

**Bijgesteld**  
**Meerjarenbeleidsplan 2017-2020**  
**Theater Zuidplein en Stage-Z**

Op basis van de toegekende subsidies

dd. 31 januari 2017

In bijlage 20, blz. 97 van dit Meerjarenbeleidsplan 2017-2020 treft u een overzicht aan van de belangrijkste verschillen tussen de versie januari 2016 en de huidige versie (januari 2017) van dit plan.

# Samenvatting Meerjarenbeleidsplan 2017-2020

## Theater Zuidplein en Stage-Z

Het hoofddoel van Theater Zuidplein en Stage-Z blijft tussen 2017 en 2020 het kennis laten maken van nieuw publiek met kunst en cultuur. En waar mogelijk hen te verleiden tot herhaalbezoek bij andere voorstellingen. In een theater waar iedereen zich thuis voelt omdat je er voorstellingen kan zien waar je in herkent en door wordt geraakt en omdat je gastvrij wordt onthaald. Een plek waar je kan vieren wie je bent.

Dat doen we door voorstellingen en presentaties te programmeren in ons theater samen met ons publiek. We hebben de afgelopen jaren echter ontdekt dat het aanbod voor het nieuwe publiek dat wij willen bereiken nog onvoldoende voor handen is. Dat heeft geleid tot het opzetten van een eigen productiehuis Stage-Z, waar we voorstellingen (co)produceren. Hier gaan we in de periode 2017-2020 mee door, wat jaarlijks een productie oplevert, als er projectsubsidies en andere bijdragen worden gevonden waar dit productiehuis van afhankelijk is.

Nieuw is ons talentontwikkelingstraject Lab-Z waarbij we in samenwerking met het HBO & MBO kunstvakonderwijs en de SKVR nieuwe makers opleiden in de Zuidpleinmethodiek. Een methodiek waarbij in co-creatie met het publiek voorstellingen worden gemaakt en wellicht nieuwe theatervormen worden ontwikkeld, het doel is met nieuw aanbod nieuw publiek te bereiken.

Het ontwikkelen van Stage-Z en Lab-Z komt voort uit de wens om meer passend aanbod voor ons publiek te creëren en is geen doel op zich. Daarom doen we dit samen met bestaande opleidingen, andere culturele instellingen en het bedrijfsleven om zo ook een verandering in het gehele culturele aanbod op gang te brengen.

We realiseren ons dat we dan ook de discussie in de culturele sector moeten aanjagen over wat artistieke kwaliteit is. Onze ervaring leert ons immers dat dit door de diverse doelgroepen anders wordt beleefd. De discussie wordt nu vooral bepaald voor en door hoogopgeleide professionals en vanuit Westers oogpunt. Welke criteria zou de sector kunnen of moeten hanteren om het publieksbereik te vergroten? Deze discussie is van groot belang, weten wij uit onze lange ervaring met bereiken van nieuw publiek, en we spelen er graag een actieve rol in.

Naast het presenteren en produceren van voorstellingen, presentaties en festivals zal de periode 2017-2020 ook in het teken staan van de ontwikkeling van het nieuwe pand dat wij begin 2020 betrekken in het Hart van Zuid. De komende jaren zal het gehele gebied rond ons theater in transitie zijn; dat biedt mogelijkheden om met alle partners in het Hart van Zuid met nieuwe ogen te kijken en samenwerking aan te gaan. Het biedt ook mogelijkheden om nieuwe vormen van theater die ontstaan in Lab-Z buiten ons theater op locatie in het gebied uit te proberen.

Een nieuw pand biedt ook mogelijkheden om een grotere financiële zelfstandigheid in de toekomst te ontwikkelen. Maar ook tot het zover is kijken we of we meer eigen inkomsten kunnen genereren. Onze zakelijke doelstellingen gaan we realiseren door uitbreiding van onze commerciële-activiteiten, maar ook door langdurige samenwerking aan te gaan met fondsen en bedrijven, zo heeft bv. de BankGiroLoterij aangegeven een langdurige samenwerking met ons aan te willen gaan op grond van onze plannen voor 2017-2020. En wij gaan door met het zoeken naar partners in het bedrijfsleven en bij semi-overheden, die direct of mede belanghebbend zijn bij onze (innovatieve) activiteiten en/of ons nieuwe publiek.

Op deze wijze realiseren we gezamenlijk niet alleen meerwaarde voor Rotterdam, maar ook voor het Nederlandse en Europese culturele veld.

Dit bijgestelde meerjarenbeleidsplan 2017-2020 is opgesteld op basis van de toekenning van de beschikbare budgetten en wijkt op enkele onderdelen af van het plan versie januari 2016.

Inhoudelijke artistieke doelstellingen zijn niet gewijzigd, wel de output op enkele onderdelen. Zo blijft de presentatiefunctie van Theater Zuidplein qua output; het aantal bezoekers op het niveau van het gemiddelde van de voorliggende periode. Het talentontwikkelingstraject binnen Lab-Z start een half jaar later, begin 2017, en de output is bij bepaalde onderdelen gehalveerd.

Stage-Z blijft ook de komende planperiode afhankelijk van projectsubsidies en zal alleen bij voldoende financiering één productie per jaar maken.

Voor gedetailleerde afwijkingen tussen dit bijgestelde meerjarenbeleidsplan en de versie van januari 2016 verwijzen wij u naar bijlage 20 blz. 97.

# Inhoudsopgave

1. Meerjarenbeleidsplan 2017-2020 .....	1
2. Begroting .....	28
3. Prestatieraster(s) .....	33
4. Balansgegevens .....	34
5. Bedrijfsvoering .....	35
6. Governance cultuurplan 2017-2020.....	39
7. Rooster van optredens Raad van Toezicht .....	40
8. Goedkeuring Raad van Toezicht Theater Zuidplein en Raad van Toezicht Stage-Z .....	41

# 1. Meerjarenbeleidsplan 2017-2020

## 1. PROFIEL

### 1.1 Missie

#### **Voorwoord**

Theater Zuidplein heeft zich vanaf 1997 bezig gehouden met het bedienen van doelgroepen die kunst en cultuur tot dan toe als niet vanzelfsprekend beschouwden (hierna te noemen: nieuw publiek). We experimenteerden in aanvang met aanbod voor gastarbeiders. We veroverden op die manier een positie binnen deze nieuwe markt. We waren pioniers in Nederland.

Van 2006-2012 gingen we daarnaast marktgericht opereren. We richtten ons op de grootste doelgroepen in Rotterdam en kwamen daardoor vooral uit bij dat nieuwe publiek. We pasten ons totale bedrijfsbeleid op hun wensen aan, maar maakten wel de keuze voor maatschappelijk geëngageerd aanbod. We programmeerden professioneel, semiprofessioneel en amateur aanbod. Dat nieuwe beleid leverde ons jaarlijks een stijgend aantal bezoekers op en onder landelijke en Europese vakgenoten het predicaat “toonaangevend op het gebied van het werven van nieuw publiek”.

Deze bezoekers gaven als feedback wel vaker naar het theater te willen, maar dat er in het huidige professionele aanbod in Nederland weinig tot geen aanbod is waartoe zij zich kunnen verhouden: “Ik zie en hoor op het podium (Hollandse) Nederlanders die op mijn baas lijken. Het gaat niet over mij, mijn leven, mijn struggles”. Voor bezoekers met een meervoudige culturele achtergrond gold bovendien dat zij zich in toenemende mate ook niet (meer) konden verhouden tot het traditionele aanbod uit hun oorspronkelijke thuisland dat wij voor hen programmeerden: “Dat is meer iets voor onze grootouders”. Het zijn deze Nederlanders, waartoe wij ons willen verhouden, waarvoor wij een theater zijn en waarmee wij theater willen maken.

We hebben in de periode van 2008 tot 2012 fors gelobbyd bij theatermakers en producenten voor meer passend aanbod voor dat nieuwe publiek. We kregen toen veelal de volgende respons: “Het professionele aanbod in Nederland is van zeer hoog niveau. De ervaring dergelijke producties te begrijpen of op waarde te kunnen schatten, ontbreekt bij dat publiek. Educatie-trajecten zijn daarbij nodig”. Ook werd de oorzaak toegeschreven aan “de gebrekkige kennis van de afdeling marketing van de theaters om dit nieuwe publiek te bereiken”. Wij zagen in onze dagelijkse praktijk dat het aanbod van amateur of semiprofessionele theatermakers met een meervoudige culturele achtergrond wel dat nieuwe publiek trok, al ging het om mono cultureel publiek.

De grote uitdaging bleef dus hoe nieuw publiek aan te spreken. Nieuw publiek dat komt en daarna blijft terugkomen. Een andere uitdaging vonden wij het verbeteren van de artistieke kwaliteit van het bestaande (mono culturele) aanbod voor dat nieuwe publiek. Want hoewel het nieuwe publiek zich in dat aanbod herkent en dat hogelijk waardeert, zijn wij nog lang

niet tevreden met het artistieke niveau. Het is volgens ons dan ook tijd voor een herbezinning binnen de cultuursector op het begrip 'kwaliteit' en deze actief te koppelen aan de ervaring van het publiek waarvoor de voorstelling bedoeld is.

In 2013 zijn we zelf gestart met het produceren van een theaterproductie voor dat nieuwe publiek. We wilden aan de sector bewijzen dat het gebrek aan passend professioneel aanbod de oorzaak is dat dat nieuwe publiek wegblijft. We richtten een huisgezelschap op, Stage-Z, en maakten onze eerste productie *Hijabi Monologen Nederland* (seizoen 2014-2015). Een professionele theaterproductie binnen de Zuidpleinmethodiek *in co-creatie* met Islamitische vrouwen die een hoofddoek dragen. De doelgroep was zowel Islamitisch als niet-Islamitisch publiek, want we wilden ook werken aan ontmoetingen tussen publiek met verschillende culturele achtergronden en/of levensovertuigingen.

De tournee langs professionele landelijke podia had een zeer hoge zaalbezetting (bijna 95%), trok bestaand en nieuw publiek. De voorstelling werd door de Theaterkrant gerecenseerd als "één van de meest relevante én noodzakelijke voorstellingen van dit moment." (zie bijlage 1). We kregen bevestigd dat de methodiek *in co-creatie* absoluut nieuw publiek naar het theater trekt, mits deze door een professionele kunstenaar wordt gemaakt die passie en oprechte belangstelling heeft voor nieuw publiek. We kregen tijdens de productieperiode van de *Hijabi Monologen* ook bevestigd dat de cultuursector professioneel geproduceerde producties *in co-creatie* en "voor lager opgeleiden" soms op een andere manier kwalificeert dan het overige professionele aanbod dat vooral hbo-publiek trekt.

Willen we zorgen dat nieuw publiek meer gebruik gaat maken van het kunst en cultuuraanbod in Nederland, dan zullen we de impasse rond het begrip 'kwaliteit' binnen de gehele sector moeten doorbreken. We praten immers al bijna twintig jaar over begrippen als 'diversiteit', 'participatie' en 'nieuw publiek'. Er zijn allerlei projecten en initiatieven opgezet. Maar het resultaat is onvoldoende. Wij willen, met onze ervaring, helpen deze impasse te doorbreken. Wij willen meer doen dan alleen maar blijven praten op congressen in binnen- en buitenland over ons succesvolle beleid.

In 2014 en 2015 zijn we gesprekken aangegaan met vertegenwoordigers uit de gehele sector: van fondsen tot theatermakers, van theaters tot het kunstvakonderwijs. We zijn verheugd te merken dat een aantal van hen bereid is tot verre gaande samenwerking. In 2017-2020 zullen we gezamenlijk trajecten ontwikkelen die leiden tot nieuw aanbod voor nieuw publiek. We laten de outcome door een onafhankelijke partij monitoren en gaan de resultaten delen met vakgenoten tijdens landelijke bijeenkomsten.

We blijven in 2017-2020 dus doen waar we goed in zijn: nieuw (en meer artistiek hoogwaardig) aanbod initiëren, produceren en presenteren voor nieuw publiek en er voor zorgen dat dat nieuwe publiek ook daadwerkelijk op dat aanbod af komt en terugkomt.

## **Kernactiviteiten**

**Theater Zuidplein is het middel/grote presenterende theater** met eigen programmering en programmering die wordt aangedragen door ons publiek.

Theater Zuidplein behoort tot de grootste leer/werkbedrijven van Rotterdam-Zuid. Onze **leer/werkplaats voor talentontwikkeling, Lab-Z**, is toegankelijk voor studenten van het mbo

en hbo (kunstvak)onderwijs en jongeren die (latente) belangstelling hebben voor kunst en cultuur.

**Stage-Z is het producerende huisgezelschap** van Theater Zuidplein dat voorstellingen van nu maakt binnen de Zuidpleinmethodiek van het werken *in co-creatie*.

## Definities

In bijlage 2, blz. 45, nemen wij de definities op zoals wij die hanteren in dit meerjarenplan. Het gaat om de begrippen: nieuw publiek(s-bereik), eigen programmering, gastprogrammering, nieuwe makers, *in co-creatie*, totaalbeleving, kwaliteit van een voorstelling en *a third place*.

## Dit onderscheidt ons van andere instellingen

Zoals eerder gemeld hebben wij sinds 1997 zeer veel expertise opgedaan met betrekking tot het bereiken en bedienen van nieuw publiek. 'De weg naar succesvol nieuw publieksbereik door Theater Zuidplein (1997-2015)' in bijlage 3, blz. 46 geeft daarover gedetailleerd inzicht. Ook presenteren we daarin de door ons in de praktijk ontwikkelde methodiek: de *Zuidpleinmethodiek*.

Concluderend: wij (Theater Zuidplein & Stage-Z) onderscheiden ons van andere instellingen als volgt:

- Uniek bereik van publiek voor wie theaterbezoek tot nog toe niet vanzelfsprekend\* is. We zijn daarin binnen Europa toonaangevend;
- Wij denken klant- & maatschappijgericht in plaats van voorstellingsgericht;
- Wij zijn een presenterend én producerend theater;
- We hebben een eigen artistieke methodiek ontwikkeld, die leidt tot nieuw materiaal én nieuw publiek;
- Wij zijn een van de grotere leer/werkbedrijven van Rotterdam-Zuid;
- We zijn maatschappelijk verantwoord ondernemer, met name ten aanzien van scholingskansen voor jeugd en jongeren, maar ook kennispartner/adviseur van de gemeente Rotterdam in het Hart van Zuid. En voelen ons mede verantwoordelijk voor de citymarketing van Rotterdam;
- We mogen begin 2020 samen met de Bibliotheek onze intrek nemen in een nieuw theater in *Pand-Z* (werktitel) in het Hart van Zuid.

\* Mosaic-terminologie zie bijlage 4, blz. 53

## Mission statement 2017-2020

Wij richten ons primair op nieuw publiek. Zij vieren bij ons wie ze zijn of ze komen om uit te zoeken wat ze ergens van vinden. Mede in samenwerking met hen initiëren, produceren en presenteren we aanbod over de samenleving van nu.

We bieden daarnaast amateur, semiprofessioneel en (aanstormend) professioneel (theater)talent de mogelijkheid bij ons leer/werkervaring op te doen in het maken en uitvoeren van professionele voorstellingen in *co-creatie volgens de Zuidplein methodiek*. We betrekken partners die direct of mede belanghebbend zijn uit de tertiaire en quaire sector bij onze activiteiten, om financiële redenen en om het draagvlak voor kunst en cultuur te vergroten.

## Kernwaarden

### Extern

- Mensen in het hart raken (wezenlijk, maatschappelijk geëngageerd);
- Spiegelend (spiegel/identificatie en afspiegeling van de samenleving);
- Daarnaast hebben we passie voor de klant, zijn toegankelijk, van nu/deze tijd, grootstedelijk/urban en uniek.

### Intern

- Persoonlijk (klantgericht), respect, open mind, down to earth, ambitieus (gedreven), tonen nieuwsgierigheid en lef (innovatief).

### Als cultureel ondernemer hebben we de navolgende werkhouding.

- We durven risico te nemen, avontuurlijk te zijn en eigenzinnig;
- We durven tegen de stroom in te gaan en staan open voor samenwerking;
- We lopen graag voorop;
- We opereren vraag gestuurd;
- We hebben een open houding, willen innoveren en toonaangevend zijn;
- We opereren vanuit visie en hebben een zakelijke houding.

## 1.2 Visie

### **Artistiek inhoudelijke tevens maatschappelijke ambities**

Ons hoofddoel blijft het engageren van nieuw publiek met kunst en cultuur en zorgen dat ze terugkomen voor herhalingsbezoek. Niet alleen in Rotterdam, maar ook vanuit een landelijk perspectief. Zodat er op middel/lange termijn een breder draagvlak voor kunst en cultuur in de Nederlandse samenleving gerealiseerd is.

Voor 2017-2020 geldt: onze bezoekersaantallen stabiliseren zich minimaal op het gemiddelde van de voorliggende jaren rond de 80.000, groei is mogelijk indien Lab-Z succesvol wordt. In 2021-2024 gaan we verder groeien in het nieuwe pand.

We realiseren dat door het produceren en presenteren van theateraanbod, zowel in theaters als er buiten, waartoe nieuw publiek zich kan verhouden. Maar ook door een landelijke samenwerking aan te gaan met diverse vertegenwoordigers in de kunst en cultuursector die gericht is op het realiseren van ons hoofddoel. Kernwoorden daarbij zijn het begrip *kwaliteit* en de methodiek *in co-creatie*.

### **Zakelijke ambities**

Wij willen een grotere en ook groeiende financiële zelfstandigheid in de toekomst om ons hoofddoel te kunnen realiseren.

Voor 2017-2020 geldt: de huidige verhouding eigen inkomsten/subsidie Gemeente Rotterdam is 37%/63% per ultimo 2015. We streven eind 2020 naar een verhouding 40%/60%

We realiseren dat door bestaande commerciële activiteiten uit te breiden (mede door ingebruikname van een nieuw theater vanaf 2020), nauwere samenwerking met fondsen aan



te gaan alsmede partnerships met direct en mede belanghebbenden in het bedrijfsleven en de dienstensector.

## **1.3 Strategie**

### **Artistiek inhoudelijke strategie**

#### **1. Theater Zuidplein.**

In samenwerking met bestaande en nieuwe partners gaan we verder met het bereiken van nieuw publiek. We doen dat middels het zoeken naar en presenteren van nieuw aanbod dat aansluit bij hun belevingswereld. Op die manier is ook meer herhalingsbezoek mogelijk. Dat doen wij op de volgende manieren:

a) Professionele programmering: eigen zoektocht en selectie uit theateraanbod

Bij voorkeur maatschappelijk geëngageerd aanbod uit Rotterdam/Nederland/België en waar geschikt ook uit het buitenland (o.a. USA, Engeland, Turkije, Marokko, Suriname, Antillen, Kaapverdië) dat de wereld van nu weerspiegelt. We zetten hierin ons huidige beleid voort.

- *Samenwerkingspartners:*

Diverse landelijke producenten en theatermakers en Rotterdamse theatermakers die professionele voorstellingen maken die aansluiten bij ons programmerings-/bezoekersprofiel.

- *Krachtenveld:*

Daar waar dit aanbod overeenkomt met aanbod op andere podia in Rotterdam/Rijnmondregio vindt afstemming plaats over het aantal speelbeurten en speeldata.

b) Professionele programmering: *City Stories Festival*

We gaan jaarlijks met partners het tweedaagse *City Stories Festival* organiseren, waar dagelijks circa dertig “gewone, bijzondere” ontmoetingen tussen Rotterdammers (nieuw en bestaand publiek), op kleinschalige wijze worden gerealiseerd.

- *Samenwerkingspartners:*

Verhalenhuys Belvédère en het Rotterdams Wijktheater. Naar samenwerkingspartners in de dienstensector en het bedrijfsleven wordt gezocht.

- *Krachtenveld:*

Verteltheater/monologen mag zich verheugen in een toenemende populariteit bij zowel bestaand als nieuw publiek. Dat nieuwe publiek werkt zelf (eenmalig of meermalig) mee aan de totstandkoming en uitvoering van die verhalen. Er zijn veel lokale initiatieven van amateurs en semiprofessionals op dit gebied. Dit project wordt van hoge kwaliteit gezien de bewezen successen op dit gebied van de individuele samenwerkingspartners.

c) Professionele programmering: *Peuterfestival*

Als sinds 2013 werkt Theater Zuidplein samen met Bibliotheek Rotterdam aan het jaarlijkse Peuterfestival waarbij in beide locaties in dezelfde periode een keur aan peutertheater (leeftijd 2-4) wordt getoond inclusief diverse educatieve workshops. Dit succesvolle festival zal in 2017-2020 worden gecontinueerd en trekt met name via samenwerking met kinderopvang veel nieuw publiek in de leeftijd 2-4 jaar. Maar ook zien we steeds meer (recent) nieuw publiek met hun kinderen naar dit festival komen (herhalingsbezoek).

- *Samenwerkingspartners:* Bibliotheek Rotterdam

- *Krachtenveld:* er is in Rotterdam geen ander Peuterfestival.

De samenwerking tussen Bibliotheek Rotterdam en Theater Zuidplein zal, als we eenmaal beide in Pand-Z gevestigd zijn, verder toenemen (voor een uitgebreide toelichting zie bijlage 5, blz. 55).

We werken in 2017-2020 met nog meer partners tijdens verschillende professionele projecten samen. In Rotterdam gaat het o.a. om: Museum Rotterdam, Ken Theater, International Comedy Festival en het Rotterdams kunstvakonderwijs. Voor een compleet overzicht en de onderlinge taakverdeling, zie bijlage 5.

d) Gastprogrammering: aanbod (professioneel, semiprofessioneel en amateur) dat wordt aangedragen door ons publiek en/of inwoners in de regio Rijnmond

Het gaat daarbij om aanbod dat (nog) niet bekend is bij onze programmeurs maar dat wel is bij specifieke nieuwe publieksdoelgroepen van substantiële omvang in Rotterdam. Dit aanbod (afkomstig uit binnen- en buitenland) leert veelal van onze professionele theater technische begeleiding en professionaliseert daardoor hun aanbod. Ons huidige succesvolle beleid zetten we voort en breiden we in 2017-2020 iets uit.

- *Samenwerkingspartners:*

Alle initiatiefnemers op gebied van theater, zowel particulieren, verenigingen en stichtingen die voorstellingen realiseren (als tussenpersoon/impresario of als producent) die aansluiten bij ons programmerings-/bezoekersprofiel.

- *Krachtenveld:*

Er is een licht toenemend aantal collega instellingen actief op deze markt. Of dit structurele concurrenten worden is nog even de vraag, want het begeleiden van dit (met name semiprofessionele en amateur) aanbod en het daarbij horende publiek vereist zeer veel flexibiliteit en servicegerichtheid van een theaterorganisatie. We wachten deze ontwikkeling overigens niet af en plegen 'new business'.

Voor meer verdieping zie bijlage 6, blz. 66.

e) Gastprogrammering: presentaties van talenten in regio Rotterdam/Rijnmond

Theater Zuidplein is en blijft een plek waar veel dans, muziek, theatertalenten (amateurs en professionals in opleiding) hun eerste schreden op een professioneel podium zetten via een opleidingsinstituut. Vaak gaat het om een jaarlijkse eindpresentatie, maar er vinden ook workshops plaats. Dit succesvolle beleid uit de voorgaande jaren zal eveneens worden gecontinueerd.

In 2017-2020 wordt tevens een nieuwe, meerjarige samenwerking op dit gebied aangegaan met SKVR Taalmakers (voor inhoudelijke toelichting zie bijlage 7, blz. 64).

- *Samenwerkingspartners:*

Zie Bijlage 7 voor een overzicht van de samenwerkingspartners.

- *Krachtenveld:*

Er zijn meer plekken in Rotterdam waar dergelijke presentaties plaatsvinden. De meer professionele opererende scholen/instellingen op Rotterdam-Zuid kiezen vooral voor Theater Zuidplein.

f) Overige programmering: Theater Zuidplein als theater-intermediair in het Hart van Zuid (projectontwikkeling in het gebied Ahoy/Theater Zuidplein/Ikazia Ziekenhuis)

Wij worden initiator van niet theater gebonden voorstellingen/evenementen in het Hart van Zuid dat jaarlijks zo'n 12 miljoen bezoekers ontvangt, waaronder veel nieuw publiek. Theater Zuidplein gaat i.s.m. Lab-Z, de Utrechtse Hogeschool voor de Kunsten, Codarts en samenwerkingspartners in het Hart van Zuid jaarlijks zorgen voor een aantal theaterevenementen in dit gebied. Dit om de leefbaarheid en verblijfsduur in het gebied

te optimaliseren tijdens de projectontwikkeling (bouwperiode) de aankomende 10 jaar én om nieuw publiek te interesseren voor theater. Uiteraard zullen deze bezoekers ook gestimuleerd worden een bezoek aan Theater Zuidplein te brengen.

- *Samenwerkingspartners:*

Naast hierboven genoemde kunstvakinstellingen ook alle bedrijven/instellingen in het Hart van Zuid.

- *Krachtenveld:*

Binnen het Hart van Zuid is ook Ahoy gevestigd. Theater Zuidplein en Ahoy zijn en blijven in gesprek over samenwerking en de ontwikkelingen in het Hart van Zuid.

## **2. Lab-Z.**

Lab-Z, onderdeel van Theater Zuidplein, is een leer/werkplaats voor talentontwikkeling en richt zich op zowel talenttoestroming en doorstroming. We maken binnen de leer/werkplaats onderscheid in deelnemers die kiezen voor ervaringen Achter de schermen en Voor de schermen. Voor een deel van de deelnemers aan Lab-Z geldt dat theater voor hen niet vanzelfsprekend is. Een traject van Lab-Z werd in de vorige kunstenplanperiodes al uitgevoerd door Theater Zuidplein of Rotterdamse samenwerkingspartners. Zij worden in 2017-2020 onder de vlag Lab-Z uitgevoerd. De andere trajecten zijn nieuw in 2017-2020. Het jaar 2017 zal vooral staan in het teken van het opstarten van de organisatie en de diverse trajecten binnen Lab-Z, de te verwachte output is in dat jaar dan ook gering. Vanaf 2018, zullen bij continuïteit van de beschikbare financiële middelen, alle trajecten zijn opgestart en voor output zorgen.

Primaire doelstellingen:

1. Nieuwe bezoekers bereiken voor wie kunst en cultuur ongebruikelijk is. En daarmee de drempel tot theaterbezoek verlagen.
2. Nieuwe makers opleiden die in co-creatie volgens de Zuidplein methodiek voorstellingen maken met en voor de doelgroep, die te weinig identificatie heeft met het huidige aanbod d.m.v. talenttoestroming en doorstroming naar het allerhoogste niveau.
3. Door de samenwerking met verschillende kunst vakopleidingen de werkwijze co-creatie onderdeel maken van het curriculum van deze onderwijsinstellingen.
4. Scholingskansen, door het aanbieden van stageplaatsen binnen alle afdelingen van het theater.
5. Onderzoek doen naar en het debat stimuleren over het begrip en de betekenis van "kwaliteit" in de kunst- en cultuurwereld, zodat de sector nieuw aanbod voor nieuw publiek op de juiste waarde kan gaan schatten.

Gelet op bovenstaande uitgangspunten zal de realisatie van Lab-Z hoofdzakelijk plaatsvinden op de locatie van Theater Zuidplein en/of in het Hart van Zuid.

### a. Achter de Schermen

Studenten aan het (V)MBO (voor een deel van hen is theaterbezoek van huis uit niet vanzelfsprekend), HBO of Universiteit melden zich zelf aan bij Theater Zuidplein of worden daarbij geholpen door hun opleidingsinstituut. De studenten lopen stage of studeren af op alle afdelingen van Theater Zuidplein: facilitaire zaken, horeca, publieksservice, marketing, evenementenorganisatie, producent, financiën, theatertechniek, receptie en directiesecretariaat.

Dit succesvolle onderdeel van Lab-Z bestaat al sinds 2007 en wordt gecontinueerd.

b. Voor de Schermen

Hier maken jongeren, kennis met diverse facetten van theater en/of kunnen doorgroeien naar het semiprofessionele circuit en/of het kunstvakonderwijs. Met hen worden *in co-creatie volgens de Zuidpleinmethodiek* enkele multidisciplinaire theaterproducties gemaakt. De deelnemers worden door ons gescout via samenwerking met diverse organisaties/instellingen.

Lab-Z ontvangt binnen deze trajecten bovendien studenten van het kunstvakonderwijs uit Rotterdam, Amsterdam en Utrecht om hen kennis te laten maken en leer/werkervaring op te laten doen met de methodiek *in co-creatie*. Deze studenten worden gescout door o.a. de docenten op het kunstvakonderwijs.

De artistiek inhoudelijk doelstellingen van Lab-Z Voor de Schermen zijn:

- Talenttoestroming en talentdoorstroming naar het allerhoogste niveau;
- Meer jongeren, voor wie theaterbezoek niet vanzelfsprekend is, interesseren voor het kunst(vak)onderwijs (richting theater/cabaret), zodat er op termijn meer autonome theatermakers die een afspiegeling zijn van de demografische samenstelling van Nederland voorstellingen maken (en daarmee ook voor nieuw publiek);
- Meer studenten kunstvakonderwijs op artistiek hoog niveau kennis laten maken en ervaring op laten doen met de methodiek *in co-creatie*, zodat er op termijn meer makers zijn die via deze methodiek nieuw publiek naar het theater kunnen halen;
- Jongeren (voor wie theaterbezoek van huis uit niet vanzelfsprekend was) die als cabaretamateur of semiprofessional al enige of meer ervaring hebben met het genre cabaret begeleiden naar het professionele cabaretcircuit, zodat ook dat circuit een afspiegeling wordt van de demografische samenstelling van Nederland;
- Onderzoek doen en debat stimuleren over het begrip “kwaliteit” in de kunst en cultuurwereld (sector breed), zodat de sector nieuw aanbod voor nieuw publiek op waarde weet te schatten.

Landelijke samenwerking

Lab-Z Voor de Schermen wordt in 2017-2020 een landelijke samenwerking van diverse partners uit de kunst en cultuur sector (fondsen, kunst(vak)onderwijs, theatermakers, podia etc.). Diverse manieren om op termijn nieuw publiek te bereiken worden hierin uitgezet, geëvalueerd en met samenwerkingspartners en vakgenoten besproken en teruggekoppeld. Zo kunnen vakgenoten ervaring opdoen met het bereiken van nieuw publiek middels workshops *in co-creatie volgens de Zuidplein methodiek* en ook wordt de mogelijkheid onderzocht van een periodiek terugkerende landelijke vakbijeenkomst over het begrip “kwaliteit”. De faculteit Humanities en Economics & Business van de Erasmus University College is voornemens via een 4-jarig promotieonderzoek de outcome van de activiteiten binnen Lab-Z jaarlijks te monitoren.

De opzet van landelijke samenwerking ziet er als volgt uit:

- Studenten aan het kunstvakonderwijs (stagiairs en afstudeerders) gaan onder leiding van professionals kennis maken met en ervaring opdoen met het maken van theaterpresentaties en theaterproducties *in co-creatie* met nieuw publiek.
- Dat nieuwe publiek bestaat uit jongeren/jong volwassenen (deelnemers Lab-Z) tussen 15 en 30 jaar uit (de regio) Rotterdam voor wie theaterbezoek niet vanzelfsprekend is;
- Deze deelnemers kunnen met de opgedane ervaringen geïnteresseerd raken in een opleiding aan het kunstvakonderwijs. Iets wat ze meestal van huis uit niet

mekrijgen. Vervolgens worden kennismakingen tussen getalenteerde jongeren en het kunstvakonderwijs gerealiseerd;

- Deze deelnemers kunnen met de opgedane ervaringen doorgroeien naar andere talentontwikkelingstrajecten in Rotterdam. Speciale kennismakingen tussen deze jongeren met deze (Rotterdamse) instellingen worden vervolgens ook gerealiseerd;
- Workshop *in co-creatie volgens de Zuidpleinmethodiek* voor vak/branchegenoten om kennis te maken met deze methodiek en de mogelijkheid van een periodiek terugkerende landelijke vak bijeenkomst wordt onderzocht
- Professionals (net afgestudeerd of meer ervaren) krijgen de kans om binnen de *Productieplaats van Theater Zuidplein* theaterpresentaties en theaterproducties voor nieuw (volwassen) publiek te maken. E.e.a. geschiedt in de methodiek *in co-creatie*;
- De allerbeste talenten maken kans om met hun voorstellingen direct opgenomen te worden in de reguliere professionele programmering van *Theater Zuidplein*;
- Het meest uitmuntende talent loopt de kans uitgenodigd te worden om een professionele *in co-creatie* productie in *Stage-Z* te maken die landelijk gaat toeren.

#### Artistiek team

Om de output van Lab-Z artistiek inhoudelijk op een zeer hoog niveau te krijgen en te houden wordt een creatief team aangesteld dat alle trajecten op methodiek en outcome beoordeelt en de onderlinge samenhang van de trajecten monitort, maar ook talenten waar gewenst en mogelijk tijdig laat doorstromen naar een volgend traject.

De navolgende professionals op gebied van intercultureel theater vormen gezamenlijk het creatieve team van Lab-Z: Elike Roovers, regisseur/docent en Katja Hieminga, dramaturg/docent (CV's zie bijlage 8, blz. 67).

- Voor samenwerkingspartners alsmede meer informatie over de werkwijze en outcome van Lab-Z zie hoofdstuk 1.6 Talentontwikkeling blz. 25.
- *Krachtenveld*

Het betreft hier een landelijke unieke samenwerking door partners uit de hele sector.

### **3. Stage-Z.**

Stage-Z maakt in 2017-2020 in opdracht van Theater Zuidplein jaarlijks minimaal één theaterproductie van zeer hoog artistiek niveau over een actueel maatschappelijk thema *in co-creatie volgens de Zuidpleinmethodiek* met nieuw (jong)volwassen publiek voor het reguliere theatercircuit in Nederland en Vlaanderen (middelgrote zalen 250-450 stoelen). Deze productie is niet alleen voor nieuw publiek maar ook voor het meer gevorderd theaterpubliek interessant. Een niet te onderschatten nevendoeel is de interactie van het publiek onderling. Deze professionele voorstellingen hebben niet de uitstraling van "wijktheater door buurtgenoten" of "theater met een sociale opdracht". Dit omdat programmeurs van professionele theaters op dit moment (nog) geen belangstelling hebben voor dergelijk aanbod (zoals toegelicht in bijlage 3). Alleen kunstenaars die oprechte belangstelling hebben voor nieuw publiek en hun hoge kwaliteit bewezen hebben, komen in aanmerking voor het maken van een productie in Stage-Z. Stage-Z heeft geen structurele subsidie en is dus afhankelijk van projectsubsidies, alleen bij voldoende financiering kan jaarlijks een productie gemaakt worden.

- *Samenwerkingspartners:*

We gaan in de planperiode 2017-2020 werken met: Lucas de Man -

[www.stichtingnieuwehelden.nl](http://www.stichtingnieuwehelden.nl) en: Elike Roovers-[www.theaterdegasten.nl](http://www.theaterdegasten.nl). Gesprekken met andere makers zijn nog gaande. De thematiek per voorstelling wordt bepaald door de

maatschappelijke issues die op dat moment leven onder de doelgroep waarmee we de voorstelling *in co-creatie* gaan maken.

- *Krachtenveld:*

Er zijn nog maar weinig theatermakers in Nederland die vanuit oprechte belangstelling voor nieuw publiek in staat zijn professionele en toonaangevende voorstellingen te maken van hoog artistiek niveau.

Ten opzichte van andere producenten die producties *in co-creatie* maken hebben wij een belangrijke pré. Wij zijn bereid onze uitgebreide ervaring met nieuw publiek te delen met theaters die de voorstelling afnemen en informeren hen over de andere (artistieke en marketing) keuzes die nodig zijn om het publiek terug te laten komen.

In de planperiode 2021-2024 verwachten wij meerdere producties per jaar te kunnen maken binnen Stage-Z, omdat er tegen die tijd meer studenten en docenten/theatermakers binnen Lab-Z leer/werkervaring hebben opgedaan met de methodiek *in co-creatie* en daardoor zelf producties voor nieuw publiek zijn/willen gaan maken.

## Zakelijke strategie Theater Zuidplein, Lab-Z en Stage-Z

### 1. Meer samenwerken met andere vakgenoten en gezamenlijk nieuw aanbod voor nieuwe doelgroepen produceren.

Voorstellingen van Stage-Z en Lab-Z gaan wij, waar mogelijk, met meerdere vakgenoten produceren. Elke partner doet een eigen bijdrage aan het geheel van kosten. Dit maakt de zoektocht naar additionele financiering iets eenvoudiger. Bovendien kan door samenwerking met meerdere partners in sommige gevallen het aantal speelplekken vergroot worden vanwege aanvullende netwerken en kan het netwerk/achterban van de stakeholder ook gebruikt worden om het nieuwe publiek te bereiken.

- *Samenwerkingspartners:*

Andere theaterproducenten/gezelschappen/instellingen die ook de methodiek van *in co-creatie* hanteren, dan wel podia die een kans bieden aan autonome multiculturele theatermakers met een nieuw publiek (o.a. De Meervaart, Podium Mozaiek, Zuidelijk Toneel, Nieuwe Helden, SKVR, RWT).

- *Krachtenveld:*

Het RWT maakt professionele producties voor nieuw publiek maar richt zich steeds meer op grote locatietheater en kleinschalige (huiskamer) optredens in Rotterdam, terwijl Stage-Z zich richt op landelijke podia en Lab-Z zich richt op het Hart van Zuid.

### 2. Bij de ontwikkeling van nieuw aanbod/nieuwe evenementen samen werken/in opdracht werken van bedrijfsleven en/of dienstensector.

Bij de producties van Stage-Z en Lab-Z gaan we niet alleen uit van werken *in co-creatie volgens de Zuidpleinmethodiek* met een doelgroep van substantiële omvang (minimaal 15.000 inwoners in Rotterdam), maar we gaan ook gesprekken aan met zakelijke partners die direct belang hebben bij de doelgroep of het gebied, de locatie waarin de voorstelling wordt gespeeld. Zij worden medefinancier van deze producties en/of zij nemen een substantieel aantal voorstellingen af. Dit om te zorgen voor een groter draagvlak en meer externe financiering. Hiermee stijgt de kans op aanvullende financiering door fondsen. Bovendien kan hun netwerk zorgen voor nieuw publiek.

- *Samenwerkingspartners:*

Instellingen/bedrijven in het bedrijfsleven en de dienstensector: gericht op dezelfde doelgroep als het beoogde nieuwe publiek, instellingen voor onderwijs, zorg, veiligheid, jongeren, migratie, geloofsovertuigingen, media, etc. Op dit moment zijn die partners nog niet bekend, omdat de producties nog niet gemaakt worden. De thematiek wordt immers

pas bepaald na vooronderzoek onder de doelgroep/nieuw publiek waarmee de voorstelling *in co-creatie* wordt gemaakt.

- *Krachtenveld:*

Op dit gebied zal meer concurrentie optreden van vakgenoten die ook op deze manier nieuwe projecten zullen gaan financieren. Maar de omvang van onze doelgroepen is groot (demografisch) en daarmee aantrekkelijk voor samenwerkingspartners.

### **3. Meer inkomsten genereren door het aanbieden van (extra) diensten in ons huidige pand**

- Extra en nieuwe horeca-arrangementen;
- Meer (toekomstige) commerciële (herhalings-)verhuringen;
- Vergoeding vragen voor optredens in de openbare ruimte/het Hart van Zuid;
- (Onderzoek naar) videoregistraties maken van uniek theateraanbod.

Voor verdieping zie bijlage 9, blz. 69.

### **4. Meer inkomsten genereren in ons nieuwe pand in het Hart van Zuid (vanaf 2020).**

Wij gaan vanaf 2020, als we gevestigd zijn in ons nieuwe pand in het Hart van Zuid, meer eigen inkomsten genereren door extra verhuur-, bar- en een foodcourtomzet in de centrale hal van ons nieuwe pand. Eten en drinken op elk moment van de dag is tegenwoordig heel normaal. Niet in de zin van “lang en duur tafelen” maar wel “even snel iets lekkers en betaalbaar eten”. Wij gaan binnen het nieuwe pand hierop inspelen door een foodcourt op te nemen met daarin max. 10 stands waar verschillende wereldkeukens vertegenwoordigd worden. Er is heel bewust gekozen voor een foodcourt, omdat dit een hoger rendement en minder risico met zich mee brengt dan de exploitatie van een restaurant. De centrale hal van dat pand wordt een zogenaamde *A third place* met een geheel eigen en unieke positionering waaronder naast food & beverage ook aandacht voor tentoonstellingen en optredens van aanstormende podiumtalenten en debat. Voor een gedetailleerde beschrijving zie bijlage 10, blz. 70. Waar ook meer informatie te vinden is over samenwerkingspartners en krachtenveld. De activiteiten worden t.z.t. overigens in een aparte entiteit ondergebracht om aan te tonen dat subsidiegelden niet worden aangewend voor commerciële doeleinden. (zie verder het hoofdstuk 5. Bedrijfsvoering).

### **5. Voorbereidende activiteiten in 2017-2020 met het oog op financiering periode 2021-2024:**

We gaan in 2017-2020 deskresearch doen, relaties leggen en onderhouden met bedrijven en instellingen in de tertiaire en quataire sector die in de periode 2021-2024 moeten gaan zorgen voor nog meer additionele externe financiering. Het gaat om partners die direct of mede belanghebbend zijn bij onze (innovatieve) activiteiten en/of ons nieuwe publiek. We laten ons daarbij adviseren door Cultuur+Ondernemen. In bijlage 11, blz. 72 beschrijven we gedetailleerd de vier terreinen waar we ons op gaan begeven:

- meer inkomsten via direct belanghebbenden;
- via mede belanghebbenden;
- mecenaat multiculturele/interculturele ondernemers;
- de BIS en Europese subsidies

## **2. PRESTATIES (terugblik en vooruitblik)**

### **2.1 Terugblik**

#### **Dit ging goed**

##### **1. Theater Zuidplein: bezoekersaantallen en aantallen presentaties.**

We kijken met grote tevredenheid terug op zowel het aantal producties als de bezoekersaantallen. We hebben alle prestaties gehaald. We gaan dit continueren in 2017-2019, 2020 wordt het jaar van de verhuizing en een tijdelijke sluiting i.v.m. die verhuizing, daarna wordt groei verwacht in het nieuwe pand vanaf 2021.

##### **2. Stage-Z: Hijabi Monologen Nederland.**

We zijn trots op de prestaties van Stage-Z: ons huisgezelschap waarmee we in 2014-2015 onze eerste landelijk toerende en erg succesvolle theaterproductie *Hijabi Monologen Nederland* geheel met projectsubsidies en een forse eigen bijdrage hebben gerealiseerd. We willen onze activiteiten in Stage-Z continueren in 2017-2020 en de jaren er na uitbreiden, omdat er behoefte is aan aanbod waartoe nieuw publiek zich kan verhouden.

##### **3. Leer/werkbedrijf Theater Zuidplein**

We zijn blij jaarlijks zestig stagiairs voor enkele maanden leer/werkervaring op te laten doen in functies Achter de Schermen. Zij zijn immers de decisionmakers van morgen. Wij gaan deze activiteiten in 2017-2020 uitbreiden met functies Voor de Schermen. Om op die manier nog meer jongeren ervaring op laten doen met de 21st Century Skills (creativiteit, kritisch denken, burgerschap, samenwerken, communicatie, ict- en media geletterdheid, ondernemerschap en productiviteit) én theater (maken).

##### **4. Overig/Ontwikkelen nieuwe pand.**

We werden bovendien enorm geïnspireerd door de vooruitzichten op een nieuw theaterpand in het Hart van Zuid. En over de rol die de gemeente ons als huurder van dat nieuwe pand toestond tijdens het opstellen van het programma van eisen, het realiseren van het voorlopige ontwerp en het definitieve ontwerp.

#### **Dit viel tegen**

##### **1. Additionele inkomsten uit bedrijfsleven**

We benaderden de afgelopen jaren voornamelijk Rotterdamse bedrijven voor sponsoring. We deden dat middels oriënterende gesprekken en via onze eigen Business TalkZ bijeenkomsten. Het merendeel van de benaderde bedrijven vond ons als maatschappelijk en cultureel ondernemer erg interessant, maar onze doelgroepen pasten meestal niet binnen hun eigen marketingstrategie. We benaderden ook (grote) maatschappelijk verantwoorde ondernemers. Dat zijn wij immers ook. Maar ook daar sloten onze projecten rond talentontwikkeling of innovatie niet aan bij hun MVO-doelstellingen. Toch hebben we een aantal leveranciers bereid gevonden financieel partner met ons te worden. De tijdsinvestering om voorgaande te realiseren weegt echter niet op tegen de bedragen die zij financieel doneren. Dat is de reden dat wij ons beleid voor het genereren van additionele financiering in 2017-2020 en 2021-2024 fors gaan wijzigen.



## **2. Fondsenbijdragen**

Ook de werving van additionele financiering bij private fondsen voor voorstellingen of projecten binnen Theater Zuidplein en Stage-Z was lastig. Onze manier van *in co-creatie* werken paste regelmatig niet binnen bestaand fondsenbeleid. Het feit dat onze methodiek met zich mee brengt dat wij tijdens de subsidieaanvraag nog niet exact weten welk thema op welke manier artistiek inhoudelijk uitgewerkt gaat worden en hoe de voorstelling er uit komt te zien (immers wij ontwikkelen de voorstelling/het thema op basis van gelijkwaardigheid met het nieuwe publiek dat we willen bereiken) bleek regelmatig het struikelblok. Maar toch is het bij de productie *Hijabi Monologen Nederland*, wel gelukt. Maar de tijdsinvestering was vele malen hoger dan de bedragen die hiervoor in de begroting opgenomen stonden. Met het oog op 2017-2020 hebben we in 2014 en 2015 daarom de grote cultuurfondsen nauwer betrokken bij onze innovatieve plannen voor de toekomst. Hierdoor denken ze nu inhoudelijk en actief mee over speciale regelingen/mogelijkheden onze projecten wel mede via hen te laten financieren op projectbasis in 2017-2020.

## **3. Tijdsinvestering nieuwbouw**

De begeleiding van de nieuwbouw van ons nieuwe theaterpand vergt veel tijd van onze medewerkers en verschillende adviseurs. Dit kost geld. Dankzij de goede financiële resultaten van de afgelopen jaren hebben wij dat kunnen financieren. Maar mocht een volgend jaar minder succesvol verlopen dan zullen wij hiervoor ons eigen vermogen moeten gaan aanspreken.

## **2.2 Vooruitblik**

Voor de kunstenplanperiode 2017-2020 ontvangen wij van de Gemeente Rotterdam een hogere subsidie, echter deze is niet toereikend om alle plannen zoals beschreven in dit plan versie *januari 2016* uit te kunnen voeren.

We kiezen daarom voor continuïteit als het gaat om de prestatiefunctie van Theater Zuidplein, het aantal bezoekers blijft gehandhaafd op minimaal het gemiddelde van de voorliggende periode. Een bescheiden groei van de presentatiefunctie is mogelijk indien Lab-Z succesvol wordt. Lab-Z het talentontwikkelingstraject zal de komende planperiode inhoudelijk grotendeels overeind blijven, echter met een latere start en een lagere output.

Stage-Z zal de komende planperiode voor haar activiteiten afhankelijk blijven van projectsubsidies. Zoals in bijlage 3 gemeld is dat niet eenvoudig, gezien het innovatieve karakter van de producties, terwijl het welslagen van het totale artistieke beleid 2017-2020 wel onlosmakelijk verbonden is met Stage-Z. Vandaar dat wij een gecombineerd prestatieraster invullen in hoofdstuk 3. Prestatierasters blz. 33.

## **Aantal producties, presentaties en bezoekersaantallen**

We gaan in 2017-2020 door met het huidige programmeringsbeleid én we gaan meer eigen producties, evenementen en festivals *in co-creatie* met nieuw publiek maken. Een aantal van deze presentaties en producties zal in Rotterdam op meerdere plekken (zowel podia als niet-theaterlocaties) te zien zijn.

Stage-Z gaat jaarlijks minimaal één productie realiseren, eveneens *in co-creatie* met nieuw publiek, die landelijk langs professionele middelgrote podia gaat toeren (waaronder Theater Zuidplein). Mits voldoende projectsubsidie beschikbaar is.

Het hierboven genoemde aanbod zorgt voor nieuw publiek en is ook interessant als herhalingsaanbod voor beginnend of gevorderd bestaand publiek.

Bovenstaande betekent dat we in 2017, 2018 en 2019 uitgaan van gemiddeld minimaal hetzelfde aantal bezoekers als in de voorliggende periode van gemiddeld minimaal 80.000 bezoekers en 267 voorstellingen. In overleg met onze subsidient; de Gemeente Rotterdam, afdeling cultuur is afgesproken dat het aantal bezoekers leidend is, boven het aantal voorstellingen.

In 2020, waarin de verhuizing naar Pand-Z staat gepland, is naar verwachting de output 12% lager, daardoor wordt over de gehele planperiode 2017-2020 78.000 bezoekers verwacht met 260 voorstellingen.

Voor 2021-2024 en de periode daarna verwachten we een groeiontwikkeling, gezien de gekozen methodieken en de verhuizing naar het nieuwe pand.

## 1. Theaterprogrammering

### Voorliggende periode

Prestaties <i>afrekenbaar</i>	realisatie 2016	realisatie 2015	realisatie 2014	realisatie 2013	realisatie 2012	gemiddelde 2012-2016	gemiddelde 2012-2016*
Aantal presentaties (Theater Zuidplein)	281	281	296	288	296	288	287
Aantal bezoekers / deelnemers	81.999	78.601	92.037	84.910	77.115	82.932	80.656
Aantal producties (Stage-Z)			1			0,2	
Aantal presentaties (Stage-Z)		4	13			3,4	
Aantal bezoekers (Stage-Z)		355	1.940			459	

2012-2016\*, dit is het gemiddelde over de genoemde periode met uitzondering van 2014, in dit jaar waren eenmalige grote series commerciële voorstellingen, waardoor dit jaar niet representatief is qua bezoekersaantallen.

Er zijn alleen prestaties gerealiseerd bij Stage-Z in de jaren 2014 & 2015. De aantallen bij het gemiddelde in de voorliggende periode, zijn de aantallen van de productie; Hijabi Monologen Nederland, de enige productie in die periode.

### MJ-plan periode 2017-2020

Prestaties <i>afrekenbaar</i>	MJ-plan gemiddeld per jaar 2017-2020	in Rotterdam 2017-2020	MJ-plan 2017-2019	gemiddelde 2012-2016	gemiddelde 2012-2016*
Aantal presentaties (Theater Zuidplein)	260	260	267	288	287
Aantal bezoekers / deelnemers	78.000	78.000	80.000	82.932	80.656
Aantal producties (Stage-Z)	1	1		0,2	
Aantal presentaties (Stage-Z)	40	40	-	3,4	
Aantal bezoekers (Stage-Z)	10.000	10.000	-	459	

Bovenstaande output gaat uit van een minimum, indien Lab-Z succesvol wordt kunnen het aantal voorstellingen en bezoekers met 5-7% per jaar toenemen tot een gemiddelde van 85.000 bezoekers per jaar vanaf 2018.

Prestaties per jaar 2017 t/m 2020	gemiddelde per jaar 2012-2016*	2017	2018	2019	2020	MJ-plan gemid 2017-2020/jaar	MJ-plan gemid 2017-2019/jaar
Aantal voorstellingen (Theater Zuidplein)	287	262	267	272	239	260	267
Aantal bezoekers / deelnemers	80.656	78.000	80.000	82.000	72.000	78.000	80.000
Toename voorstellingen per jaar			2%	2%	-12%		
Toename bezoekers per jaar			3%	3%	-12%		
Aantal producties (Stage-Z)	0,2	1	1	1	1	1	1
Aantal voorstellingen (Stage-Z)	3,4	40	40	40	40	40	40
Aantal bezoekers (Stage-Z)	459	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000

In de periode 2017-2019 wordt een toename van het aantal voorstellingen verwacht van gemiddeld 2% per jaar en een toename van 3% bij het aantal bezoekers. In 2020 neemt het aanbod eenmalig af met 12% i.v.m. de verhuizing naar de nieuwe locatie. De verwachting is dat het theater dan 3 maanden gesloten is voor verhuizing en inrichting.

Een toename vanaf 2018 van 5-7% van de bezoekersaantallen bovenop de hier gepresenteerde aantallen wordt voorzien, indien de voorstellingen welke binnen de talentontwikkelingstrajecten van Lab-Z worden ontwikkeld succesvol blijken te zijn. Buiten het presenteren van deze voorstellingen in Theater Zuidplein wordt een deel op diverse locaties daarvan in Rotterdam gepresenteerd. Zie gedetailleerde informatie de tabel Talentontwikkeling op blz. 17.

Voor de planperiode 2017-2020, wordt elk jaar binnen Stage-Z 1 productie met 40 voorstellingen en 10.000 bezoekers gerealiseerd, mits voldoende project subsidies gerealiseerd kunnen worden.

### Vooruitblik na 2020

Prestaties vooruitblik	gemiddelde	MJ-plan	MJ-plan	MJ-plan
	per jaar 2012-2016*	2017-2019	2021-2024	2025-2028
Aantal presentaties (Theater Zuidplein)	287	267	300	300
Aantal bezoekers / deelnemers	80.656	80.000	85.000	90.000
Verskil presentaties t.o.v. 2012-2016*			5%	5%
Verskil bezoekers t.o.v. 2012-2016*			5%	12%
Aantal producties (Stage-Z)	0,2	1	2	3
Aantal presentaties (Stage-Z)	3,4	40	80	120
Aantal bezoekers (Stage-Z)	459	10.000	20.000	30.000

Vanaf 2021, op de nieuwe locatie worden minimaal 300 voorstellingen voorzien, dit is exclusief de voorstellingen buiten het eigen pand en voornamelijk in Rotterdam, dit is een toename van 12% t.o.v. de voorliggende periode. Het aantal bezoekers neemt toe tot 85.000, een toename van 5% t.o.v. de voorliggende periode, de toename is vooral voorzien in de kleine zaal, podium café en op buiten locaties in het gebied Hart van Zuid, de capaciteit is op deze locaties lager. Indien Lab-Z succesvol wordt kunnen de bezoekersaantallen verder toenemen naar 90.000 bezoekers.

In Pand-Z, mede door gerealiseerd nieuw aanbod, wordt verwacht dat bezoekersaantallen verder kunnen groeien, oplopend tot 90.000 bezoekers, 12,5% meer in planperiode 2025-2028 t.o.v. de voorliggende periode. Indien Lab-Z succesvol wordt kunnen de bezoekersaantallen verder toenemen tot boven de 100.000 bezoekers, een toename van 25%

## 2. Educatie (zie hoofdstuk 1.5, blz. 22)

Educatie van jeugd en jongeren is voor de stad van groot belang. We blijven daarom in 2017-2020 veel educatie aanbieden in samenwerking met diverse partners:

Educatie	realisatie 2015		MJ-plan 2017-2020		verschil plan	
	Primair Onderwijs	Voortgezet Onderwijs	Primair Onderwijs	Voortgezet Onderwijs	Primair Onderwijs	Voortgezet Onderwijs
deelnemers	5.114	820	6.000	1.000	886	180
contacturen	29	7	35	10	6	3
Buitenschools	jonger dan 25 jr	25 jr en ouder	jonger dan 25 jr	25 jr en ouder	jonger dan 25 jr	25 jr en ouder
deelnemers	2.632	92	2.900	100	268	8
contacturen	85	2	85	2	0	0
Totaal deelnemers educatie	8.658		10.000		1.342	

De educatieve activiteiten in bovenstaande tabel zijn de besloten schoolvoorstellingen inclusief de activiteiten rondom besloten en openbare jeugd- en jongerenvoorstellingen zoals workshops, inleidingen, nagesprekken, rondleidingen en activiteiten voor JINC. Per activiteit

is er gemiddeld 1 contactuur. In 2020 zal ook dit aanbod eenmalig met 12% afnemen i.v.m. de verhuizing.

### 3. Talentontwikkeling (zie hoofdstuk 1.6 blz. 25)

De aantallen talentontwikkeling hoefden in voorgaande jaren niet separaat getoond te worden. Vandaar dat we in onderstaand schema alleen de aantallen voor 2017-2020 opnemen.

Onderstaande uitgangspunten zijn per jaar en gelden voor de gehele periode 2017-2020:

- 26 jonge deelnemers (amateurs) die kennis gaan maken met theater, en 4 studenten kunstvakonderwijs die in de trajecten *Voor de schermen* kennis gaan maken met de methodiek in *co-creatie* en 60 studenten in de trajecten *Achter de schermen*, in totaal 90 deelnemers.
- Indien Lab-Z succesvol wordt kan dit 5.000 -7.500 nieuwe bezoekers extra opleveren.

<b>Trajecten Voor de Schermen:</b>	Workshops als voortraject op Young Stage	Traject 3 Young Stage	Traject 4 stagiairs	Traject 5 Teasers	Traject 6 Productie huis TZ	<b>Totaal</b>
Aantal trajecten per jaar	1	1	1	1	1	5
Aantal deelnemers (totaal)	20	6+1		2	1	30
aantal voorstellingen/presentaties in theater*		1		4	7	12
* waarvan in TZ		1		4	1	6
* waarvan elders in Nederland					6	6
aantal voorstellingen op locatie (Rotterdam)					5	5
aantal voorstellingen op scholen*		122				122
* waarvan in Rotterdam		92				92
aantal workshops op scholen*		214				214
* waarvan in Rotterdam		180				180
<b>Trajecten Achter de Schermen:</b>						
Aantal stagiaires/afstudeerders (v)mbo/hbo						60
Totaal deelnemers voor & achter de schermen						90

## 3. PUBLIEKSBEREIK

### 3.1 Terugblik op dit onderwerp gedurende 2013-2017

#### Profiel huidige bezoekers en huidige methodiek van onderzoek

Vanaf 2006 delen wij ons publiek in naar de volgende kenmerken: woonplaats, achtergrond, leeftijd, opleidingsniveau en inkomen. Wij verkrijgen de gegevens via ons kaartverkoopsysteem en via eigen publieksonderzoek.

Uitkomsten van eigen onderzoek in 2015 lieten zien dat 32% van ons publiek uitsluitend Nederlandse roots en 68% een meervoudige culturele achtergrond heeft. 56% van ons publiek is volwassen, 25% valt in de categorie jeugd en 19% in de categorie jongeren. 43% van ons publiek (waar we NAW-gegevens van hebben) is afkomstig uit Rotterdam en de overige 57% uit het Rijnmondgebied. 75% heeft maximaal MBO-niveau en 25% hoger. Een

deel van onze bezoekers koopt zijn kaarten niet via ons kaartverkoopsysteem maar via gastprogrammeurs. Van deze bezoekers hebben we geen NAW-gegevens, maar we benaderen ze wel voor onderzoek.

## Uitkomsten *Mosaic* onderzoek (2015) en toekomstige methodiek

Theater Zuidplein kent de navolgende primaire doelgroepen. We werken met ingang van september 2015 met het Rotterdams doelgroepenmodel *Mosaic* (zie bijlage 4). De *Mosaic*-regio is overigens kleiner dan het verzorgingsgebied van Theater Zuidplein:

- Stadse Alleseters, Elitaire cultuurminnaars, Klassieke Kunstliefhebbers  
Categorie '*Cultuur als vanzelfsprekend*' = 14% bevolking.  
27,1% van de adressen van bezoekers bekend in ons CRM systeem valt in deze groep.
- Actieve Families en Randstedelijke Gemakzoekers  
Categorie '*Cultuur als optie*' = 28% bevolking  
28% van de adressen van bezoekers bekend in ons CRM systeem valt in deze groep.
- Digitale Kijkers, Kleurrijke knokkers en Modale Cultuurmijders  
Categorie '*Cultuur als ongebruikelijk*' = 49% bevolking.  
40,9% van de adressen van bezoekers bekend in ons CRM systeem valt in deze groep.

### Huidig bereik van Theater Zuidplein (2015)

	Rotterdamse Doelgroepen	%
5.	Stadse alleseters	11,7%
6.	Elitaire cultuurminnaars	9,4%
8.	Klassieke Kunstliefhebbers	6,0%
2.	Actieve Families	14,8%
3.	Randstedelijke Gemakzoekers	13,2%
7.	Digitale Kijkers	8,9%
1.	Kleurrijke Knokkers	20,0%
4.	Modale Cultuurmijders	12,0%
	Niet ingedeelde typen	4,1%
		100,0%

Bron *Mosaic* onderzoek 2015

Rotterdam Festivals publiceerde in 2015 de onderzoeksresultaten van het Rotterdamse *Mosaic* onderzoek en meldde daarbij:

“Groepen met cultuur als optie of als ongebruikelijk zien we in de bezoekersgegevens van Rotterdamse culturele instellingen ook daadwerkelijk minder terug. Het aanbod lijkt met name hoger opgeleiden en welgestelden te bedienen en vertoont bovendien een dalende lijn. Er zijn echter enkele instellingen die er wel in slagen om de andere groepen te bereiken: (...) Ook Baroeg, Zuidplein, Museum Chabot zijn uniek in hun hoge bereik onder deze doelgroepen”.

## Bezoekers boven en onder de Maas

We zien dat het percentage bezoekers van Zuid lager ligt dan dat van boven de Maas. Omdat wij in de periode 2013-2016 de marketingstrategie hebben gehanteerd meer herhalingsbezoek bij nieuw publiek te realiseren, blijft in de dagelijkse praktijk het percentage bezoekers van Zuid achter bij onze wensen. De meeste herhalingsbezoeken van bezoekers komen van boven de Maas, waar een financieel draagkrachtiger publiek woont (bron: <http://www.rotterdam.nl/Clusters/RSO/Document%202013/OBI/Publicaties/13-A-0005.Staat%20van%20Rotterdam%202013.pdf>).

### 3.2 Vooruitblik 2017-2020

#### Theater Zuidplein (huidige pand en nieuwe pand)

##### 1. Doelgroepen, toe en afname

Zoals eerder beschreven is onze primaire doelgroep: personen die cultuur als niet vanzelfsprekend zien.

##### Toe en afname

Onze artistieke strategie 2017-2020 zal leiden tot een nog hoger percentage bezoekers in de categorie *Cultuur als ongebruikelijk* en *Cultuur als optie*. We verwachten daarbij dat als gevolg van ons beleid ook dat de categorie *Cultuur als vanzelfsprekend* iets zal toenemen en dan met name het percentage bij de *Elitaire Cultuurminnaars*. Deze toename vindt plaats als gevolg van het nieuwe aanbod dat wij binnen Stage-Z ontwikkelen.. Wij zullen in onze communicatiestrategie overigens niet actief deze doelgroep werven, maar wij hebben met Stage-Z de ervaring dat deze doelgroepen belangstelling hebben voor vernieuwend aanbod en dat zelf weten te vinden via internet. Eenmaal klant bij ons blijven zij middels e-marketing en social media op de hoogte van ons aanbod, waardoor een deel van hen tot herhalingsbezoek over zal gaan.

##### Bezoekers van Zuid

Wij willen het percentage bezoekers afkomstig van Rotterdam Zuid (in 2014: 38% van Zuid en 62% van boven de Maas) substantieel verhogen. Dit om een breed draagvlak in de gehele stad te behouden voor de activiteiten van Theater Zuidplein. De activiteiten in Lab-Z (waaronder de activiteiten in het Hart van Zuid) en Stage-Z zullen hier aan bijdragen. Maar ook zullen wij nog actiever (mede aan de hand van de *Mosaic* mogelijkheden/postcodegebieden) onze publiekswerving en dan met name de outreach en social media inzetten om dit te realiseren. Maar we moeten ook realistisch zijn. De levensstandaard op Zuid is lager dan boven de Maas. Dit heeft invloed.

##### 2. Frequentie en methodieken van onderzoek.

In 2017-2020 laten wij jaarlijks door een bureau een onderzoek uitvoeren naar de *Mosaic* indeling van onze bezoekers, zodat we resultaten en trends objectief in beeld krijgen. Maar wij zullen ook de door onze organisatie gehanteerde kengetallenmethodiek toepassen om gaandeweg het jaar al trends te ontdekken en zo een vinger aan de pols te houden, opdat bijsturing van beleid waar nodig sneller gerealiseerd kan worden.

##### 3. Marketing- en communicatiestrategie

De reden dat wij (nog steeds) aangemerkt worden als een toonaangevend theater in Nederland en Europa op het gebied van publieksbereik hebben wij eerder uitvoerig toegelicht. Hieronder nog een tweetal belangrijke toevoegingen.

- Communicatiespeerpunten: outreach en social media

Ons marketing- en communicatiebeleid stemmen wij uiteraard af op onze doelgroepen. In de praktijk betekent dit dat wij een enorm gesegmenteerd communicatiebeleid hebben, gericht op de diverse doelgroepen die ook binnen *Mosaic* aangemerkt worden. Binnen die doelgroepen hebben we zelfs subdoelgroepen waargenomen (veelal vanwege culturele achtergrond). Wat echter voor iedereen geldt, ongeacht de doelgroep, is dat het aangaan van persoonlijke relaties (outreach) door onze medewerkers met ambassadeurs/vertegenwoordigers binnen elke subdoelgroep van het allergrootste belang is. Vanzelfsprekend zijn internet en social media van zeer groot belang en is de afgelopen jaren alleen maar toegenomen.

Daarnaast zijn, maar in mindere mate, van belang EM en DM en gedrukte media. Verder biedt ons CRM-systeem kaartkopers aanvullende interessante voorstellingen aan. Een paar dagen voor hun bezoek ontvangen ze een mail met daarin nog de belangrijkste informatie. En na hun bezoek wordt het publiek door ons benaderd voor feedback en bieden we direct aanvullend interessant vervolgaanbod aan. Regelmatige bezoekers krijgen daarnaast aantrekkelijke extra's zodat zij tot herhalingsbezoek blijven overgaan. De prijsstelling van ons aanbod is afgestemd op de financiële draagkracht van onze doelgroepen. Ook zijn kaarten voor onze voorstellingen te koop op vertrouwde plekken voor nieuw publiek (zoals een gebedshuis, een winkel, een vereniging). Om onze vakgenoten en geïnteresseerde instellingen en bedrijven op de hoogte te houden van onze activiteiten, ontwikkelingen en innovatie geven we 10 x per jaar een Corporate Nieuwsbrief uit.

- Medewerkers (betaald en onbetaald) afspiegeling van ons publiek  
Het is van groot belang dat het personeelsbestand, directie en de Raad van Toezicht gezamenlijk een afspiegeling is van de bevolkingssamenstelling van Rotterdam. De studenten in ons leer/werkbedrijf en de vrijwilligers in onze vrijwilligerspool zijn eveneens een afspiegeling van de bevolkingssamenstelling van Rotterdam. Op die manier is er een korte lijn met diverse doelgroepen als het gaat om inhoudelijke aspecten als trends, thema's etc.

## **Nieuwe pand: Theater Zuidplein: *Huiskamer van Zuid* (2020) food & beverage, tentoonstellingen en optredens.**

Zoals eerder gemeld betrekken wij naar verwachting voorjaar 2020 een nieuw pand in het Hart van Zuid. De doelgroepen voor de *Huiskamer van Zuid* zijn omvangrijker dan die voor Theater Zuidplein. Voor een beschrijving van doelgroepen, frequentie en methodieken van onderzoek en marketingstrategie zie bijlage 12, blz. 74.

## **Lab-Z**

### **1. Doelgroepen**

Lab-Z bedient de navolgende doelgroepen:

- Samenwerkingspartners uit de sector kunst en cultuur, studenten kunstvakonderwijs en theatermakers t.b.v. ons nieuwe productiehuis;
- Maar ook jongeren tussen 15-30 jaar uit Charlois/Feijenoord en overig Rotterdam (voor wie theaterbezoek niet vanzelfsprekend is) en nieuw publiek dat op theaterproducties afkomt waartoe zij zich kunnen verhouden;
- Bedrijfsleven en dienstensector in het Hart van Zuid.

Voor een kwantitatief overzicht van jongeren tussen 15-30 jaar in Rotterdam naar wijken zie bijlage 13, blz. 75.

## **2. Frequentie en methodieken van onderzoek**

*Mosaic* helpt ons de wijken te vinden waar de deelnemers voor de trajecten in Lab-Z wonen. We houden persoonlijke en groepsinterviews met deze deelnemers om de inhoud van de voorstelling te kunnen bepalen. We evalueren met de studenten en docenten kunstvakonderwijs over de inhoud van de stage en de afstudeerprojecten. We voeren bij elke presentatie/voorstelling voor publiek onderzoek uit naar hun waardering voor het gebodene. De faculteit Humanities en Economics & Business van de Erasmus University College doet het eerder vermelde promotieonderzoek (mits zij financiering rond krijgen) en we bevragen vakgenoten tijdens bijeenkomsten naar wat hun stimuleert of weerhoudt nieuw publiek te gaan bereiken. En uiteraard evalueren we samenwerkingen met overige partners in het Hart van Zuid. Immers alleen dan kan er een meerjarige samenwerking opgezet worden.

## **3. Marketing en communicatiestrategie**

T.a.v. de samenwerkingspartners wordt persoonlijke verkoop/overleg ingezet. De studenten kunstvakonderwijs worden door het kunstvakonderwijs aangedragen. De theatermakers die producties willen gaan maken in de *Productieplaats van Theater Zuidplein* worden door het kunstvakonderwijs en het creatieve team van Lab-Z benaderd en Theater Zuidplein verspreidt via specifieke sites en social media oproepen voor de auditedagen. De jongeren tussen 15-30 jaar worden via outreach geworven (op basis van *Mosaic* en eigen connecties en in samenwerking met diverse Rotterdamse welzijn/sport/cultuur/onderwijsinstellingen). Het nieuwe publiek wordt voornamelijk via outreach en social media benaderd.

## **Stage-Z**

### **1. Doelgroepen**

De doelgroepen van Stage-Z zijn:

- Nieuw publiek (voor wie theaterbezoek niet vanzelfsprekend is) en bestaand publiek (voor wie theaterbezoek wel vanzelfsprekend is);
- Ambassadeurs/sleutelfiguren binnen de doelgroep waarmee Stage-Z de voorstelling *in co-creatie volgens de Zuidpleinmethodiek* maakt (landelijk);
- Professionele theaters die belangstelling hebben voor maatschappelijk geëngageerd theater (landelijk) en professionele theaters die belangstelling hebben voor aanbod voor nieuw publiek;
- Bedrijven/instellingen die zich richten op maatschappelijke thema's (landelijk) en bedrijven/instellingen die dezelfde doelgroepen hebben als waarmee Stage-Z de voorstelling *in co-creatie* maakt;
- Particuliere en overheidsfondsen (landelijk, regionaal en stedelijk) en vakgenoten.

### **2. Frequentie en methodieken van onderzoek**

Voor de totstandkoming van een productie in Stage-Z wordt veel deskresearch gedaan (omvang doelgroepen, maatschappelijke issues per doelgroepen, belanghebbenden bij de maatschappelijke issues), veelal gevolgd door persoonlijke en groepsinterviews met betrokkenen. Maar ook wordt via deskresearch en persoonlijke gesprekken onderzocht welk bedrijf of instelling direct of mede belanghebbende is bij de doelgroep of het thema. Verder wordt (voordat de voorstelling wordt gemaakt) onderzocht hoeveel en welke podia de voorstelling ongezien willen afnemen. Tijdens de repetitieperiode wordt onderzoek gedaan naar de outreach contacten van alle deelnemers/betrokkenen aan de productie in de speelsteden tijdens de tournee. Tijdens de tournee wordt, na afloop van elk optreden, publieksonderzoek verricht (waardering voorstelling en serviceverlening). Ook wordt



geëvalueerd met het podium (artistiek inhoudelijk, marketingbegeleiding etc.) en de overige samenwerkingspartners.

### **3. Marketing- en communicatiestrategie**

De marketing en communicatiestrategie bestaat vooral uit persoonlijke verkoop van de voorstellingen aan theaters en bedrijven/instellingen. Uiteraard worden daarbij een website en alle sociale media die bijdragen aan de realisatie van het bereiken van bovengenoemde doelgroepen ingezet. En per productie worden flyers, affiches en EM-voorbeelden en persberichten gerealiseerd. Maar het belangrijkste communicatiemiddel blijft persoonlijke verkoop.

## **4. MEERWAARDE IN DE STAD**

### **4.1 Positie en functie in de stedelijke culturele infrastructuur**

#### **Theater Zuidplein**

Zoals eerder beschreven zijn wij landelijk en Europees (nog steeds) voorloper op het gebied van het bereiken van nieuw publiek.

Via onze eigen programmering en gastprogrammering geven we een groot deel van de beschikbare ruimtes aan nieuw en/of uniek theatertalent (professioneel, semiprofessioneel en amateur). Dit maakt ons aanbod uniek ten opzichte van vakgenoten.

Door onze *Zuidpleinmethodiek* en de beschreven activiteiten voor 2017-2020 dragen wij (nog meer) bij aan een krachtiger en meer diverse cultuursector in Rotterdam vanwege een groter en breder groeiend publieksbereik.

#### **Lab-Z**

Lab-Z wordt van 2017-2020 een meerwaarde voor de gehele culturele sector in Nederland, omdat de outcome van deze Rotterdamse (en landelijke samenwerking) gedeeld gaat worden met vakgenoten uit de gehele sector, de wijze waarop is nog in onderzoek.

Ook heeft Lab-Z een meerwaarde voor het kunstvakonderwijs in Nederland omdat Lab-Z, Theater Zuidplein en Stage-Z de plek in Nederland wordt waar (toekomstige) theatermakers met een passie voor nieuw publiek hun kunstenaarschap kunnen testen en tonen tijdens diverse trajecten en in aansluitende trajecten.

Rotterdamse jongeren en jong volwassenen van Zuid (met name Charlois en Feijenoord met theatertalent) profiteren van deze samenwerking vanwege de aansluitende trajecten op weg naar een professionele of amateur carrière. In deze wijken is SKVR inmiddels gestart met SKVR Dichtbij waarbij via diverse activiteiten jongeren worden bereikt die niet vanzelfsprekend met kunsteducatie in contact komen. Theater Zuidplein is voornemens als facilitair partner aan te sluiten bij sommige trajecten van SKVR Dichtbij door de theaterzalen beschikbaar te stellen voor de presentaties van de groepen. Vanaf 2018/2019 zal ook Theater Zuidplein als locatie dienen voor theaterlessen van SKVR Dichtbij. Op deze manier maken die jongeren al kennis met Theater Zuidplein en kunnen wij hen mogelijk verder begeleiden naar de instroom van Lab-Z en vervolgens doorstromen richting (landelijk) kunstvakonderwijs.

## **Stage-Z**

Ons huisgezelschap Stage-Z maakt landelijk toerende producties *in co-creatie* met nieuw publiek voor nieuw en bestaand publiek. Dat maakt dat ook Stage-Z een belangrijke meerwaarde heeft voor de gehele culturele sector in Nederland en daar profiteert Rotterdam qua citymarketing van mee.

## **4.2 Raakvlakken met andere sectoren**

We hebben in dit meerjarenbeleidsplan al meerdere keren melding gemaakt van andere sectoren waarmee we (om financiële of marketingredenen) gaan samen werken. Hieronder daarom alleen een korte samenvatting.

### **Theater Zuidplein**

Als presenterende instelling programmeren we voorstellingen die passen bij onze primaire doelgroepen. Binnen de communicatiestrategie komt het voor dat wij specifieke bedrijven/instellingen/diensten benaderen voor een bezoek aan een bepaalde voorstelling, omdat de inhoud volgens ons aansluit bij die specifieke bedrijven/instellingen en/of semioverheden (m.n. zorg/ouderen, onderwijs, haven, bankwezen).

### **Lab-Z**

Lab-Z realiseert in samenspraak met partners uit het bedrijfsleven in het Hart van Zuid theaterevenementen ten behoeve van bezoekers in het Hart van Zuid.

### **Stage-Z**

Producties van Stage-Z worden in samenspraak met partners uit de tertiaire en quartaire sector gerealiseerd.

## **4.3 Bijdrage aan de gemeentelijke ambities op het gebied van verlevendiging van de binnenstad**

Theater Zuidplein verlevendigt het Hart van Zuid. Volgens de Gemeente Rotterdam doet zij dat in veel mindere mate met de binnenstad van Rotterdam. Theater Zuidplein levert door de samenwerking met een aantal festivals in de binnenstad een inhoudelijke bijdrage: 24 uur cultuur en Djemaa El Fna. Verder werken we mee aan de navolgende festivals op Zuid: Z'uitmarkt, Metropolis, Zuiderparkdagen, Internationaal Comedy Festival en Cameretten.

## **5. CULTUUREDUCATIE**

### **5.1 Doelstelling**

De jeugd en jongeren van vandaag zijn de decisionmakers van morgen. We kunnen ze daarom maar beter de juiste skills meegeven en eigen talenten laten ontdekken om die verantwoordelijkheid te dragen. Theater kan daar een grote bijdrage aan leveren.

Onze doelstellingen:

- Wij willen dat alle kinderen ook via school in contact komen met kunst en cultuur;
- We willen dat alle kinderen kwalitatief goed cultuuronderwijs krijgen;
- We willen dat alle kinderen in Rotterdam via school de professionele cultuurinstellingen hebben bezocht voordat ze hun school hebben afgerond;
- We willen dat alle kinderen via kunst en cultuur ontdekken wie zij zelf zijn en wat hun eigen talenten zijn. We willen dat ze middels kunst en cultuur (durven te) vieren wie ze zijn.

Theater Zuidplein gaat bij cultuureducatie uit van de theorie “Cultuur in de Spiegel” van Van Heusden, waarin het begrip zelfreflectie centraal staat (zie bijlage 14, blz. 76).

Theater Zuidplein maakt deel uit van het Netwerk Cultuureducatie en Talentontwikkeling en werkt mee aan het uitwerken van de ambities op het gebied van cultuureducatie en talentontwikkeling zoals opgenomen in de uitgangspuntennotitie die door het college van Rotterdam is aangenomen ‘Reikwijdte en armslag’ inclusief de gekwantificeerde doelstellingen.

Zie bijlage 15, blz. 78 voor de gemeenschappelijke doelstellingen het Netwerk Cultuureducatie en Talentontwikkeling

### **5.2 Doelgroepen**

1. Leerlingen in het primair en voortgezet onderwijs (alle niveaus): leeftijden 4-15 jaar;
2. Leerlingen in het middelbaar beroepsonderwijs (16-25 jaar);
3. Bezoekers tussen 2-13 jaar bij openbare jeugdvoorstellingen in Theater Zuidplein.

### **5.3 Samenwerkingspartners**

#### **1. Doelgroep 1: KCR en docenten in het PO en VO.**

We werken samen met het KCR in het Cultuurtraject en met diverse scholen voor PO en VO. In de samenwerking met KCR gaat het om zowel scholen boven als onder de Maas. In de individuele samenwerking met scholen PO en VO richten wij ons vooral op scholen op Zuid en bij het PO met name op scholen die op loopafstand liggen van ons theater dan wel scholen waarvan we weten dat ze busvervoer kunnen realiseren.

#### **2. Doelgroep 2: Docenten in het MBO**

Wij benaderen vooral MBO scholen op Zuid.

#### **3. Doelgroep 3: Theatermakers en docenten drama**

We werken het liefst met theatermakers die ook het educatietraject voor onze doelgroepen verzorgen. Doen zij dat niet dan vragen we zelf docenten drama een educatief programma te realiseren.

## **5.4 Inzet**

### **Binnenschoolse cultuureducatie**

#### **1. Primair onderwijs**

Theater Zuidplein is op het gebied van binnenschoolse cultuureducatie de schakel tussen het theatergezelschap en de basisscholen. Dit varieert van voorstellingen, lesbrieven tot complete workshops die op school gegeven worden. Het lesmateriaal zorgt voor verdieping, betere aansluiting bij de lessen op school en de leerdoelen binnen het basisonderwijs.

#### **2. Voortgezet onderwijs**

Theater Zuidplein biedt een pakket van lesbrieven, workshops en voor- en nagesprekken. Heel belangrijk is dat de voorstelling/educatie aansluit op onderwerpen die op dat moment behandeld worden in de klas.

### **Buitenschoolse cultuureducatie**

#### **1. Primair onderwijs**

Theater Zuidplein biedt zowel voorstellingen in het Cultuurtraject, als door onszelf geselecteerde voorstellingen aan voor het PO. De voorstellingsselectie is toegespitst op de vraag van het onderwijs. In deze programmering zijn uitsluitend voorstellingen opgenomen die educatief materiaal bieden.

#### **2. Voortgezet onderwijs**

Theater Zuidplein programmeert schoolvoorstellingen voor leerlingen uit het VO, geschikt voor vmbo, havo en vwo, zowel binnen het Cultuurtraject als voor de eigen programmering. De voorstellingen sluiten aan bij lesonderwerpen die in de klassen behandeld worden. Het is belangrijk om juist die voorstelling aan te bieden waarvan bekend is dat deze herkenning en identificatie oproept bij docent en leerling.

Het gaat hier om voorstellingen uit het hele land, maar voornamelijk uit Rotterdam, dit om aan te sluiten bij de eigen identiteit van de leerlingen. Belangrijk hierbij zijn de persoonlijke relaties die Theater Zuidplein opbouwt met specifieke docenten.

#### **3. Middelbaar beroepsonderwijs**

Voor het MBO programmeert Theater Zuidplein voorstellingen op maat. Zodra wij op het spoor komen van professionele programmering die aansluit bij de belevingswereld van deze jongeren nemen we contact op met docenten uit het MBO. Afhankelijk van de wensen van de scholen vinden voorafgaand of na afloop workshops of voor/nagesprekken plaats voor verdieping en reflectie.

### **Educatieve randprogrammering bij jeugdvoorstellingen**

Rondom openbare voorstellingen voor jeugd vindt altijd randprogrammering plaats waarvan 75% educatief van aard is. Tijdens de herfstvakantie en voorjaarsvakantie bieden wij eveneens workshops voor jeugd aan waarin zij middels theatertechnieken uitvinden wie ze zijn en wat ze ergens van vinden.

Voor een overzicht van scholen en samenwerkingspartners bij onze Educatie-activiteiten zie bijlage 16, blz. 80

## **5.5 Outcome**

Zie hoofdstuk 2.2 Prestaties/educatie blz. 15.

## **5.6 Impact**

Door bovenstaande realiseren we de doelstellingen zoals beschreven in dit hoofdstuk.

# **6. TALENTONTWIKKELING**

We zijn al eerder in dit Meerjarenbeleidsplan ingegaan op de doelstellingen en doelgroepen van Lab-Z. Vandaar dat we in dit hoofdstuk alleen nog zaken behandelen die eerder niet aan de orde zijn gekomen.

## **6.1 + 6.2 Samenwerkingspartners en Opzet**

### **De primaire (artistieke) samenwerkingspartners binnen Lab-Z**

#### **1. Leer/werktrajecten voor functies Achter de Schermen:**

- *Basisschool en VMBO: JINC*  
Kleine groepjes leerlingen bezoeken gedurende een dagdeel ons theater of wij nemen zitting in sollicitatieleertrajecten die op school plaatsvinden;
- *MBO: Zadkine, Albeda, Grafisch Lyceum, MBO Theaterschool*  
Individuele studenten die gedurende enkele maanden stage lopen of afstuderen in Theater Zuidplein;
- *HBO: Inholland Rotterdam, Hogeschool Rotterdam*  
Individuele studenten die gedurende 6 maanden stage lopen of afstuderen in Theater Zuidplein;
- *Universitair: Erasmus University*  
Individuele studenten die stage lopen of afstuderen in Theater Zuidplein.

#### **2. Leer/werktrajecten voor functie Voor de Schermen**

Een van de hieronder genoemde talentontwikkelingstrajecten bestaat nu al. Deze zal in samenwerking met de SKVR onder de Lab-Z vlag vanaf 2017-2020 worden uitgevoerd en naar een hoger artistiek niveau gebracht. Een aantal trajecten is nieuw. De diverse trajecten vloeien nagenoeg in elkaar over en zorgen ervoor dat deelnemers aangehaakt blijven. Alle trajecten werken toe aan het realiseren van onze artistieke visie en worden gemonitord door het creatieve team. Het gaat om zowel talenttoestroming als -doorstroming. Het betreffen trajecten voor de genres theater en cabaret.

Voor Theater gaat het om de navolgende theatertrajecten voor Rotterdamse jongeren (deelnemers) voor wie theaterbezoek niet vanzelfsprekend is:

- *Young Stage*  
Dit is een bestaand traject van SKVR voor meer ervaren/getalenteerde, toekomstige professionals/deelnemers. Het traject wordt in samenwerking met SKVR, Theater Zuidplein en De Gasten gerealiseerd. Voorafgaand aan Young Stage wordt een workshoptraject van 3 weekenden georganiseerd voor 20 jongeren. Hierin leren zij wat er wordt verstaan onder het werken in *co-creatie volgens de Zuidpleinmethodiek* en wordt er gewerkt aan spelverdieping in aanloop naar de auditie voor Young Stage.

Binnen bovengenoemd theatertraject vinden de navolgende stage/afstudeermogelijkheden plaats voor de beste studenten kunstvakonderwijs:

- *Stagiairs 3<sup>e</sup> jaar kunstvakonderwijs MBO en HBO*  
De allerbesten worden toegelaten tot het stagetraject (2 stagiairs per jaar; 1 MBO acteren en 1 HBO regie) binnen Young Stage . Het betreft een uitbreiding van het leer/werkbedrijf van Theater Zuidplein;
- *Afstudeerders: Teasers (werktitel)*  
De allerbeste twee afstudeerders maken beiden afzonderlijk een *in co-creatie* productie van 20 minuten. Deze twee producties worden gezamenlijk gepresenteerd aan het publiek. Het betreft een uitbreiding van leer/werkbedrijf van Theater Zuidplein.  
Partners kunstvakonderwijs: Rotterdam: Codarts, MBO-Theaterschool, RCTH, Amsterdam: AHK en Utrecht: HKU.

Afsluitend kunnen de beste net afgestudeerde professionals naar:

- *Productieplaats Theater Zuidplein*  
Een talent per jaar komt in aanmerking voor het ontwikkelen van *in co-creatie* producties in Theater Zuidplein en het Hart van Zuid.  
Het betreft een nieuw traject in samenwerking met het kunstvakonderwijs. De workshops binnen de *Productieplaats* worden verzorgd door de allerbeste theatermakers in de methodiek *in co-creatie*.

Zoals eerder beschreven bestaat de mogelijkheid dat bovengenoemde talenten daarna met eigen *in co-creatie*producties doorstromen naar de reguliere theaterprogrammering van Theater Zuidplein.

De meest excellente makers in het vakgebied *in co-creatie* worden benaderd om een theaterproductie binnen Stage-Z te maken en daarmee ook landelijk te gaan toeren.

Voor Cabaret gaat het om de volgende trajecten:

- *Cabaret Playground (nieuw) (werktitel)*  
Een nieuw traject voor iets meer ervaren deelnemers: amateurs en beoogde semi-professionals. Zij gaan vooral kilometers maken en hun eigen materiaal en performance professionaliseren om de concurrentie aan te kunnen in het *Griffioen/Zuidplein Cabaret Festival*.
- *Griffioen/Zuidplein Cabaret Festival (bestaand)*  
Dit traject bestaat al vele jaren en stoomt zeer ervaren amateurs en toekomstig professionals klaar voor deelname aan de grote landelijke cabaretfestivals.

Partners: de workshops worden verzorgd door diverse professionele cabaretiers en cabaretregisseurs

Ook bovengenoemde talenten kunnen doorstromen naar de reguliere theaterprogrammering van Theater Zuidplein.

Zie bijlage 17, blz. 87 voor meer verdieping per traject en ook toelichting taakverdeling Samenwerkingspartners incl. overzicht van alle trajecten en hun onderlinge samenhang.

### **6.3 Outcome**

Zie hoofdstuk 2.2 Prestaties/talentontwikkeling blz. 17.

### **6.4 Impact**

We zorgen er middels een speciale samenwerking met stedelijke en landelijke partners uit de sector kunst en cultuur voor dat in 2017-2020 niet alleen structureel meer nieuw publiek naar het theater gaat, maar ook terugkomt voor herhalingsbezoek.

De doorlooptijd van deze trajecten is lang. Immers iemand op MBO niveau die in zijn/ haar derde leerjaar stageloopt bij Lab-Z is na 5 jaar pas afgestudeerd van het HBO kunstvakonderwijs als autonoom theatermaker en/of als maker die *in co-creatie* kan werken. Maar in de tussenliggende jaren maken huidige geïnteresseerden en studenten kunstvakonderwijs gelukkig al kennis met de methodiek van *in co-creatie* en dat zal leiden tot meer producties voor nieuw publiek.

## 2. Begroting

Theater Zuidplein en Stage-Z zijn onlosmakelijk aan elkaar verbonden. Stage-Z is het huisgezelschap van Theater Zuidplein en wordt als middel ingezet om de doelstellingen van Theater Zuidplein te bereiken. In deze begroting is die onderlinge samenhang goed zichtbaar. Er zijn daarnaast aparte begrotingen in bijlage 19. Deelbegrotingen (blz. 94) opgenomen per jaar.

bedragen x € 1.000	Theater Zuidplein		Theater Zuidplein	Stage-Z	Theater Zuidplein	Stage-Z
	Norm begroting 2017-2020	realisatie 2015	Norm-begroting 2017-2020		realisatie 2015	
<b>BATEN</b>						
<b>A. Eigen inkomsten</b>	<b>1.328</b>	<b>1.223</b>	<b>1.253</b>	<b>75</b>	<b>1.215</b>	<b>7</b>
Directe opbrengsten						
A.1 Publieksinkomsten kaartverkoop	700	682	700		682	
A.1 Publieksinkomsten Lab-Z	7	0	7		0	
A.1 Dekkingsbijdrage gastprogrammering	179	178	179		178	
A.1 Opbrengsten projecten & producties	40	25	0	40	17	7
A.1 Horeca & publiekservice voorstellingsgericht	279	277	279		277	
A.2 Sponsoring	25	0	25		0	
A.3 Overige directe opbrengsten	39	4	4	35	4	
Indirecte opbrengsten						
A.4 Horeca niet voorstellingsgebonden (foodcourt)	19	0	19		0	
A.4 Commerciële dienstverlening in de theaterzalen	40	41	40		41	
Bijdragen private middelen						
A.5 Bijdragen particulieren, bedrijven, goede doelen	0	17			17	0
<b>B. Bijdragen (subtotaal)</b>	<b>2.598</b>	<b>2.196</b>	<b>2.448</b>	<b>150</b>	<b>2.167</b>	<b>29</b>
B.2 BankGiroLoterijFonds	65	0	65		0	
B.2 Nader te bepalen cultuurfondsen	186	29	36	150	0	29
B.3 Subsidie Rotterdam Cultuurplan	2.347	2.167	2.347		2.167	
<b>Som der baten (A+B)</b>	<b>3.926</b>	<b>3.419</b>	<b>3.701</b>	<b>225</b>	<b>3.383</b>	<b>36</b>
<b>Begroting</b>	<b>Norm begroting 2017-2020</b>	<b>realisatie 2015</b>	<b>Norm-begroting 2017-2020</b>		<b>realisatie 2015</b>	
<b>LASTEN</b>						
<b>C. Beheerslasten (subtotaal)</b>	<b>1.336</b>	<b>1.127</b>	<b>1.331</b>	<b>5</b>	<b>1.119</b>	<b>8</b>
C.1 Beheerslasten personeel						
- directie zakelijk	100	78	100		78	
- secretariaat	48	30	48		30	
- financiële & personele zaken	78	81	78		81	
- overige personeelslasten beheer	17	13	17		13	
C.2 Beheerslasten materieel						
- huisvestingslasten						
- kale huur	528	403	528		403	
- onderhoud, vervanging, servicekosten	222	178	222		178	
- overige huisvesting	238	238	238		238	
- kantoorkosten	94	103	89	5	95	8
- kosten private financieringen	10	2	10		2	
<b>D. Activiteitenlasten (subtotaal)</b>	<b>2.626</b>	<b>2.239</b>	<b>2.406</b>	<b>220</b>	<b>2.217</b>	<b>22</b>
D.1 Activiteitenlasten personeel						
- directie artistiek	104	132	104		132	
- productie	135	16	0	135	0	16
- theatertechniek	323	325	323		325	
- marketing, educatie, & kassa	485	488	485		488	
- talentontwikkeling	109	0	109		0	
- horeca & publiekservice	209	242	209		242	
- overige personeelskosten activiteiten	94	83	94		83	
D.2 Activiteitenlasten materieel						
- inkoopkosten recettes ed.	710	669	710		669	
- inkoopkosten gastprogrammering	50	50	50		50	
- inkoopkosten talentontwikkeling	16	0	16		0	
- inkoopkosten projecten / producties & innovaties	40	5	0	40	0	5
- inkoop & overige kosten horeca	68	71	68		71	
- inkoopst marketing, educatie & kassa	274	148	229	45	147	2
- overige activiteiten lasten materieel	10	10	10		10	
<b>Totaal lasten</b>	<b>3.962</b>	<b>3.366</b>	<b>3.737</b>	<b>225</b>	<b>3.336</b>	<b>30</b>
Saldo rentebaten / -lasten	1	5	1		5	
<b>Exploitatiesaldo</b>	<b>-35</b>	<b>58</b>	<b>-35</b>	<b>0</b>	<b>52</b>	<b>6</b>
<b>Bestemmingsreserve onderhoud &amp; vervanging</b>						
Onttrekking	242	203	242		203	
Toevoeging	-222	-222	-222		-222	
	20	-19	20	0	-19	0
<b>Bestemmingsreserve opening Pand-Z</b>	<b>15</b>	<b>-30</b>	<b>15</b>	<b>0</b>	<b>-30</b>	<b>0</b>
<b>Bestemmingsreserve Stage-Z</b>	<b>0</b>	<b>-5</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-5</b>
Mutatie algemene reserve	0	4	1	0	3	1



## Toelichting normbegroting 2017-2021

### 2.1 Algemeen

Voor de normbegroting gaan we uit van een gemiddelde van de begrotingen over de jaren 2017 t/m 2020. Prijspeil 2017 is gehanteerd, tevens zijn de vergelijkende cijfers 2015 opgenomen.

In 2020 houden we rekening met een periode van 3 maanden waarin het theater gesloten is voor het publiek t.b.v. de verhuizing, inrichting, proefdraaien en ingebruikname van het nieuwe Theater Zuidplein in Pand-Z. De opening is nu eind eerste kwartaal 2020 voorzien. Deze sluiting en verhuizing brengt extra kosten met zich mee en minder inkomsten dat jaar. In de loop van de planperiode wordt duidelijk of dit een reële aanname is. In het jaarplan 2019 en/of 2020 zal daar meer duidelijkheid over zijn. Theater Zuidplein houdt in de exploitatie vanaf 2015 rekening met deze extra uitgaven en minder inkomsten voor 2020 door jaarlijks een bedrag te reserveren van € 30.000, om dit op te kunnen vangen en tevens middelen vrij te maken t.b.v. de positionering, verhuizing en opening in Pand-Z.

In 2021 zal de exploitatie, naar het zich nu laat aanzien, het gehele jaar in het nieuwe pand plaatsvinden, waar extra mogelijkheden aanwezig zijn voor meer eigen inkomsten. Dat jaar valt overigens in het daaropvolgende kunstenplanperiode 2021-2025.

Gelet op bovenstaande is er voor de voorliggende kunstenplanperiode sprake van 2 verschillende perioden met elk zijn eigen begroting, namelijk de jaren 2017-2019 in het huidige pand, en 2020 het jaar van de verhuizing. Het is om deze reden dat in bijlage 19: Deelbegrotingen een begroting is opgenomen, uitgesplitst per jaar, zodat de verschillen goed zichtbaar zijn. Tevens zijn aparte begrotingen opgenomen van Theater Zuidplein (incl. Lab-Z) en Stage-Z, eveneens per jaar.

### 2.2 Per onderdeel

Theater Zuidplein incl. Stage-Z	Norm begroting 2017-2020	realisatie 2015
<b>Programmering</b>		
Inkomsten	700	682
Uitgaven	-710	-669
	-10	12

Theater Zuidplein heeft een zeer bescheiden budget ad € 10.000 netto op jaarbasis voor de reguliere programmering, de productiekosten van de programmering die voortkomt uit Lab-Z en Stage-Z zijn hierin niet opgenomen, deze kunt u bij de respectievelijke onderdelen hieronder terugvinden.

Theater Zuidplein incl. Stage-Z	Norm begroting 2017-2020	realisatie 2015
<b>Dekkingsbijdrage gastprogrammering en niet culturele activiteiten</b>		
Dekkingsbijdrage gastprogrammering	179	178
Commerciële activiteiten theaterzalen	40	41
	219	219
Kosten gastprogrammering	-50	-50
	169	169

De inkomsten gastprogrammering zijn voor de jaren 2017-2019 begroot op gemiddeld € 184.000, een stijging van 3,5% t.o.v. 2015. In 2020 zijn de inkomsten 12% lager i.v.m. de sluiting t.b.v. de verhuizing, waardoor het gemiddelde uitkomt op € 179.000 per jaar.

Theater Zuidplein incl. Stage-Z	Norm begroting 2017-2020	realisatie 2015
<b>Talentontwikkeling Lab-Z</b>		
<b>Inkomsten</b>		
Publieksinkomsten	7	0
Private fondsen	36	
BankGiroLoterijFonds	65	0
	108	0
<b>Uitgaven</b>		
Huisvesting & organisatorisch	11	0
Personeel artistiek team, artiesten en coördinatie	109	0
Personeel theatertechniek	15	0
Productiekosten	16	0
Marketingkosten	39	0
	190	0
Te dekken via Gemeentelijke subsidie	-82	0

Voor de talentontwikkeling *Voor de schermen* onder de naam Lab-Z, onderdeel van Theater Zuidplein waarvan de kosten € 190.000 op jaarbasis bedragen, wordt een bijdrage vanuit het Gemeentelijke cultuurplan toebedeeld van € 82.000. Daarnaast is er een bijdrage van het fonds BankGiroLoterij ad € 65.000. Deze is voorlopig voor 2017 toegekend, het fonds is echter voornemens een langdurige samenwerking met ons aan te gaan. Extra inkomsten vanuit fondsen worden onderzocht, zodat de huidige targets zoals in dit plan beschreven verhoogd kunnen worden voor de jaren vanaf 2018. Er zijn ook bijdragen in natura van de samenwerkingspartners van ongeveer € 150.000 op jaarbasis, welke niet in de begroting zijn opgenomen.

Er zijn geen vergelijkende cijfers over 2015, het gaat hier om een nieuw traject dat vanaf 2017 start. De verhuizing in 2020 heeft geen invloed op het aantal activiteiten en begroting voor dit traject. Talentontwikkeling *Achter de schermen* brengt geen inkomsten en uitgaven met zich mee; het gaat hier om begeleiding van leerlingen door medewerkers van Theater Zuidplein op de werkplek zelf.

Theater Zuidplein incl. Stage-Z	Norm begroting 2017-2020	realisatie 2015
<b>Producties en overige projecten Stage-Z</b>		
Eigen inkomsten	75	7
FondsPodiumkunsten	0	0
Gemeente Rotterdam Cultuurplan	0	0
Diversen projectsubsidies	150	29
	225	36
Personeelkosten productie	135	16
Materiele kosten productie	40	5
Marketingkosten	45	2
Kantoorkosten	5	8
	225	30
bestemmingsfonds		-5
Saldo baten en lasten	0	1

Stage-Z, met een begroting van € 225.000, voor komende periode, is geheel afhankelijk van projectsubsidies. De eigen inkomsten worden geraamd op minimaal 33%. Jaarlijks is 1 productie voorzien mits voldoende financiering. De verhuizing in 2020 heeft geen invloed op output en begroting van Stage-Z.

Theater Zuidplein incl. Stage-Z	Norm begroting 2017-2020	realisatie 2015
<b>Horeca &amp; publieksservice voorstellingsgericht</b>		
Omzet	279	277
Kostprijs	-68	-71
Marge	212	206
<i>Kostprijs/omzet</i>	24%	26%
Foodcourt bijdrage €75.000 in 2020, daarna € 150.000 per jaar	19	

De omzet horeca is in de jaren 2017-2019 € 287.000 op jaarbasis, in 2020 is de omzet 12% lager i.v.m. de sluiting door de verhuizing. Gemiddeld is dit € 279.000.

Vanaf 2020 worden extra horeca-inkomsten verwacht in Pand-Z waar een foodcourt gerealiseerd zal worden. Het gaat om € 150.000 per jaar, het eerste jaar gaan we uit van € 75.000, zijnde 50%. In de MJ-begroting 2017-2020 is dus ¼ opgenomen, zijnde € 18.750. Het bedrag is tot stand gekomen na advies van de externe adviseurs die ons ondersteunen in de voorbereiding en ontwikkeling van dit onderdeel.

Theater Zuidplein	Norm begroting 2017-2020	realisatie 2015
<b>Publiciteit en marketing</b>		
Kosten private financieringen Theater Zuidplein	10	2
Theater Zuidplein	190	147
Lab-Z	39	0
Stage-Z	45	2
	284	151

Voor de presentatie van de voorstellingen zijn de uitgaven voor publiciteit en marketing voor de jaren 2017-2020 gemiddeld €190.000 per jaar, de laatste twee jaren van de planperiode neemt het budget echter toe t.b.v. de opening van het nieuwe theater waar verdere groei wordt gerealiseerd, zie deelbegrotingen. Verder zijn budgetten voor talentontwikkeling; Lab-Z en Stage-Z voorzien. Kosten private financieringen zijn de kosten t.b.v. sponsoring.

Theater Zuidplein	Norm begroting 2017-2020	realisatie 2015
<b>Personeelskosten incl. loonkostensubsidies</b>		
C.1 Beheerslasten personeel	244	203
D.1 Activiteitenlasten personeel	1.460	1.286
	1.703	1.489
<i>Verhouding beheer/activiteiten personeel</i>		
C.1 Beheerslasten personeel	14%	14%
D.1 Activiteitenlasten personeel	86%	86%
<b>Personeelskosten per onderdeel</b>		
Theater Zuidplein presentatiefunctie	1.459	1.473
Theater Zuidplein talentontwikkeling; Lab-Z	109	0
Theater Zuidplein productiefunctie; Stage-Z	135	16
	1.703	1.489

De totale personeelslasten nemen toe met 14,4% t.o.v. de realisatie in 2015, terwijl de personeelslasten bij de theaterfunctie afneemt met 1,0%. De toename komt dan ook geheel voor rekening van Stage-Z en het nieuw op te richten Lab-Z, beide zijn zeer arbeidsintensief.

Theater Zuidplein	Norm begroting 2017-2020	realisatie 2015
<b>Huisvesting, servicekosten en onderhoud &amp; vervanging</b>		
Kale huur	528	533
correctie ihkv kostprijsdekkende huur		-130
	528	403
Onderhoud incl. contracten, vervanging & servicekosten	222	178
Saldo mutatie fonds onderhoud en vervanging	-20	19
Overige huisvestingslasten	238	238
Totaal huisvestingslasten	968	839

De netto kale huur in 2015 was € 403.000, bruto € 533.000, het verschil € 130.000 is gecorrigeerd i.h.k.v. de kostprijs dekkende huur. Op het moment dat het huidige Theater Zuidplein wordt overgedragen aan de ontwikkelaar van het nieuwe theater in Pand-Z, zal de huur voor zowel het huidige als het nieuwe pand € 528.000 bedragen (prijsspeil 1 jan 2017), tegelijkertijd is de subsidie met eenzelfde bedrag verhoogd. Jaarlijks wordt € 222.000 geïnvesteerd in onderhoud en vervanging, ongeveer de helft van het bedrag komt voor rekening voor de verplichtingen vanuit de huurovereenkomst om onderhoudscontracten aan te houden voor gebouw en installaties. Dit geldt ook in de nieuwe situatie na de verhuizing. De verwachting is echter dat de huisvestingslasten vele malen hoger zullen zijn op de nieuwe locatie, op dit moment is niet duidelijk hoeveel hoger. Deze hogere huisvestingslasten zijn onvoorzien, voorsnog is er ook geen dekking voor. Directie is hierover in overleg met de gemeente afdeling kunst en cultuur.

Theater Zuidplein	Norm begroting 2017-2020	realisatie 2015
<b>Exploitatiesubsidie Gemeente Rotterdam</b>		
Theater Zuidplein	2.347	2.297
correctie ihkv kostprijsdekkende huur		-130
	2.347	2.167
Theater Zuidplein t.b.v. presentatiefunctie	2.265	2.297
Theater Zuidplein t.b.v. Lab-Z	82	
Theater Zuidplein t.b.v. Stage-Z		
	2.347	2.297

De gemeentelijke subsidie is in 2015 gecorrigeerd i.h.k.v. de kostprijs dekkende huur, zie ook hierboven het onderdeel huisvestingskosten en het onderdeel huisvesting.

Voor de presentatiefunctie van Theater Zuidplein wordt toebedeeld een bedrag ad € 2.265.000. Het resterende bedrag ad € 82.000 komt ten goede van de talentontwikkeling; Lab-Z.

Vanuit de gemeentelijke subsidie wordt geen bedrag toebedeeld aan Stage-Z, de productie blijft afhankelijk van de jaarlijkse dekking via projectsubsidies.

## 2. Prestatieraster(s)

<b>Prestaties</b>	MJ-plan gemiddeld per jaar 2017-2020	in Rotterdam 2017-2020	MJ-plan 2017-2019	gemiddelde 2012-2016	gemiddelde 2012-2016*
<b>afrekenbaar</b>					
Aantal presentaties (Theater Zuidplein)	260	260	267	288	287
Aantal bezoekers / deelnemers	78.000	78.000	80.000	82.932	80.656
Aantal producties (Stage-Z)	1	1	1	0,2	
Aantal presentaties (Stage-Z)	40	4	40	3,4	
Aantal bezoekers (Stage-Z)	10.000	1.000	1.000	459	

In bovenstaande raster is alleen het aantal presentaties afrekenbaar voor de subsidie. Met de Gemeente Rotterdam is afgesproken dat het aantal bezoekers leidend is boven het aantal presentaties.

\* 2012-2016, dit is het gemiddelde over de genoemde periode met uitzondering van 2014. In dit jaar waren eenmalige grote series commerciële voorstellingen, waardoor dit jaar niet representatief is qua bezoekersaantallen.

Voor een toelichting verwijzen wij u naar hoofdstuk 2.2, blz. 13

<b>Educatie</b>	realisatie 2015		MJ-plan 2017-2020		verschil 2015	
	Primair Onderwijs	Voortgezet Onderwijs	Primair Onderwijs	Voortgezet Onderwijs	Primair Onderwijs	Voortgezet Onderwijs
Binnenschools						
deelnemers	5.114	820	6.000	1.000	886	180
contacturen	29	7	35	10	6	3
Buitenschools	jonger dan 25 jr	25 jr en ouder	jonger dan 25 jr	25 jr en ouder	jonger dan 25 jr	25 jr en ouder
deelnemers	2.632	92	2.900	100	268	8
contacturen	85	2	85	2	0	0
<b>Totaal deelnemers educatie</b>	<b>8.658</b>		<b>10.000</b>		<b>1.342</b>	

Voor een toelichting verwijzen wij u naar hoofdstuk 2.2, blz.15

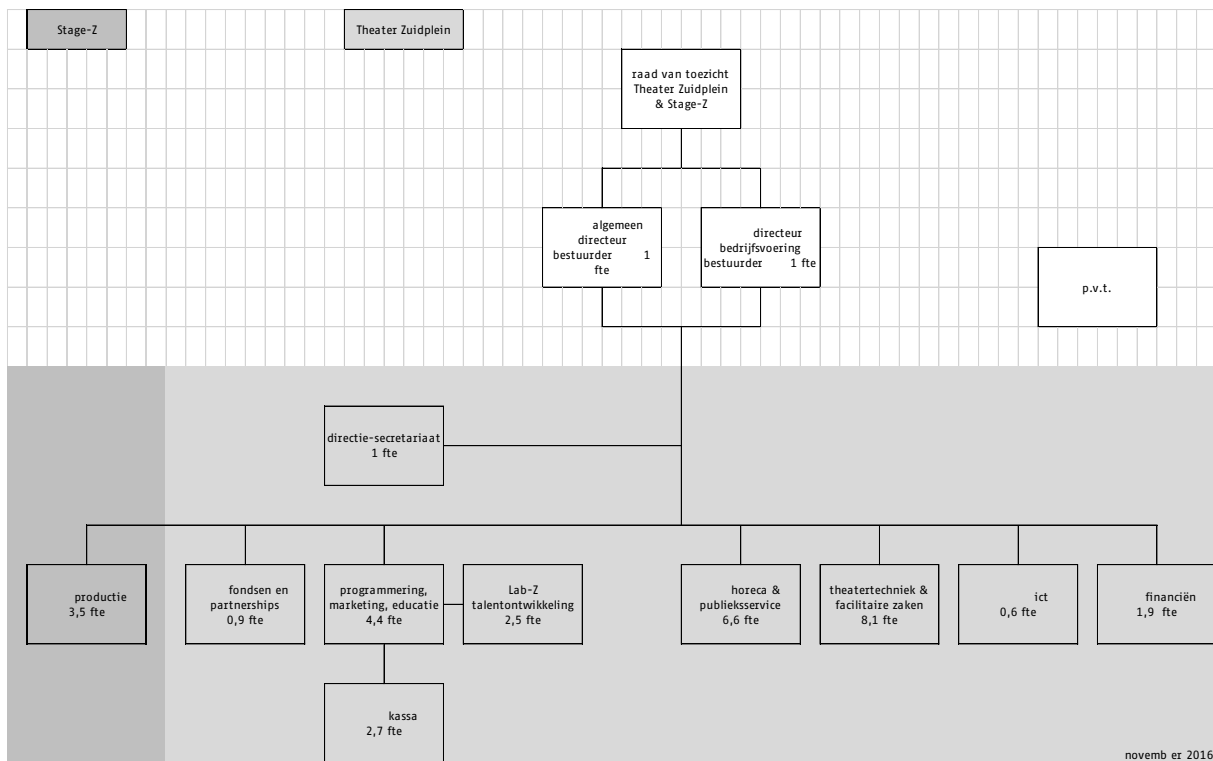
## 4. Balansgegevens

Balanscijfers	Geconsolideerd 31-dec-15	Theater Zuidplein 31-dec-15	Stage-Z 31-dec-15
E. Algemene reserve	161.607	158.615	2.992
F. Bestemmingsreserves			
- Onderhoud & vervanging	111.797	111.797	
- Nieuwbouw (TZ) & Productie (Stage-Z)	<u>35.000</u>	<u>30.000</u>	5.000
	146.797	141.797	5.000
G. Voorzieningen			
H. Langlopende schulden			
I: Kortlopende schulden			
- crediteuren	146.077	145.593	484
- overige kortlopende schulden	<u>366.310</u>	<u>363.810</u>	<u>2.500</u>
	512.387	509.403	2.984
J: Kortlopende vorderingen			
- voorraden	7.871	7.871	
- debiteuren	83.366	83.366	
- overige kortlopende vorderingen	<u>109.300</u>	<u>109.186</u>	114
	200.537	200.423	114
K: Saldo liquide middelen	620.256	609.392	10.864
L: Liquiditeit = (J + K) : I	1,6	1,6	3,7

De vermogenspositie en liquiditeit zijn wezenlijk veranderd ultimo 2016. In dat jaar is de trekkenwand gereviseerd waarbij een bedrag ad € 120.000 is onttrokken vanuit de algemene reserve. Dit heeft echter geen negatieve invloed op de continuïteit.

## 5. Bedrijfsvoering

### 5.1 Organogram



### 5.2 Toelichting bij de organisatiestructuur

Stichting Theater Zuidplein & Stage-Z hebben beide dezelfde Raad van Toezicht, bestaande uit een voorzitter en 4 leden en dezelfde directeuren/bestuurders. De beide directeuren/bestuurders vormen samen de directie van beide stichtingen. Rechts in het organogram ziet u de functies binnen Theater Zuidplein, links die van Stage-Z. De Raad van Toezicht vergadert minimaal 4 maal per jaar in aanwezigheid van de directie. Tijdens deze vergaderingen legt de directieverantwoording af aan de Raad van Toezicht. De Raad vergadert ook minimaal 1 maal per jaar zonder de directie.

De artistieke leiding is in handen van de algemeen directeur. De ontwikkeling en met name de uitvoering van het artistieke beleid vindt plaats op de afdeling Marketing & Programmering, Fondsen & Partnerships, Talentontwikkeling en het onderdeel assortiment/totaalbeleving binnen de afdeling Horeca & Publieksservice en Productie (Stage-Z).

De zakelijke leiding is in handen van de directeur bedrijfsvoering, de afdeling financiën ondersteunt hem hierbij. Het zakelijk beleid bevat de onderdelen financiën, personeelszaken, juridische zaken, huisvesting en onderhoud/theatertechniek, facilitaire zaken, horeca & publieksservice.

### **5.3 Risicoparagraaf**

Navolgende risico's en bedreigingen kunnen van invloed zijn op de exploitatie van Theater Zuidplein en Stage-Z op de korte en middellange termijn, met daarbij de mogelijk te nemen maatregelen.

1. concurrentie op het gebied van gastprogrammering;  
maatregel: tarieven herzien en new business plegen
2. geen aanvullende financiering Lab-Z;  
activiteiten Lab-Z worden niet gecontinueerd na 2017 waardoor vernieuwing uitblijft en dus ook geen bereik nieuw publiek;
3. groeiende concurrentie bij fondsaanvragen. Hierdoor onvoldoende externe financiering voor noodzakelijke vernieuwing programmering;  
maatregel: meer eigen inkomsten genereren (zie plan)
4. groeiende concurrentie op de zakelijke markt, waardoor doelstelling zoals die is opgenomen in de begroting niet gerealiseerd kan worden; maatregel: tijdig ingrijpen en de output; voorstellingen verlagen
5. uitblijven indexatie gemeentelijke exploitatiesubsidie terwijl vaste kosten wel door blijven stijgen zoals personeelskosten en huisvestingskosten nieuwe locatie;  
maatregel: op zoek naar nieuwe verdienmodellen en flexibeler personeelsbestand, verlagen aantal presentaties;
6. verdere verhoging huur pand door gemeente, waardoor de netto bijdrage van de gemeente opnieuw verder zal afnemen; Ook is nog niet duidelijk wat precies de hoogte wordt van de totale huisvestingskosten in het nieuwe pand;  
maatregel: in overleg met de Gemeente en op zoek naar nieuwe verdienmodellen;
7. verouderde inventaris en te weinig budget voor vervanging voordat nieuwbouw is gerealiseerd;  
maatregel: in overleg met Gemeente oplossing zoeken;
8. hogere kosten voor verhuizing en inrichting dan voorzien,  
maatregel: er wordt vanaf 2015 gespaard voor de verhuizing en tevens het in de markt zetten van het nieuwe pand.
9. minder vrijwilligers en minder uren beschikbaar bij aantrekkelijke arbeidsmarkt waardoor meer betaalde krachten noodzakelijk zijn; maatregel: meer leerlingen in het leer/werkbedrijf aannemen en meer ruimte geven aan mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt door de samenwerkingen verder uit te breiden met re-integratie bureaus.
10. uitblijven van nieuw aanbod voor nieuw publiek: teruggang in aantal bezoekers niet alleen bij Theater Zuidplein, maar in heel Nederland.  
maatregel: afstemming met gemeente inzake te realiseren output.
11. ziekteverzuim;  
maatregel: intensieve begeleiding via werkgever en arboarts, daarnaast is het verzuim verzekerd.
12. tegenvallende bezoekersaantallen en inkomsten foodcourt.  
maatregel: bedrijfsvoering tijdig bijstellen, verdere gevolgen zijn lagere inkomsten t.b.v. productontwikkeling Stage-Z;
13. mutaties en/of langdurig ziekteverzuim van functionarissen op sleutelposities;  
maatregel; tijdig zoeken naar (tijdelijke) vervanging, verdere gevolgen zijn vertraging of (gedeeltelijke) annulering van onderdelen van de output.



## **5.4 Investeringsparagraaf**

In de vernieuwing van het Hart van Zuid is een pand (Pand-Z) voorzien waarin Theater Zuidplein is opgenomen met een wijkvestiging van de Bibliotheek Rotterdam. Gemeente Rotterdam en Ballast Nedam ontwikkelen en investeren samen in het Hart van Zuid, verwachte opening van Pand-Z is voorjaar 2020, waarbij ook de inventaris en de theater technische installaties noodzakelijkerwijs volledig wordt vervangen en vernieuwd.

Voor de jaren 2017 t/m 2019 zal in het huidige pand nagenoeg niet geïnvesteerd worden in gebouw en inventaris. Al vanaf 2009 geldt een investeringsstop met het oog op de opening nieuwbouw in 2020 waarbij eveneens de theater technische faciliteiten en inventaris volledig vernieuwd worden. In de begroting is echter jaarlijks een bedrag van € 222.000 voor onderhoud en vervanging opgenomen. Ongeveer de helft van dat bedrag gaat op aan verplichte en noodzakelijke onderhoudscontracten, welke deels verplicht onderdeel zijn van de huurovereenkomst met de gemeente. Verder wordt geïnvesteerd in de onderdelen voor Arbo en veiligheid. Als laatste blijft een zeer beperkt budget beschikbaar voor met name theater technische installaties en I.C.T. onderdelen die qua levensduur 2020 niet behalen. Na 2020 zal de bestemmingreserve onderhoud en vervanging vooral toenemen met het oog op vervanging in de toekomst.

## **5.5 Winkel- en/of horecafunctie**

In de periode tot opening nieuwbouw is geen sprake van een winkelfunctie. De huidige horecafunctie is ondersteunend aan de theaterfunctie en dus gesloten indien er geen voorstellingen worden gepresenteerd.

In Pand-Z worden vanaf de start in voorjaar 2020 meer commerciële activiteiten ontwikkeld in met name de centrale hal, welke een prominente plek krijgt binnen Pand-Z (zie bijlage 10 in dit plan voor een toelichting). In de centrale hal zal o.a. een foodcourt, een bar en een coffee to go worden geopend. Theater Zuidplein laat zich hierbij adviseren door diverse horeca experts op het gebied van horeca. Het foodcourt en eventuele winkelfuncties zullen ondergebracht worden in een zelfstandige aparte rechtsvorm, zodat gescheiden geldstromen gegarandeerd zijn. Theater Zuidplein zal daarbij marktconform ruimte verhuren en dus niet zelf gaan exploiteren. De definitieve uitwerking van het concept vindt de aankomende twee jaar plaats. Fiscaal en juridisch advies is reeds ingewonnen.

We streven naar volledige transparantie en zullen dan ook jaarlijks een jaarrekening van de aparte horeca entiteit presenteren en/of consolideren. Afstemming vindt plaats met de gemeente over de wijze waarop het best inzicht verleend kan worden.

## **5.6 Huisvesting**

Indicatoren huisvesting	2017-2020	2015	verschillen
	per jaar		
Huisvestingslasten x € 1.000 kale huur	528	532	4
corr. i.h.k.v. kostprijsdekkende huur		-130	-130
netto kale huur	528	403	-125
Servicekosten x € 1.000	102	84	-18
M <sup>2</sup>	2.361	2.361	0
Huisvestingslasten / M <sup>2</sup>	267	261	-6

De kale huurprijs bedraagt € 528.000, in 2015 was dit € 403.000. In het kader van het gemeentelijke beleid inzake kostendekkende huur is de huur en de subsidie met een extra bedrag verhoogd € 130.000.

Deze correctie verloopt daardoor budgetneutraal. De regeling heeft te maken met de overdracht van het pand van de Gemeente naar de Ballast Nedam, deze was voorzien in 2016, maar zal nu plaatsvinden in 2017, met terugwerkende kracht per 1 juni 2016.

De huidige huurovereenkomst is aangegaan voor 40 jaar, ingangsdatum 1 januari 2006. Deze huurovereenkomst zal naar verwachting worden opgebroken om het huidige pand over te dragen aan Ballast Nedam. Vervolgens zal Ballast Nedam eerst voor de ombouw, later geldt dit voor de nieuwbouw, het pand verhuren aan de Gemeente Rotterdam, waarbij Theater Zuidplein onderhuurder wordt van diezelfde Gemeente Rotterdam. Voor het nieuwe pand zal, naar verwachting, opnieuw een huurperiode van 40 jaar worden afgesproken.

## 5.7 Personeel

Indicatoren personeel	2017-2020	2015	verschillen
	per jaar		
Uren volledige werkweek	36	36	-
Aantal fte's vast	23,0	23,1	-0,1
Aantal fte's tijdelijk	12,0	8,0	4,0
Totaal aantal fte's	35,0	31,1	3,9
-waaran vrijwilligers	1,5	3,7	-2,2
-waaran gesubsidieerde arbeid	0,8	0,8	-0,0
-waaran overige formatie betaald	32,7	26,6	6,1
Aantal medewerkers gem./jaar betaald	35	28	7
Aantal uitzendkrachten / gedetacheerden	40	46	-6
Ziekteverzuim	3,0%	3,0%	0,0
Aantal stagiairs	60	39	21
Aantal vrijwilligers	60	72	-12

Het personeelsbestand neemt met 12,5% toe in aantal fte. De toename wordt veroorzaakt door uitbreiding functies binnen Theater Zuidplein t.b.v. Lab-Z en Stage-Z.

Toename van het aantal fte t.b.v. Lab-Z zal alleen geschieden met tijdelijke contracten en freelancers.

Stage-Z heeft geen vast personeel in dienst. Op projectbasis worden per productie alle medewerkers aangetrokken via tijdelijke contracten, freelancers en zzp-ers. Daarnaast worden ondersteunende diensten; zowel zakelijk als facilitair geleverd door Theater Zuidplein aan Stage-Z.

## 6. Governance cultuurplan 2017-2020

Onderstaand formulier geldt voor zowel Theater Zuidplein als voor Stage-Z.

(peildatum 1 januari 2017)

Stichting Theater Zuidplein & Stichting Stage-Z					
Raad van Toezicht - Profielmatrix					1-1-2017
	1	2	3	4	5
Kerncompetentie	ondernemer	financieel	marketing	ondernemer	management
Naam	W.L. Gillis Bureson	G.A. Bergers	H.M. Aron	C.H. Schmit Jongbloed	J.T. Blok
Geboortjaar	1960	1951	1974	1958	1949
Man/Vrouw	V	M	M	V	M
Aantreden	1-jan-17	25-jan-11	21-jun-11	22-jan-13	31-mei-16
Aftreden	31-dec-20	17-dec-17	16-dec-18	26-jan-20	31-mei-20
Termijn	1e termijn	2e termijn	2e termijn	2e termijn	1e termijn
<b>Competenties</b>					
Rotterdams netwerk	X		X	X	X
Juridisch	X	X			
Management	X	X	X		X
Financieel		X			
Governance	X	X			
Marketing			X	X	
Public Relations				X	
Politiek-bestuurlijk	X				
Ondernemer	X		X	X	X
Bouwsector					X

Theater Zuidplein wil dat de medewerkers een goede afspiegeling zijn van de Rotterdamse bevolking. Dit beleid geldt ook voor de Raad van Toezicht. De samenstelling van de Raad van Toezicht is qua man/vrouw verhouding, culturele achtergrond en leeftijd zoveel mogelijk een afspiegeling van de bevolkingssamenstelling in grootstedelijk Rotterdam.

## 7. Rooster van aftreden Raad van Toezicht

Onderstaand overzicht geldt voor zowel Theater Zuidplein als voor Stage-Z per 1 januari 2017

Beide stichtingen hanteren de Governance Code Cultuur en Code Culturele Diversiteit, de Governance Code Cultuur wordt jaarlijks geëvalueerd binnen de RvT.

### Naam stichting: Stichting Theater Zuidplein & Stichting Stage-Z

Naam lid bestuur/RvT	Functie binnen bestuur/RvT	Maatschappelijke functie	Eerste termijn gestart in	Tweede termijn gestart in	Profiel
Mw. W.L. Gillis-Burleson	voorzitter	directeur-eigenaar Legato BV	01-01-2017		Ondernemer Manager
Dhr. G.A. Bergers	lid	voormalig partner PricewaterhouseCoopers	25-01-2011	17-12-2013	Financiën (juridisch/personeel)
Dhr. H.M. Aron	lid	CEO en Partner More Than Life	21-06-2011	16-12-2014	Ondernemer Marketing Publiek
Mw. C.H. Schmit Jongbloed	lid	eigenaar Wiekel vestigingsmanager Saar aan huis	22-01-2013	26-01-2016	Ondernemer PR/marketing
Dhr. J.T. Blok	lid	Directeur Blok&Ko	31-05-2016		Ondernemer Manager Bouwsector

## 8. Goedkeuring Raad van Toezicht Theater Zuidplein en Raad van Toezicht Stage-Z

De Raad van Toezicht van Theater Zuidplein en de Raad van Toezicht van Stage-Z hebben in de vergadering van 31 januari 2017 het aangepaste meerjarenbeleidsplan 2017-2020 van Stichting Theater Zuidplein en Stichting Stage-Z goedgekeurd en vastgesteld, conform artikel 5 lid 2 van de statuten van Stichting Theater Zuidplein en conform artikel 5 lid 2 van de statuten van Stichting Stage-Z.

Raad van Toezicht Theater Zuidplein

Datum: 31 januari 2017

  
Mw. W.L. Gillis Burleson

  
Dhr. G.A. Bergers

  
Mw. C.H. Schmit Jongbloed

  
Dhr. H.M. Aron

  
Dhr. J.T. Blok

Raad van Toezicht Stage-Z

Datum: 31 januari 2017

  
Mw. W.L. Gillis Burleson

  
Dhr. G.A. Bergers

  
Mw. C.H. Schmit Jongbloed

  
Dhr. H.M. Aron

  
Dhr. J.T. Blok