

# Theaterfestival Boulevard 2017-2020



Kansen om de ziel op te schudden

*Kester Freriks – NRC: “Met deze opmerkelijke programmering profileert Boulevard zich als belangrijk initiator van nieuwe toneelvormen.”*

*Annette Embrechts - De Volkskrant: “De zuidelijke theatermaker bepaalt de toon tijdens Theaterfestival Boulevard.”*

*Esther Kleuver – Telegraaf: “Een van de leukste, meest veelzijdige theaterfestivals die Nederland rijk is. Boulevard biedt een zeer brede programmering die zowel de artistiek fijnproever als de onervaren theaterbezoeker iets te bieden heeft.”*

*Wijbrand Schaap – Cultureel Persbureau: “Een mooi staaltje van saamhorigheid en eensgezindheid in een tijd waarin cultuur nogal eens naast de samenleving wordt gezet door politiek en bedrijfsleven. Het kan dus anders. Bewijst Den Bosch. De stad omarmt de kunst.”*

*Robbert van Heuven – Trouw: “Gemengd publiek, jonge theatermakers en de goedgehumeurde buscoördinator bepalen de sfeer op Theaterfestival Boulevard.”*

# Inhoudsopgave

|                                                                          |           |
|--------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1. Inleiding</b>                                                      | <b>2</b>  |
| <b>2. Artistieke uitgangspunten en signatuur</b>                         | <b>3</b>  |
| Het goede behouden en het nieuwe omarmen: de lange lijnen voor 2017-2020 | 3         |
| De ambities voor 2017-2018 & 2019-2020                                   | 4         |
| De programmering van podia en locaties:                                  | 5         |
| Zuidelijke zinnelijkheid                                                 |           |
| Nieuwe theatervormen                                                     |           |
| Engagement                                                               |           |
| Meerjarige lijnen met makers                                             | 6         |
| Vergroten van internationale programmering en samenwerkingen             | 6         |
| Josephkwartier                                                           | 7         |
| De dynamiek van Theaterfestival Boulevard                                | 7         |
| Talentontwikkeling                                                       |           |
| Ondersteuning                                                            |           |
| Co-programmering                                                         |           |
| Educatie                                                                 |           |
| <b>3. Bijdrage aan de ontwikkeling van de podiumkunsten</b>              | <b>10</b> |
| Ambities                                                                 | 10        |
| Coproducties                                                             | 10        |
| Samenwerking                                                             | 10        |
| Beloning                                                                 | 10        |
| <b>4. Plaats in het veld</b>                                             | <b>11</b> |
| Verbindende factor                                                       | 11        |
| Plek voor iedereen                                                       | 11        |
| Eigenheid                                                                | 11        |
| <b>5a. Ondernemerschap</b>                                               | <b>12</b> |
| Bosse Nova                                                               | 12        |
| Financieringsmix                                                         | 12        |
| Sponsor- en vriendenwerving                                              | 13        |
| Private middelen                                                         | 13        |
| Efficiëntie en kostenbesparing                                           | 13        |
| Governance Code Cultuur & Code Culturele Diversiteit                     | 13        |
| <b>5b. Publieksbenadering</b>                                            | <b>14</b> |
| Typering publiek                                                         | 14        |
| 2017-2020                                                                | 15        |
| Vrienden, geëngageerden                                                  | 15        |
| Stempel                                                                  | 16        |
| Duurzaamheid                                                             | 16        |
| (Inter)nationale zichtbaarheid                                           | 16        |
| Denktank                                                                 | 16        |
| <b>6. Spreiding</b>                                                      | <b>17</b> |
| <b>7. Belang van (co)productie</b>                                       | <b>18</b> |
| De bedding                                                               | 18        |
| Het concrete plan                                                        | 19        |
| <b>8. Toelichting op de begroting</b>                                    | <b>20</b> |

# 1. Inleiding

Hartstochtelijke, beeldende voorstellingen, inspirerende ontmoetingen en intensieve (internationale) samenwerkingen die een nieuwe dynamiek teweegbrengen: dat is Theaterfestival Boulevard 's-Hertogenbosch. Elf dagen lang presenteren we theater, dans, muziek(theater) en kunstvormen die niet in een disciplinehokje te plaatsen zijn, voor een groot en nieuwsgierig publiek. Publiek dat geniet van tentjestheater op het centrale festivalplein, maar dat ook in groten getale op avant-garde kunst afkomt. De stad stelt zich al net zo open: Theaterfestival Boulevard is overal welkom. Een audiotour van de groep Rimini Protokoll loopt via de achterdeur van het ziekenhuis, door het warenhuis, dwars door de stad. Een voorstelling in een vijver of in een reguliere theaterzaal. Kunst precies op die plek waar de maker zijn kunst wil maken: ook dat is Theaterfestival Boulevard.

**Benjamin Verdonck – Antwerpen:**

***“Als ik een bepaald werk wil maken, bedenk ik waar dat werk het beste terecht komt. Wil ik dat in een zaal of op straat tonen? Waar zal dat het beste werken?”***

***Het vertrekt wel altijd vanuit goesting, de liefde voor een materiaal of een zin of een beeld in je hoofd. Je hebt zin om dat te doen. Dat is altijd het begin. Daarna denk je na: “Waar dan? En hoe?” En moet die goesting niet wat ingetoomd?”***

De toewijding van het publiek, dat zowel bestaat uit bewoners van de stad als uit trouwe en nieuwe bezoekers van (ver) daarbuiten, is een uitzonderlijk kenmerk van Boulevard, dat soms over het hoofd wordt gezien. Het lijkt zo vanzelfsprekend: het mengen van laag- en hoog opgeleid, van theaterkenners en theatergroentjes, van jong en oud, van nationaal en internationaal. Maar juist die vermenging is uniek en – meer dan ooit – zinvol.

We werken in en vanuit 's-Hertogenbosch. Dat is voelbaar in onze programmering. Theaterfestival Boulevard heeft een voorkeur voor zuidelijk, zinderend theater, met aandacht voor het hart, voor de overgave. Theater dat rijk is aan gevoel en rijk is aan beelden. Theater dat je vaker in het zuiden dan in het noorden van Nederland tegenkomt – hoewel het niet uitsluitend door zuidelijke makers wordt gemaakt.

Theaterfestival Boulevard biedt hoogwaardige, eigentijdse, indrukwekkende en risicovolle podiumkunst uit binnen- en buitenland. Elementen die elkaar versterken, het is een kwestie van de teugels grijpen en de lijnen zichtbaar maken.

Nieuwe directeur Viktorien van Hulst zit al stevig in het zadel. 2015 was haar eerste editie. Viktorien, voorheen hoofd artistiek bureau Toneelgroep Amsterdam en artistiek coördinator van Productiehuis Brabant, brengt haar internationale netwerk en ervaring met talentontwikkeling mee. Ze bouwt voort op de traditie van het festival waarbij ze het goede behoudt. Ze gaat de komende jaren verhelderen, profileren en ze brengt zichzelf mee; geboren en getogen in 's-Hertogenbosch.

Met een select aantal makers uit Nederland en Vlaanderen heeft Theaterfestival Boulevard meerjarige samenwerkingsverbanden en worden coproducties gerealiseerd. Opdat die makers een vaste uitvalsbasis hebben en het publiek hun werk en ontwikkeling op de voet kan volgen. Ook dat schept een band. Een voorstelling; dans, muziektheater, theater of een tussenvorm, gaat in die grotere samenhang resoneren. Het gaat niet meer om geïsoleerde momenten, maar om de uitwisseling, om het groeien.

Plaats voor dat gesprek wordt de komende jaren het nieuwe Josephkwartier, met de sfeervolle tuin rondom het centrale Pand 18. Daar maken we een groeiplek voor dialoog tussen kunst en maatschappij, waar makers een gesprek voeren met elkaar en met het publiek. Waar werk kan worden getest, een laboratorium, een speelplaats – wat de tuin ooit ook daadwerkelijk was. De bron waar nieuwe ontmoetingen uit voort kunnen komen.

Wij geloven dat kunst onmisbaar is in onze moderne democratie en vinden dat iedereen daaraan moet kunnen deelnemen. Opdat we, in een gezamenlijk jaarlijks ritueel, de mogelijkheid vinden om ervaringen te delen. Omdat kunst de stad, haar bewoners en haar bezoekers lucht, verbeelding en stof tot nadenken biedt. Omdat kunst mensen in beweging brengt. Omdat kunst de kans geeft om de ziel op te schudden.



## 2. Artistieke uitgangspunten en signatuur

### Het goede behouden en het nieuwe omarmen: de lange lijnen voor 2017-2020

Theaterfestival Boulevard heeft een omvangrijk programma, veel bezoekers en het centrale festivalplein ademt zomerse feestelijkheid. We zijn een stadsfestival. En we zijn een publieksfestival. Bovenal zijn we een kunstfestival dat met natuurlijke vanzelfsprekendheid stad, publiek en kunst verbindt. In 2017-2020 worden de goede tradities voortgezet, maar worden er ook nieuwe tradities gecreëerd.

#### Goede tradities

- meerjarige verbindingen met podiumkunstenaren uit Nederland en Vlaanderen, aangevuld met werk van internationale regisseurs en choreografen.
- een grote variëteit met diverse mogelijkheden in speelplek en schaal. Theaterfestival Boulevard kan voor iedere kunstenaar, voor ieder project, steeds opnieuw de ideale context creëren. Een groot goed, aangezien nog maar weinig makers voor hun werk steeds eenzelfde presentatievorm kiezen.
- een centraal festivalplein dat veel bezoekers trekt die door het jaar heen geen theater zien maar nu wél, dankzij laagdrempelig werk, veelal van jonge makers. De bezoekers worden verleid om steeds iets verder van het plein af te gaan, en nieuwere vormen van theater te ondergaan.
- aandacht voor en ondersteuning van de nieuwste generatie makers.

*Boukje Schweigman - Utrecht:*

*"In 2004 speelden we Ruim bij Theaterfestival Boulevard, mijn allereerste locatievoorstelling. Ik heb dus een lange verbondenheid met het festival. Als je een locatievoorstelling gaat maken, wil je van tevoren weten dat je hem ook kunt spelen, dat is niet alleen vanuit artistiek oogpunt van belang, het moet ook, financieel gezien. Zo'n band is dus van levensbelang. De grotere festivals vormen wat dat betreft een constante factor voor mij als maker van onder meer locatievoorstellingen; door die vaste samenwerking heb ik me kunnen ontwikkelen."*

#### Nieuwe tradities

- een nog sterkere focus op de programmering, waar 'zuidelijke zinnelijkheid', nieuwe theatervormen en engagement speciale aandacht krijgen.
- het intensiveren van langlopende trajecten met makers, het versterken van de internationale programmering, samenwerkingen en coproducties.
- specifieke aandacht voor de ontmoeting tussen kunst en maatschappij. Van het nieuwe Josephkwartier maken we een plek waar makers en publiek in alle rust samen kunnen zijn. Daar kunnen ze de scherpe randen van het festival bespreken, daar wordt de toekomst vormgegeven. Daar wordt met het publiek, via kunst, het gesprek over onze samenleving gevoerd. We gaan er modellen ontwikkelen die op andere plekken in het festival kunnen neerdalen.
- extra aandacht en een bredere basis voor talentontwikkeling, productie, presentatie en educatie.

## De ambities voor 2017-2018 & 2019-2020

In 2017-2018 worden de bestaande festivallijnen versterkt en de nieuwe geïmplementeerd. Na een tussentijdse evaluatie – wat werkt, wat werkt niet – volgen in 2019 en 2020 nóg stevigere, dynamischer en levendiger edities.

### Inzoomen op 2017-2018

- We blijven programmeren langs de verschillende lijnen die de afgelopen jaren hun succes bewezen hebben, met kwaliteit op alle niveaus als uitgangspunt.
- Op het toegankelijke publieksplein, bij het theater in tentjes en op straat, leggen we de lat artistiek steeds hoger.
- We vragen makers die normaliter niet op het festivalplein staan, om daar juist wel aan de slag te gaan. Op die manier onderzoeken we zowel de veelzijdigheid van de makers, als de toeschouwers. Wat zijn de randen van de *comfortzone*?
- We investeren in muziek voor meerdere smaken op het plein. We voelen aan met welke muziek je een avond begint en waar je een avond mee afsluit. Van Ties Mellema en de Four Baritones tot Merals Harem en de West-Vlaamse band De Dolfijntjes van acteur Wim Opbrouck.

*Alexandra Broeder - Tilburg:*

*“Viktorien vroeg me in 2015 of ik een deel van mijn voorstelling De Zone wilde laten zien, een installatie met een tekst van de dichter Rilke. Een dag later waren er in de plaatselijke boekhandel vijftien dichtbundels van Rilke verkocht. Dat zegt zoveel over de betrokkenheid van het Boulevard publiek. En er is meer. Je kunt kiezen voor locaties, gewoon omdat je op die plek wilt staan. In het geval van Theaterfestival Boulevard kies ik niet alleen voor een locatie. Ik kies voor Viktorien, voor de andere makers die zij aan zich bindt, voor de samenhang van de programmering en voor het publiek dus. Ik wil onderdeel zijn van dat geheel.”*

### De thema's van 2017-2018

2017 wordt het jaar waarin veel makers de kijkconventies van de beeldende kunst meenemen het theater in. Het publiek blijft vaak niet in de zaal zitten; kan weglopen en weer terugkomen. Wij creëren ruimte voor deze ontwikkeling. Soms wordt de beeldende kunst zelf het onderwerp. Dries Verhoeven neemt ons mee naar het Stedelijk Museum 's-Hertogenbosch waar nieuw werk *l'art pour l'art* zal gaan over de stilzwijgende afspraken van de kunstconsumptie. Boukje Schweigman onderzoekt in een expositieruimte met Slagwerk Den Haag en performers een tijdsbeleving die buiten de kloktijd valt. Karin Post reageert in het *Futuristisch Banket* met beeldhouwer en ontwerper Joep van Lieshout, acteurs en dansers op het kookboek van de futuristen. Lotte van den Berg neemt met haar deelnemers in *Het parlement van de dingen* het perspectief van 'het ding' als uitgangspunt. Berlin maakt een video-installatie waarin 30 kinderen van over de hele wereld zich laten horen. Daarnaast maakt het Antwerps gezelschap een voorstelling over meester-kunstvervalser Geert Jan Jansen; *True copy*. Voor *Carrara* laat Studio Orka zich inspireren door beeldhouwers en hun ateliers. Ook coproduceren we met Orka een grote locatieproductie, waarvan de première in 2016 in de Ruhrtriennale plaatsvindt en de Nederlandse première in 's-Hertogenbosch in 2017 voorzien is. In de eerste plannen voor 2018 duikt de taal weer op met onder meer de Nederlandse première van Erwin Mortiers *Verboden Gebied*, gespeeld door Elsie de Brauw, en bij De Warme Winkel & Het Nederlands Kamerkoor dreigt tonaliteit te ontspreiden tussen de regels gezongen poëzie in Gesualdo's madrigalen. Fabrice Murgia, de jonge Waalse regisseur verbonden aan Théâtre National Brussel, werpt zich met componist Daan Janssens op de taal van Louis Paul Boons *Menuet*.

### Ambities en thema's van 2019-2020

Met een tiental kunstenaars hebben we meerjarige plannen, die we voortdurend doorontwikkelen. Ook zoeken we naar originele presentatievormen en presenteren we hun werk genereus in de volle breedte. Voor al deze makers geldt dat hun plannen voor 2017 en 2018 al verder uitgewerkt zijn dan die voor 2019 en 2020. We kunnen voorspellingen doen die stevig klinken, maar weinig houvast bieden. Liever bewegen we mee. We willen en kunnen actueel werken, en zullen dat blijven doen. Geen dicht geplamuurde agenda vol jaren geleden bedachte voorstellingen. Vers werk en actualiteit, daar zetten we op in.

## De programmering van podia en locaties

### Zuidelijke zinnelijkheid

Een leidraad in onze programmering: voorstellingen vol zuidelijke zinnelijkheid. Om misverstanden te voorkomen: die zijn niet per se lief en zeker niet zonder gevaar. Het betreft een voorkeur voor voorstellingen met beelden die emotioneel en intellectueel raken. Het is werk van bijvoorbeeld makers die al eerder en met groot succes op Boulevard te zien waren, zoals Alain Platel, Peeping Tom, Wim Vandekeybus. Hun werk heeft een eigen narratief; associatief, niet-psychologisch, wel geëngageerd en altijd betrokken. Met ruimte voor het onbewuste. Het zintuigelijke. Dit geldt ook voor makers als Jan Martens, T.r.a.s.h., Miet Warlop of - nog jonger - het Antwerpse Kuiperskaai en Tamar Blom.

Denk ook aan Muziektheater Transparant en Lod Muziektheater (Guy Coolen, Hans Bruneel) in Vlaanderen, Solistenensemble Kaleidoskop uit Berlijn en van eigen grond De Veenfabriek, Touki Delphine en Silbersee. Een muziektheatermaker die nadrukkelijk de grenzen van het medium opzoekt, is de Duitser Thom Luz die zowel 'de nieuwe Marthaler' als 'het neefje van John Cage' wordt genoemd. Het zijn vaak ook kunstenaars die dansen op de scheidslijn tussen componist en musicus, zoals Mark IJzerman, Annelies van Parys, Hans Beckers, Mauro Pawlowski, Liesa van der Aa en Warre Simons.

De term 'zuidelijke zinnelijkheid' is een poging om een vorm van podiumkunst te benoemen, die je elders minder vaak tegenkomt. Ooit begon het misschien bij het verschil tussen het 'Protestantse Noorden' en het 'Katholieke Zuiden' van Vlaanderen en van het Nederland van onder de grote rivieren.

Generaliserend is er in het Noorden meer aandacht voor het rationele, de strakke lijnen, het hoofdelijke. De zuidelijke makers kiezen voor gulheid, focus op beeld en minder op woord, het buikgevoel. Het vertellen van verhalen in beweging en beeld. Uiteraard hoeft je niet uit het Zuiden te komen om een 'zuidelijke' maakstijl te hebben.

De liefde voor deze stijl wordt ook door het publiek gedeeld. Theaterfestival Boulevard is het enige festival in Nederland waar Vlaamse makers volop geprogrammeerd worden én op een groot publiek kunnen rekenen. Deze aanpak past bij de bisschopsstad waar rituelen en grote verhalen in het DNA zitten. Waar vol overgave tijdens carnaval 'het spel van de omgekeerde wereld' volgens oude tradities gespeeld wordt, waar in de Driekoningentocht de kinderen van de stad bij het stadhuis aankloppen om de - meespelende - burgemeester de weg naar de kribbe te vragen. Die sfeer, die bereidheid van makers én publiek om samen een verhaal te beleven dat het hart (en natuurlijk ook het hoofd) raakt, dát is typerend voor Theaterfestival Boulevard. En dat maakt het zo'n vruchtbare bodem, zowel voor hen die ermee zijn opgegroeid als voor makers en publiek die deze 'ruimte' voor het eerst ontdekken. Het is niet voor niets dat een eerste bezoek aan Boulevard vaak tot een liefde voor het leven leidt.

### Nieuwe (theater)vormen

Naast bovengenoemde zinnelijke makers, is er veel aandacht voor makers die zoeken naar nieuwe (theater)vormen - iets wat uiteraard vaak ook overlapt. Mensen voor wie de klassieke 'lijst' knelt, wier werk zich afspeelt op het grensvlak van disciplines; bijvoorbeeld tussen performance en beeldende kunst. Een van de exponenten van deze makers is Dries Verhoeven. Al sinds zijn afstuderen, is hij te zien op Boulevard met werk dat steeds dichterbij de beeldende kunst schuurt. Hij komt de komende jaren veelvuldig terug met werk waar hij de grens tussen theater en beeldende kunst verder onderzoekt. Dat doet ook Berlin uit Antwerpen, een groep die wordt gekenmerkt door een documentaire- en interdisciplinaire werkmethode. Vanuit een focus op een specifieke onderzoeksvraag maakt Berlin gebruik van verschillende media, afhankelijk van de inhoud van het project. En ook het werk in de openbare ruimte, bijvoorbeeld van Benjamin Verdonck met wie geproduceerd wordt, is van groot belang.

*Dries Verhoeven - Utrecht:*

*"Ik vind het fascinerend om in te grijpen in een openbare ruimte. Om iets te brengen dat je misschien niet meteen begrijpt, maar wat je prikkelt, wat je aan het denken zet.*

*Binnen een theater gaat het vaak over 'een mooi stuk', een 'knappe actrice', ik wil daaraan voorbij. Een stuk wordt politiek als je het ergens anders plaatst, als je er een stad bij betreft. Dat kan bij Theaterfestival Boulevard. Ik werk graag buiten die theaterbakstenen om, op een plek waar het artistieke onderzoek voorop staat, wars van de conventies. Mijn werk hoort thuis op festivals."*

## Engagement

Ook is er aandacht voor makers die de politieke werkelijkheid theatraal maken in hun werk en daarmee opschrikken, verwonderen of vol engagement tegen de haren van de gemeenschap in strijken. Zoals de Zwitser Milo Rau en het Berlijnse Rimini Protokoll. We hebben grote interesse in makers die 'via een judogreep', om het paradigma van Harald Welzer, professor Transformatiedesign te citeren, 'met een eenvoudige en elegante beweging de situatie doen omslaan'. Makers die de blik op de werkelijkheid doen schuiven door hem in een ander referentiekader te zetten.

## Meerjarige lijnen met makers

Het is steeds minder evident voor gezelschappen en makers om op veel plekken hun werk te kunnen laten zien. Wij geloven als festival in lange lijnen, zowel voor het publiek als voor de maker. Het publiek kan de lange lijn van de maker volgen, de maker kan werk ontwikkelen en testen bij een publiek dat hem kent. Rijpen heeft vaak tijd nodig. De ontwikkeling volgen, kan minstens zo interessant zijn als het eindproduct. Dat kan allemaal bij ons. Bovendien moet een maker zich geborgen weten. Een speelplek hebben, ruimte om te experimenteren, maar ook om voluit te gaan. Dat kan als je niet alleen inzet op het nu, maar ook op de toekomst. Die stevige verbondenheid met speciaal geselecteerde makers is onderdeel van de signatuur van Theaterfestival Boulevard.

Concrete voorbeelden (van een aantal van hen zijn citaten opgenomen: hun stemmen maken deel uit van het festival):

Uit Vlaanderen: FC Bergman, Berlin, Benjamin Verdonck, Kabinet K, Laika, Studio Orka, Kopergietery.

Uit Nederland: Boukje Schweigman, Alexandra Broeder, Warme Winkel, Jetse Batelaan/Theater Artemis, Dries Verhoeven, Lotte van den Berg, Wunderbaum en T.r.a.s.h..

Daarnaast maken we ons via co-presentatie sterk voor speelbeurten van deze gezelschappen in 's-Hertogenbosch buiten de festivalperiode.

In de nieuwste generatie volgen we - naast anderen - makers als Tamar Blom, Sabine Molenaar, Katja Heitmann, Sanne Nouws, Lisaboa Houbrechts/Kuipers Kaai en Bosse Provoost.

## Vergroten van internationale programmering en samenwerkingen

Een ander kenmerk van Theaterfestival Boulevard is de blik naar buiten, ontstaan vanuit een breed (en in de toekomst nog breder) scoutingsbeleid. Het programma op podia en locaties wordt nu geselecteerd door de directeur in samenwerking met programma-adviseurs Peggy Olislaegers en Bregje Maatman. Vanaf 2017 zal een programmeur worden aangenomen die dit onderdeel verder kan versterken.

De internationale samenwerking en programmering heeft meerdere voordelen.

- Het publiek kan voorbij de grenzen kijken.
- Nederlandse en Vlaamse makers die tijdens het festival spelen of voor langere tijd aan het festival verbonden zijn, kunnen het eigen werk aan het internationale werk spiegelen.
- Tijdens de elf dagen samenzijn (denk aan het Josephkwartier), ontstaan er onderlinge uitwisseling en de mogelijkheid tot nieuwe samenwerkingsverbanden.

We werken hiertoe samen met coproducerende podia/festivals als de Singel, Theater aan Zee en gezelschappen als CAMPO, KVS Brussel, NTGent, Toneelhuis Antwerpen, Het Zuidelijk Toneel.

- We beschouwen Theater aan Zee Oostende als ons Vlaamse zusje. Ook zij combineert op natuurlijke wijze eigentijds/complex werk met meer toegankelijke podiumkunstaanbod voor een omvangrijk publiek. Tijdens de laatste festivaldagen van TAZ gaat ons festival van start. Hierdoor kunnen we gezamenlijk aanbod programmeren. We delen tijdens programma-overleg onze kijkervaringen, waardoor de programmeurs van TAZ extra ogen voor ons in Vlaanderen zijn en andersom.
- In het nieuwe samenwerkingsverband **Interreg Eno** werken we met festivals uit het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk en België, rond werk dat ingrijpt in sociaal-maatschappelijke structuren.
- Het **Circostrada netwerk** is actief op het gebied van circus en straatkunst in voornamelijk Europa. Straattheaterprogrammeurs Huub Heye en Tanja Ruiter vertegenwoordigen Boulevard in dit inspirerend platform voor professionele uitwisseling met 70 andere leden.
- Met het **Zuid-Afrikaanse Klein Karoo National Arts Festival (KKNK)** werken we rondom tentjestheater.



## Josephkwartier

Kunst als noodzakelijk onderdeel van het democratisch samenleven, als conditie voor dialoog en voor ontmoeting met het onbekende. Sinds 2015 krijgt dit uitgangspunt expliciet ruimte op een eigen locatie, met een eigen programmering. Een plek op een steenworp van het centrale festivalplein, omvattende de binnen- en buitenruimtes van ons nieuwe huis Pand 18 (zie bladzijde 8) en belendende gebouwen, van onder meer buurman Theater Artemis/Jetse Batelaan en beeldend kunstenaars.

De grote tuin in het Josephkwartier is tijdens Theaterfestival Boulevard een ontmoetingsplek bij uitstek. Een locatie die in sfeer en intimiteit het alternatief van het drukke festivalplein Parade is. Niet als concurrent, maar als plek waar aan ronde tafels en in intieme gespreksruimten verlenging en verdieping van ontmoetingen in het festival kan plaatsvinden. Met dagelijkse salons, 'tafelen met makers' en muzikale nachtsessies.

Uiteraard heeft die ontwikkeling in de toekomst ook invloed op de verdere programmering. Wat er in het Josephkwartier wordt ontwikkeld, heeft zijn weerslag op het gehele festival. *Cutting edge*, vooruitstrevend, innovatief: al die termen gaan de komende jaren bij ons een gezicht krijgen.

In het Josephkwartier programmeren we werk en maken we programma's die de ervaren bezoeker en de nieuwsgierige bezoeker uitnodigen om na te denken, ervaringen te delen en makers te ontmoeten. Zo is er het Vlaams-Nederlandse TAAT, dat het publiek de voorstelling laat maken. Of de Zwitserse kunstenaar Christophe Meierhans die het gezamenlijk koken van een maaltijd als theateraal en sociaal experiment brengt. En de Portugees Tiago Rodrigues, die met het publiek de betekenis van theater als een plek van overdracht onderzoekt door hen een gedicht uit het hoofd te laten leren.

Ook zijn er makers die een groeiende behoefte voelen hun werk dieper te wortelen in de sociale realiteit waarin zij hun werk tonen. Kunstenaars die met hun voeten in de sociale en politieke realiteit staan en het met elkaar én met hun publiek willen hebben over wat hen nu beweegt. Wij willen deze interactieve tendens zichtbaar maken en versterken.

Lotte van den Berg onderzoekt in het Josephkwartier met publiek hoe specifieke gespreksvormen de manier waarop we ons tot elkaar verhouden kunnen veranderen. We zullen de samenwerking met Lotte in de komende jaren doorzetten, waarbij we steeds zoeken naar verbreding van het bereik en de inhoud van de ontmoetingen, ook buiten de festivalperiode.

De toevoeging van het Josephkwartier aan de ontwikkeling van het festival is van groot belang. Daar voeren we tot in zijn uiterste consequentie door wat het festival als totaal is: een plek waar kunstenaars, professionals en publiek samenkomen om zich – hoe ingewikkeld dat soms is – te verhouden tot elkaar en de wereld waarin we leven.

*Lotte van den Berg - Amsterdam:*

*"Kunnen we publiek lezen als vluchtig, ongrijpbaar, tijdelijk? ... Ze komen van overal, zijn nog geen groep, maar ze worden een groep op het moment dat ze de zaal in lopen, samen gaan zitten, beslissen te kijken. Zo zou het moeten zijn. Gezamenlijk ergens naar kijken, je aandacht ergens op richten. Dat kan niet voorgeprogrammeerd of vanzelfsprekend zijn. Met ons werk zetten we mensen aan om voor even stil te staan en te blijven kijken. Om voor even publiek te worden en samen te zijn met dat wat ze zien en meemaken. Dat is alles, dat is veel."*

## De dynamiek van Theaterfestival Boulevard

Theaterfestival Boulevard heeft geen starre, jaarlijkse programmering, maar werkt vanuit de gedachte van dynamiek. Het festival gaat een dialoog aan met de stad en met de bezoekers van buiten de stad. Die uitwisseling levert per definitie nieuwe plannen en verbintenissen op, die weer kunnen leiden tot programma-onderdelen.

'Cultureel klimaat' is voor ons meer dan een politieke term. Het is iets wat je kunt creëren. We geloven in het engagement dat ontstaat als verbinding met de samenleving en verbeelding samenkomen.

## Talentontwikkeling

Talentontwikkeling is zo'n voorbeeld van dynamiek die zich niet in elf dagen laat vangen.

De verhuizing in 2015 met diverse culturele partners naar het nieuwe Boulevard-onderkomen Pand 18 in de Sint Josephstraat, luidde een periode van verbreding van onze inspanningen voor talentontwikkeling in.

Pand 18 bestaat naast kantoorruimtes van verschillende culturele organisaties uit een repetitiestudio en theaterzaal, waar gedurende het jaar gerepeteerd wordt en waar workshops plaatsvinden. Denk aan de activiteiten van huisgenoten Kunstbende Noord-Brabant en Popsport Brabant. Kunstbende voedt talenten (13-19 jaar) en organiseert ieder jaar een landelijke wedstrijd voor verse creatieve geniën. Popsport is een coaching-programma voor jonge, talentvolle muzikanten & bands.

In Pand 18 is vooral ook ruimte voor de nieuwe generatie professionele podiumkunstenars. Door hen onderdak te bieden, creëren we reuring en dialoog om ons heen. Daar vaart eenieder wel bij. Er kan in Pand 18 worden gerepeteerd, er is ruimte voor debat en er zijn tijdelijke kantoor-/werkplekken. Er is artistieke, zakelijke, marketing en productionele ondersteuning aanwezig. Onder stichting Bosse Nova worden al deze bezigheden gevangen en stromen ze door naar onder meer Theaterfestival Boulevard. (zie voor meer over Bosse Nova ook 5a).

Met huisgenoot Festival Cement produceren we samen en organiseren we artistieke reflectie. Vanzelfsprekend werken we ook samen vanuit onze eigen festivals. Cement toont het werk van jonge theatermakers, choreografen en schrijvers tijdens hun jaarlijkse festival in maart waarbij professionals en liefhebbers samenkomen voor een programmering met werk van de interessantste jonge talenten. Theaterfestival Boulevard geeft een aantal van die makers de kans de confrontatie met een groter publiek aan te gaan en zet hun werk in een context van klein- en grootschalig aanbod van theatermakers uit binnen- en buitenland. Niet alleen levert dat het publiek een breed programma op: van jong en groen naar vreemd en nieuw, het zorgt ook voor interactie en een breder netwerk voor de (jonge) makers, die zo kennismaken met vakbroeders uit andere landen.

In breder Brabants verband is er **PLAN talentontwikkeling Brabant**, dat al enkele jaren innovatief invulling geeft aan het begrip productiehuis. Deelnemers zijn naast Boulevard, in de opstartfase projectleider, onder meer Het Zuidelijk Toneel, DansBrabant, Festival Cement en sinds 2016 Theater Artemis.

PLAN is vruchtbaar voor de nieuwste generatie makers van theater, dans en circus uit Noord-Brabant. Voor het eerst zijn Brabantse makers in de regeling nieuwe makers opgenomen: Katja Heitmann met een plek bij DansBrabant en Eva Line de Boer die aan de slag kan bij Festival Cement.

Veelbelovende talenten krijgen ondersteuning bij de ontwikkeling van hun handtekening, het cultureel ondernemerschap, de opbouw van publiek en de zichtbaarheid van hun werk. Vanzelfsprekend wordt het werk van de maker nadrukkelijk vanuit Brabant verder verspreid met partners in Nederland en Vlaanderen. Naast langere trajecten met de geselecteerde makers biedt PLAN in Tilburg, Breda, 's-Hertogenbosch en Eindhoven via broedplaatsen ruimte voor onderzoek en experiment.

Theaterfestival Boulevard wordt presentatiepartner in het Vlaamse talentontwikkelingsproject **P.U.L.S. - 'Project for upcoming talent for the large stage'**, een initiatief van Guy Cassiers & Toneelhuis Antwerpen in samenwerking met onder meer Jan Lauwers, Jan Fabre, Alain Platel en Ivo Van Hove. Het bestaat de periode 2017-2020. Vijf geselecteerde jonge makers krijgen de mogelijkheid om zich via P.U.L.S. stapsgewijs te ontwikkelen naar grote podia of locaties. Wij dragen met andere (inter)nationale podia en festivals zorg voor de verbinding van het werk met een eigen publiek. Ook daar zit een praktische component aan waar Theaterfestival Boulevard erg in gelooft: het is één ding om in tentjes en op andere knusse locaties mooi werk te creëren, het is óók van belang om, als dat werk voldoende kwaliteit heeft, een groter publiek te vinden.

## Ondersteuning

Het Josephkwartier en Pand 18 zijn tijdens het festival van belang, maar blijven ook door het jaar heen een pijler voor culturele ontwikkelingen. Het kernteam van het festival werkt dan aan andere projecten die het tonen en versterken van de (podium)kunsten tot doel hebben.

Er is ruimte voor studies of onderzoeken, die gerelateerd zijn aan het festival of talentontwikkeling. Zo organiseren we, gekaderd binnen Theater na de Dam, activiteiten rondom 4 mei en werken theater- en dansmakers in de studio's.

## Co-programmering

We werken samen met stadspodia Verkadefabriek en Theater aan de Parade om via co-programmering ook buiten de festivalperiode aanbod van 'Boulevard-makers' te laten zien. Waarbij Boulevard een context rond de voorstelling creëert en haar eigen publiek meeneemt 'het seizoen in'. Goed voor de makers, die in de stad meerdere keren per jaar te zien zijn en zo sneller publiek opbouwen, goed voor het publiek dat een herkenbaar label heeft om favoriete makers vaker tegen te komen, en goed voor de culturele partners die publiek delen.

### *Studio Orka - Gent:*

*"We creëren theater op locatie; verhaal en vormgeving vloeien organisch voort uit de plek waar we neerstrijken. De vormgeving is ons waarmerk: ze is speels, poëtisch en véél meer dan louter decor. Het is het middel waarmee we een hele wereld neerzetten, die de locatie optilt en omdoert tot een plek waar spelers én publiek in onderduiken."*

Samen met Verkadefabriek participeren we in het Vlaamse Circuit X, waarin succesvolle vlakke vloervoorstellingen van jonge makers worden gespeeld.

## Educatie

We werkten al met Fontys Hogeschool voor de Kunsten in het project de Entreprijs en gaan daar in de toekomst intensief mee door. Deze samenwerking biedt jaarlijks tien geselecteerde studenten een kans om zich voor te stellen aan een breed publiek en vormt voor hen een springplank naar de beroepspraktijk.

Nieuw is het coachingstraject dat de winnaars krijgen aangeboden, waarbinnen zij vanuit Boulevard begeleid worden in het eerste jaar na hun afstuderen. Dit ook, omdat de doorstroom na de Entreprijs in het verleden nog weleens ontbrak.

We organiseren met Muziektheater Transparant en deSingel Antwerpen een 'summerschool' voor instrumentalisten en zangers van 15-25 jaar.

Voor jongeren in de stad bieden we in Pand 18 ruimte om mee te werken aan projecten en presentaties. Waaronder rond 4 mei en rondom Kunstbende. Ook participeren we in een stedelijk project voor cultuureducatie De Uitloktag, dat jaarlijks aan het begin van het schooljaar wordt gehouden.

Diverse makers werken in de voorbereiding op hun producties in en met scholen voor voortgezet en/of basisonderwijs samen.

En nadat Lotte van den Berg bij ons met volwassenen werkte rondom gesprekstechnieken, gaat ze met buurman Jetse Batelaan/Theater Artemis buiten de festivalperiode met kinderen aan de slag.

### *De Warme Winkel - Amsterdam:*

*"Onze voorstellingen leggen op militant poëtische én geestige wijze de vinger op de zere plek, of poneren alternatieven voor zaken waar je niet van wist dat je er al bij neergelegd had."*

### 3. Bijdrage aan de ontwikkeling van de podiumkunsten

#### Ambities

Theaterfestival Boulevard streeft naar het ontwikkelen en het tonen van 'State of the Art' kunst die onder andere helpt bij het omgaan met de wereld. We willen een cultureel klimaat creëren waarin het normaal is om eerst te kijken en te luisteren, de ander te willen leren kennen, voordat je begint met oordelen. We creëren een dynamiek die deze manier van leven vanzelfsprekend maakt.

*Jetse Batelaan/Artemis – 's-Hertogenbosch:*

*“Als deelnemer of als toeschouwer word je deelgenoot van een proces. Daar, op dat moment op die plaats, ontstaat het. Daar geven we vorm aan iets wat we nog niet van elkaar wisten.*

*We zijn op zoek naar die uitzonderlijke situaties, waarin er geen sprake meer is van een strikte scheiding tussen zenders en ontvangers.”*

Met 31 jaar ervaring weet het festival dat toewijding, trouw en lef om het nieuwe op te zoeken, ook daadwerkelijk iets opleveren. We streven een open houding na, geïnteresseerd, niet bang – of wellicht in eerste instantie bang, maar vervolgens dapper genoeg om het nieuwe aan te gaan. We geloven dat zo'n houding vernieuwing uitnodigt. Daarom ook het Josephkwartier. Om meer lef te kweken. Om ontdekkingen te doen en die, waar mogelijk, in de rest van het festival toe te passen.

#### Coproducties

Door ons te committeren aan Europese coproducties, geven we makers vroegtijdig speelruimte en financiële zekerheid. Het levert Boulevard interessant aanbod op, maar het biedt méér. Het levert een gesprek met de betreffende makers op, over de receptie van het werk in verschillende landen, over de werking van voorstellingen in andere contexten. Het leert ons, net als de makers en het publiek, over het Europa waarin wij leven. Deze coproducties horen bij de grondgedachte van Theaterfestival Boulevard: over de grenzen kijken, en tegelijk ook heel goed naar het werk zelf. Vandaar dat we er in hoofdstuk 7 nog verder over zullen uitweiden.

#### Samenwerking

De samenwerkingsverbanden van Theaterfestival Boulevard bestaan niet alleen uit culturele samenwerkingen. We kijken en reiken ook graag over de grenzen van onze discipline heen. We geloven dat de kunst haar rol als domein te midden van andere maatschappelijke domeinen te vervullen heeft. Daarom werken we samen met onder meer het drinkwaterbedrijf, het onderwijs, gemeentelijke diensten. Met partijen in voedselketen en food-design werken we samen op het gebied van duurzaamheid en gezondheid.

#### Beloning

Theaterfestival Boulevard gaat niet mee in het populaire geloof dat kunstenaars slecht betaald kunnen worden, omdat ze zo graag willen, of omdat een festival 'exposure' biedt. Zeker bij jonge talenten is het gebruikelijk om ze voor eigen risico op een festival te laten spelen. Om ze nauwelijks of niet te betalen, gebruik makend van de drogreden: het is zo goed voor je exposure. Maar exposure betaalt geen rekeningen. Bovendien is het normaal om voor werk dat iemand verricht ook daadwerkelijk te betalen. Daarom betaalt Theaterfestival Boulevard reële uitkoopsommen aan jonge en oude professionele makers. Het levert wederzijds respect, continuïteit en betere voorstellingen op. Overigens is exposure er ook; ruimschoots. Jonge makers spelen vaak lange series, zeker als hun werk ook op Theater aan Zee speelt, en maken contact met een groot en nieuw publiek.

## 4. Plaats in het veld

### Verbindende factor

Als initiatiefnemer van het Festivalmanifest bracht Theaterfestival Boulevard de Nederlandse podiumkunsthoeven aan tafel. De gezamenlijke lobby die daarna volgde, waarin collectiviteit centraal stond, bleef niet zonder resultaat. Landelijk sluit Boulevard actief aan bij overlegstructuren zoals Kunsten '92. In Brabant werd mede vanuit Boulevard de oprichting van evenknie 'Kunst van Brabant' geïnitieerd. In eigen stad stimuleert Boulevard de dialoog tussen de theaterorganisaties, stimuleert ze samenwerking rondom dodenherdenking en de opening van het theaterseizoen. We voelen ons thuis bij de omschrijving dat festivalorganisaties 'verbinders van nature' zijn. Om bij al deze samenwerkingsverbanden de eigen positie van Theaterfestival Boulevard te verstevigen, vroegen we het EFFE label aan. Europe for Festivals (EFFE), een initiatief van de European Festivals Association bedoeld om professionals en publiek te betrekken bij Europese Festivals. Het label werd in 2015 aan Theaterfestival Boulevard toegekend. Hiermee is de signatuur en slagkracht van Theaterfestival Boulevard op Europees niveau vergroot.

### Plek voor iedereen

Er zijn prachtige festivals die een specialistisch publiek trekken van kenners en professionals. Er zijn festivals die voornamelijk vitale vijftigers ontvangen en andere die zich op creatieve stedelingen of juist op kinderen richten. Theaterfestival Boulevard heeft een groot programma en biedt grote diversiteit: de nieuwste ontwikkelingen in theater en dans, episch locatietheater, toegankelijk aanbod in tentjes van jonge makers, (inter)nationale producties in theaters. Dat brede aanbod maakt het festival voor iedereen aantrekkelijk, jong en oud, kenner en prille bezoeker, en dat heeft op zichzelf al een meerwaarde. Want mensen ontmoeten niet alleen op haast vanzelfsprekende wijze hoogwaardige kunst tijdens Theaterfestival Boulevard, ze ontmoeten ook elkaar. We streven ernaar het mooiste en het beste te bieden – steeds kijkend naar de locaties, het podium, het publiek. We bieden geen willekeurige veelheid, we kiezen gericht en op maat. We hebben de vrijheid om de programmering te laten meebewegen met de nood van de makers of de nood van de samenleving. We zijn niet gebonden aan vaste verschijningsvormen of disciplines maar tonen wat er nu gemaakt en getoond moet worden. In die veelheid, in het totaal, kiezen we voor kwaliteit op alle terreinen. Zetten we de internationale top – in 2016 openen we met de Canadese choreograaf Marie Chouinard – naast interessant werk uit Nederland en Vlaanderen. Omdat we geloven dat er nood is aan plaatsen waar we niet in onze eigen wereld, met onze eigen bekenden verkeren, maar waar we juist de ander ontmoeten.

**Berlin – Antwerpen:**

*“Elke creatie vertrekt vanuit de werkelijkheid: een stad, een waargebeurd feit divers of getuigenissen. Afhankelijk van die inhoud worden de voorstellingen opgebouwd met elementen als beeld, live muziek, technologie, installatie. Door de ingrepen bewandelen onze voorstellingen de grens tussen fictie en realiteit.”*

### Eigenheid

De zomertheaterfestivals delen een periode van het jaar en delen interesse in een aantal makers. We werken dan om inhoudelijke redenen samen, waardoor sommige producties op meerdere plekken te zien zijn. Die selectie kan van groot belang zijn voor de betreffende maker. Makers en gezelschappen zijn immers gebaat bij speelbeurten op verschillende plekken, niet bij première-gedreven programmeurs. Maar de festivals zijn zeker niet inwisselbaar, daarvoor is de inhoud van de programmering te afwijkend, is de filosofie en de hartstocht achter ieder festival te verschillend.

De feiten: Theaterfestival Boulevard 'deelde' in 2015 1 titel met Spring, 5 met Oerol, 1 met Noorderzon, 2 met Over het IJ. In 2016 is dat naar verwachting 3 titels met Spring, 1 titel met Oerol, 0 met Over het IJ, 1 met Noorderzon. Op een programmering van 125 activiteiten is dat aantal verwaarloosbaar te noemen.



## 5a. Ondernemerschap

Ondernemerschap is een houding. Wij functioneren in de stad, in de provincie en in (inter)nationaal verband en voor een groot publiek. Onze financiële partners zijn derhalve op al deze plekken te vinden; overheden, bedrijven, maatschappelijke partners, publiek. Onze werking door het jaar heen kunnen we realiseren én financieren door activiteiten die we los van de festivalorganisatie organiseren. De afgelopen jaren werkten we met een structurele subsidie van 25 %. We streven naar een begroting waar 36 % uit structurele middelen bestaat. Alleen dan kunnen we continuïteit van de activiteiten garanderen en lange termijn afspraken maken.

Theaterfestival Boulevard heeft het de afgelopen jaren financieel niet makkelijk gehad. Hoewel de aanvraag 2013-2016 door het Fonds Podiumkunsten positief werd beoordeeld, viel het nipt onder de 'zaaglijn' waardoor er geen landelijk geld kwam. Provincie en Gemeente en ook de particuliere fondsen ondersteunden het festival in de afgelopen periode gelukkig wel, maar door het ontbreken van landelijke ondersteuning werd er een groot beroep gedaan op de goodwill van publiek en fondsen. Dankzij een impuls van het nieuwe Brabant C Fonds én een investering van de Manifestatie Jheronimus Bosch 500 konden we het programma op peil houden.

Desalniettemin hebben we de achterliggende jaren moeten interen op onze reserves waardoor het festival financieel nu kwetsbaar is. Daarnaast konden we vanwege de beperkte structurele middelen niet in (inter)nationale coproductieverbanden functioneren zoals voorheen, hetgeen negatieve invloed had op de mogelijkheden voor makers. Het festival kon verder dankzij incidentele aanvullende middelen, maar het elastiekje werd daarbij maximaal uitgetrokken.

In de periode 2017-2020 willen we vanuit een financieel stabiele positie onze rol in het nationale en internationale theaterveld verruimen, mede door personele versterking op programma-gebied, coproducties en verruiming van het programmabudget.

### Bosse Nova

Naast Stichting Theaterfestival Boulevard, bestaat Stichting Bosse Nova om personele en financiële risico's beheersbaar te maken en te houden. Bosse Nova voert meerdere culturele projecten uit (waaronder Theaterfestival Boulevard, Kunstbende, Popsport, Brabantse Festivalcampagne) waarmee extra inkomsten worden gegenereerd en aan het vaste en freelancepersoneel continuïteit kan worden geboden. Theaterfestival Boulevard fungeert als platform en spin-in-het-web, mede dankzij een betrokken team. Doordat medewerkers – 6,2 fte, in de leeftijd 30-45 jaar – op meerdere projecten worden ingezet, kunnen ze gedurende het jaar in dienst/werkzaam blijven en bouwen ze een netwerk en ervaring op. Bosse Nova biedt verder backoffice en/of facilitaire ondersteuning, evenals zakelijke en strategische ondersteuning voor startende makers en kunst- en cultuurorganisaties zoals Vereniging Kunst van Brabant, PLAN talentontwikkeling Brabant en Circo Circolo. Ook functioneert Bosse Nova als rechtspersoon en expertcentrum bij het aanvragen van projectsubsidies voor jonge makers.

Deze vele werkzaamheden van Bosse Nova dragen bij aan een stabiele basis voor Boulevard en het benutten van inhoudelijke en organisatorische kansen.

### Financieringsmix

Ondanks de structurele en substantiële steun van Gemeente 's-Hertogenbosch en Provincie Noord-Brabant, publieksinkomsten en bijdragen van particuliere fondsen, partners en ondernemers, is de financiële basis van Boulevard te klein. Het gemis van de structurele rijksbijdrage voor de periode 2013-2016 is scherp voelbaar. Aan de uitgavenkant werd vanaf 2013 noodgedwongen gesneden in internationale coproducties en gratis publieksactiviteiten. Vanaf 2017 hopen we derhalve weer op meerjarige landelijke ondersteuning.

De voorgenomen financieringsmix (toelichting in hoofdstuk 8) om de beschreven activiteiten te realiseren, bestaat per 31-12-2020 uit:

- Structurele subsidies 36,0% (2015: 24,0%) waarvan FPK 11,1% (2015: 2,0%)
- Bijdrage instellingen, partners en overige bijdragen 2,8% (2015: 1,8%)
- Particuliere fondsen 13,0% (2015: 26,3%)
- Incidentele subsidies 0,4% (2015: 2,5%)
- Sponsorbijdragen 10,4% (2015: 9,6%)
- Recette inkomsten 20,4% (2015: 19,8%)
- Horeca inkomsten 15,2% (2015: 14,9%)
- Vrienden en overige publieksinkomsten 1,8% (2015: 1,1%).

## Sponsor- en vriendenwerving

We zijn blij met onze zakelijke partners en willen het aantal uitbreiden. Daarom wordt geïnvesteerd in sponsor- en vriendenwerving. We zoeken nieuwe mediapartners en additionele (hoofd)sponsors. In de gesprekken is het een belangrijk gegeven dat het festival een economische spin-off voor de stad 's-Hertogenbosch oplevert van € 3,2 miljoen.

Met ondernemers uit de regio werken we aan een fonds om, gebaseerd op de vriendenfondsen uit de museumwereld, vanaf 2017 jaarlijks financiële ruimte voor een uitzonderlijk project te genereren. Voor de oprichting daarvan is een stappenplan gemaakt.

## Private middelen

Theaterfestival Boulevard werkt al vele jaren met private partners uit het bedrijfsleven en particuliere fondsen. De samenwerking is altijd gebaseerd op inhoudelijke overeenkomsten en doelstellingen. Zo steunt het VSB fonds onze zoektocht naar nieuw publiek, vinden we het BankGiro Loterij Fonds (voorheen Stichting Doen) aan onze zijde waar we de verbinding tussen kunst en maatschappij stimuleren. Verder krijgen we steun van Stichting Dioraphte, Fonds 21 en Prins Bernhard Cultuurfonds. De Vereniging Sociëteit Casino adopteert jaarlijks een voorstelling van een regisseur of choreograaf met wie zij affiniteit heeft.

Ook met het bedrijfsleven zijn de samenwerkingen gebaseerd op inhoud. Brabant Water is betrokken bij het vergroten van de duurzaamheid en we werken al jaren met Jupiler, Canon en Kleefkracht.

We vragen geen enkele partner zomaar om geld. We vragen commitment op basis van inhoud. Uit een gemeenschappelijk belang vloeit een financiële bijdrage of bijdrage in natura voort.

## Efficiëntie en kostenbesparing

Bosse Nova onderzoekt zichzelf en daarmee Theaterfestival Boulevard voortdurend op efficiëntie. Het heeft geleid tot de collectieve inkoop en gebruik van planningssoftware (Yesplan), de collectieve festivalapp (BrabantFestivals), de collectieve inkoop van CRM en ticketing en een gezamenlijke database.

Ook wordt er gewerkt aan het uitbreiden van strategische samenwerkingen: het door-ontwikkelen van de al lopende Brabantse collectieve festivalmarketing campagne i.s.m. Visit Brabant, waar wij initiatiefnemer en projectleider van waren, het verstevigen van de samenwerking met Avans Hogeschool en Fontys Hogeschool voor de Kunsten en het uitbouwen van co-presentatie met Theater aan Zee Oostende.

## Governance Code Cultuur en Code Culturele Diversiteit

Stichting Theaterfestival Boulevard werkt op dit moment met een bestuur volgens het bestuursmodel. De huidige voorzitter treedt af in mei 2016, zijn vervanger wordt uit het huidige bestuur gekozen. De verantwoordelijkheden en bevoegdheden van bestuur en directeur zijn vastgelegd in een bestuurs- en directiereglement, evenals de taakverdeling ter zake. We volgen daarin de Governance Code Cultuur. Jaarlijks vindt reflectie plaats op beleid en uitvoering. Ook spant Boulevard zich in om de aanbevelingen van de Code Culturele Diversiteit te volgen. We voelen ons verbonden met de stad 's-Hertogenbosch en streven ernaar voor alle Bosschenaren gastvrij te zijn. Dat doen we door het verlagen van drempels door specifieke marketing rondom 'gesloten beurs' en toegankelijkheid. We doen het door specifieke groepen gericht aan te spreken. We zoeken potentieel 'moeilijke' publieksgroepen, zoals die van bewoners met een niet-Westerse culturele achtergrond, door theater te brengen in hun wijk.

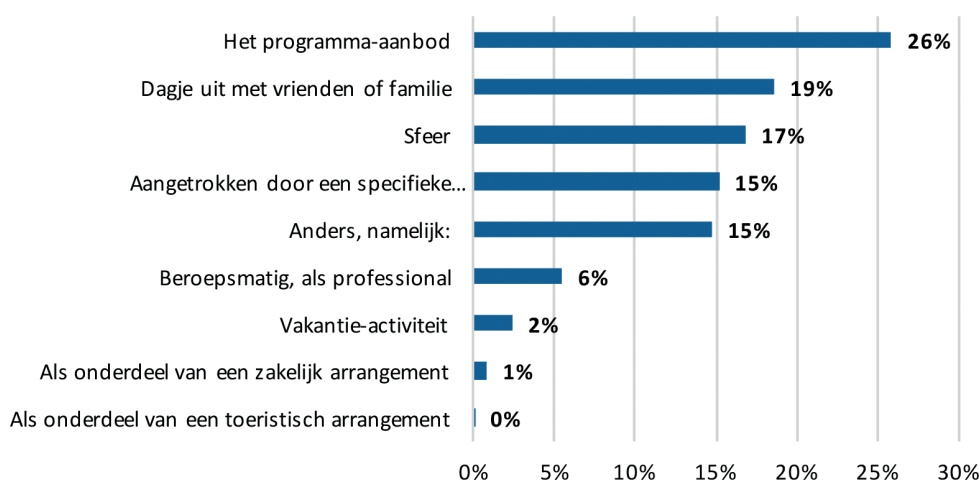
We leggen ook verbindingen via de inhoud. Als de Molukse band The Soul Snatchers optreedt, is dat zichtbaar in de samenstelling van het publiek. Rondom het project de 'Terugkeer Turk' (werktitel) van Lizzy Timmers werken we al in het voortraject met de Turkse gemeenschap. Bij de jongerenprojecten van Kunstbende slagen we erin om de deelnemers een volwaardige afspiegeling van de jongeren uit de provincie te laten zijn.

## 5b. Publieksbenadering

### Typering publiek

Overdag de gezinnen, die zich tegen de avond mengen met de mensen die net klaar zijn met werken, die op hun beurt weer mengen met de jongeren. En door alle festivaldagen heen, wandelen de **professionals**, de (buitenlandse) gasten, de **trouwe liefhebbers** die ieder jaar dagen vrij nemen om vol in het festival te kunnen duiken. Men begint vaak op het centrale festivalplein, maar wordt dan gaandeweg verleid om dieper de stad in te gaan. Maar niet elke publieksgroep maakt dezelfde beweging, iets waar onze marketeers zich zeer bewust van zijn.

#### Voornaamste bezoekredenen Theaterfestival Boulevard



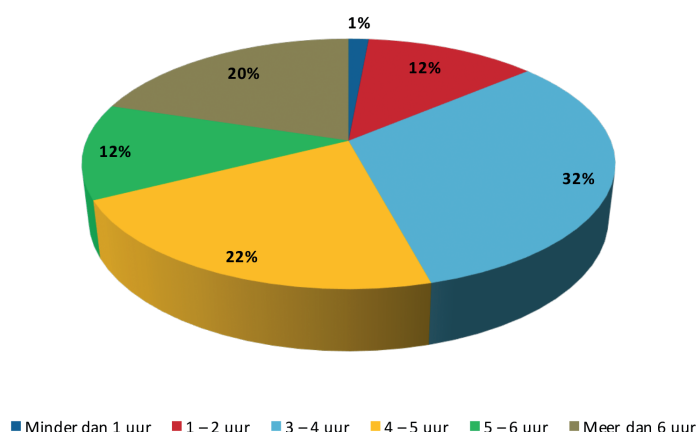
In 2015 is er zowel programmatisch als in marketing (oa met een eigen brochure) extra geïnvesteerd in **kinderen**, zowel in gezinsverband als met opvanginstanties. Ook is er aandacht voor **jongeren** van 18-25, hetgeen we terugzagen in de samenstelling van het publiek. Dankzij een partnerschap met CJP zijn er voor jongeren goedkopere kaartjes en is er aandacht voor specifieke communicatie en acties.

Over het algemeen keren de jongeren die het festival leren kennen trouw terug. Bovendien is er de 'eigen kweek' van publiek via projecten als Kunstbende en Popsport en er is marketingsamenwerking met stedelijk festival B There voor 18-25 jarigen.

In samenwerking met maatschappelijke organisaties is een grote marketingcampagne ontwikkeld voor **mensen met een kleine beurs**, die een geheel nieuwe groep bezoekers naar het festival bracht.

Alle soorten bezoekers, ook de **internationale bezoekers** of mensen met een specifieke vraag, kunnen vanaf 1 juni terecht op de nieuwe website waar het mogelijk is een geheel eigen route uit te stippelen, geholpen door symbolen en extra uitleg. De nieuwe website is ook volledig beschikbaar in het Engels, in het programma bestaat een filteroptie met 'language no problem'. Behalve de website zijn er voor internationale bezoekers bezoekersprogramma's en ontmoetingen met andere professionals.

### Hoelang heeft u doorgebracht op het festival tijdens uw laatste bezoek?



De Net Promoter Score (in hoeverre raden mensen het festival aan elkaar aan) van Boulevard is 53%, hetgeen geldt als zeer hoog.

We willen dat het publiek niet alleen met ons, maar ook met de maker een relatie opbouwt die zich voort kan zetten buiten de festivalperiode. Daarom laten we de maker zichzelf én zijn andere werk presenteren in publiciteitsuitingen en in het Josephkwartier.

## 2017-2020

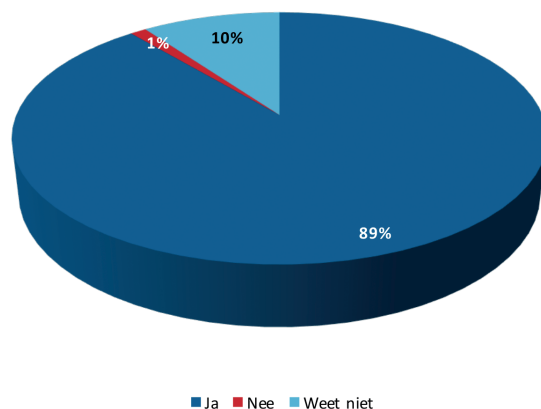
In 2016 zetten we deze inspanningen voort en voegen we nieuwe specifieke doelgroepen toe. Met een eigen medewerker toegankelijkheid wordt er gewerkt aan praktische aanpassingen voor **mensen met een fysieke beperking**. 'Gastvrijheid voor iedereen' is het devies. Icoontjes geven in het drukwerk aan voor welke specifieke groepen de voorstelling toegankelijk is. Online staat er extra informatie en er is een speciale nieuwsbrief. Ook zal er via de medewerkers aanvullende informatie over de toegankelijkheid van de voorstelling worden verstrekt. Bovendien wordt een aantal voorstellingen met gebarentaal ondersteund.

De activiteiten voor deze doelgroepen zetten we voort in 2017-2020.

## Vrienden, geëngageerden

We geven verdiepende informatie en bieden extra's aan, maar dringen niets op. Meestal is het andersom, wil het publiek meer van ons. Vrienden van het festival (een mix van professionals en liefhebbers van de podiumkunsten) kunnen zich dan ook abonneren op een nieuwsbrief. Ze worden persoonlijk benaderd en ook door het jaar heen betrokken bij activiteiten en processen rondom het festival. Er zijn bijeenkomsten waarbij men een introductie kan meenemen, zoals de jaarlijkse grote vriendenavond in juni waarbij tevens het programma wordt gepresenteerd. Feedback van de vrienden wordt meegenomen in de ontwikkeling van het festival.

### Denkt u dat u volgend jaar Theaterfestival Boulevard wederom bezoekt?



Een voorbeeld van de betrokkenheid: in 2015 deden honderd mensen mee aan de gesprekken die Lotte van den Berg in Pand 18 organiseerde. Na een oproep later in het jaar reageerde het overgrote deel van die mensen (65%) door mee te denken over de verschijningsvorm van het project in de toekomst.

## Stempel

De bezoekers toestroom is al jaren stabiel; we ontvangen ongeveer 140.000 bezoekers en verkopen 60.000 kaarten. Naast een groot publiek uit de nabije omgeving komt er publiek van verder weg. We kennen ons publiek door de informatie die verzameld wordt in het kassasysteem en door jaarlijks publieksonderzoek. Vanuit die kennis werken we.

Een festival dat al zo lang bestaat, krijgt in het hoofd van mensen die het festival niet goed kennen een - niet per se kloppende - stempel, we willen het beeld overeen laten komen met de werkelijkheid. In de periode 2017-2020 wordt daarom de landelijke communicatie versterkt. Er wordt ingezet op het uitdragen van de ziel van het festival: de leidersrol op het gebied van zinnelijk theater, het (inter)nationale aanbod van werk dat de grenzen van de discipline onderzoekt en het politieke werk, met name waar het producties aangaat die uitsluitend tijdens Theaterfestival Boulevard te zien zijn. Daarnaast is er aandacht voor de specifieke inhoud van het Josephkwartier. Samen met de gemeentelijke citymarketingcampagne zetten we 's-Hertogenbosch op de kaart als aantrekkelijke stad voor een verblijf van een aantal dagen.

## Duurzaamheid

Al vele jaren heeft Boulevard de focus op duurzaamheid. Dit uit zich onder meer in het gebruik van statiegeldglazen en in het koken met 'restjes' voor de medewerkers op de laatste festivaldagen, de samenwerking met Brabant Water en inzet op online marketing om papierverspilling tegen te gaan. De online schermen vormen een alternatief voor de zuilen met A0 posters, ook de interactie met het publiek tijdens het festival vindt grotendeels via schermen plaats.

Duurzaam vervoer is er al in de vorm van de festivalbus, weer zo'n verbindende én stimulerende factor. Ook zijn er al enkele jaren de gratis uitleenfietsen.

Met AgriFood Capital, een samenwerkingsverband van ondernemers, overheden en onderwijsinstellingen in de regio Noordoost-Brabant, en Brabantse festivals werken we aan de Agenda Food&Festivals, waarin we ons committeren aan tien uitgangspunten met betrekking tot food en duurzaamheid.

## (Inter)nationale zichtbaarheid

Bij de komst van een nieuwe directeur en nieuwe ambities hoort een nieuw logo, een nieuwe huisstijl, een eigentijds campagnebeeld. In het buitenland worden festivals vaak aangeduid via de stad waar ze plaatsvinden - 'Edinburgh', 'Avignon' - dus staat 's-Hertogenbosch prominent op het nieuwe logo.

## Denktank

Vanzelfsprekend hanteren we Facebook, Instagram, Twitter. Maar we stellen onszelf ook vragen: Hoe staat het met E-cultuur en interdisciplinaire ontwikkelingen? Zijn er wellicht routes die we over het hoofd zien? Om innovatief en dynamisch te blijven, wordt in 2016 een kleine 'denktank' samengesteld, met naast makers ook Brabantse Hogescholen en Universiteiten en stedenbouwkundigen. Mensen die gewend zijn om te ontwerpen, om infrastructuur te ontwikkelen op plekken waar die nog niet is. Aan hen wordt de vraag voorgelegd of Theaterfestival Boulevard daadwerkelijk alle mogelijkheden om zichtbaar en van invloed te zijn, benut. Of er nieuwe publieksgroepen te bereiken zijn. Of er manieren zijn om meer mensen buiten de stad op het bestaan van het festival te wijzen. 50% van de bezoekers komt reeds van buiten de stad, maar er is altijd ruimte voor meer.

We vragen hiervoor advies aan het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie.

## 6. Spreiding

De relatieve luwte van het festival stuwt kunstenaars naar grote hoogtes. Dichtbij, maar niet in de Randstad. Het noordelijkste puntje van het Zuiden.

De samenwerking met onze zuiderburen is groot en vanzelfsprekend omdat we een liefde voor een bepaald soort theater delen en op een steenworp van elkaar verwijderd zijn.

Vanzelfsprekend is er de bourgondische gastvrijheid, maar er is méér. Denk aan de hoge notering op verschillende wereldranglijsten van kennisregio Eindhoven en aan classificaties als 'de meest innovatieve regio', 'dé plek om in te investeren', 'de best presterende economische regio'. De regio staat bol van de opwindende initiatieven op gebied van (toegepast) design en de vele internationale uitwisselingen op het gebied van wetenschap en economie.

Op dat niveau opereert ook Theaterfestival Boulevard, als grote, innovatieve, intelligente, kunstinstelling, met de overtuiging dat een groot publiek en hoge kwaliteit van programmering samen kunnen gaan. De technologische ontwikkelingen die de economie van Brabant schragen, worden door een aantal makers in hun werk omarmd.

Theaterfestival Boulevard heeft de ideale (inter)nationale ligging, is stevig gegrond in Brabant met een open blik naar Nederland en de rest van de wereld. Het festival zal zich de komende jaren op dat gebied door-ontwikkelen. Alle ingrediënten zijn voorhanden.

De barrières voor samenwerking in de internationale podiumkunst zijn niet groot. De taal van de kunstenaars is universeel, de internationale podiumkunstwereld kijkt naar elkaar en volgt elkaars werk. Er zijn, mede door het netwerk van de nieuwe directeur, voldoende ingangen om de top van de Europese theaterwereld aan het festival te verbinden.

*Dries Verhoeven – Utrecht:*

*“Homo Desperatus, een installatie waar ik in 2015 de hulp van een lokaal museum voor nodig had, lukte alleen bij Theaterfestival Boulevard. Nergens anders werd een museum bereid gevonden om een ruimte voor me open te stellen. Het zijn korte lijnen in 's-Hertogenbosch, misschien ook omdat het een provinciestad is. De instellingen voelen zich verbonden, zelfs als je buiten de grenzen van de gangbare disciplinehokjes treedt. Men denkt vanuit mogelijkheden.”*



## 7. Belang van (co)productie

### De bedding

Bij een festival dat vanuit zijn grondgedachte investeert in talentontwikkeling en jonge makers, is de toegevoegde waarde van het coproduceren – zowel in het veld als voor het festival zelf – evident. Maar ook voor ervaren makers, zeker in internationale circuits, gaat het produceren van een nieuwe titel altijd gepaard met het vooraf vinden van speelplekken die financieel investeren in het nieuwe werk. Die een vroegtijdig commitment uitspreken met nog te ontwikkelen werk. Theaterfestival Boulevard houdt van lange lijnen. Daar is niet alleen toewijding, maar ook geld voor nodig.

In het verleden (tot 2013, het jaar dat we geen landelijke structurele financiële middelen meer kregen) werd er door Theaterfestival Boulevard veelvuldig gecoproduceerd. Met grote namen als Alain Platel en Sidi Larbi Cherkaoui, Nederlandse makers als Boukje Schweigman, Dries Verhoeven, Nieuwe Helden/Lucas de Man en Vlaamse gezelschappen als Laika, NTGent en Studio Orka. Werk dat mede het Boulevard-logo draagt, speelt nog altijd over de hele wereld. Zo won in 2015 *32 Rue Vandenbranden* van Peeping Tom in Londen een Olivier Award voor Best New Dance Production. Deze voorstelling was in 2010 te zien op Theaterfestival Boulevard en door ons met partners uit zeven andere landen gecoproduceerd.

Ook werd veelvuldig met jonge makers gecoproduceerd, al dan niet in samenwerking met Festival Cement: Maaïke Tubex, Charlotte Caekaert en Lisah Baert.

Huidige artistiek leiders op prominente posities hadden het zonder steun van festivals en (destijds nog) productiehuisen niet gered.

Belangrijke les uit het verleden: alleen voorstellingen laten zien is niet genoeg. Meerjarig commitment uitspreken door vroegtijdig in te stappen in producties met woorden én met geld, zal ook de komende jaren voor veel regisseurs en choreografen het verschil kunnen maken. Ontwikkelen in de luwte, maar mét publiek is van levensbelang voor makers. Dat, én de uitwisseling met andere makers. Regionaal, landelijk, internationaal. Alles wat de blik verruimt, verruimt ook het podiumaanbod dat een kunstenaar voortbrengt.

Theaterfestival Boulevard voldoet aan alle bovengenoemde voorwaarden. Het heeft ervaring met coproduceren, het coproduceren sluit naadloos aan op de huidige festivalvisie, het kent de makers waarmee het wil coproduceren en beter nog: de makers kennen het festival ook en willen er graag spelen omdat in een groot en open publiek voorzien wordt. Met de verhuizing naar Pand 18 kan er waar wenselijk ook in huis worden gerepeteerd.

In 2016 kunnen we dankzij een eenmalige – substantiële – bijdrage van de manifestatie Jheronimus Bosch 500 een zevental producties coproduceren. De waarde hiervan is niet enkel zichtbaar in de bijzondere premières in augustus. De waarde bevindt zich ook in de artistieke dialoog die langdurig en intensief plaatsvond en een gezamenlijk optrekken op productioneel en marketinggebied. Dat smaakt naar meer.

Het is onze ambitie, dat het festival als speelplek de komende jaren alleen maar aantrekkelijker wordt voor zowel makers als publiek. Door een heldere (internationale) profilering, door het vermogen zich stevig in een internationaal netwerk in te bedden, door de unieke positie en locatie van het festival, kan Theaterfestival Boulevard zich verder als plaats voor interessante coproducties ontwikkelen. Bovendien ontstaan er door het door-ontwikkelen van nieuwe of bestaande samenwerkingsverbanden extra financiële mogelijkheden, waaronder project- of Europese subsidies. Coproduceren is al onderdeel van het programmeren, maar met de coproductiebijdrage kan dit structureler en substantiëler worden opgepakt. De periode waarin het festival plaatsvindt, augustus, is zeer geschikt voor het initiëren en onderzoeken van nieuwe projecten. Het theaterseizoen begint bij Theaterfestival Boulevard.

## Het concrete plan

Met de aanvullende coproductie financiering kunnen we jaarlijks gemiddeld vijf projecten mede mogelijk maken. Het gaat om coproductie-investering die, naast de reguliere uitkoopsum, tussen 5.000 en 20.000 euro bedraagt. Een coproductie kan gaan over vroegtijdig financieel commitment, maar ook om het daadwerkelijk produceren en/of repeteren in 's-Hertogenbosch, zoals in 2016 met de coproductie met Transparant en deSingel Antwerpen het geval is.

Het kan gaan over nieuw werk in de openbare ruimte, zoals de boot die Benjamin Verdonck dit jaar in een boom gaat bouwen, of over een montageperiode zoals die van Canadese Marie Chouinard die augustus 2016 met een wereldpremière het festival opent.

Makers met wie we coproductieplannen hebben, bevinden zich in de lijst makers die we al eerder in dit plan noemden. Het zijn ervaren Vlaamse makers als Berlin, FC Bergman, Benjamin Verdonck, Studio Orka. Het zijn jonge makers als Tamar Blom en Kuiperskaai/Lisaboa Houbrechts. Internationale makers als Rimini Protokoll, Milo Rau. Of anderen in samenwerking met Theater aan Zee, CAMPO Gent, PULSE (Toneelhuis Antwerpen), Transparant (muziektheater) en het nieuwe INTER REG samenwerkingsverband. Op dit moment lopen gesprekken over samenwerking met het Londense danshuis The Place rondom Edinburgh Festival en Grec Festival Barcelona.

*Thomas Verstraeten- FC Bergman- Antwerpen:*

*“Als je nogal groot werkt, is het niet makkelijk om partners te vinden die je in goede én kwade dagen blijven ondersteunen. Die na een minder gelukte voorstelling het vertrouwen uitspreken voor nóg een productie.*

*Wij maken grote, organisatorisch ingewikkelde producties, die engagement van het festival waar we spelen, vragen. Het is niet zoals bij een normale zaalproductie waar de programmeur als het ware à la carte het formaat, de duur en de vorm kan kiezen. Maar we doen het uit overtuiging. We proberen niet-geformatteerde voorstellingen te maken, we volgen een eigen, artistiek doel, liever niet het plan (of de zaalgrootte) van de vrager.”*

De plannen zijn nog niet voor de komende vier jaar vastgelegd. Wel voor de korte termijn. Daarin spelen ook projecten een rol die over grenzen van disciplines heen gaan, in samenwerking met partners uit bijvoorbeeld beeldende kunst.

In 2017 willen we coproduceren met Ruhrtriennale (DU), Stedelijk Museum 's-Hertogenbosch en met Karin Post in *Het Futuristisch Banket*; een multi disciplinair theateraal event, een reconstructie van de beroemde futuristische banketten uit de jaren dertig van de vorige eeuw. Post maakte eerder manifestatie Parelen/Pearls voor de Lakenhal Haarlem. Het Futuristisch Banket wordt gemaakt met Joep van Lieshout, Pierre Bokma en andere partners als Guus Janssen, Nationaal Ballet en anderen.

Ook stappen we in een coproductie met C-Mine (Genk, BE), NTGent (Gent, BE), Ruhrtriennale (DU) en Theater op de Markt (Hasselt, BE) rond Studio Orka, al sinds jaar en dag te zien tijdens Boulevard.

Met Berlin/Kopergietery/Tom Struyf willen we in 2017 coproduceren rond *Little Dragons*; een remake van succesproject *Perhaps all the Dragons* met kinderen. We doen dat samen met PACT Zollverein (Essen, DE), Dublin Theatre Festival (IE), CENTQUATRE (Parijs, FR), BIT Teatergarasjen (Bergen, NO) en Kunstenfestivaldesarts (Brussel, BE).

## 8. Toelichting op de begroting

### **Publieksinkomsten binnenland: recette**

In de gemiddelde jaarbegroting 2017-2020 zijn de recette inkomsten met de investering op het programma-aanbod gestegen met € 80k tov begroting 2015. De stijging is defensief vanwege uitbreiding van werk in de openbare ruimte waar publieksinkomsten tegenover staan.

### **Sponsorinkomsten**

Het sponsorniveau is al jaren stabiel door meerjarige overeenkomsten met onder meer Jupiler en Brabants Dagblad. Nu treedt mogelijke groei op vanwege de verwachte komst van een nieuwe hoofdsponsor.

### **Overige directe inkomsten**

Er worden extra horeca-inkomsten verwacht vanuit de ontwikkeling Josephkwartier.

De stijging is € 40k tov begroting 2015.

Met een nieuwe medewerker hospitality verwachten we extra verkoop van arrangementen.

### **Overige bijdragen uit private middelen**

Bijdrage vanuit nog op te richten zakelijke vriendenfonds ad € 30k.

Extra inkomsten vrienden door vriendenplan i.s.m. vriendencoördinator: € 5k.

Percentueel daalt de bijdrage particuliere fondsen door verhoging totale begroting en door

beëindiging bijdrage Manifestatie Jheronimus Bosch 500 na 2016, en afbouw bijdrage

Brabant C Fonds. Bijdrage Brabant C bedraagt van 2015 tm 2018 respectievelijk € 275k, € 115k, € 180k en € 125k.

### **Structurele subsidies**

Extra middelen vanuit de Provincie Noord-Brabant ad € 100k.

De Provincie zal instellingen die landelijke ondersteund worden, met zekerheid financieren.

Huidige begrotingsniveau is basis, verwachting is dat we met € 100k zullen groeien.

FPK is volledig opgenomen: € 250k structureel voor Theaterfestival Boulevard en € 50k coproductiebijdrage.

Gemeente 's-Hertogenbosch maakt de transitie van één-jarige ondersteuning naar een vierjarige systematiek via de 'Bossche Culturele Basis'. Theaterfestival Boulevard wordt opgenomen in deze systematiek.

### **Overige bijdragen/subsidies uit publieke middelen**

EU subsidies onder meer via internationale samenwerkingspartners ad € 40k.

Dit is een indicatief bedrag.

### **Beheerlasten materieel**

In 2015 was sprake van extra kosten ter hoogte van € 7,5k door onderhoud/verhuizing naar Pand 18. In 2017-2020 blijven de huisvestingskosten stabiel.

In de gemiddelde jaarbegroting 2017-2020 is de post reis- en verblijfskosten met € 15k verhoogd door de komst van de programmeur podiumkunst (zie Tijdelijk personeel).

Door collectieve inkoop van de huurders van Pand 18 bij een nieuwe externe automatiseerder is een besparing behaald op het gebied van automatisering.

2020: 6,7% (2015: 7,1%).

### **Beheerlasten personeel**

In gemiddelde jaarbegroting 2017-2020 zien we de komst van de officemanager/facilitair medewerker Pand 18.

### **Activiteiten materieel**

In de gemiddelde jaarbegroting 2017-2020 is de post marketing internationalisering verhoogd ad € 25k ten behoeve van extra inspanningen voor internationale promotie.

Door uitbreiding programma, en dus aantal kaarten, en uitbreiding aantal kaartverkooppunten zijn in de gemiddelde jaarbegroting 2017-2020 de kosten kassa service aangepast.

In de gemiddelde jaarbegroting 2017-2020 is gerekend met een extra investering op de locatiekosten m.b.t. festivalplein Parade om mogelijkheden te ontwikkelen 'de lucht in te gaan' en aldus extra vierkante meters te creëren. Ook is de ontwikkeling Josephkwartier opgenomen. Verhoging van ruim € 20k.

In 2015 zijn extra locatiekosten gemaakt door de last-minute verhuizing van de Tramkade programmering naar andere locatie vanwege asbest.

### **Activiteitenlasten**

We doen een substantiële investering in het artistieke aanbod, zowel door het verhogen van het programmabudget als via coproducties. We verhogen het bedrag voor het programma op podia en locaties met € 75k en verbinden ons voor € 75k aan coproducties.

De investering heeft met het aannemen van een programmeur podiumkunst ad € 50k ook een personele component.

### **Onvoorzien**

Na regeditie 2014 en een asbestvondst op een locatie in 2015, waardoor we te elfder ure nieuwe locaties moesten betrekken, hebben we uit het oogpunt van verantwoord ondernemerschap besloten een percentage van de totale begroting voor onvoorziene kosten te reserveren. Met een bedrag van 65k gaat het om 2,4% van de totale begroting.

### **Theaterfestival Boulevard 2017-2020 in cijfers**

**125 producties**

**30 locatieprojecten**

**35 op podia (theaters, concert- en museumzalen)**

**60 op festivalplein Parade**

**30 producties uit Nederland, 45 uit Brabant en 50 internationaal -  
waarvan 25 uit Vlaanderen**

**30 jonge makers, waarvan 15 in het programma op podia en locaties**

**1250 speelmomenten**

**bezettingsgraad 88%**

**11 dagen gratis aanbod van werk in de openbare ruimte,  
straattheater, singer-songwriters, bands**

**11 dagen verdieping, debat en ontmoetingen in Josephkwartier**

**850 artiesten**

**140.000 bezoekers**

**60.000 verkochte kaarten**

**250 vrijwilligers**

**6.000 passagiers in de Boulevard-bussen**

