

Rotterdam Festivals

Jaarplan 2016

Inhoudsopgave

Inleiding

1 Festivals

Inleiding
Missie, visie en strategie festivals

1.1 Een groot en breed publiek

1.2 Een karakteristiek aanbod en een internationaal profiel

1.2.1 Stedelijke thema's
1.2.2 Iconische evenementen dringen dieper in de stad door
1.2.3 Verder in de wereld, het (inter)nationaal profiel versterkt
1.2.4 Levendige binnenstad

1.3 Rotterdam Festivals draagt bij aan een sterke evenementensector

1.3.1 Stedelijke evenementenagenda
1.3.2 Centrale Film Planning
1.3.3 Kenniscentrum van de stad
1.3.4 Efficiënte en effectieve bedrijfsvoering

2 Cultuurparticipatie

Inleiding
Missie, visie en strategie cultuurparticipatie

2.1 Presenteren van het cultuuraanbod aan een zo breed mogelijk publiek

2.1.1 Promotie en presentatie totale cultuuraanbod
2.1.2 Doelgroep gerichte promotie en presentatie

2.2 Vergroten kennis naar gedrag en wensen van het publiek

2.2.1 Ondersteuning, coördinatie onderzoek en kennisuitwisseling
2.2.2 Opgebouwde kennis delen met de sector

2.3 Versterken ondernemerschap

2.3.1 In stand houden contributiemodel
2.3.2 Derde geldstomen

3 Bedrijfsvoering

3.1 Eigen inkomsten
3.2 Risico beheersing
3.3 Maatschappelijk ondernemen
3.4 Kwaliteitszorg
3.5 Raad van toezicht

Bijlage:

- Raambegroting 2016
- Begroting Festivals 2016
- Begroting Cultuurparticipatie 2016
- Begroting Ondersteunende afdelingen 2016
- Specificatie beheerslasten 2016
- Jaarcyclus 2016 in hoofdlijnen
- Projectnummers, projectomschrijving en budget verantwoordelijken

Inleiding algemeen

Rotterdam Festivals coördineert het evenementenbeleid in Rotterdam en stimuleert de cultuurparticipatie van Rotterdammers. Wij realiseren een karakteristiek festivalaanbod en een breed publiek voor kunst en cultuur in Rotterdam.

In 2012 presenteerde Rotterdam Festivals haar meerjarenplan voor de periode 2013-2016. Dit meerjarenplan bestaat uit twee delen. "Dieper in de stad, verder in de wereld" beschrijft de festivalambities en de concrete uitwerking daarvan voor deze periode, "Meer Rotterdammers over de drempel van culturele instellingen" beschrijft onze ambities op het gebied van vergroting van de cultuurparticipatie van de Rotterdammers.

De festivalambities zijn gebaseerd op de nota herijking evenementenbeleid "Dieper in de stad, verder in de wereld"; de sterke en profijtelijke positie van Rotterdam als belangrijke evenementenstad vasthouden, het rendement voor de stad verder vergroten door de festivals dieper in de stad te laten doordringen en het internationale profiel versterken.

Kennis is een cruciale factor bij het bereiken van een groter en breder publiek voor de sector. Rotterdam Festivals verzamelt in nauwe samenwerking met de partners in de stad deze kennis en fungeert als expertise centrum waar kennis over het publiek wordt verzameld en ontsloten.

Via de communicatie kanalen van Uitagenda Rotterdam verleiden we zo veel mogelijk Rotterdammers voor bezoek aan cultuur. Extra aandacht wordt besteed aan de prioriteitsdoelgroepen van de gemeente Rotterdam; Stadse Alleseters en Actieve Families. Samen met de culturele instellingen zullen we ons ook in 2016 inzetten om een zo groot en divers mogelijk publiek gebruik te laten maken van het cultuuraanbod in Rotterdam.

Rotterdam Festivals

Festivals

1 FESTIVALS

Inleiding

De ideeën rijkdom en het organisatorisch vermogen van festivalorganisatoren en culturele instellingen vormen de onmisbare bron waarmee wij een samenhangend programma opbouwen dat voldoet aan de wensen van het publiek en de belangen van de stad dient.

Rotterdammers zijn trots op hun evenementen, twee derde van hen bezoekt gemiddeld drie keer per jaar een festival in de stad. De festivals genereren jaarlijks bijna 200 miljoen aan directe inkomsten voor de stad, daarnaast zorgen de festivals voor een indirect economisch effect door Rotterdam te profileren als aantrekkelijke stad om te wonen, werken en te bezoeken. Het is dan ook onze ambitie de komende jaren deze sterke basis te behouden.

Het aangescherpte evenementenbeleid van de stad, in 2011 vastgesteld door het college van Burgemeester en Wethouders, en de festival ambities zoals verwoord in ons meerjaren beleidsplan 2013 – 2016 *“Dieper in de stad, verder in de wereld”* vormen de basis voor de keuzes die we maken en de activiteiten die we ontplooiën in 2016.

Rotterdam moedigt mediaproductanten aan om producties te realiseren in de stad. Daarom heeft de stad in 1999 een Filmcommissioner aangesteld, sinds 2013 is deze functie ondergebracht bij Rotterdam Festivals. Het door de gemeente Rotterdam in 2001 vastgestelde filmbeleid *‘Filmen in Rotterdam’* vormt het uitgangspunt voor de activiteiten van de Filmcommissioner.

MISSIE, VISIE EN STRATEGIE

Missie

Rotterdam Festivals coördineert het evenementenbeleid in Rotterdam en stimuleert de cultuurparticipatie van Rotterdammers. Wij realiseren een karakteristiek festivalaanbod en een breed publiek voor kunst en cultuur in Rotterdam.

Visie en ambitie

Rotterdam is een stad met een onderscheidend, gevarieerd aanbod van internationaal aansprekende evenementen. Evenementen die gedragen worden door de Rotterdammers, diep doordringen in de stad en Rotterdam in binnen en buitenland profileren als een stad met een eigen identiteit, waar het prettig verblijven is. De stad en haar bewoners vormen de belangrijkste inspiratiebron voor de Rotterdamse evenementen. De evenementen samen vertellen het verhaal van Rotterdam.

Strategische doelstellingen

De verwezenlijking van onze visie en ambitie rust op drie pijlers, de strategische doelstellingen zoals verwoord in ons meerjaren beleidsplan 2013 – 2016 *“Dieper in de stad, verder in de wereld”* en het *“Filmprotocol Rotterdam”* (2001)

- Met de evenementen bereiken we een **groot en breed publiek**.
- We realiseren een **karakteristiek** met de identiteit van de stad verbonden **evenementenaanbod en versterken het (inter)nationale profiel**.
- Rotterdam Festivals draagt bij aan een **sterke evenementensector**.

De schematische uitwerking van missie, visie naar strategische doelstellingen (SD), kritische succes factoren (KSF) en kritische prestatie indicatoren (KPI) is te vinden op de volgende pagina.

1.1 Een groot en breed publieksbereik

De uitdaging voor de komende jaren is en blijft een groot en breed publiek te bereiken.

Om dit te realiseren programmeren we een gevarieerd aanbod, zorgen dat het evenementenaanbod bekend is bij het publiek en houden de kwaliteit van de festivals overeind door een scherpe focus op de beleving van bezoekers.

In 2016 presenteren we een **jaarprogramma** met vertrouwde en nieuwe initiatieven, concreet betekent dit dat;

- we minimaal 40 evenementen ondersteunen
- 12,5% van onze financiële middelen wordt besteed aan nieuwe festivals*
- we in de zomerperiode 13 aansluitende weken programmeren met merendeels gratis toegankelijke evenementen.

We zorgen dat het **evenementenaanbod bekend** is bij het publiek. In opdracht van het Festivalteam voert het Marketing en Communicatie Team een marketingplan uit dat het gehele jaaraanbod omvat, met nadruk op de thematische clusters.

- 60% van de Rotterdammers is bekend met het evenementenaanbod in de stad.
- 80% procent van de Rotterdammers bezoekt naar aanleiding van één van onze uitingen een festival.

Daarnaast biedt het Marketing en Communicatie Team ondersteuning op het vakgebied aan organisatoren;

- We beoordelen 100% van de door organisatoren ingediende marketing en communicatieplannen, op elk plan geven we feedback.

** Voor een vitaal evenementenklimaat is het van groot belang dat wij ruimte bieden aan nieuwe evenementen. Dit betreft festivals, of nieuwe initiatieven bij bestaande festivals, die minder dan drie jaar door Rotterdam Festivals worden ondersteund.*

Met het festivalprogramma bereiken we een **groot en breed publiek**;

- 67% van de Rotterdammers bezoekt jaarlijks minimaal één evenement. (meting door middel van het twee jaarlijkse VTO).
- De door ons ondersteunde festivals trekken 1.500.000 bezoekers. (meting en schatting organisatoren en Rotterdam Festivals)
- In 2016 komt 35% van de bezoekers van buiten de regio komt (meting en schatting organisatoren en Rotterdam Festivals).

Om de waardering bij het publiek voor de door ons ondersteunde festivals op peil te houden, staat de **publieksbeleving centraal**. Onze ambitie is de publieksbeleving van de evenementen op minimaal hetzelfde niveau te houden.

- Op basis van in 2013, 2014 en 2015 uitgevoerd onderzoek, is een instrumentarium ontwikkeld dat de publieksbeleving een centrale plek geeft bij de planvorming van de door ons ondersteunde festivals.
- In 2016 zal dit instrumentarium bij 2 festivals worden ingezet, aan de hand van een evaluatie bekijken we hoe en wanneer dit instrumentarium in de toekomst kan worden ingezet.
- We voeren publieksonderzoek uit bij tenminste 10 festivals, waarbij een van de onderwerpen de bezoekersbeleving is. Dit resulteert in een rapportcijfer voor wat betreft beleving, dat we op minimaal het niveau van een 7,6 willen houden.

1.2 Een karakteristiek aanbod en een internationaal profiel

Het Rotterdamse evenementenbeleid is diep geworteld in en nauw verbonden met het karakter, de geschiedenis en de cultuur van de stad. Het beleid is geconcentreerd rond zes **stedelijke thema's**, waarbij Rotterdam Topsport verantwoordelijk is voor het thema "internationale sportstad". De thema's vertellen samen het verhaal van Rotterdam. Wij geven dan ook prioriteit aan met deze thema's verbonden evenementen. We vergroten hun impact door ze te clusteren rond een thematisch icoon en deze **dieper in de stad en verder in de wereld** te laten doordringen. Onze ambitie is dit in 2016 bij vijf stedelijke thema's te realiseren.

1.2.1 Stedelijke thema's

Maritieme stad

De ingezette vernieuwing van de Wereldhavendagen zal gefaseerd plaats vinden en moet er in 2016 toe leiden dat de Wereldhavendagen binnen het segment behoort tot de top 3 in Europa en fungeert als belangrijk internationaal ontmoetingspunt.

Op basis van de ervaringen in 2015 bepalen we i.s.m. de Wereldhavendagen hoe dit cluster verder kan worden versterkt. Uitgangspunt daarbij is het meerjarenplan 2013 – 2016 van de Wereldhavendagen.

Jonge stad

Er is een groot aanbod van festivals die aansluiten bij het thema Jonge stad, zoals Metropolis, Motel Mozaique en Rotterdam Beats. We zien positieve energie en drive bij de Rotterdamse clubsector en podia om evenementen in de buitenruimte te organiseren. Wat resulteert in toename van (commerciële) dance-evenementen op de agenda.

In 2016 zal de uitreiking van de MTV Awards in Rotterdam plaatsvinden we hebben de ambitie om hieromheen een breed stadsprogramma neer te zetten

Moderne architectuurstad

Het architectuurjaar 2007 en de publieksmanifestatie ZigZagCity tijdens de IABR 2012 en 2014 hebben aangetoond dat er grote belangstelling bestaat voor festivals die de stad zelf als onderwerp hebben.

In 2016 willen we de architectuur gerelateerde evenementen clusteren rond de periode dat de IABR plaatsvindt. In samenspraak met onze partners in de stad, zoals IABR en AIR bekijken hoe we dit kunnen realiseren.

Multiculturele stad

In 2016 vindt de vierde editie van Rotterdam Unlimited plaats. Dit multiculturele festival moet in 2016 een (inter)nationale toppositie hebben veroverd in het segment. Samen met Stichting Atelier (EUR/Arjo Klamer) werken we aan de realisering van een Europese benchmark en onderzoek om het sociaal-maatschappelijk rendement van Rotterdam Unlimited te meten.

Rotterdam Festivals zal de organisator ook in 2016 ondersteunen bij het realiseren van haar ambitie. Dit doen we onder andere door financiële ondersteuning en het versterken van het netwerk (culturele instellingen, congresorganisatoren, scholen en ondernemers) rondom het evenement.

(Inter)nationale cultuurstad

Het International Film Festival Rotterdam en North Sea Jazz, waarmee in 2013 een nieuwe overeenkomst tot en met 2017 is gesloten, zijn iconen van de stad en bezitten een internationale toppositie. In lijn met de evenementennota ondersteunen we ook in 2016 de randprogrammering van deze iconen.

In lijn met onze meerjaren ambitie is de Art Rotterdam Week inmiddels uitgegroeid tot een evenement rond beeldende kunst van internationaal belang. De belangrijkste pijler van deze week, is de beurs Art Rotterdam. In 2016 investeren we wederom in de randprogrammering en in een marketing en communicatie campagne zodat de Art Rotterdam Week voelbaar en zichtbaar is in de stad.

Eenmalige, internationaal aansprekende, cultuurprojecten

Vanaf 2013 is voor eenmalige cultuurprojecten € 400.000 beschikbaar vanuit het evenementenfonds van de stad. Het betreft bijzondere en spraakmakende evenementen met internationale uitstraling en een groot economisch effect. In 2015/2016 realiseren we "*Rotterdam Viert de Stad!*", een manifestatie over de fysieke en culturele wederopbouw van de stad. In 2016 vindt de uitreiking van de MTV Awards in Rotterdam plaats, deze wordt omlijst met een breed stadsprogramma om het evenement dieper in de stad en verder in de wereld te laten doordringen.

1.2.2 Iconische evenementen dringen dieper in de stad door.

De grote gezichtsbepalende evenementen kunnen de stad meer opleveren. Naast het clusteren van thematisch verwante evenementen rond een icoon, zullen we de komende jaren de band tussen de festivals en de stad versterken, waardoor deze dieper doordringen en daardoor zichtbaarder en relevanter worden voor de stad. Dit doen we langs twee lijnen;

- We zullen de **samenwerking** tussen de iconische evenementen en scholen, universiteiten en binnenstad ondernemers **versterken** door een actieve makelaars rol in te nemen. Dit leidt tot minimaal 6 samenwerkingsprojecten.
- We **vergroten de zichtbaarheid** van de iconen in de stad via randprogrammering en citydressing;
 - In 2014 is het nieuwe Rotterdam Centraal geopend. De zichtbaarheid van de evenementen bij deze toegangspoort van de stad zullen we in 2016 verder versterken d.m.v. aankleding en kleinschalige programmering.
 - We ondersteunen 1 tot 2 iconen en maken afspraken over uitbreiding van de randprogrammering in de buitenruimte zodat deze evenementen meerdaags worden.

1.2.3 Verder in de wereld, het (inter)nationaal profiel versterkt.

Op dit moment hebben het International Film Festival Rotterdam, North Sea Jazz, waar mee we in 2013 het contract hebben verlengd tot 2017, de NN Marathon en de Art Rotterdam Week een internationale positie. Onze ambitie is dat in 2016 5 evenementen een internationale positie hebben veroverd. Deze behoren binnen hun segment tot de top 3 in Europa en fungeren als belangrijk internationaal ontmoetingspunt. Het versterken van de internationale positie zullen we stapsgewijs realiseren;

- De jaarlijks terugkerende iconische evenementen kunnen in competitie plannen indienen voor bijzondere projecten die hun internationale positie versterkt. Hiervoor is een bedrag van € 150.000 vanuit het evenementenfonds van de stad beschikbaar. In 2016 krijgen 1 of 2 iconen financiële ondersteuning om deze extra projecten te realiseren.
- Ook in 2016 versterken we, in samenwerking met Rotterdam Partners, de internationale persbewerking van de iconische evenementen. Rotterdam komt mede hierdoor in 2016 met zes evenementen internationaal in het nieuws.

1.2.4 Levendige binnenstad

Naast de focus van ons beleid op grote evenementen en de stedelijke thema's, dragen wij graag bij aan de ambitie van het gemeentebestuur om de **binnenstad** te **verlevendigen** door middel van **city lounge programmering**.

In lijn met de wens van de **gemeente** en de door Rotterdam Festivals ontwikkelde **integrale programmeringsvisie** dragen we, binnen het beschikbare gestelde budget, bij aan de versterking van de binnenstad via programmering van kleinschalige evenementen, onder meer op het Schouwburgplein, Grotekerkplein, Museumpark, rondom Rotterdam Centraal en de Wilhelminapier.

Wij zullen, samen met de betrokken partners, komen tot meer eenheid in de communicatie van deze city lounge programmering.

1.3 Rotterdam Festivals draagt bij aan een sterke evenementensector

Naast het financieel ondersteunen van festivals draagt Rotterdam Festivals ook op andere wijze bij aan de verhoging van de kwaliteit van de Rotterdamse festivals. Wij spelen een belangrijke rol bij het tot stand komen van de **stedelijke evenementenagenda** en stellen onze **kennis** en ons **netwerk** beschikbaar voor organisatoren, producenten, programmeurs en marketeers.

De Filmcommissioner is verantwoordelijk voor de **coördinatie** van **filmopnamen** in de stad middels en verleent optimale **services** voor binnen- en buitenlandse producenten, die willen filmen en werken in de regio Rotterdam.

1.3.1 Stedelijke evenementenagenda

Rotterdam Festivals stelt een concept stedelijke evenementenagenda samen die evenwichtig is in tijd, ruimte en thematiek. Wij beoordelen initiatieven op hun waarde voor de door ons geformuleerde ambities. In samenspraak met de organisatoren en de Directie Veiligheid zoeken wij vervolgens de beste locatie en datum voor een evenement. Naast de inhoudelijke beoordeling door Rotterdam Festivals worden plannen door Directie Veiligheid getoetst aan het evenementen vergunningenbeleid. De concept evenementenagenda gaat als advies naar het college van B&W die de uiteindelijke agenda vaststelt

- De agenda voor 2016 wordt in november 2015 gepubliceerd, voor evenementen die zich gedurende 2016 nog aanmelden brengen we advies uit aan het college van B&W.
- We integreren de in 2014 geformuleerde visie, over ruimtelijke mogelijkheden voor evenementen in de buitenruimte, in de evenementenagenda 2017.
- In november 2016 publiceren we de door het college van B&W vastgestelde evenementenagenda 2017.
- In 2013 hebben we onderzoek gedaan naar de waardering van onze inspanningen bij onze stakeholders. Dit tweejaarlijks onderzoek zullen we eind 2015 herhalen, daarbij streven we naar een gemiddeld waarderingcijfer van 7.5.

1.3.2 Centrale Film Planning

De gemeente Rotterdam hecht een groot belang aan het promoten en in beeld brengen van de stad door middel van filmopnamen. De Filmcommissioner is verantwoordelijk het in goede banen leiden van deze filmopnamen. Dit gebeurt o.a. door het beheer van de Centrale Film Planning, waar elke partij die opnamen in de stad wil maken zich moet aanmelden.

- Er worden 500 draaidagen in de stad gefaciliteerd, voorheen was dit 400.
- We zijn verantwoordelijk voor een ordentelijke Centrale Film Planning en fungeren als intermediair tussen mediaproductanten, Directie Veiligheid en gemeentelijke diensten onder meer op het gebied van vergunningen. Wij meten de waardering van stakeholders op dit punt via een twee jaarlijkse onderzoek.

1.3.3 Kenniscentrum van de stad

Rotterdam Festivals verzamelt actief data over de Rotterdamse evenementen, over (inter) nationale trends op het gebied van evenementenbeleid en filmcommission in vergelijkbare steden. En deelt deze kennis actief met de sector. De waardering van Rotterdam Festivals als kenniscentrum meten wij middels een twee jaarlijkse opinie peiling bij onze stakeholders.

Onderzoek

- Alle door Rotterdam Festivals ondersteunde evenementen leveren na afloop van het evenement gegevens aan over bezoekersaantallen, herkomst en leeftijdsverdeling. Om een goed inzicht te krijgen in bereik en spreiding zullen we in 2016 deze gegevens ook verzamelen van de niet financieel ondersteunde B en C evenementen
- In 2016 wordt op tien festivals, in cofinanciering en afstemming met de organisatoren, continu publieksonderzoek uitgevoerd. De focus van dit onderzoek ligt op beleving en economische waarde.

Internationale kennisuitwisseling festivals

Via actieve participatie in het netwerk van de International Festivals & Events Association (IFEA) blijven we op de hoogte van de laatste ontwikkelingen en vergroten we vakkennis en professionaliteit op het gebied van festivals van de medewerkers en de door ons ondersteunde partijen.

- Senior projectleiders festivals zullen zich in 2016 op de hoogte houden van de internationale ontwikkelingen op hun vakgebied door het geven van een presentatie, het bezoeken van een conferentie of afleggen van een werkbezoek.
- Directeur Rotterdam Festivals zal, mede als voorzitter van het IFEA comité voor internationale samenwerking, twee uitnodigingen accepteren voor het geven van een presentatie die het Rotterdamse Festivalklimaat internationaal promoot.

Internationale kennisuitwisseling filmcommissioner

Door lidmaatschap van zowel de Association of Filmcommissioners International (AFCI) en de European Film Commissions Network (EUFCN) volgen we de laatste ontwikkelingen en vergroten we de vakkennis en professionaliteit.

- We behouden de voor de stad verplichte internationale certificering van de AFCI.
- De Filmcommissioner bezoekt in 2016 twee internationale bijeenkomsten / festivals waar filmcommissioners en producenten elkaar ontmoeten

Kennisdeling met de sector

De bij Rotterdam Festivals aanwezige kennis is beschikbaar en wordt actief gedeeld met de Rotterdamse **evenementensector** en **mediaproductenten**;

- We organiseren minimaal één kennisbijeenkomst voor evenementen organisatoren.
- Indien gewenst delen we, op individueel niveau, bij Rotterdam Festivals aanwezige kennis over het succesvol organiseren van evenementen. Dit kan zijn op het gebied van marketing en communicatie, productie, financiën en of publieksbereik.
- We verzenden vier BtoB nieuwsbrieven.

Gastheerschap

Partijen met interesse, zowel **evenementenorganisatoren als mediaproductenten** helpen we verder in de stad. Deze hulp bestaat uit het wegwijs maken in Rotterdam, hulp bij praktische zaken als locatiekeuzes en vergunningentrajecten. Ondersteuning van de keuze voor juiste samenwerkingspartners en verbinding met partijen in de stad, zoals culturele en/of maatschappelijke instellingen en het bedrijfsleven.

1.3.4 Efficiënte en effectieve bedrijfsvoering

Adviescommissie

Een adviescommissie adviseert Rotterdam Festivals over de wijze waarop we de lange termijn ambities kunnen realiseren. Daarnaast functioneert een klankbordgroep met lokale organisatoren.

Service normen

Op basis van de wekelijkse uitdraaien uit de database monitoren we de voortgang van door ons ondersteunde evenementen. Daarnaast zijn we zo in staat om onze eigen servicenormen te meten. We komen 95% van deze servicenormen na.

Waardering stakeholder

In 2013 hebben we onderzoek gedaan naar de waardering van onze inspanningen en de verwachtingen van onze stakeholders. Dit tweejaarlijks onderzoek zullen we eind 2015 herhalen, daarbij streven we naar een gemiddeld waarderingcijfer van 7.5.

Rotterdam Festivals

Cultuurparticipatie

2 CULTUURPARTICIPATIE

Inleiding

In aanloop naar het Culturele Hoofdstadjaar 2001 nam de Rotterdamse cultuursector in 1999 het initiatief om gezamenlijk, vanuit culturele doelstellingen en in aanvulling op de voornamelijk economisch georiënteerde citymarketing, te werken aan het vergroten en verbreden van het publiek voor kunst en cultuur in Rotterdam. De coördinatie en uitvoering van deze ambitie is sindsdien een verantwoordelijkheid van Rotterdam Festivals. Naar het publiek toe doen wij dat onder de naam Uitagenda Rotterdam.

De culturele instellingen in Rotterdam zijn zelf verantwoordelijk voor het presenteren van hun aanbod. Het is onze taak het totale culturele aanbod onder de aandacht te brengen en de sectorale samenwerking te bevorderen en te coördineren. Zo profiteren we van elkaars kennis en bereiken we een nieuw en breder publiek.

Wij werken intensief samen met alle aanbieders van kunst en cultuur in Rotterdam, van festivals, musea, podia, clubs en theaters tot Lokale Cultuur Centra, bibliotheken en galleries. In totaal gaat het om meer dan 140 partijen in Rotterdam. We concentreren ons op regiobewoners. Voor groepen buiten de regio werken wij samen met Rotterdam Partners, die zich richt op het stimuleren van het bezoek aan de stad.

Het in 2013 in het leven geroepen succesvolle contributiemodel zullen we ook in 2016 in stand houden en waar mogelijk uitbreiden met nieuwe leden.

Op Europees niveau wisselen we kennis uit via Audiences Europe Network, een informeel netwerk van verwante organisaties. De daar opgedane kennis delen we actief met onze Rotterdams partners.

MISSIE, VISIE EN STRATEGIE

Missie

Rotterdam Festivals coördineert het evenementenbeleid in Rotterdam en stimuleert de cultuurparticipatie van Rotterdammers. Wij realiseren een karakteristiek festivalaanbod en een breed publiek voor kunst en cultuur in Rotterdam.

Visie en ambitie

Deelnemen aan kunst en cultuur verhoogt de kwaliteit van het leven in de stad, vergroot de binding van bewoners en stimuleert de persoonlijke ontwikkeling van mensen. Rotterdam Festivals wil, in samenwerking met de culturele instellingen, een **zo groot en divers mogelijk publiek** laten participeren in het cultuuraanbod van Rotterdam.

Strategische doelstellingen

De verwezenlijking van onze visie en ambitie rust op drie pijlers, de strategische doelstellingen zoals verwoord in ons meerjaren beleidsplan 2013 – 2016 *“Meer Rotterdammers over de drempel van culturele instellingen”*;

- **Presenteren en promoten** van het **cultuuraanbod** aan een zo breed mogelijk publiek.
- Vergroten van **kennis** naar gedrag, wensen en behoeften van het **publiek**.
- Versterken **ondernemerschap** van **Uitagenda Rotterdam**.

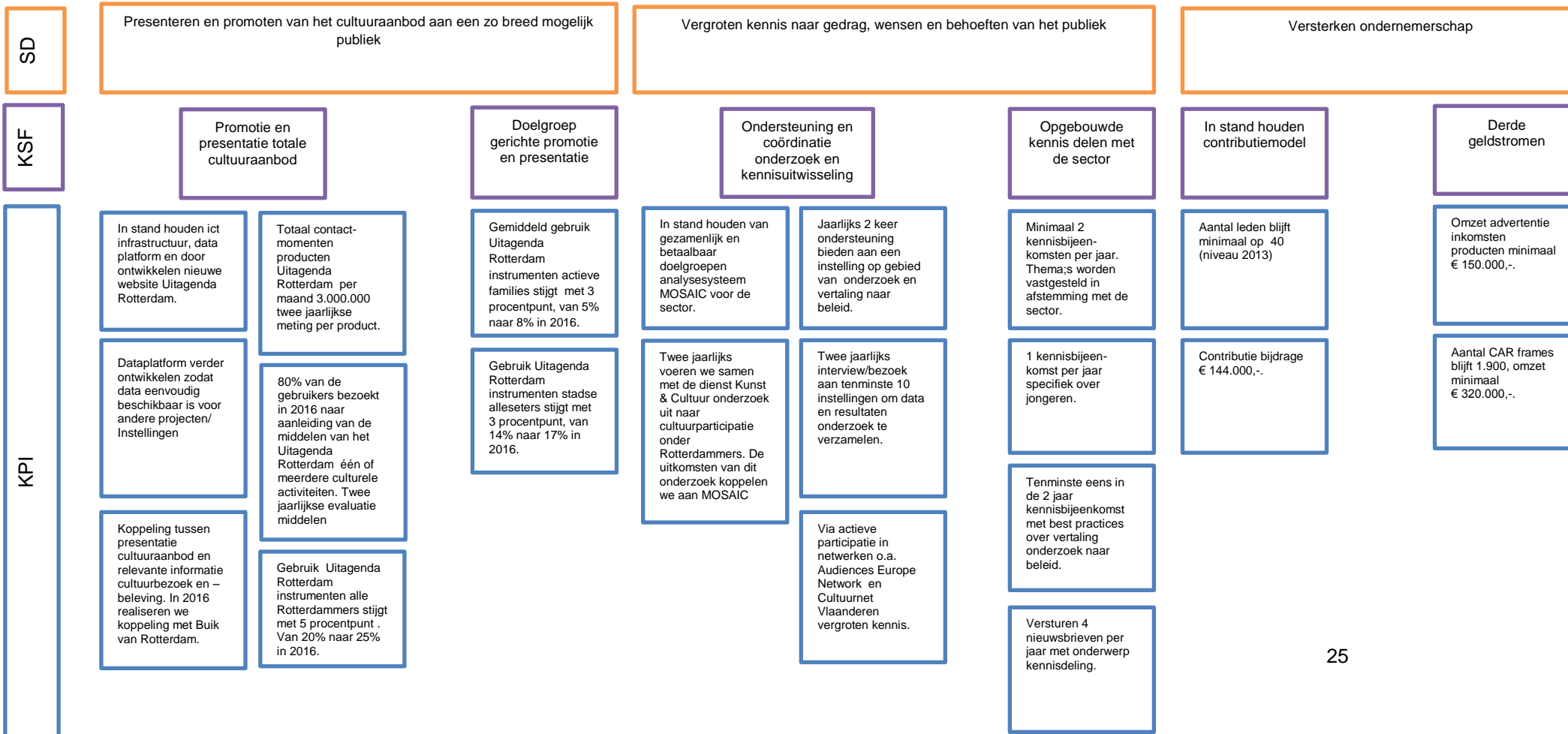
De schematische uitwerking van missie, visie naar strategische doelstellingen (SD), kritische succes factoren (KSF) en kritische prestatie indicatoren (KPI) is te vinden op de volgende pagina

Missie en strategie

Rotterdam Festivals coördineert het evenementenbeleid in Rotterdam en stimuleert de cultuurparticipatie van Rotterdammers. Wij realiseren een **karacteristiek** festivalaanbod en een **breed publiek** voor kunst en cultuur in Rotterdam.

Visie cultuurparticipatie

Deelnemen aan kunst en cultuur verhoogt de kwaliteit van het leven in de stad, vergroot de binding van bewoners en stimuleert de persoonlijke ontwikkeling van mensen. Rotterdam Festivals wil, in samenwerking met de culturele instellingen, een **zo groot en divers mogelijk publiek** laten participeren in het cultuuraanbod van Rotterdam.



2.1 Presenteren en promoten van het cultuuraanbod aan een zo breed mogelijk publiek

Rotterdam Festivals zet zich ook in 2016 in om een zo groot en divers mogelijk publiek te verleiden tot cultuurparticipatie. Dit doen we door verzamelen, presenteren en promoten van het (totale) cultuuraanbod in de stad aan een zo breed mogelijke groep mensen onder het merk Uitagenda Rotterdam. Naast het presenteren en promoten van het totale cultuuraanbod, zet Rotterdam Festivals zich in om kansrijke doelgroepen te verleiden tot cultuurparticipatie.

2.1.1 Promotie en presentatie totale cultuuraanbod

Het volledige cultuuraanbod zal op een overzichtelijke manier ontsloten worden voor een breed publiek via verschillende producten. Het gebruik van **digitale middelen** en vooral sociale media **groeit sterk**, dit gaat ten koste van gedrukte media. Om het publieksbereik te vergroten zal de inzet van crossmedia worden versterkt.

- In 2015 is de nieuwe ict infrastructuur, data platform en website Uitagenda Rotterdam operationeel geworden. In 2016 zullen we de website verder door ontwikkelen.
- Het dataplatform zullen we ook verder ontwikkelen zodat data eenvoudig beschikbaar is voor andere projecten/instellingen.
- We zullen de voordelen van crossmedia verder benutten, door het verder integreren van on en offline kanalen.
- We presenteren het totale cultuuraanbod in combinatie met relevante informatie die bijdraagt aan een verhoogd cultuurbezoek en -beleving. In 2016 realiseren we een koppeling met de Buik van Rotterdam.
- We hebben ruim **3.000.000 contactmomenten per maand** met de door Uitagenda Rotterdam ingezette middelen. Zie ook het productenschema op de volgende pagina.
- Sinds 2012 (print) en 2013 (digitaal) meten we eens in de twee jaar de effectiviteit van de middelen van Uitagenda Rotterdam. **80%** (ongewogen gemiddelde) van de gebruikers **bezoekt in 2016** naar aanleiding van de middelen van Uitagenda Rotterdam één of meerdere **culturele activiteiten**.
- **Gebruik** van Uitagenda Rotterdam instrumenten onder **Rotterdammers stijgt met 5 procentpunt** van 20% naar 25% in 2016.
- Ook in 2016 zal het cultuurprogramma Moois op tv Rijnmond , separaat gefinancierd door de gemeente, geïntegreerd worden in het Uitagenda Rotterdam. Dit betreft dat 12 uitzendingen per jaar. Daardoor kunnen deze uitzendingen worden opgenomen in de media mix van het Uitagenda Rotterdam.

2.2 Vergroten kennis naar gedrag wensen en behoeften van het publiek

Om de cultuurparticipatie te vergroten is kennis van het publiek op sectorniveau onontbeerlijk en van toenemend belang voor de ontwikkeling van het publieksbereik van de sector in de toekomst.

Door een scherpe daling van het budget zijn we helaas niet meer in staat bepaalde onderzoeken zelf uit te laten voeren en directe financiële ondersteuning aan te bieden aan culturele instellingen.

2.2.1 Ondersteuning, coördinatie onderzoek en kennisuitwisseling

Ondanks een forse daling in budget blijft in onze plannen de afdeling Cultuurparticipatie het expertise centrum waar kennis over het publiek wordt verzameld. In 2016 ontplooiën we daartoe de volgende activiteiten:

- We houden het gezamenlijke en voor de sector betaalbare doelgroepenanalysesysteem MOSAIC* in stand. We stimuleren het gebruik daarvan door de instellingen. Door twee instellingen wordt MOSAIC toegepast.
- Twee jaarlijks voeren we samen met de dienst Kunst & Cultuur onderzoek uit naar cultuurparticipatie onder Rotterdammers. De uitkomsten van dit onderzoek koppelen we aan MOSAIC.
- De doelgroepen uit het Rotterdamse MOSAIC model worden vertaald/gekoppeld aan die van het door de gemeente Rotterdam gehanteerde Smartagent model.
- We bieden ondersteuning aan tenminste twee instellingen op gebied van onderzoek en praktische vertaling daarvan naar beleid.
- We verzamelen onderzoekdata en in hoeverre deze data hebben geleid tot bijgesteld beleid. Dit doen we door het tweejaarlijkse interviewen/bezoeken van 10 instellingen.
- In overleg met het festivalteam voeren we bezoekers- en belevingsonderzoek uit onder een geselecteerd aantal festivals.
- Tweejaarlijks voeren we onderzoek uit naar bereik, waardering, gebruik en effectiviteit van de eigen middelen.
- Rotterdam Festivals is ook in 2016 actief partner in Audiences Europe Network. We hebben zitting in het bestuur van CultuurNet Vlaanderen, een Vlaams netwerk met als doel Cultuur informatie te verspreiden en nieuwe doelgroepen te bereiken.

*MOSAIC deelt consumenten in op basis van hun gezamenlijke socio-demografische en socio-economische kenmerken, hun gedragsgegevens en hun buurtkenmerken. Wij hebben dat verder uitgewerkt in acht doelgroepen voor het culturele aanbod in Rotterdam. Deze groepen onderscheiden zich van elkaar qua levensfase, socio-demografische gegevens en culturele oriëntatie.

2.2.2 Opgebouwde kennis delen met de sector

De kennis die we opdoen en de expertise die we in huis hebben zal Rotterdam Festivals actief delen met de sector zodat zij een beter inzicht heeft waar kansen liggen voor het bereiken van (nieuwe) publieksgroepen en daar hun beleid beter op kunnen afstemmen. Uiteraard zetten we de kennis die we opdoen ook in om het bereik van (potentieel) publiek met onze eigen middelen te optimaliseren.

- We organiseren minimaal drie kennisbijeenkomsten, waarvan één specifiek over jongeren. Voor de andere twee bijeenkomsten worden de thema's bepaald in afstemming met de sector.
- Tenminste eens in de 2 jaar organiseren we een kennisbijeenkomst met best practices over vertaling van onderzoek naar beleid.
- We versturen tenminste vier nieuwsbrieven naar de sector waarin het onderwerp kennisdeling wordt opgenomen.
- Kennis vanuit ons internationale netwerk op het gebied van publieksoontwikkeling zullen we actief delen met de sector.

2.3 Versterken ondernemerschap

2.3.1 In stand houden contributiemodel

In aanloop naar de nieuwe cultuurplan periode 2013 – 2016 hebben we met de Raad van Advies een contributie model ontwikkeld waarin op sector niveau collectieve, meerjarige afspraken worden gemaakt om deze producten mede te financieren. Ook in 2016 houden we, in nauwe samenspraak met onze partners, dit contributiemodel in stand;

- We komen de afspraken over de door ons te leveren diensten en producten na. Elk jaar, binnen 3 maanden na afloop van het voorgaande jaar ontvangen de contribuanten een overzicht van de geleverde diensten.
- Het aantal leden van blijft minimaal op het niveau van 2014, te weten 40 leden.

2.3.2 Derde geldstromen

In 2016 zullen de eigen inkomsten van de afdeling Cultuurparticipatie € 667.000,- bedragen, op een omzet van € 1.260.000,-.

- De **contributie bijdrage** van de leden van Uitagenda Rotterdam bedraagt minimaal € 144.000,-.
- De **advertentie inkomsten** in 2016 bedragen minimaal € 150.000,-.
- In opdracht van de gemeente Rotterdam bieden we met **CAR** tegen cultureel tarief , affiche borden in de stad aan en ondersteunen we de cultuursector in het vergroten van het bereik. In 2016 komt het aantal frames uit op minimaal 1.900 en de omzet op € 320.000,-.

Rotterdam Festivals

Bedrijfsvoering

3.1 Eigen inkomsten

Naast de eigen inkomsten die in 2016 € 942.000,- bedragen, komen veel van de collectieve projecten die we ontwikkelen tot stand met cofinanciering van de betrokken instellingen en organisatoren. Waar mogelijk streven we naar sponsorrelaties zowel in geld als natura in een, de afgelopen jaren, sterk dalende markt.

3.2 Risico beheersing

Algemeen

De in 2014 opgestelde risico analyse en het daaruit voortvloeiende risicobeheersingsbeleid op de deelgebieden politiek/bestuurlijk, financieel/economisch, juridisch/wettelijk, technisch, organisatorisch, geografisch/ruimtelijk en maatschappelijk wordt jaarlijks geëvalueerd en waar nodig geactualiseerd.

Financieel

Om de risico's voor de bedrijfsvoering te beperken wordt voor activiteiten gefinancierd met projectfinanciering waar mogelijk gewerkt met medewerkers met een tijdelijke dienstverband en of worden freelancers ingehuurd.

Wij achten een egaliseringsreserve van € 500.000,- noodzakelijk om incidentele kansen te verzilveren en tegenvallers op te vangen. Op 31 december 2014 bedroeg deze reserve € 455.000,-.

3.3 Maatschappelijk ondernemen

Uit dit plan blijkt dat wij ons betrokken voelen bij de toekomst en de bewoners van Rotterdam. Zij zijn het uitgangspunt van ons beleid en de gemeentelijke prioriteitsgroepen zijn ook onze prioriteitsgroepen. Naast de bijdrage die onze festivalpoot aan dit thema levert, promoten wij in onze activiteiten ook nadrukkelijk de levendige binnenstad.

Als koepelorganisatie zijn wij ons zeer bewust van het feit dat kennisuitwisseling niet alleen nuttig is voor gevestigde instellingen, maar juist ook voor jonge organisatoren. In de bijeenkomsten, die we ook in 2016 organiseren, houden we daar rekening mee, terwijl we ieder jaar vele één-op-één adviesgesprekken voeren met jonge of startende initiatiefnemers.

Waar dit mogelijk en efficiënt is, werken wij intensief samen met partijen van buiten de cultuursector. De gezamenlijke projecten met Rotterdam Partners, Metro en Havenloods om het cultuuraanbod te promoten getuigen daar net zo van als de activiteiten die we samen met onder andere de festivalorganisatoren, onderwijsinstellingen, ondernemers en de Kamer van Koophandel ontwikkelen om evenementen dieper in de stad te laten doordringen.

3.4 Kwaliteitszorg

De kwaliteitszorg binnen Rotterdam Festivals is ingebed in het bedrijfsbureau. Het bedrijfsbureau is de centraal adviserende en ondersteunende eenheid van de organisatie. Het draagt zorg voor gestandaardiseerde werkwijze, procedures en hulpmiddelen, optimaliseert en bewaakt de kwaliteit van de werkprocessen en de ondersteunende processen, en is verantwoordelijk voor de planning-en-controlcyclus, financieel beheer, p&o en facilitaire zaken.

Rotterdam Festivals wordt hierbij, sinds 2009, structureel ondersteund door Price Waterhouse Coopers (PwC) en wat betreft personeelsmanagement door de Servicedienst Rotterdam. De boekhouding is vanwege kostenefficiency, met die van een aantal andere culturele instellingen, ondergebracht bij Museum Rotterdam.

Eind 2015 dient Rotterdam Festivals een meerjarenplan in bij de gemeente waarin onze ambities verwoord zijn voor de periode 2017 tot en met 2020. Op basis van evaluatie van interne sterkte en zwakte van de organisatie en de ambities voor de nieuwe cultuurplan periode zullen we een plan van aanpak maken om de organisatie passend te maken voor het verwezenlijken van de doelstellingen.

3.5 Raad van toezicht

De stichting Rotterdam Festivals wordt bestuurd volgens een Raad van Toezicht model en onderschrijft de principes en best practice bepalingen zoals deze in de **Governance Code Cultuur** worden beschreven en past deze ook toe.

De Raad van Toezicht vergadert minimaal vier keer per jaar en bestaat uit zes leden. Leden van de raad worden benoemd voor een termijn van vier jaar, met de mogelijkheid van herbenoeming voor nog eens een termijn van vier jaar.

De Raad van Toezicht is onder andere verantwoordelijk voor:

- Toezicht houden op de algemene gang van zaken binnen de stichting Rotterdam Festivals, alsmede de relaties tot de diverse stakeholders.
- Vervullen van een toetsende, bewakende en adviserende (gevraagd en ongevraagd) rol naar de directeur bij alle voorkomende aangelegenheden
- De beoordeling en goedkeuring van de ontwikkeling van langere termijnvisie en – beleid, alsmede jaarplan en jaarverslag.

In 2015 zal de stichting Rotterdam Festivals een nieuw **accountskantoor** zoeken. Rotterdam Festivals gaat altijd een overeenkomst aan voor één jaar we gaan ervanuit dat dit kantoor ook de controle voor 2016 zal doen. Dus in strikt juridische zin zal er in 2016 sprake zijn van het herbenoeming van de accountant

Bijlage:

- Raambegroting 2016
- Begroting Festivals 2016
- Begroting Cultuurparticipatie 2016
- Begroting Ondersteunende afdelingen
- Specificatie beheerslasten 2016
- Jaarcyclus 2015 in hoofdlijnen
- Projectnummers, projectomschrijving en budget verantwoordelijken

Rotterdam Festivals Raambegroting 2016							Projectgebonden bijdrage festivals via RF		
	Festivals	Cultuur participatie	2015 Totaal RF	Festivals	Cultuur participatie	2016 Totaal RF	Vershil 2016 t.o.v. 2015	2015	2016
Beheerslasten									
Beheerslasten personeel	176,0	94,0	270,0	179,0	94,0	273,0	3,0	113,5	113,5
Beheerslasten materieel	122,0	89,0	211,0	127,0	89,0	216,0	5,0	120,5	120,5
Totaal beheerslasten	298,0	183,0	481,0	306,0	183,0	489,0	8,0	271,5	271,5
Activiteitslasten									
Activiteitslasten personeel	537,0	299,0	836,0	576,0	300,0	876,0	40,0	233,0	233,0
Activiteitslasten materieel (festivals)	5777,0	0,0	5777,0	5701,5	0,0	5701,5	-75,5	306,5	306,5
Activiteitslasten materieel (marketing)	243,0	757,5	1000,5	243,0	776,5	1019,5	19,0	76,5	76,5
Totaal activiteitslasten	6557,0	1056,5	7613,5	6520,5	1076,5	7597,0	-16,5	76,5	76,5
Totaal lasten	6855,0	1239,5	8094,5	6826,5	1259,5	8086,0	-8,5	25,5	25,5
Directe Opbrengsten									
Publieksinkomsten	0,0	127,5	127,5	0,0	514,0	514,0	386,5	200,0	200,0
Overige inkomsten/sponsoring	0,0	519,0	519,0	275,0	152,5	427,5	-91,5	550,0	550,0
Totaal directe opbrengsten	0,0	646,5	646,5	275,0	666,5	941,5	295,0	204,0	204,0
Bijdragen								10,0	10,0
Projectgebonden subsidies*	4045,5	86,5	4132,0	3742,0	86,5	3828,5	-303,5	200,0	200,0
Totaal bijdragen	4045,5	86,5	4132,0	4017,0	86,5	4103,5	-28,5	70,5	70,5
Totaal baten	4045,5	733,0	4778,5	4017,0	753,0	4770,0	-8,5	50,0	50,0
Algemene bijdrage gemeente	-2809,5	-506,5	-3316,0	-2809,5	-506,5	-3316,0	0,0	150,0	150,0
								400,0	400,0
								186,5	239,0
								Subtotaal	3660,0
									3312,5
								Dieper in de stad	157,5
								Verder in de wereld	150,0
								Filmcommissioner	78,0
								Subtotaal	385,5
									429,5
								Subtotaal projectgebonden Festivals	4045,5
									3742,0
								Projectgebonden bijdrage Cultuurparticipatie	
								Cultuurprogramma RTV Rijnmond/Moois	86,5
								Subtotaal projectgebonden Cultuurparticipat	86,5
									86,5
								Totaal projectgebonden bijdrage	4132,0
									3828,5
								Algemene bijdrage dienst Maatschappelijke Ontwikkeling	
								Algemene bijdrage festivals	2809,5
								Algemene bijdrage cultuurparticipatie	506,5
								Totaal algemene bijdrage	3316,0
									3316,0

Toelichting belangrijkste verschillen Raambegroting 2016 ten opzichte van 2015

LASTEN

- **Activiteitslasten materieel festivals -75K.**
In de begroting voor 2015 was een bedrag opgenomen van 400K voor **eenmalige cultuurprojecten uit het evenementenfonds**. In 2016 wordt deze bijdrage door de gemeente verleend aan de manifestatie *Rotterdam viert de stad!*. Deze manifestatie heeft een eigen begroting die niet is opgenomen in het jaarplan 2016 van Rotterdam Festivals. Dit leidt tot een **afname** van de lasten met **400K**

De **sponsorinkomsten van Port of Rotterdam** t.b.v. North Sea Jazz a 250K die wij rechtstreeks doorsluizen was in 2015 niet in de begroting opgenomen, in 2016 wel. De sponsoring vanuit Port of Rotterdam t.b.v. Rotterdam Festivals a 25K was in 2015 ook niet in de begroting opgenomen, in 2016 wel. Dit leidt tot een **toename** van de lasten met **275K**

Daarnaast is er een **toename bij kleinere posten** van in totaal **50K**

BATEN

- **Publieksinkomsten +386,5K,
Sponsoring & overige inkomsten – 91,5K.**
In 2016 heeft er een wijziging plaatsgevonden ten opzichte van 2015 waar inkomsten worden geboekt, om deze in lijn te brengen met de systematiek die de gemeente Rotterdam hanteert. Per saldo zijn de inkomsten van deze 2 posten toegenomen met 295K (386,5 – 91,5) hiervan komt 275K voor rekening van het opnemen van de hierboven al gememoreerde sponsoring van Port of Rotterdam.

Rest zit hem in toename advertentie inkomsten en bijdrage contributie leden Uitagenda Rotterdam
- **Projectgebonden subsidies – 303,5K**
De eenmalige bijdrage voor cultuurprojecten uit het **evenementenfonds** a **400K** is **niet opgenomen** (zie hierboven).

Om de activiteiten van de **Filmcommissioner** te versterken is de gemeentelijke project bijdrage per 2016 **verhoogd met 44K** (van 78K naar 122K).

De dienst Kunst en Cultuur (dKC) van de gemeente Rotterdam is sinds het opheffen van de deelgemeentes bezig om de budgetten die daar zaten voor de ondersteuning van festivals naar Rotterdam Festivals over te hevelen. In 2015 bedroeg dit **overgehevelde budget** 186,5K voor 2016 is dit 239K een **toename** van **52,5K**

BEGROTING FESTIVALS 2016											Projectgebonden bijdrage festivals via RF	2016
	Festivals	Dieper in de stad	Verder in de wereld	Stedelijke evenementen coördinatie	Filmcom-missioner	Onderzoek	Internationale kennisuitwisseling	Kennisdeling met de sector	Innovatie en organisatie ontwikkeling	Totaal		
Lasten												
Beheerslasten personeel												
Doorbelasting personeel	167,0			4,0	5,0	3,0				179,0		Rotterdam Unlimited (CP) 415,5
Beheerslasten materieel												North Sea Round Town 73,5 (CP)+40 113,5
Doorbelasting materieel	59,0			8,0	12,0	4,0				83,0		Metropolis (CP) 120,5
Doorbelasting materieel M&C	44,0									44,0		Gergiev Festival (CP) 271,5
Totaal beheerslasten	270,0	0,0	0,0	12,0	17,0	7,0	0,0	0,0	0,0	306,0		Operadagen Rotterdam (CP) 233,0
Activiteitslasten personeel	228,0	29,0		74,0	96,0	16,0		5,0		448,0		Motel Mozaïque (CP) 306,5
Doorbelasting personeel M&C	90,0			3,0						93,0		Circusstad Festival (CP) 76,5
Activiteitslasten materieel(progr.)	1717,5	128,5	150,0	12,0	17,0	15,0	28,0	5,0	41,0	2114,0		Euro+ songfestival (CP) 76,5
Activiteitslasten materieel(progr)*	3587,5									3587,5		Architectuur Film Festival (CP) 25,5
Activiteitslasten materieel (marketing)	203,0									203,0		Nationale Taptoe 200,0
Totaal activiteitslasten	5826,0	157,5	150,0	89,0	113,0	31,0	28,0	10,0	41,0	6445,5		North Sea Jazz (500+50) 550,0
Totaal lasten	6096,0	157,5	150,0	101,0	130,0	38,0	28,0	10,0	41,0	6751,5		Wereldhavendagen 204,0
Opbrengsten												Intocht Sint Nicolaas 10,0
Publieksinkomsten												Oud en nieuw 200,0
Sponsoring / Overige inkomsten	275,0									275,0		Bevrijdingsfestival 70,5
*Project gebonden bijdrage	3312,5	157,5	150,0		122,0					3742,0		Programmering Schouwburgplein 50,0
Totaal opbrengsten	3587,5	157,5	150,0	0,0	122,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4017,0		City Racing 150,0
Algemene bijdrage gemeente	-2508,5	0,0	0,0	-101,0	-8,0	-38,0	-28,0	-10,0	-41,0	-2734,5		Enmalig iconische evenementen
												Overgehevelde bijdrage festivals dKC 239,0
												Subtotaal 3312,5
												Dieper in de stad 157,5
												Verder in de wereld 150,0
												Filmcommissioner 122,0
												Subtotaal 429,5
												Totaal projectgebonden bijdrage festivals 3742,0

BEGROTING CULTUURPARTICIPATIE 2016																
	Website	Uitmails	Social media	Collectieve product ontwikkeling	Onderzoek	Uitagenda	Kids Uitagenda	Metro	Externe media	Cultuurprogramma RTV Rijnmond	Last minute ticketing	Kennisdeling	Contributie Uitburo	Ondersteuning nieuwe initiatieven instellingen	CAR	Totaal
Lasten																
Beheerslasten personeel																
Doorbelasting personeel	8,0	6,0	3,0	9,0	5,0	15,0	3,0	9,0	2,0		1,0	4,0	4,0	0,0	25,0	94,0
Beheerslasten materieel																
Doorbelasting materieel	3,0		3,0	6,0	4,0	7,0	2,0	8,0	2,0		1,0	5,0		0,0	26,0	67,0
Doorbelasting materieel M&C	4,0	7,0		2,0		7,0		2,0				0,0		0,0	0,0	22,0
Totaal beheerslasten	15,0	13,0	6,0	17,0	9,0	29,0	5,0	19,0	4,0		2,0	9,0	4,0	0,0	51,0	183,0
Activiteitslasten personeel				24,0	20,0	7,0		3,0	2,0			18,0		10,0	42,0	126,0
Doorbelasting personeel M&C	41,0	27,0	11,0	13,0	0,0	58,0	7,0	6,0	6,0		5,0	0,0		0,0	0,0	174,0
Activiteitslasten materieel(progr.)																
Activiteitslasten materieel(progr)*																
Activiteitslasten materieel (marketing)	99,0	15,0	4,0	32,0	21,0	134,0	48,0	55,0	8,0	86,5	5,0	23,0		10,0	236,0	776,5
Totaal activiteitslasten	140,0	42,0	15,0	69,0	41,0	199,0	55,0	64,0	16,0	86,5	10,0	41,0	0,0	20,0	278,0	1076,5
Totaal lasten	155,0	55,0	21,0	86,0	50,0	228,0	60,0	83,0	20,0	86,5	12,0	50,0	4,0	20,0	329,0	1259,5
Opbrengsten																
Publieksinkomsten								41,0					144,0		329,0	514,0
Sponsoring/ Overige inkomsten	15,0					137,5										152,5
*Project gebonden bijdrage										86,5						86,5
Totaal opbrengsten	15,0	0,0	0,0	0,0	0,0	137,5	0,0	41,0	0,0	86,5	0,0	0,0	144,0	0,0	329,0	753,0
Algemene bijdrage gemeente	-140,0	-55,0	-21,0	-86,0	-50,0	-90,5	-60,0	-42,0	-20,0	0,0	-12,0	-50,0	140,0	-20,0	0,0	-506,5

Begroting ondersteunende afdelingen 2016									
	Marketing & Communicatie Team*	Corporate communicatie	Bedrijfsbureau**	Totaal					
Lasten					* interne doorbelasting M&C Team				
							<i>materieel</i>	<i>personeel</i>	
Beheerslasten personeel			273	273	RUB website		4	41	
Doorbelasting personeel			-273	-273	RUB Uitmails		7	27	
Beheerslasten materieel			216	216	RUB Social media		0	11	
Doorbelasting materieel	66		-216	-150	RUB collectieve product ontwikkeling		2	13	
Doorbelasting materieel M&C	-66			-66	Uitagenda		7	58	
					Kids Uitagenda		0	7	
Totaal beheerslasten	0	0	0	0	Metro		2	6	
					Externe media		0	6	
Activiteitslasten personeel	274	28		302	RUB last minute ticketing		0	5	
Doorbelasting personeel M&C	-274	7		-267	Subtotaal Cultuurparticipatie		22	174	
Activiteitslasten materieel (progr.)				0	Festivals		44	90	
Activiteitslasten materieel (progr)*				0	Stedelijke evenementencoördinatie		0	3	
Activiteitslasten materieel (marketing)		40		40	Subtotaal Festivals		44	93	
Totaal activiteitslasten	0	75	0	75	corporate communicatie		0	7	
Totaal lasten	0	75	0	75	Subtotaal ondersteunende afdelingen		0	7	
Opbrengsten					Totaal doorbelast		66	274	
Publieksinkomsten				0	** interne doorbelasting bedrijfsbureau				
Sponsoring / Overige inkomsten				0			<i>materieel</i>	<i>personeel</i>	
Project gebonden bijdrage				0	Festivals		127	179	
					Cultuurparticipatie		89	94	
Totaal opbrengsten	0	0	0	0	Totaal doorbelast		216	273	
Resultaat ten laste van gemeente	0	-75	0	-75					

Specificatie beheerslasten materieel 2016			
		2015	2016
4063	Arbo	1500	1500
4064	Wervingskosten	500	500
4100	Huurlasten	53000	55000
4101	Servicekosten	14000	14000
4105	Heffingen (OZB etc.)	3000	3000
4110	Schoonmaakkosten	11500	11500
4120	Alg. onderhoud huisvesting	2000	2000
4122	Inventaris	500	500
	Afschrijving inventaris	5000	5000
4200	Kantoorbehoeften	7400	7400
4201	Kopieerkosten	12500	12500
4202	Porti, koerier en ov. verzendkosten	5000	5000
4203	Bank en incassokosten	1500	1500
4205	Alg. verzekeringen	4500	4500
4206	Alg. lidmaatschap en documentatie	5000	5000
4210	Accountancy en juridische diensten	13500	13500
4211	Salarisverwerking	4400	4400
4213	FA diensten	42000	43000
4220	Automatiseringskosten	23500	25500
4230	Telefonie	5000	5000
4231	Internet	3000	3000
4250	Overige organisatiekosten	6000	6000
4265	Kantinekosten	1200	1200
4300	Algemene reis- en verblijfkosten	1000	1000
4301	Algemene reis- en verblijfkosten buitenland	500	500
4320	Representatiebeheer	4000	4000
9000	rentebaten	-20000	-20000
	Totaal	211000	216000
	Zonder rentebaten	231000	236000

Jaarcyclus 2016 Rotterdam Festivals in hoofdlijnen

Januari

- Extra RvT vergadering voor goedkeuring Cultuurplan 2017 - 2020
- laatste uitdraaien 2016 boekhouding +Laatste correcties en reserveringen naar boekhouding.
- Accountantscontrole en opstellen jaarrekening
- Eventueel beroepscommissie festivals

Februari

- 1/2 deadline inleveren meerjarenplan 2017 - 2020
- Jaarverslag laatste concept naar directie voor verzending aan Raad van Toezicht
- concept jaarrekening naar accountant
- evaluatie financieel en inhoudelijk jaar 2015
- Raad van Toezicht vergadering, goedkeuren inhoudelijk en financieel jaarverslag en evt. beroepscommissie
- Verwerken eventuele correcties Raad van Toezicht jaarverslag

Maart

- Versturen jaarverslag naar dKC en overige stakeholders
- 29/3 Uitdraaien boekhouding naar budgethouders
- Archiveren voorgaande jaar

April

- 8/4 inleveren prognose 1^e kwartaal
- 18/4 1^{ste} kwartaalprognoses in MT bespreken.
- Jaarplan 2017 opstellen Hoofd bedrijfsvoering met projectleiders en directie
- Oproepbrief aanvraag & agenda organisatoren opstellen
- Strategische MT dag (datum nog nader in te vullen)
-

Mei

- Oproepbrief concept naar directie
- Jaarplan 2017 bespreken in MT
- Raad van Toezicht vergadering, goedkeuren jaarplan 2017

Juni

- 1/6 oproepbrief organisatoren versturen
- 1/6 jaarplan 2017 bij dKC
- 27/6 uitdraaien boekhouding naar budgethouders
- Selectie en voorbereiding IFEA Pinnacle awards

Juli

- 8/7 inleveren prognoses 2^e kwartaal
- 18/7 2^{de} kwartaalprognose bespreken in MT

Augustus

- Kader beoordeling plannen 2017 naar directie

September

- 1 september deadline inleveren plannen en agendaverzoeken 2017
- Raad van Toezicht open vergadering
- Beoordeling plannen en agendaverzoeken 2016
- 5/9 uitdraaien boekhouding naar budgethouders
- 20/9 Inleveren prognose 3^e kwartaal

Oktober

- Concept advies plannen en agenda 2017 naar directie
- 6/10 3^{de} kwartaalprognose bespreken in MT

November

- 3^e week november versturen adviezen, plannen en agenda 2017
- Bespreken uitwerking doelstellingen begroting 2017

December

- Raad van Toezicht bespreken ter goedkeuring begroting 2017
- Jaarverslag 2016
- Start accountantscontrole 2016
- Verspreiden definitieve begroting en doelstellingen 2017

Projectnummers, projectomschrijvingen en budgetverantwoordelijken2016

Projectnummer	Omschrijving	Budgetverantwoordelijke
	Algemeen	
100	Bedrijfsbureau	MO/JR
	Cultuurparticipatie	
200	Algemeen cultuurparticipatie	CD
202	Onderzoek & Expertise	CD
203	Internationale kennisuitwisseling	CD
204	Kennisdeling	CD
231	CAR	PK
240	Uitagenda algemeen	EH i.o.v. CD
241	Uitagenda januari	EH
242	Uitagenda februari	EH
243	Uitagenda maart	EH
244	Uitagenda april	EH
245	Uitagenda mei	EH
246	Uitagenda zomer	EH
247	Uitagenda september	EH
248	Uitagenda oktober	EH
249	Uitagenda november	EH
250	Uitagenda december	EH
252	Acquisitie	CD
255	Uitagenda+	EH
257	Metro	JK i.o.v. CD
297	Doorbelasting activiteitslasten personeel Cultuurparticipatie	JM
298	Doorbelasting beheerslasten personeel cultuurparticipatie	JM
299	Doorbelasting beheerlasten materieel cultuurparticipatie	JM
300	Website Uitagenda Rotterdam	JK i.o.v. CD
301	Externe Media	JK i.o.v. CD
302	Uitmails	JK i.o.v. CD
303	Social Media	JK i.o.v. CD
304	Collectieve productontwikkeling	CD
306	Kids Uitagenda	JK i.o.v. CD
316	Ondersteuning nieuwe initiatieven	CD
317	Cultuurprogramma RTV Rijnmond	CD
318	Last Minute ticketing	JK i.o.v. CD
350	Marketing en Communicatie Team	JK
360	Website beheer	JK
390	Bijdrage instellingen	CD

	Manifestatie	
400	Algemeen	LH
420	Programma	Niet gebruiken
421	Zichtbaarheid in de stad	LH
422	Internationaal	LH
423	Talent en vernieuwing	LH
424	Publiek gesprek	LH
425	Inspiratiebron wederopbouw	LH
440	Financiering	LH
460	Marketing en communicatie	LH
	Festivals	
700	Algemeen Festivals	RW
710	Jonge Stad	RW
720	Moderne Architectuurstad	HH
730	Multiculturele stad	RW
740	Maritieme stad	RW
750	(Inter)nationale Cultuurstad	HH
751	24 uur cultuur	HH
755	Marketing 24 uur cultuur	JK i.o.v. CD
760	Citylounge	HH
780	Marketing Festivals	JK i.o.v. HH
785	Onderzoek Festivals	CD i.o.v. RW
786	Internationale samenwerking	JM
787	Kennisdeling Festivals	RW
788	Innovatie en organisatie ontwikkeling	JM
797	Doorbelasting activiteitslasten personeel	JM
798	Doorbelasting beheerslasten personeel	JM
799	Doorbelasting beheerslasten materieel	JM
	Overige activiteiten & servicetaak	
909	Coördinatie stedelijke evenementen	FF
910	Filmcommissioner	SK
940	Projecten i.h.k.v. Evenementenfonds	JM
941	Dieper in de stad	RW
942	Vlaggencoördinatie	FF
943	Verder in de wereld	HH
946	Manifestatie 2015 / 2016 aanloopkosten	Niet gebruiken
980	Corporate Communicatie	CD i.o.v. JM
987	Salarissen Festivals	JM
990	Algemene Subsidie Gemeente Rotterdam	JM

Personeelskosten beheer	
4000.1	Loonkosten beheer
4030.1	Uitzendkrachten/freelancers beheer
4060.1	Opleidingen/cursussen
4063.1	Arbo en coaching
4064.1	Wervingskosten
4069.1	Overige personeelskosten beheer
4070.1	Werkkosten regeling
4080.1	Doorbelaste directe salariskosten
4090.1	Ziekengeld algemeen
Materiële lasten beheer	
Huisvesting:	
4100.1	Huur
4101.1	Servicekosten
4102.1	Electriciteitskosten
4105.1.	Heffingen (OZB e.d.)
4110.1.	Schoonmaakkosten
4120.1.	Algemeen Onderhoud
4122.1	Inventaris
Organisatie:	
4200.1	Kantoorbehoeften
4201.1	Kopieerkosten
4202.1	Porti en overige verzendkosten
4203.1	Bank- en incassokosten
4205.1	Algemene verzekeringen
4206.1	Algemene lidmaatschappen en documentatie
4210.1.	Accountancy en juridische diensten
4211.1	Salarisverwerking
4213.1.	FA diensten
4220.1	Automatiseringskosten
4230.1	Telefoonkosten
4231.1	Internetverbindingen
4240.1	Kosten raad van toezicht
4250.1	Overige organisatiekosten
4265.1	Kantinekosten
4300.1	Reis- en verblijfskosten
4301.1	Reis- en verblijfskosten buitenland
4320.1	Representatie
9300.1	Dotaties voorziening beheer
4401.1	Teksten/drukwerk/distributie
5802.1	Doorbelasting indirecte salaris kosten
8303.1	Overige opbrengsten 0% btw
8304.1	Overige opbrengsten 21% btw
9000.1	Rentebaten
Personeelskosten Cultuurparticipatie	
4000.2	Loonkosten Cultuurparticipatie
4030.2	Uitzendkrachten /freelancers Cultuurparticipatie
4060.2	Opleidingen en cursussen
4069.2	Overige personeelskosten Cultuurparticipatie

4080.2	Doorbelaste directe salariskosten
4090.2	Ziekengeld Cultuurparticipatie
5805.2	Doorbelasting Marketing & Communicatieteam (kosten en baten)
Materiële kosten Cultuurparticipatie	
4202.2	Porti/koeriers/overige verzendkosten
4303.2	Reis- en verblijfkosten marketing
4304.2	Reis- en verblijfkosten buitenland marketing
4321.2	Representatie Marketing
4400.2	Marketingbijdragen aan derden
4401.2	Druk-/zet-, reprowerk
4402.2	Advertenties
4403.2	Buitenreclame
4404.2	Website
4405.2	Kantoorkosten
4406.2	Abonnementen/lidmaatschappen/documentatie marketing
4407.2	Fotowerk
4410.2	Publieksonderzoek
4411.2	Overige marketingkosten
4412.2	Mailing
4413.2	Incentives
4414.2	Productiekosten film/radio/tv
4415.2	Materiaalkosten
4420.2	Ladderkosten
4421.2	Plakkosten CAR
4422.2	Onderhoudskosten CAR
4430.2	Inhoudelijk adviseurs
4900.2	Voorziening dubieuze debiteuren
4901.2	Voorziening dubieuze debiteuren CAR
4902.2	Voorziening dubieuze debiteuren adverteerder
5200.2	Redactie
5202.2	Verspreiding/verzending
5205.2	Redactionele bijdragen
5208.2	Illustraties/foto's/copyrights
5210.2	Vormgeving
5212.2	Acquisitie
5215.2	Drukkosten
5800.2...	Doorbelasting CAR (kosten en baten)
5808.2	Doorbelasting advertentie (kosten en baten)
9201.2	Lasten cultuurparticipatie ap.
9301.2	Dotaties voorzieningen cultuurparticipatie
Personeelskosten Festivals	
4000.3	Loonkosten festivals
4001.3	Loonkosten artiesten via salaris
4030.3	Uitzendkrachten / freelancers festivals
4060.3	Opleidingen/cursussen
4069.3	Overige personeelskosten festivals
4080.3	Doorbelaste directe salariskosten
4090.3	Ziekengeld festivals
5805.3	Doorbelasting Marketing & Communicatieteam (kosten)

Materiële lasten Festivals	
4220.3	Automatiseringskosten festivals
4305.3	Reis- en verblijfkosten festivals
4306.3	Reis- en verblijfkosten buitenland festivals
4322.3	Representatie festivals
5301.3	Druk-/zet-, reprowerk
5302.3	Advertenties
5304.3	Website
5310.3	Publieksonderzoek
5311.3	Overige marketingkosten
5312.3	Mailing
5800.3	Doorbelasting CAR (kosten)
5808.3	Doorbelasting advertentie (kosten)
5500.3	Festivalbijdragen aan derden
5505.3	Kantoorkosten
5508.3	Verzekering Festivals
5510.3	Sprekers en overige artiesten
5511.3	Inhoudelijk festivals adviseurs
5512.3	Kosten adviescommissie
5515.3	Materiaalkosten
5519.3	Overige festivalkosten
Overige lasten	
5802.3	Doorbelasting indirecte salariskosten
5803.3	Doorbelasting overige kosten
Baten	
8000.	Recettes 6%
8110.	Opbrengst overige artikelen 0%
8111.	Opbrengst overige artikelen 6%
8112.	Opbrengst overige artikelen 21%
8140.	Advertentie inkomsten Uitagenda
8142.	Overige reclameinkomsten
8150.	Inkomsten CAR
8200	Opbrengst abonnementen
8300	Opbrengst bank/adm/verz. 0%
8301	Opbrengst bank/adm/verz. 6%
8302	Opbrengst bank/adm/verz. 21%
8303	Overige opbrengsten 0%
8304	Overige opbrengsten 6%
8305	Overige opbrengsten 21%
8401	Opbrengst doorberekenen personeelskosten 21%
8600	Schenkingen en subsidies fondsen
8602	Projectsubsidies gemeente
8603	Bijdrage projecten belast 21%
8604	Sponsoring 21%
8699	Reguliere subsidie MO en SO
8800	Doorbelasting CAR
8805	Doorbelasting Marketing & Communicatie Team
8808	Doorbelasting Uitagenda
9000	Rentebaten