. Makers die momenteel meerjarig ondersteund worden, zijn Lisah Baert, Katja Heitmann, Eva Line de Boer, Sabine Molenaar, Sanne Nouws en Johnny Lloyd. De theatermakers kozen tot nu toe steeds Cement als mentor.

Naast langere trajecten met de geselecteerde makers biedt PLAN in 's-Hertogenbosch, Tilburg, Breda en Eindhoven via broedplaatsen ruimte voor onderzoek en experiment.

Het levert veel op. Er is continu uitwisseling over talenten, over tendensen en een gezamenlijke politieke lobby. In festivaltijd kunnen we rekenen op de ruggensteun en inzet van al deze partners.

## **ONDERNEMERSCHAP**

In ons ondernemerschap vertrekken we vanuit twee drijfveren: nieuwsgierigheid en medeverantwoordelijkheid. Hoe sterker het merk 'Cement' aan die twee eigenschappen appelleert, hoe steviger ons ondernemerschap.

### **Nieuwsgierigheid**

Om iets nieuws of (relatief) onbekends te gaan zien of te willen ondersteunen, moet je een drempel over. Dat doe je als je nieuwsgierig bent.

Ons gestaag groeiende publiek is goed voor een klein aandeel van de eigen inkomsten. Het is een eigenwijs publiek dat zijn eigen keuzes maakt. De nieuwsgierigheid prikkelen we door het beschikbaar stellen van veel informatie en achtergrond, en een persoonlijke benadering en een ongedwongen, maar uitnodigend karakter. In die sfeer gaan ons publiek en programma het beste met elkaar in dialoog. Van ons publiek vragen we eigenlijk niet meer dan dat ze kaartje(s) betalen, hun tijd geven en – idealiter – hun ervaring teruggeven aan de makers en aan onszelf. In het verleden is gebleken dat ons publiek zich niet graag vastlegt als vriend of zonder meer aan crowdfunding doet. Richting publiek werken we om die reden aan crowdcreating: het publiek levert geen extra bijdrage in geld, maar in (potentiële) bezoekers. We zetten acties uit waarin we naar aanleiding van voorverkoop bezoekers met gericht aanbiedingen aanmoedigen meer mensen mee te nemen of te wijzen op ons festival.

In het verwerven van private fondsen merken we dat we als het ware de rol van 'gatekeeper' spelen. Deze fondsen zullen namelijk zelden losse producties van jonge makers ondersteunen. Ze zien voordelen in de selectie en bundeling door ons festival. Stichting Dioraphte verbindt bovendien zijn naam aan de stimuleringsprijs die we tijdens Cement uitreiken. Stichting DOEN ziet meerwaarde in de makers uit de selectie die op innovatieve wijze een relatie met het publiek aangaan. De makers die de grenzen van onze kijkkaders oprekken. Het Prins Bernhard Cultuurfonds steunt onze (co)productiefunctie en dat geld gaat 1-op-1 door naar productiebudgetten. We investeren veel tijd en aandacht aan het behouden van onze rol als betrouwbare scout. Onze keuzes worden vervolgens met belangstelling gevolgd.

Het peil en het aandeel van de private fondsen was nog nooit zo hoog als in 2015 en 2016.

De interesse van het bedrijfsleven komt langzaam op gang. De eerste interesse wekten we door het bedrijfsleven aan te spreken op expertise. Onder de noemer *Cement zoekt raad* hebben we in 2015 vanuit de parallel talentontwikkeling in de kunsten enerzijds en innovatie in het bedrijfsleven anderzijds een avond lang ideeën uitgewisseld met vertegenwoordigers uit de zorg, de

bankenwereld en de bouw. Ook een aantal geïnteresseerde gemeenteraadsleden schoof aan. Naast een inspirerende avond, leverde het mooie contacten op. Voor de edities van 2017-2019 verzilverden we er een driejarig sponsorcontract met Heijmans mee. Richting het bedrijfsleven/sponsoring zetten we in deze lijn in op 'pionieren/verkennen', met als doel het dragen van onze immateriële waarde. De nieuwe voorzitter van ons bestuur (BakerMckenzie, KPN, Rabobank en Heerema) gaat hier actief aan meewerken.

De andere pijler van het ondernemerschap is **medeverantwoordelijkheid**. Zonder financiële medeverantwoordelijkheid van derden (naast overheidsgelden) kan Cement niet bestaan. Zonder medeverantwoordelijk van onze partners en het veld heeft Cement geen bestaansrecht.

De overheden hebben ene groot aandeel in de dekking voor ons festival. In 2013-2016 was dat voor gemiddeld 50%. In de periode 2017-2020 rekenen we op een stijging van dit percentage. Het bedrag van een meerjarige festivalsubsidie is aanzienlijk hoger dan een programmeringsubsidie. Daarnaast zal de provinciale subsidie toenemen. In de afgelopen jaren hebben we namelijk provinciale middelen via PLAN (en dus als niet-structurele subsidie) aan onze begroting toe kunnen voegen. Het is de verwachting dat deze middelen in de toekomst rechtstreeks beschikt worden. Vermoedelijk komen we uit op 60-65% overheidssubsidie.

We hebben een aantal stevige partners die voor flinke kostenbesparingen zorgen. De verschillende afdelingen van de Verkadefabriek werken integraal mee aan de organisatie van ons festival. Zalen, techniek en personeel worden ons gegeven. Door de bezuinigen op de Verkadefabriek zal de financiële steun in de komende jaren echter afnemen. Theaterfestival Boulevard was de initiator van de verhuizing naar Pand18. We profiteren van het ondersteunend personeel, lage huur en een groter apparaat. In Pand18 liggen ook mogelijkheden om in de toekomst een deel van het contextprogramma onder te brengen. Met meer publiek in eigen huis kunnen we ook hogere horeca inkomsten verwerven.

Het Zuidelijk Toneel is de grootste producent die ondersteuning biedt. Voor eigen producties wordt er gebouwd in de werkplaats en worden er kostuums gemaakt/geleend in het atelier. Vanwege het specifieke ontwikkelingskarakter van ons festival is het vrij gemakkelijk om aan partners medeverantwoordelijkheid te vragen.

De coproducten die Cement heeft, geven hun financiële steun niet aan ons festival, maar aan makers. De productiebudgetten van makers tellen we niet op bij de festivalbegroting (evenals de Subsidie Nieuwe Makers van Eva Line de Boer).

Er zijn ook private fondsen die we op basis van onze functie benaderen, zoals NORMA Fonds en Stichting SEC. Daarbij ligt de focus op onze bijdrage aan de professionalisering van de (jonge) podiumkunsten.

Festival Cement heeft een meedenkend bestuur. Een breed spectrum van expertises is in de profielen gewaarborgd. De Code Cultural Governance wordt door Stichting Cement nageleefd. De Code Culturele Diversiteit heeft tot op heden geen aandacht gehad bij Stichting Cement. In de toekomst zullen we waar mogelijk en relevant de code in acht nemen.

We zijn een kleine en flexibele organisatie. We combineren onze taken door het jaar heen en maken daarmee efficiënt gebruik van onze uren. De artistiek directeur houdt toezicht op marketing en de zakelijk directeur op productie. De samenstelling van het uitvoerende team is in de afgelopen jaren veel gewijzigd, een achilleshiel van een kleine organisatie als de onze. Ook daar biedt continuïteit in produceren door het jaar en intensievere samenwerking perspectief. We zien nu dat we langere

lijnen met onze schil van freelancers kunnen maken en die kunnen 'delen' met partners. In 2016 werken we voor het eerst met een (nagenoeg) ongewijzigd team.

## PUBLIEKSBENADERING

### Marketingdoelstellingen en strategie 2017 – 2020

Ons publiek bestaat uit twee stromen: liefhebbers (61%) en vakpubliek (39%)<sup>3</sup>

Het vakpubliek is redelijk makkelijk te definiëren en te bereiken omdat het hier om onze (toekomstige) collega's gaat. De komende vier jaar gaan we deze groep uitbreiden door ze meer context te bieden en meer te betrekken bij wat we doen.

Ondanks dat we ons bewust zijn van ons specifieke product, zijn wij ervan overtuigd dat het potentiële bezoekersaantal 'liefhebbers' een stuk groter is dan het aantal dat we nu bereiken. Aan te wijzen redenen hiervoor zijn:

- Het merk Festival Cement is niet voldoende neergezet
- We hebben niet helder genoeg in kaart gebracht waar ons potentiële publiek zich bevindt, laat staan dat we ze hebben bereikt.

Twee doelstellingen staan centraal voor de komende jaren.

- a. Vergroten van de naamsbekendheid van het merk Festival Cement bij (potentieel) publiek
- b. Vergroten van het aantal bezoekers

Om dit te bereiken, is een aantal dingen van belang.

1. Het beter definiëren van het merk Festival Cement (**Branding**)
2. Het publiek en het potentiële publiek beter in kaart brengen en segmenteren, om zo gericht mogelijk nieuw publiek te werven (**Mentality Milieus en Persona's**)
3. Het **meetbaar maken** van de effecten d.m.v. onderzoek om daar waar nodig bij te sturen
4. Het verdiepen van verbindingen met publiek
5. Zichtbaarheid vergroten
6. Het aanscherpen van het prijsbeleid

### 1. Branding

We willen dat mensen een gevoel/houding ontwikkelen ten aanzien van ons merk. Om het merk Festival Cement meer naamsbekendheid te geven, werken we voor het eerst vanuit een Brand Platform Model. Naast visie en missie formuleerden we de volgende elementen;

- Kerncompetenties: Festival Cement biedt je de kans op het ontdekken van nieuw talent
- Differentiatie: Festival Cement is er niet om te laten zien wat je al kent, maar biedt je de kans te ontdekken wat je graag zou willen kennen
- Kern consument: De kern consument van Festival Cement is vaak hoogopgeleid, heeft een bovenmatige interesse voor kunst en cultuur en houdt ervan om nieuwe dingen te ontdekken. Dat geldt zowel voor het vakpubliek als voor de liefhebber
- Personaliteit: Uitgesproken, nieuwsgierig, talent, creatief, vrolijk, persoonlijk
- Brand belofte: Kom naar Festival Cement en voedt je nieuwsgierigheid met een uitgesproken selectie voorstellingen in een creatieve, persoonlijke en fijne festivalsfeer

Uit bovenstaande leiden we de volgende propositie af die we inzetten voor 2017-2020:

=== UITGESPROKEN NIEUWSGIERIG ===

---

<sup>3</sup> Resultaten onderzoek Dynamic Concepts 2015

Alle uitingen gaan we hierop aanpassen en bijsturen; de tone of voice, het beeld, de beleving heeft allemaal eenzelfde vertrekpunt en uitstraling.

## 2. Mentality milieus en persona's

Om meer structuur te brengen in de (potentiële) doelgroep, gaan we werken met de Mentality Milieus van Motivaction. Wat biedt Festival Cement en voor welke van de acht milieus bevredigen wij daarmee de behoeftes? Dat onderzoek zetten we in 2016 al in.

Op basis van de vastgestelde milieus gaan we werken met een aantal persona's, een fictieve vertegenwoordiger voor een deel van een doelgroep. Het profiel van een persona werken we uit tot specifiek consumptiegedrag en stimuli. De verschillende persona's stellen we centraal in onze gerichte communicatie, in het bepalen van de juiste marketingmix en in de zoektocht naar nieuw publiek. Wanneer bepaalde persona's en makers uitzonderlijk goed blijken te 'matchen', geven we deze kenschetsen aan makers mee.

## 3. Meetbaar maken

We gaan beter meetbaar maken wat de effecten zijn van onze inspanningen. Dat doen we door analyses te maken van acties en behaalde resultaten door meetinstrumenten in te voegen in onze uitingen en door grondig publieksonderzoek. We maken marketingbudget en uren vrij voor onderzoek of voor expertise op deeltrajecten.

Daarnaast gaan we de ticketing van het festival volledig in eigen hand nemen. Dit geeft ons de mogelijkheid om alle opgebouwde data beter te gebruiken voor het meten, evalueren en bereiken van onze doelgroep. Hoewel de uitbesteding van de ticketing aan de Verkadefabriek ons in het verleden werk heeft bespaard, zien we meer kansen in het in eigen beheer nemen.

## 4. Verbinden centraal

Het publiek waarop Festival Cement zich richt, is een nieuwsgierig maar ook eigenwijs publiek. In het verleden bleek de festivalwaardering hoog: 45% kreeg wat hij verwachtte, 36% vond het zelfs leuker dan verwacht<sup>4</sup>. Moeilijker is om potentiële bezoekers daarvan te overtuigen. Vanuit de hele organisatie werken we dan ook vanuit verbinding.

Stel we weten dat persona William nieuwsgierig en bovenmatig geïnteresseerd is in audiovisuele kunst, dan starten we vanuit ons randprogramma een samenwerking met een culturele partner op het gebied van audiovisuele kunst. Let wel: dit gebeurt alleen wanneer het programma van de partner ook past binnen het merk Cement. Door een partner actief te betrekken, wordt de weg naar William gemakkelijker en kunnen we op de juiste manier direct met hem communiceren en hem overtuigen.

## 5. Zichtbaarheid vergroten

Via het gericht verbinden denken we het publieksaantal te vergroten. Daarnaast vinden we, los van de bezoekersaantallen, het vergroten van de algemene naamsbekendheid ook van groot belang. De zichtbaarheid van het festival in de stad en de steden rondom zal de komende jaren veel aandacht krijgen in de promotieactiviteiten. Zo zijn we in 2016 gestart met de gemeentelijke banieren door de stad en een nauwe samenwerking met de VVV. Ook zetten we in op het benutten van kanalen en netwerken van de Verkadefabriek, Theaterfestival Boulevard en onze partners uit PLAN.

## 6. Prijsbeleid

Festival Cement zal gaan spelen met het prijsbeleid om zo verschillende doelgroepen aan te zetten tot (een ander) koopgedrag.

---

<sup>4</sup> Resultaten onderzoek Dynamic Concepts 2015

Door het invoeren van een aantal vormen van kwantumkorting hopen we de bezoeker te verleiden tot het bezoeken van meer dan één voorstelling. Zo werken we in 2016 voor het eerst niet meer alleen met een Festivalpas (die korting biedt gedurende het hele festival) maar ook met een Dagpas (die korting biedt gedurende één dag). Voor de vakgenoten (maar natuurlijk ook voor de die hard liefhebber) is er de festival passe-partout. In de entreprijs voor de voorstellingen binnen de selectie differentiëren we vanuit principe niet. Elke maker neemt een gelijkwaardige positie in. Daarnaast bieden we groepen potentiële bezoekers (uitgekozen op basis van de gecreëerde persona's) heel gericht een korting om zo de drempel voor een eerste bezoek te verlagen. In 2015 is daarmee een eerste start gemaakt door een vaste korting te bieden aan de theaterbezoekers van de Verkadefabriek, in 2016 experimenteren we met een korting voor de lezers van SPOOR (cultuur geïnteresseerde dagjesmensen met tijd en budget). Dit systeem wordt verder uitgewerkt in de komende vier jaar.

## SPREIDING

Festival Cement is met ingang van 2013 vast gevestigd in 's-Hertogenbosch. Door het (co)produceren verspreiden we onze selectie echter ook door het land. Het uitstroomcircuit verschilt van maker tot maker.

## BIJDRAGE (CO)PRODUCTIE

Het produceren heeft met PLAN talentontwikkeling Brabant en de verhuizing naar Pand18, waar we beschikken over twee repetitieruimtes, een flinke impuls gekregen. Graag zetten we deze lijn door. De ervaringen van de afgelopen jaren tonen aan dat we dat aankunnen. Van de voorstellingen die we op het festival tonen, zijn er twee à drie Cementproducties, één afstudeervoorstelling van Maastricht en coproduceren we nog eens gemiddeld vijf voorstellingen. Voor zowel de eigen producties als de coproducties gelden dezelfde artistieke uitgangspunten als bij de programmaselectie voor het festival.

## Productie

Jaarlijks maken 2 à 3 makers een voorstelling in Pand 18. Ze repeteren in 's-Hertogenbosch, en worden intensief begeleid in conceptontwikkeling en monitoring van het maakproces door de artistiek leider. Zij is eerste aanspreekpunt en fungeert als mentor/coach. Ook zorgen we voor een eventuele koppeling met een externe coach of een dramaturg.

Daarnaast schrijven we samen met de makers aanvragen, begeleiden de maker op zakelijk en publicitair vlak en waar mogelijk proberen we gedurende het traject direct een jong zakelijk leider/producent te koppelen aan de maker.

Onze eerste volledige Cement productie ging in 2015 in première. *Hallo Angst* van Eva Line de Boer. Voor editie 2016 maakt Eva Line de Boer nieuw werk, getiteld: *Dit gebeurt allemaal tegelijk*. In 2016 zullen ook Sara van Gennip en Annechien de Vocht in première gaan met *GODENZOON* en maakt Sanne Nouws *Een feest voor Boris* van Thomas Bernard voor Festival Cement. Lisah Baert, die we de afgelopen drie jaar begeleidden, ontwikkelt een dinnershow in 2016 en stroomt vervolgens uit. Gemiddeld genomen zullen we produceren met makers waar we een langere lijn mee maken. Dat wil zeggen dat we verwachten dat het vaak niet bij één voorstelling zal blijven. We maken kennis door werk te tonen en gaan vervolgens met elkaar in zee door ons te verbinden als producent. Voor 2017/2018 hebben we concrete plannen voor nieuwe voorstellingen van Eva Line de Boer (*Tutorial analoog*) en Sanne Nouws en een afstuderend regiestudent van de Toneelacademie Maastricht (financieel ondersteund door VIA Zuid).

## Coproductie

Coproductie betekent in ons geval dat we naast de voorstellingen die we programmeren op ons festival en die we gezien hebben, ook voorstellingen helpen tot stand te komen, middels een



vroegtijdige toezegging de voorstelling financieel te steunen en te tonen. We zijn bij deze coproducties in meer of mindere mate ook altijd inhoudelijk betrokken. Dat wil zeggen dat we betrokken zijn bij de conceptontwikkeling, de totstandkoming van deze producties intensief volgen en de maker van feedback voorzien gedurende het proces.

Coproducties zijn een goede manier om op voorhand speelplekken te genereren en zorgen dus voor meer draagvlak en betere zichtbaarheid en doorstroom van makers.

We verwachten de komende jaren zo'n vijf voorstellingen per jaar te coproduceren.

Veel partners met wie we in het verleden coproduceerden en met wie we ook van plan zijn in de toekomst te werken zijn Vlaams. We voeren een doorlopend gesprek over makers met o.a. CAMPO (Gent), Curtain Call Productions/Grip, Brakke Grond en de theatermaker. We werkten en werken ook samen met VIA Zuid en Jonge Harten Festival.

De afgelopen jaren coproduceerden we het werk van de volgende makers:

Cie. COVAR, Sanne Nouws, Lisah Baert, Sabine Molenaar, Katja Heitmann, BOG., Nina Willems, TAAT, Suze Milius, Firma Draak, Emke Idema en Steven Michel.

Over de coproducties beslissen we in een later stadium dan de producties. Voor 2017 staat er in elk geval al één coproductie gepland: de voorstelling *STAPEL* van Floor van Leeuwen.

## **Verkoop en circuitvorming**

De verkoop van de eigen producties is niet eenduidig georganiseerd. In het geval van Eva Line de Boer neemt haar (toekomstig) zakelijk leider Rick Mouwen de verkoop voor zijn rekening. In het geval van Sanne Nouws en Sara van Gennip & Annechien de Vocht is het maatwerk. We stellen per voorstelling een lijst op van programmeurs die we persoonlijk op de hoogte brengen en houden van de ontwikkelingen. Vaak willen ze eerst het werk gezien hebben en volgt na Festival Cement een boeking.

Van de 'Cementmakers' maken we videoportretten met materiaal uit het repetitielokaal, uit de voorstelling en uit een inhoudelijk interview over signatuur en ontwikkeldoelen. Voor programmeurs die de voorstelling niet gezien hebben of de maker nog niet zo goed kennen, kan dit uitkomst bieden.

Voor de makers die nog geen eigen stichting hebben, verzorgen we tot één jaar na de première de boekingen en administratie die daaruit voortkomen. Het Zuidelijk Toneel neemt in de verkoop van hun seizoenaanbod de PLAN makers mee. Daarin zit meestal overlap met de Cementproducties.

## **TOELICHTING OP BEGROTING, DEKKINGSPLAN EN KENGETALLEN**

Allereerst is het belangrijk te melden dat de kosten en omzet binnen de productiefunctie *niet* opgenomen zijn in de cijfers. De budgetten die Festival Cement in het kader van bijvoorbeeld PLAN Brabant of Nieuwe Makerssubsidie FPK voor makers beheert, zijn niet opgevoerd.

Enkel de (co)productiebijdragen die vanuit het programmeringsbudget toegevoegd worden aan de productiebudgetten van voorstellingen zijn opgenomen.

Voor 2017 verwachten we aanzienlijke groei, in lijn met de groei sinds 2013. Het niveau van 2017, een exploitatie van ca. €500.000, verwachten we nagenoeg op hetzelfde peil te houden tot 2020. Het is een niveau dat aansluit op de ambities en recht doet aan de omvang en inspanningen van de organisatie. In de afgelopen jaren is er veel geïnvesteerd om het festival te brengen waar het nu is, met name door de (tijdelijke) medewerkers van het festival. De grootste stijging binnen de exploitatie speelt zich af op activiteitenlasten personeel.

- De beheerslasten nemen met ca. €10.000 toe als gevolg van de verhuizing naar Pand18 en de omvang van de organisatie.
- We begroten €20.000 voor het aantrekken van een programmamaker/dramaturg.
- We begroten €12.500 voor aanvullende marketinguren voor onderzoek en de ambities in het kader van zichtbaarheid en lokale binding.

- We begroten €20.000 aanvullend budget voor een combinatie van productie en technische productie. Dit forse budget is nodig voor de begeleiding in montage en bouw van premières en andere voorstellingen. Elk jaar laten we ons verrassen door de hoeveelheid ondersteuning en aanvullende uren, die makers nodig hebben bij het afmonteren en/of verplaatsen van voorstellingen die nog niet ingespeeld of reisklaar zijn. Ook zitten we al jaren ver onder de conforme dagvergoedingen voor onze technici. Daar willen we een streep door zetten. Tot slot is dit een gevolg van de daling van de technische uren die we van de Verkadefabriek krijgen en de uitbreiding in festivaldagen.
- We begroten een aanvullend budget van ca. €7.500 voor secundaire arbeidsvoorwaarden (reis, verblijf, scholing).
- Het marketingbudget stijgt o.a. onder invloed van de kosten voor ticketing, die we zelf ter hand gaan nemen.
- Als gevolg van de uitbreiding in dagen van het festival en de afname in bijdrage van de Verkadefabriek stijgen de locatiekosten met €30.000.
- Aan het programmeringsbudget voegen we €10.000 toe bestemd voor uitkoop. Vier jaar geleden was het al onze ambitie om reële uitkoopsommen te bieden. Hiervoor is aanvullend budget nodig.
- Aan het coproductiebudget voegen we vanuit deze aanvraag €25.000 toe.
- Voorlopig wordt €5.000 bestemd voor De Metselarij.

## **Gemeente 's-Hertogenbosch en Provincie Noord-Brabant**

Festival Cement ontvangt in de periode 2013-2016 van de gemeente 's-Hertogenbosch een jaarlijkse subsidie van totaal €46.260. Dit bedrag is opgebouwd uit €26.260 basissubsidie en €20.000 subsidie stimulering podiumproducties. Er is geen reden om aan te nemen dat hierin een wijziging plaatsvindt. Festival Cement zal onderdeel uit gaan maken van BBIS (Bosch BIS, omvorming van de subsidiesystematiek). De gemeente draagt bovendien bij in de exploitatie van Pand18 en geeft voorrang aan een makersklimaat/talentontwikkeling.

Een voortzetting van de structurele subsidie van Provincie Noord-Brabant is zo goed als zeker. We zetten in op verdubbeling van het bedrag. Dit is reeds ter sprake gebracht tijdens de monitoringsgesprekken. De verdubbeling is eigenlijk een herstel van het subsidiepeil van 2009-2012. In 2013-2016 werd dit namelijk per editie gehalveerd, omdat we met onze permanente vestiging in 's-Hertogenbosch niet twee, maar vier edities in Brabant realiseerden. Bovendien is onze provinciale functie danig uitgebreid in het kader van het producentchap en mentorschap van jonge makers. Stijging van het peil is te verwachten, de hoogte van de stijging echter nog onzeker. Zoals gezegd zullen daarmee de inkomsten 'vergoedingen uit samenwerkingen' dalen, omdat de middelen niet meer via PLAN komen, maar rechtstreeks van de provincie.

## **Kengetallen**

Het totaal aantal voorstellingen stijgt iets ten opzichte van 2013-2015 wanneer we alle makers weer drie speelbeurten kunnen bieden. Het aantal onderdelen contextprogramma stijgt in lijn met de ambities op dat vlak. De publiksaantallen groeien en groeiden evenredig mee met de andere cijfers. Tot nu toe een realistische inschatting. In 2015 hebben we eenmalig de bezoekers tijdens de tournees van onze coproducties meegeteld, maar dat schetst een onrealistisch beeld. Met ingang van 2017 tellen we alleen onze directe bezoekers en de bezoekers van de eigen producties en dus niet langer die van de coproducties. Makers, uitvoerenden en deelnemers aan het contextprogramma bezoeken alle voorstellingen (nagenoeg) gratis. Dat drukt de gemiddelde inkomsten per bezoeker aan Cement.

# FESTIVAL CEMENT

STICHTING CEMENT  
SINT JOSEFSTRAAT 18  
5211 NJ 'S-HERTOGENBOSCH

T: 0031 (0)73 612 57 08  
E: INFO@FESTIVALCEMENT.NL  
W: WWW>FESTIVALCEMENT.NL

KVK 1712 2995  
IBAN NL41 TRIO 0197 6926 72  
BIC/SWIFT TRIONL2U  
BTW NL8088.72.941.B.01

## TOEGIFT

**Emke Idema (2015):** *“Festival Cement steunt mijn werk al een paar jaar, vanaf het moment dat ik net van de toneelacademie kwam, door het als een van de eersten te tonen. Ze zijn een betrouwbare (gespreks)partner gebleken, waar ik heel veel waarde aan hecht. Het festival is een van de weinige festivals die echt ruimte maken voor jonge makers en experiment en daarbij risico's durven te nemen. De keuzes zijn integer en altijd inhoudelijk. Het is fantastisch als je nog niet zoveel werk getoond hebt om het te kunnen testen aan een publiek. Een publiek dat niet per se gigantisch is in aantallen, maar wel een avontuurlijk publiek dat het werk op waarde kan schatten, en erover kan spreken op een manier dat je er wat aan hebt als maker. Rondom de getoonde werken wordt er ruimte gemaakt voor gesprek en uitwisseling in de vorm van nagesprekken bij voorstellingen, interviews in de voorbereidende fase, gesprekken tussen makers. De kwaliteit van deze context is heel hoog en heeft geholpen bij het vormen van gedachten over en discours rondom mijn werk. Cement lijkt wel altijd nieuwe vormen ervoor te vinden. Ik heb er veel aan gehad. Voor een maker is het heel prettig om in zo'n omgeving te mogen werken en groeien.”*

**Lisa Verbelen/BOG.(2014):** *“Cement was en is voor mij, en ook voor BOG. (het collectief van mij en Judith de Joode, Benjamin Moen en Sanne Vanderbruggen) in zijn algeheel een erg nuttige springplank. In eerste instantie omdat ik er als nog studerende maker voor het eerst m'n werk in een veilige en stimulerende omgeving kon tonen. Daarna bood Cement mij de kans een concept te pitchen voor een voorstelling. Uit dat concept is BOG. de voorstelling en daaruit het collectief ontstaan. Dat was de meest effectieve en concrete springplank van mijn carrière. Wat ik verder fijn en goed vind aan Cement, is het vertrouwen dat ze geven door een lange lijn met je uit te zetten. En dat de gesprekken ook inhoudelijk zijn, waardoor Leonie Clement een soort mentor is geworden. Daarnaast doen ze erg hun best om jonge makers samen in gesprek te laten gaan over zowel inhoud als over hoe te werk te gaan als beginnend theater maker in een constant veranderend landschap.”*

**Katja Heitmann (2016):** *“Voor mij als maker is vooral de relatie met Leonie heel belangrijk. Dat ze mij al sinds het afstuderen volgt en in mij heeft geloofd en mijn toch best andere manier van werken spannend vindt. Dit vertrouwen is voor mij het meest belangrijke en vooral heb je dit direct na je studie heel erg nodig. Cement is voor mij een betrokken partner bij het presenteren van mijn ontwikkeling en voortgang aan een grote groep professionals. De afgelopen jaren hebben we veel waardevolle contacten opgedaan, en dat is grotendeels te danken aan de open sfeer van het festivalhart, waar veel professionals aanwezig en aanspreekbaar zijn.”*