



Beleidsplan en activiteiten

HOLLAND FESTIVAL 2021-2024



aus LICHT, Karlheinz Stockhausen, Holland Festival, De Nationale Opera, Koninklijk Conservatorium Den Haag - 2019

inhoud

1. Missie, visie, positionering	5
2. Reflectie en activiteiten	10
3. Publieksverbreding	18
4. Uitvoerbaarheid	22



Associations, Bill T. Jones - 2020 (op foto: Story Time)

I. MISSIE, VISIE, POSITIONERING



The Head & The Load, William Kentridge - 2019

Missie

Artistieke vernieuwing, innovatie en experiment zijn de kernwaarden van het Holland Festival. Al sinds de oprichting in 1947 zijn deze leidend bij de programmering. Elk jaar in juni toont het festival grensverleggende voorstellingen van makers van over de hele wereld en nieuwe ontwikkelingen binnen de podiumkunsten: van theater, dans, muziek, muziektheater en opera tot multidisciplinaire vormen en crossovers met beeldende kunst, digitale kunst, fotografie en film.

Als grootste internationale podiumkunstenfestival van Nederland draagt het Holland Festival bij aan de groei van een groot, breed en loyaal publiek voor innovatieve, internationale podiumkunst, en weet dat publiek ook aan zich te binden.

Dankzij de buitengewone reputatie en het bijzondere publiek dat het Holland Festival in ruim 70 jaar heeft opgebouwd, is het in staat voorstellingen het licht te laten zien of naar Nederland te halen die hier anders nooit te zien zouden zijn geweest. Dit zijn wereld-, Europese of Nederlandse premières. Deze leiden dikwijls tot unieke, overweldigende en memorabele ervaringen en (ook kritische) nabeschouwingen. Denk daarbij aan het recentelijk door Pierre Audi geregisseerde *aus LICHT* (2019, Karlheinz Stockhausen, zie inzet), *The Head & The Load* van William Kentridge (2019) en *Deep Blue Sea* van de legendarische choreograaf Bill T. Jones (2020). Het Holland Festival is een katalysator van exceptionele voorstellingen. Dit ziet het als zijn rol en kracht.

Visie

De wereld is in verandering, momenteel in een hoger tempo dan ooit. Ontwikkelingen gaan sneller, het publieke debat erover is feller. Onderwerpen als identiteit, gender of klimaat gaan iedereen aan. Daarom is het van groot belang dat we (beter) leren kijken door de ogen van de ander. Een grote rol is daarbij weggelegd voor kunstenaars. Kunst biedt de toeschouwer een moment van bezinning, van rust - een ervaring die steeds schaarser wordt in deze tijden. In dat moment kan een toeschouwer worden verrast, ontroerd of uitgenodigd om na te denken over zichzelf, de maatschappij of de ander. Dit is een waardevolle ervaring, omdat ze, zelfs wanneer een werk niet expliciet geëngageerd is, de toeschouwer in staat stelt om andere perspectieven te zien, te voelen of te ervaren.

Het Holland Festival is 'artist driven'. Dat wil zeggen dat de kunstenaars en daarmee de thema's, het vakmanschap en de artistieke keuzes in hun werk centraal staan in de programmering. Sinds 2019 is dit nog nadrukkelijker aanwezig, met de keuze voor jaarlijks wisselende associate artists. Door voor elke editie een of twee kunstenaars aan het festival te binden, hun werk te tonen en met hen in gesprek te gaan over mogelijke hoofd- en contextprogrammering, ontstaan er nieuwe mogelijkheden tot verdieping en een duurzame verbinding tussen de kunstenaar en de stad. Associate artists reflecteren op de snel wisselende maatschappelijke en artistieke ontwikkelingen, niet alleen in hun eigen werk maar ook in hun interesse in en keuze voor andere makers en de voor hen relevante en urgente thema's, waarmee het festival nog sterker aansluit bij de tijdgeest. Door de samenwerkingsvorm met associate artists én de diversiteit aan getoonde makers en disciplines wordt de meerstemmigheid van de samenleving weerspiegeld in het festivalprogramma.

De bevolkingssamenstelling van Amsterdam en Nederland verandert. Het Holland Festival heeft een gemiddelde bezettingsgraad van ruim 80%, maar wil dit percentage verhogen en er voor zorgen dat het publiek een betere afspiegeling van de veranderende samenleving vormt. Want het festival gelooft dat een meerstemmig programma vraagt om een meerstemmig publiek, en vice versa. Publiekverbreding blijft daarom de komende periode een van de belangrijke speerpunten van het festival.



JR, FC Bergman - 2018

Speerpunten

De vier speerpunten die de komende jaren leidend zijn in het beleid van het Holland Festival.

Artistieke vernieuwing: Experiment, nieuwe partnerschappen, grensverleggende ontwikkelingen en innovatie staan centraal in de programmering. Zie *Activiteiten*.

Verdieping: Om die vernieuwing te waarborgen en de actuele thema's in het werk uit te diepen en te verbinden met Nederland en de stad Amsterdam, is verdieping van groot belang. Hiervoor wordt onder andere de contextprogrammering verder ontwikkeld. Zie *Context*.

Publieksverbreding: Het festival zoekt voor zijn actuele, relevante en onderscheidende programmering een zo breed en divers mogelijk publiek. Het wordt toegankelijker en uitnodigender voor iedereen, en voert een strategisch, duurzaam 'audience development'-beleid. Zie *Publieksverbreding*.

Diversiteit en inclusie: Diversiteit en inclusie zijn speerpunten, op het vlak van programma, contextprogramma en de keuze voor een grote variëteit aan partners, en ook op het vlak van publieksverbreding. Diversifiëring van het personeelsbestand heeft bijzondere aandacht. Zie *Bijlage Code Diversiteit en Inclusie*.

Positionering

Het Holland Festival heeft zowel internationaal, nationaal, als in de stad Amsterdam een onderscheidende en essentiële functie in de keten.

Internationaal: Het Holland Festival behoort tot de top vijf van grote Europese podiumkunstenfestivals, ondanks een budget dat vele malen kleiner is dan dat van vergelijkbare festivals als die van Avignon en Edinburgh, de Wiener Festwochen en de Ruhrtriennale. Het heeft een internationale reputatie als grootschalig avantgardefestival. Het festival onderscheidt zich op internationaal niveau door:

- Artistieke vernieuwing te zoeken, ook buiten de bekende netwerken, en gedurfd te programmeren.
- Samen met andere festivals en podia middels coproductiebijdragen en samenwerkingen wereldwijd bijzondere projecten te realiseren en naar Europa te halen.
- Te investeren in (nieuwe) artistieke ontwikkelingen.
- Kennis te delen in een internationaal netwerk van makers en professionals.

Nationaal: Steeds meer Nederlandse festivals en theaters begeven zich qua programmering op Holland Festivalterrein. ITA richt zich in toenemende mate op internationale theaterprogrammering. Julidans biedt een internationaal dansprogramma meteen na het Holland Festival in juni en locatiefestival Oerol valt geheel tijdens het Holland Festival. Er is een gedeelde interesse van Noorderzon, Spring, TR en Holland Festival in een aantal buitenlandse makers. Op het gebied van popmuziek zijn er raakvlakken met alternatieve popfestivals, zoals Le Guess Who en Into The Great Wide Open en wat betreft hedendaagse muziek met Gaudeamus Muziekweek en November Music.

Deze ontwikkelingen juichen wij toe. Hieruit blijkt hoe succesvol de Nederlandse culturele infrastructuur de afgelopen decennia is gegroeid. Het helpt bij het opbouwen van een publiek voor internationaal en avontuurlijk werk. Het Holland Festival behoudt zijn onderscheidende positie in dit landschap door:

- Een programmering die aanvullend is op het reguliere seizoensaanbod in Nederland.
- Aanjager te blijven van internationale programmering, waarbij innovatie en kruisbestuiving voorop staan.

- Werk van zowel voor Nederland onbekende als beroemde makers uit het unieke netwerk van het festival te tonen.
- Samen te werken met andere internationaal opererende Nederlandse instellingen (KCO, DNO, ITA, Frascati en anderen)
- Verbindingen te leggen tussen internationale makers en Nederlandse kunstenaars en het Nederlandse publiek.
- Verbindingen te leggen tussen podiumdisciplines en tussen podiumkunsten en andere disciplines.
- Uitzonderlijke projecten mogelijk te maken die elders in Nederland niet geproduceerd of gepresenteerd kunnen worden.
- Uitzonderlijke communicatie en mediapromotie, met nadruk op inhoud.



Lauren op IJburg, RIGHTABOUTNOW INC. - 2018

Stad: Het festival stimuleert groei van kunst en cultuur (bezoek) in de wijken van de stad. Het gaat daarom lokale verbindingen aan om het internationale en het lokale met elkaar te verbinden. Niet alleen door te programmeren in wijken, maar ook met een contextprogramma, educatieve programma's en door het genereren van media-aandacht online en via traditionele kanalen. Het festival onderscheidt zich in de stad verder door:

- De top van de podiumkunsten naar Amsterdam te halen.
- Internationale festivalkunstenaars te laten meedenken over de relevantie van hun werk in de stad, of werk te laten maken met lokale groepen en gemeenschappen.



Manifesto, Julian Rosefeldt, Cate Blanchett - 2017

- Voorstellingen en installaties te programmeren op onverwachte locaties, gratis toegankelijk en in openbare ruimtes.
- Te spelen met schaal door grootschalig en intiem werk naast elkaar te programmeren.

Financiële positie

Om een serieuze speler op het wereldpodium te blijven, ligt de kwalitatieve lat hoog. Het Holland Festival maakt scherpe keuzes, waarbij ambities en financiële realiteit goed op elkaar afgestemd zijn.

Desondanks is de onderscheidende positie van het Holland Festival in gevaar. Als het festivalbudget niet significant wordt verhoogd, zal dat ten koste gaan van de uitvoerbaarheid van de plannen en de implementatie van de hiervoor beschreven speerpunten.

Een belangrijk knelpunt zijn de al jaren stijgende internationale bijdrages die gevraagd worden voor coproducties. Deze bijdrages bepalen mede of kunstenaars werk kunnen realiseren en of dat werk in Nederland te zien zal zijn. Er wordt steeds vaker een koppeling gemaakt tussen het kunnen betalen van een coproductiebijdrage en het 'mogen' presenteren van dit werk. Maar bij een gelijkblijvende subsidie en stijgende kosten kan het festival juist steeds minder bijdragen aan coproducties, en dus minder voor Nederland uniek werk presenteren

Voorstellingen uit de afgelopen periode die zonder coproductiebijdrage aan het Holland Festival, aan Nederland, voorbij zouden zijn gegaan, zijn bijvoorbeeld: *Mariavespers* (2017), *Neues Stück I* (2018), *The Head & The Load, aus LICHT* (2019) *common ground[s]* en *Deep Blue Sea* (2020). Precies dit soort exceptioneel werk maakt het

festival uniek op alle niveaus. Om zijn internationale reputatie te bewaren en uit te bouwen wil het Holland Festival daarom de komende jaren een actievere en kapitaalkrachtigere coproductant worden.

Andere financiële ontwikkelingen die een goede uitvoerbaarheid in de weg staan:

- Internationaal stijgende honoraria.
- Stijgende kosten van hotelovernachtingen, mobiliteit, trein- en vliegtickets, onkostenvergoedingen in Amsterdam.
- Stijgende kosten die doorberekend worden door de verschillende podia met betrekking tot vastgoed, digitalisering, medewerkers, etc.
- Het ontbreken van structurele indexatie met betrekking tot personele kosten.

Het Holland Festival vraagt daarom 12,5% meer subsidie aan dan in de vorige periode werd toegekend. Met inachtneming van de kostenstijgingen en de extra uitgaven die de uitgangspunten van de nota met zich meebrengen, is er een begroting opgesteld waarmee het Holland Festival de komende jaren aan de genoemde speerpunten kan werken en het succesvolle festival kan blijven dat het nu is.



Le Sacre du printemps/common ground[s], Pina Bausch, Germaine Acogny/ & Malou Airaud - 2020



Neues Stück / Seit Sie – Ein Stück von Dimitris Papaionnou, Tanztheater Wuppertal Pina Bausch - 2018

aus LICHT

In 2019 schreef het Holland Festival geschiedenis met een van de grootste projecten uit zijn bestaan: *aus LICHT*, een driemaal opgevoerde driedaagse marathonsoortstelling met daarin vele hoogtepunten uit de operacyclus *LICHT* van Karlheinz Stockhausen, een samenwerking tussen De Nationale Opera, het Koninklijk Conservatorium Den Haag en het Holland Festival. Per cyclus werd 15 uur muziek gespeeld. Maar liefst 9.226 toeschouwers bezochten de Gashouder. Ruim 600 mensen werkten vier jaar aan dit 'once in a lifetime' event. Onder de 398 uitvoerenden waren 204 studenten, die deelnamen in het kader van talentontwikkeling. Nederlandse recensenten raakten niet uitgejubeld en *The New Yorker* noemde



aus LICHT - HELIKOPTER-STREICHQUARTETT

het 'een van de grote theater evenementen van deze eeuw', waarmee het Holland Festival zijn internationale reputatie als toonaangevend festival bevestigd.

2. REFLECTIE EN ACTIVITEITEN

Het Holland Festival heeft in de afgelopen Kunstenplanperiode de opgegeven prestaties ruimschoots behaald. Er is geëxperimenteerd met toegankelijke voorstellingen als de *Proms*, gratis voorstellingen in de openbare ruimte en digitale kunst. De hieronder genoemde voorbeelden uit het verleden zijn representatief voor de aandachtspunten en ontwikkelingen in het programma van de komende periode.

Het **artistieke team** van het Holland Festival bestaat uit algemeen directeur, Emily Ansenk (sinds 1/9/2019), twee programmamanagers, Anemieke Keurentjes (theater en dans) en Jochem Valkenburg (muziek en muziektheater), en elk jaar een of twee associate artists. Een programmamaker, Ravian van den Hil, is verantwoordelijk voor het contextprogramma.



Associate artists William Kentridge en Faustin Linyekula bij de opening van Holland Festival - 2019

In de periode 2021-2024 zet het festival de werkwijze met **associate artists** voort. De uitgenodigde kunstenaars zijn niet Nederlands, breed georiënteerd, hebben eerder op het festival gestaan, brengen nieuw (grootschalig) werk mee en zijn tijdens het festival aanwezig. Een deel van het festivalprogramma komt in overleg met de associate artists tot stand.

In 2019 werd voor het eerst en met succes gewerkt met associate artists: William Kentridge (Zuid-Afrika) en Faustin Linyekula (Congo). Dankzij hun medewerking bracht het festival makers en verhalen uit Afrika op het podium en verbond hun werk en thematiek aan Amsterdamse gemeenschappen (zoals met Linyekula's *Parlement debout* in Amsterdam-Zuidoost en *The Welcome Table*

i.s.m. Black Archives, Black Renaissance en filmmaker Manthia Diawara). In 2020 is choreograaf Bill T. Jones associate artist. Het werken met lokale gemeenschappen krijgt een vervolg in zijn productie *Deep Blue Sea*.

Voor 2021 zijn de Franse theatermaker Gisèle Vienne en de Japanse componist Ryuichi Sakamoto als associate artists aangetrokken. Met Vienne wordt de lijn doorgezet waarin het festival zoekt naar actieve betrokkenheid tussen publiek en kunstenaars. Sakamoto heeft een uitgebreid artistiek netwerk in onder meer Oost-Azië, Europa en Amerika. In zijn nieuwe werk *TIME*, dat het Holland Festival coproduceert, staat de verhouding tussen mens en natuur centraal.

Nederlandse kunstenaars

Het Holland Festival ondersteunt talentvolle, **Nederlandse midcareer-podiumkunstenaars** met internationale ambities, middels een coproductiebijdrage en presentatie op het wereldpodium dat het festival is. Een presentatie moet van toegevoegde waarde zijn op hun bestaande praktijk, zich op een internationaal platform kunnen bewijzen en/of nergens anders in Nederland geproduceerd kunnen worden. Het festival onderscheidt zich zo met artistiek vernieuwend aanbod, en de makers kunnen een stap zetten richting excellentie. In het verleden ondersteunde het festival o.a. Eric de Vroedt, Wunderbaum, De Warme Winkel en Miranda Lakerveld en (met compositieopdrachten) Michel van der Aa, Huba de Graaff en Colin Benders. In 2021 brengt componist Arnoud Noordegraaf *The Hearing*, een 'driedimensionale, interactieve soundscape'.



Turan Dokht, Aftab Darvishi Miranda Lakerveld, Nilper Orchestra - 2019

Het festival is verder in gesprek met onder anderen BOG., Toneelgroep Oostpool, Arno Schuitemaker en wederom Miranda Lakerveld en De Warme Winkel.

Onverwachte locaties en bijzondere settings

Het festival zoekt voor elk werk de **best mogelijke locatie**: een grote schouwburgzaal, een intieme locatie of de openbare ruimte. Daarmee verankert het festival zich steviger in het straatbeeld van de stad en bewerkstelligt het publiekverbreiding, zoals in 2015 met de bedden op de Dam en in de gracht in *Todo lo que está a mi lado* van de Argentijnse theatermaker Fernando Rubio of in 2017 toen Dries Verhoeven *Phobiarama* speelde op het Mercatorplein in Amsterdam-West.



Todo lo que está a mi lado, Fernando Rubio - 2015

Het Holland Festival initieert samenwerkingen met (kleinere) **lokale culturele podia en gemeenschappen**. Door een mentaliteitsverandering van 'we know best' naar 'they know best' gaat het festival een meer gelijkwaardige en wederkerige relatie aan met partners in de stad en met nieuwe jongere doelgroepen. Het festival houdt bij de keuze rekening met het vaste publiek van de locatie om een optimale match te maken. Het festival presenteert in de komende jaren veel voorstellingen op nieuwe locaties, zoals eerder in OT31 in de Overtoombuurt voor *Subbacultcha X Holland Festival* (2018 & 2019). In 2020 is *Prayers of the People* van Bill T. Jones te zien in het kerkgebouw De Nieuwe Stad in Zuidoost. In samenwerking met De Meervaart presenteert het festival *Transe* van Amir El-Saffar op het Osdorpplein.

Het festival blijft met regelmaat voorstellingen tonen, waarbij **de rol van de toeschouwer** verandert, of traditionele conventies worden



Parlement debout, Faustin Linyekula - 2019

doorbroken: er is een maaltijd voor, na of tijdens de voorstelling, het publiek zit in een ongebruikelijke opstelling, moet actief participeren of rondlopen, soms zelfs in virtual reality. Tijdens *Safar Nord-Sud* (2016) vond een gezamenlijke iftar-maaltijd plaats. In 2019 liep het publiek met Faustin Linyekula in *Parlement debout* in een theatrale processie door de Bijlmer. In 2020 brengt Trajal Harrell dans als een museale opstelling. In *Luistermutant 2020* vraagt Micha Hamel het publiek verschillende luistergames te spelen. Deze voorstellingen activeren de toeschouwer op nieuwe manieren, verbinden publiek en makers, zorgen voor een unieke kunstbeleving en brengen publieksgroepen met uiteenlopende drijfveren en achtergronden samen.

Voorstellingen 2021-2024

Om zo actueel mogelijk te blijven, wordt het definitieve festivalprogramma **zes maanden van tevoren** vastgesteld. Voor de komende periode staat een aantal grote projecten gepland:

- De band met de Belgische groep FC Bergman wordt uitgebouwd; in 2021 een coproductie van Holland Festival, in 2022 een regie van FC Bergman bij ITA-Ensemble.
- In 2021 coproduceert en toont het festival het nieuwe werk van de Griekse Dimitris Papaioannou.
- *Hoichi*, een wereldpremière van Louis Andriessen, in samenwerking met Martijn Padding, de jonge Nederlandse ensembles Elektra en Klang en regisseur Janica Draisma.
- *Koma* van Romeo Castellucci, een nieuwe encensering op locatie van een opera van componist Georg Friedrich Haas in 2022.

- *Euphoria* van Julian Rosefeldt, een nieuwe filminstallatie met live muziek en jeugdkoren in 2022.
- *Europas* van John Cage, een integrale uitvoering van de *Europas* in 2023. Zie inzet.

Europas 1-5

In samenwerking met het Koninklijk Conservatorium Den Haag en Silbersee presenteert het Holland Festival in 2023 een integrale uitvoering van de vijf *Europas* (1987-1991) van John Cage. Net als *aus LICHT* (2019) heeft het project een sterk educatief component, waarbij studenten uit verschillende disciplines in een meerjarige masteropleiding toewerken naar een grootschalige, professionele uitvoering in het Holland Festival. Zo maakt een jonge generatie uitvoerenden kennis met werk, gedachtegoed en uitvoeringspraktijk van een van de grote vernieuwers van de 20^e-eeuwse kunst. Tegelijk wordt het werk, een eigenzinnige reflectie op de Europese operatraditie, nadrukkelijk naar de 21^e eeuw gehaald, onder meer door samenwerkingen met dansers uit de urban scene, een jonge regisseur en een multidisciplinair team.

Musical

Een nieuw aandachtsgebied is musical. Ook in dit genre wil het festival werk gaan presenteren dat aanvullend en vernieuwend is ten aanzien van het reguliere aanbod. In de belangstelling staan zowel vernieuwende producties van bestaand repertoire als het coproduceren en ontwikkelen van nieuw werk met avontuurlijk ingestelde makers van over de hele wereld. Het festival werkt hiervoor onder meer samen met het DeLaMar Theater.

Beeldende kunst, digitale kunst, fotografie en film

Het Holland Festival heeft met regelmaat voorstellingen getoond, waarin beeldende kunst, fotografie en film een grote rol speelden. Voorbeelden zijn *Mariavespers* (2017) van DNO, in samenwerking met beeldend kunstenaar Berlinde De Bruyckere, *Triptych* (2019) van Bryce Dessner met werk van Robert Mapplethorpe en *Le jeune noir à l'épée* van Pierre Puvis de Chavanne (2019) van Abd Al Malik. Digitale kunst, AR en VR



Mariavespers, De Nationale Opera - 2017

maken steeds meer onderdeel uit van de actuele kunst, zoals in de VR-opera *Eight* van Michel van der Aa (2019). De multidisciplinaire benadering wordt voortgezet en het festival gaat specifiek op zoek naar bijzondere projecten en samenwerkingen waarbij podiumkunst en beeldende kunst elkaar ontmoeten. Hiervoor wordt samengewerkt met partners als EYE en het Stedelijk Museum (zie overzicht samenwerkingen, p 16).

Ensembles

Het Holland Festival voelt de noodzaak om de samenwerking met diverse Nederlandse ensembles te intensiveren, en hen zo het internationale podium te geven dat ze verdienen. AskolSchönberg krijgt de komende periode een vaste plek in de programmering. Festival en ensemble committeren zich beide aan een (gelijke) financiële reservering die het mogelijk maakt elk jaar een bijzonder project in het festival te realiseren. In 2021 staat *Antarctica* van de Australische componiste Mary Finsterer op het programma en wordt in samenwerking met Amsterdam Sinfonietta een project geïnitieerd met de Iraanse zangeres Mahsa Vahdat. Voor 2022 zijn festival en ensemble in gesprek met componist Yannis Kyriakides. Ook met het Amsterdams Andalusisch Orkest en het Atlas Ensemble worden nieuwe plannen ontwikkeld.

Context

De contextprogrammering is de plek voor verdere verdieping en verbinding. In samenwerking met diverse partners uit de stad, en hun achterban, organiseert het festival publieke discussies, kunstenaarsontmoetingen, inleidingen, nagesprekken, tentoonstellingen, tours, clubavonden en educatieve trajecten, waarmee het publiek wordt geïnformeerd en het debat wordt gevoerd. Door veel jonge (opinie-)makers en andere stemmen een plek te geven, heeft het contextprogramma zich de laatste jaren ontwikkeld tot een belangrijke toegangspoort van het festival voor een breed publiek.



Afropolitan, met Booker Prize-winnaar Bernardina Evaristo - 2019

De associate artists en hun werk voeden de contextprogrammering. Zo was er in 2019 *The Welcome Table*, een serie gesprekken, ontmoetingen en filmvertoningen door het festival heen, georganiseerd met o.a. The Black Archives, Het Ketelhuis, Black Renaissance en vele nationale en internationale gasten die dieper ingingen op thema's als identiteit, afkomst en kolonialisme. In 2021 wordt met Gisèle Vienne, Ryuichi Sakamoto en partners als Glamcult, Subbacultcha en Sexyland een verbinding gelegd met de Amsterdamse nachtcultuur. Rondon Sakamoto komt een programma over Japanse tradities en Aziatische films.

Contextactiviteiten

- Inleidingen, gesprekken en discussies worden wederkeriger. Kennisoverdracht in twee richtingen komt centraal te staan en de opgedane kennis wordt gedeeld via podcasts en online.
- Een aantal programmaonderdelen keert jaarlijks terug, om herkenbaarheid te vergroten. Bijvoorbeeld de Holland Festival-tafel: gezamenlijk eten, films kijken en discussiëren met



Danse des guerriers de la ville, installatie van choreograaf Anne Nguyen - 2018

bewoners en kunstenaars uit verschillende stadsdelen.

- Er komt een festivalcentrum waar contextprogrammering gebundeld wordt.
- De met Subbacultcha georganiseerde clubavonden worden voortgezet.

Educatie

Het Holland Festival ziet in jongeren het publiek van de toekomst en zal zich blijven inzetten om hen ontvankelijk te maken voor kunst. De afgelopen vier jaar is dit een succesvol traject geweest op bescheiden schaal, waarin volop geëxperimenteerd is. Het festival blijft tegen enkele barrières oplopen: de maand juni is een drukke maand op scholen, het educatieve aanbod in Amsterdam is groter dan de vraag en er is geen specialistische kennis aanwezig in de organisatie. In samenwerking met enkele onderwijsinstellingen ontwikkelt het festival de komende periode een educatieprogramma dat bestaat uit 'tailormade' projecten die verder gaan dan een voorstellingsbezoek. Als pilot voor dit traject voor middelbare scholen creëerde het festival in 2019 een ckv-dag voor 150 vwo-leerlingen van het Hyperion Lyceum. Deze verdieping was succesvol en dient als voorbeeld voor de toekomst. Het festival investeert ook in studenten van kunstvakopleidingen en draagt zo bij aan internationalisering van het kunstvakonderwijs. In 2019 organiseerde het festival een vierdelig programma voor 37 studenten van de opleidingen Theatre Design, Interactive Performance Design en de Master Scenografie aan de HKU. In 2020 worden met de Rietveld Academie (afdeling architectuur), de AHK (master Bouwkunde) en HKU (master scenografie) nieuwe projecten ontwikkeld



aus LICHT, Karlheinz Stockhausen, Holland Festival, De Nationale Opera, Koninklijk Conservatorium Den Haag - 2019

rond het thema 'theater en architectuur'. Het festival blijft masterclasses en workshops voor professionals en (kunstvak)studenten organiseren en werkt samen met verschillende vakopleidingen rond programmering (zie inzet *Europa's*).

Het festival gaat MBO-studenten betrekken door hen meer inzicht te geven in de werkwijze van het festival (decorbouw, techniek of hospitality) en zoekt daarvoor aansluiting bij het Media College Amsterdam en ROC Flevoland. Het Holland Festival is een erkende leerwerkplek voor MBO onderwijs en biedt daarnaast jaarlijks minimaal vijf stageplekken en een aantal tijdelijke opleidingsplekken voor jonge professionals.

Om de uitvoering van deze intensieve educatieprogramma's mogelijk te maken, wordt de organisatie uitgebreid met een educatie-medewerker. Het festival zoekt daarnaast samenwerking met Mocca Expertisecentrum Cultuuronderwijs en cultuurcoaches en zal deelnemen aan expertisebijeenkomsten.

Talentontwikkeling

Het Holland Festival beschikt over een professioneel, internationaal netwerk, dat steeds verder wordt uitgebouwd. Het stelt dit netwerk open voor mid-career kunstenaars en (jonge) professionals in de culturele sector. Het Holland Festival organiseert het traject *Immerse@HF*. Ieder jaar nodigt het team een gezelschap nationale en internationale kunstenaars uit dat (nader) kennismaakt met het Holland Festival. Ze gaan in gesprek met makers en elkaar en verzorgen een presentatie van hun eigen werk. Zo leggen ze nieuwe contacten, delen andere perspectieven en bijzondere ervaringen die bijdragen aan hun artistieke ontwikkeling en kunstenaarspraktijk.

Het festival heeft een partnership met de European Festival Association (EFA), waarvoor het zijn vakkennis en expertise beschikbaar stelt, onder andere middels stageplekken voor jonge Europese producenten en is lid van het International Society for the Performing Arts (ISPA) netwerk.

De Holland Festivalwereld

Deze kaart geeft de internationale relaties van het Holland Festival weer in de afgelopen periode (2017-2020) en de komende periode (2021-2024). Het gaat om internationale artiesten, gezelschappen en instellingen waarmee is of zal worden samengewerkt. We noemen enkele van de belangrijkste.

Associate Artists

William Kentridge (Zuid-Afrika/Johannesburg)
Faustin Linyekula (Congo/Kisangani)
Bill T. Jones (V.S./New York)
Gisèle Vienne (Frankrijk/Parijs)
Ryuichi Sakamoto (Japan/Tokyo en (V.S./New York)

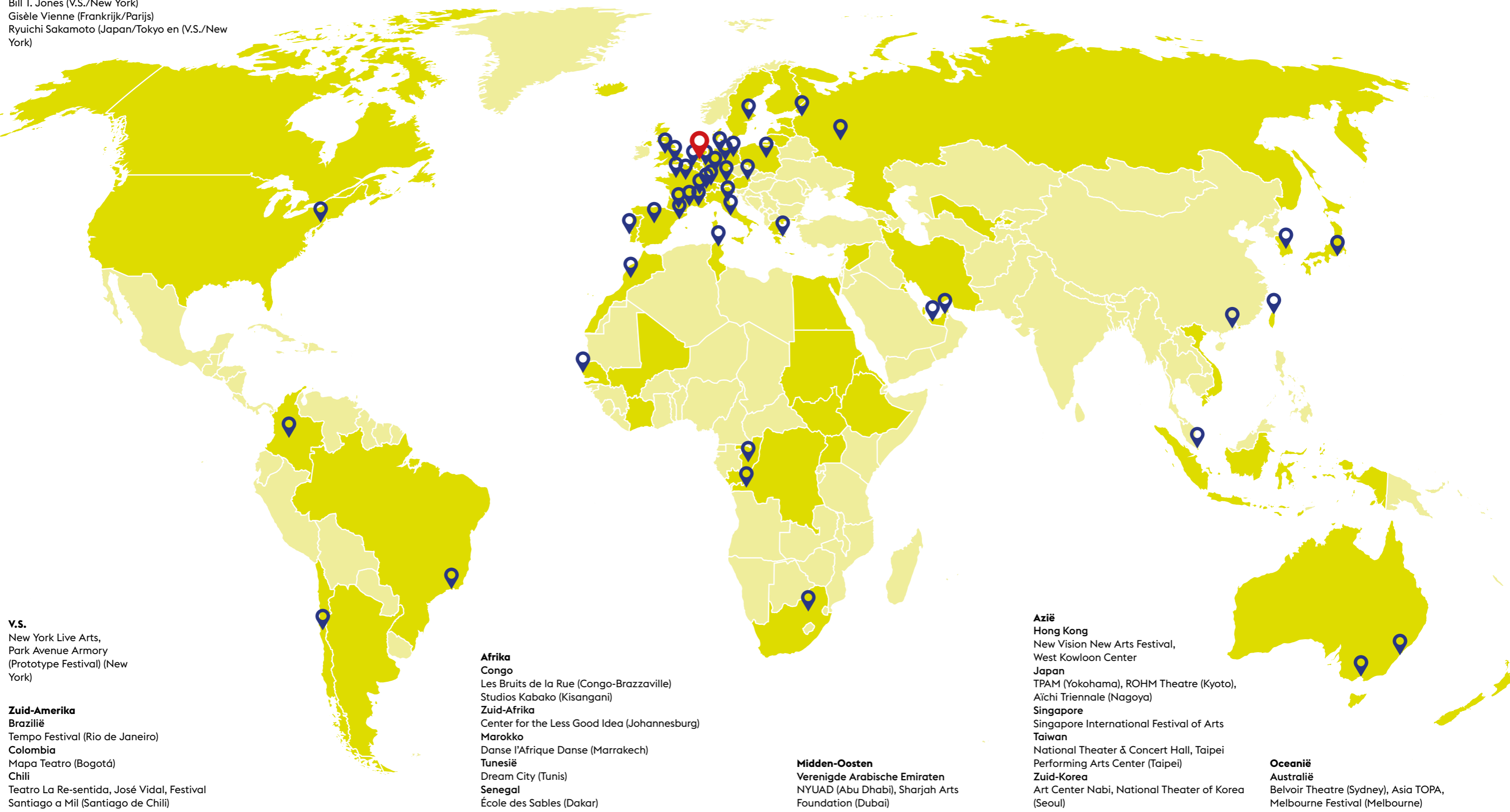
Europa

België
deSingel, Toneelhuis (Antwerpen),
Kunstenfestivaldesarts (Brussel)
Duitsland
Schaubühne am Lehniner Platz, Volksbühne,
CTM, Eidotech (Berlijn)
Ensemble Modern, Mousonturm (Frankfurt)
Kampnagel, Thalia, Elbphilharmonie
(Hamburg), Staatstheater, Theaterformen
(Hannover), Ensemble Musikfabrik (Keulen),
Stockhausen-Stiftung für Musik (Kürten),
Münchner Kammerspiele, Spielart Festival,
Bayerische Staatsoper (München),
Morgenland Festival (Osnabrück),

Ruhrtriennale (Ruhrgebied), Tanztheater
Wuppertal Pina Bausch (Wuppertal),
Theater der Welt
Frankrijk
Festival d'Aix-en-Provence (Aix-en-Provence),
MC2 (Grenoble), Festival de Marseille
(Marseille), Printemps des Comédiens
(Montpellier), Ensemble intercontemporain,
IRCAM, Odéon-Théâtre de l'Europe, Théâtre
de la Ville, Théâtre du Châtelet (Parijs),
Théâtre National de Bretagne (Rennes),
Théâtre Garonne (Toulouse)
Griekenland
Onassis Stegi (Athene)

Italië
Societas Raffaello Sanzio (Cesena),
Romaeuropa Festival (Rome)
Oostenrijk
Wiener Festwochen, Klangforum Wien
(Wenen)
Polen
Nowy Teatr (Warschau)
Portugal
Teatro Nacional D. Maria II (Lissabon)
Rusland
Theatre of Nations, New Territories Festival,
Stanislavsky Electrotheatre (Moskou), Maly
Drama Theatre (St. Petersburg)

Spanje
Grec Festival, Grand Teatro del Liceu, Sonar
Festival (Barcelona)
Teatros del Canal, Teatro Real (Madrid)
V.K.
Birmingham Repertory Theatre (Birmingham),
I4-I8 NOW, Barbican Centre, LIFT, Southbank
Centre, Sadler's Wells (Londen), Manchester
International Festival, The Factory
(Manchester), Afropean
Zweden
Cullberg (Norsborg)
Zwitserland
Kaserne (Basel), Théâtre Vidy-Lausanne
(Lausanne), Schauspielhaus Zürich, Zürcher
Theater Spektakel (Zürich)



V.S.

New York Live Arts,
Park Avenue Armory
(Prototype Festival) (New
York)

Zuid-Amerika

Brazilië
Tempo Festival (Rio de Janeiro)
Colombia
Mapa Teatro (Bogotá)
Chili
Teatro La Re-sentida, José Vidal, Festival
Santiago a Mil (Santiago de Chili)

Afrika

Congo
Les Bruits de la Rue (Congo-Brazzaville)
Studios Kabako (Kisangani)
Zuid-Afrika
Center for the Less Good Idea (Johannesburg)
Marokko
Danse l'Afrique Danse (Marrakech)
Tunesië
Dream City (Tunis)
Senegal
École des Sables (Dakar)

Midden-Oosten

Verenigde Arabische Emiraten
NYUAD (Abu Dhabi), Sharjah Arts
Foundation (Dubai)

Azië

Hong Kong
New Vision New Arts Festival,
West Kowloon Center
Japan
TPAM (Yokohama), ROHM Theatre (Kyoto),
Aichi Triennale (Nagoya)
Singapore
Singapore International Festival of Arts
Taiwan
National Theater & Concert Hall, Taipei
Performing Arts Center (Taipei)
Zuid-Korea
Art Center Nabi, National Theater of Korea
(Seoul)

Oceanië

Australië
Belvoir Theatre (Sydney), Asia TOPA,
Melbourne Festival (Melbourne)

HOLLAND FESTIVAL IN NEDERLAND

Samenwerkingspartners Context

24Kitchen / BackBone / Black Archives / Black Heritage Tours / Boekman Stichting / CBK Zuidoost / Commonland / De Balie / De Gids / Glamcult studio / Instituut voor Publieke Waarden / John Adams Institute / Melkweg Expo / Mister Motley / Operator radio / Parlement van de Dingen / Poetry Circle O2O / Q-Factory / RIGHTABOUTNOW INC. / Soundtrackcity / STEIM / Subbacultcha / Van Rossum Boekhandel / Volkshotel / Zuid-Afrika Huis



Educatie

AHK - Conservatorium van Amsterdam, Academie voor Theater en Dans, Academie van Bouwkunst, masteropleiding Kunsteducatie, DAS masteropleiding theatre en masteropleiding creative producing HKU - masteropleiding scenografie, masteropleiding interior architecture / Hyperion Lyceum / IMC weekendschool / Koninklijk Conservatorium Den Haag / Open Schoolgemeenschap Bijlmer / Rietveld Academie / Rijksakademie / Stedelijk Museum - Blikopeners / UvA - Muziekwetenschap, Theaterwetenschap, Sociale en Europese Studies

Buitenlocaties

Anton de Komplein / Dam / Spui / Oudezijds Achterburgwal / Plantage Westermanlaan / Leidseplein / Mercatorplein / Park Frankendael / Passage Rijksmuseum / Museumplein / Osdorppelein / Westerpark

Locaties

Bimhuis / Casco / Centrale Markthal / Amsterdam Food Center Amsterdam / Chassé Dance Studios / Compagnietheater / Cultureel Educatief Centrum (CEC) / De Brakke Grond / DeLaMar / De Meervaart / De School / Eye Filmmuseum / Frascati / Felix Meritis / Het Ketelhuis / ITA / Koninklijk Concertgebouw / Koninklijk Theater Carré / Lloyd Hotel / Loods6 / Muziekgebouw / Nationale Opera & Ballet / OSCAM / OT301 / Pakhuis De Zwijger / Paradiso / Pathé Tuschinski / Perdu / Podium Mozaiëk / Sexyland / Splendor / Spui25 / Stedelijk Museum Amsterdam / Theater Amsterdam / Tolhuistuin / VondelCS / Westergas

Ensembles/orkesten

Amsterdams Andalusisch Orkest / Amsterdam Sinfonietta / AskolSchönberg / Atlas Ensemble / Cappella Amsterdam / Electra / Ensemble Klang / Koninklijk Concertgebouworkest / Metropole Orkest / NAP / Nederlands Kamerkoor / philharmonie zuidnederland / Radio Filharmonisch Orkest / Residentie Orkest / Rotterdams Philharmonisch Orkest / Silbersee / Stargaze

Gezelschappen theater, dans, opera, muziektheater

BOG. / De Nationale Opera / De Warme Winkel / Het Nationale Ballet / Het Nationale Theater / ICK / ITA-ensemble / NB Projects / Stichting SHARP/ArnoSchuitemaker / Toneelgroep Oostpool / World Opera Lab

3. PUBLIEKSVERBREDING



publiek bij Holland Festival Proms - Jalsat Rouhiya, Ensemble Rhoum El Bakkali, Amsterdams Andalusisch Orkest, Orchestre Tamsamani - 2018

Het Holland Festival stimuleert de aanwas van nieuwe publieksgroepen. De focus bij publiekswerving wordt daarom verlegd naar de motieven van het festivalpubliek. Waarom komt bestaand en nieuw publiek naar het Holland Festival en hoe kan het festival daar beter op inspelen?

De laatste jaren is er een toenemende vraag naar zingeving, kennis en uitdaging onder het festivalpubliek, met name onder jongere doelgroepen. Steeds vaker zoekt jong publiek naar een unieke ervaring, die bijdraagt aan de persoonlijke ontwikkeling. Het publiek ziet het Holland Festival als keurmerk van kwaliteit en is daarom bereid risico's te nemen. Het festival omarmt zijn publiek en biedt het 'once in a lifetime'-ervaringen in de programmering, de mogelijkheid nieuwe perspectieven te leren kennen en ruimte voor reflectie en uitwisseling.

Communicatie

Public relations, zoals het creëren van vrije publiciteit (digitaal en in print), vormde de afgelopen periode het hart van de strategie van de communicatie- en marketingafdeling. Er is ook aandacht besteed aan de inrichting van een online archief, waarin de rijke historie van het festival in beeld is gebracht. Er is gebouwd aan een volledige database met verkoopshistorie om zo het vaste publiek te behouden en nieuwkomers te werven. Er wordt op drie niveaus gecommuniceerd met het publiek: corporate niveau, festivalniveau en voorstellingsniveau. Die aanpak is succesvol gebleken. De kaartverkoop is de laatste 12 jaar met ruim 20% gestegen. Het Holland Festival heeft met jaarlijks

ruim 80% een hoge bezettingsgraad vergeleken met andere podiumkunstinstanties.

Doelgroepen en strategie

Ondanks de groeiende kaartverkoop, hoge bezettingsgraad en de grote loyaliteit van het publiek vindt het Holland Festival het belangrijk om een meer diverse publieksamenstelling te genereren. Daarom voert het festival vanaf 2020 twee strategieën: een om het bestaande publiek te behouden en uit te bouwen en een tweede strategie om jonger en nog meer nieuw publiek te werven.

1 Vast publiek

Het vaste publiek laat zich kenmerken door een bindende factor: het houdt van podiumkunsten in het algemeen en van het Holland Festival in het bijzonder. Het is avontuurlijk, nieuwsgierig en accepteert uitdagende en complexe voorstellingen. Deze brede groep bestaat grotendeels uit **culturomnivoren**, waarvan een deel internationale bezoekers zijn. Een klein maar belangrijk deel zijn de **kapitaalkrachtigen**: zij zijn gewend geld te doneren aan maatschappelijk verantwoorde doelen en behoren tot de gulle gevers van het festival.

Voor het vaste publiek is het hoofdprogramma de toegangspoort tot het festival. Aan de hand van onderzoek naar motivaties voor festivalbezoek worden campagnes verbeterd. Goede informatievoorziening, verdieping, excellente bezoekersservice, een succesvol loyalty-programma met verschillende instapniveaus voor (jonge) begunstigers, aandacht voor gastvrijheid en (fysieke) toegankelijkheid zijn belangrijke redenen voor herhaald festivalbezoek. Met de klantdatabase waarin meer dan 80.000 actieve records zitten, wordt een compleet nieuw online marketingprogramma gebouwd, waardoor efficiënter en fijnmaziger kan worden gewerkt. Het programmaboek, de website en het contextprogramma zijn plekken waar deze doelgroep (meer) informatie kan vinden. Daarnaast wordt de landelijke zichtbaarheid van het festival door het hele jaar heen vergroot.

2 Nieuw publiek

Binnen het nieuwe publiek maakt het festival onderscheid tussen verscheidene doelgroepen, waaronder **jongeren** en **festivaldebutanten**. Zij



Smartphone Orchestra bij HF Young-voorstelling - 2019

hebben veelal een bi-culturele of internationale achtergrond, wonen grotendeels in steden, laten zich verrassen door bijzondere ervaringen, waarbij de sociale component en engagement belangrijk zijn. Actuele thema's als klimaat, gender, identiteit vinden ze belangrijk. Ze zijn vaak 'digital natives'. Ze kennen het Holland Festival soms enkel van naam en komen op de inhoud van specifieke voorstellingen af of omdat iemand uit hun eigen community aanraadt om te gaan.

Specifiekere doelgroepen tussen de 20 en 45 jaar:

- Progressieve, hoger opgeleide Islamitische Nederlanders
- Nederlanders met wortels in de voormalige koloniën
- LHBTIQ+-gemeenschap in Nederland
- Expats en internationale bezoekers
- Mensen met een auditieve en/of visuele beperking
- Mensen met een MBO-opleiding

De inzet is om deze doelgroepen meer dan voorheen bij het festival te betrekken. Hun toegangspoort is drieledig: via een specifieke artiest of voorstelling (zoals de islamitische rockster Sami Yusuf), ofwel de locatie zoals De Meervaart, Westergas), ofwel het contextprogramma (*Take Part*, 2020). Communicatie vindt vooral digitaal en op basis van aanbeveling plaats. Influencers en andere jonge professionals krijgen een rol in de communicatie, bijvoorbeeld als tijdelijke medewerker online communicatie, moderator of presentator in het (context)programma. Er wordt meer samengewerkt met Amsterdamse, lokale netwerken en (media)partners. Meerstemmigheid,

meedoen en bijdragen, transparantie en een authentieke boodschap over de inhoud zijn belangrijke waarden in de hoofdzakelijk digitale campagnes voor deze doelgroepen.

De nieuwe tone of voice is uitnodigend en prikkelend, en zet aan tot discussie. Extra toelichtingen op de programmering, een persoonlijk welkom en kijkjes achter de schermen halen het gevoel weg dat het Holland Festival enkel voor de doorgewinterde kunstkenner zou zijn. Dit welkome gevoel wordt tijdens de hele 'customer journey' doorgevoerd.

Toegankelijkheid en inclusiviteit

Het festival zet in op een grotere toegankelijkheid voor iedereen, met aandacht voor mensen met een fysieke of sociale beperking, mensen die niet of nauwelijks Nederlands spreken en senioren. Maatregelen hebben betrekking op informatievoorziening, facilitaire ondersteuning en toegangsprijs. Wat betreft de fysieke toegankelijkheid gaan we in gesprek met de locaties waar het festival plaatsvindt, om deze te optimaliseren. Waar het festival zelf verantwoordelijk is voor de faciliteiten zorgt het voor de benodigde voorzieningen. Het festivalteam wordt extra getraind op publieksservice voor deze doelgroepen. De informatie over deze faciliteiten wordt duidelijk gecommuniceerd. Een deel van de voorstellingen wordt voorzien van audiodescriptie. Er komt meer achtergrondinformatie via podcasts en online. Vrijwel alle voorstellingen hebben boventiteling in het Nederlands en het Engels.



Er is een jaarlijkse evaluatie van alle processen, een duidelijke klachtenprocedure en er is een tweejaarlijks publieksonderzoek, uitgevoerd door Motivaction. Daarnaast vindt kwalitatief onderzoek plaats met focusgroepen.

HF Young

Met het platform HF Young (tot 40 jaar) heeft het Holland Festival de afgelopen jaren geïnvesteerd in een jonger publiek. Het platform kent meer dan 6000 volgers. Met een ander geluid spreekt HF Young een jong, divers en inclusief publiek aan. Het betreft bezoekers actief bij de inhoud van het festival. De HF Young'er laat zich graag verrassen, hecht waarde aan de hoge kwaliteit van het programma, wil verdieping en staat open voor andere perspectieven van de festivalkunstenaars, die vaak generatiegenoten zijn. De afgelopen jaren heeft het platform vooral als marketingmiddel gewerkt, bijvoorbeeld in 2019 tijdens *aus LICHT* dat de best bezochte voorstelling onder jongeren was.



HF Young Academy: The Dark Edition - 2019

HF Young wordt aangejaagd door de HF Young Circle: tien tot vijftien jonge professionals en creatievelingen uit de Randstad met diverse achtergronden, opleidingen en netwerken. Zij kiezen favorieten uit het programma, organiseren hun eigen randprogramma en nodigen hun achterban uit. Zij zijn de ambassadeurs van het festival en dragen ook weer nieuwe leden aan. Een HF Youngcoördinator zorgt voor verbinding met de organisatie.

De komende jaren wordt de HF Young Circle vergroot en krijgt het platform meer zichtbaarheid in het festival, op de website en online. HF Young gaat actief samenwerken met instellingen en initiatieven die inhoudelijk aansluiten bij de doelstelling, zoals Queer Salon, Jongsters, Krater Art & Community, Talentlab, Heesterveld Creative Community, Vox-Pop en IMC Weekendschool.

Om het contact met HF Young'ers op de lange termijn te behouden en ook de groep begunstigers van het Holland Festival te verbreden en te verjongen, worden kaartkopers benaderd om jonge begunstiger te worden. De ambitie is dat HF Young de basis vormt voor de werving van jonge begunstigers van het Holland Festival.



HF Young Circle - 2019

4. UITVOERBAARHEID

Financieringsmix

Een duurzame financieringsmix is noodzakelijk voor het bestaan van het Holland Festival. Het festival wordt mogelijk gemaakt door bijdragen van subsidiënten, private en publieke fondsen, bedrijfssponsors en particuliere donateurs. De structurele subsidies van het ministerie van OCW en de gemeente Amsterdam vormen met ongeveer 65% een belangrijk deel van de totale inkomsten. Het aandeel eigen inkomsten is ongeveer 35%. De afdeling development zoekt daarvoor naar inhoudelijk gemotiveerde partnerships om structurele steun te creëren. Het Holland Festival is vaak een voorloper op het gebied van fondsenwerving. In 2019 is, in samenwerking met DNO, voor *aus LICHT* aanvullend op het festivalbudget €1,3 miljoen geworven.

De ambities in de vorige aanvraag op het gebied van inkomsten uit private en publieke fondsen en particuliere donateurs zijn (bijna) gerealiseerd, maar in het geval van bedrijfssponsoring veel te ambitieus gebleken. In 2019 waren de totale inkomsten van corporate sponsoring €45.000, in plaats van de geambieerde €300.000, wat aangeeft hoe lastig de markt is. Het festival is om uiteenlopende redenen (directiewisseling bij de

sponsor, andere sponsorprioriteiten) drie grote sponsors kwijtgeraakt. De 'in-kind' (in natura) sponsoring gaat goed, de totale waarde in 2019 was €464.611.

Bijdragen van particuliere donateurs kwamen gemiddeld iets lager uit dan de geambieerde €500.000. In 2019 was het totaal van particuliere donaties €464.080, al met al een substantiële bijdrage van betrokken begunstigers. De inkomsten uit fondsen kwamen op ongeveer €950.000. Enkele grote fondsen hebben het festival meerdere jaren ondersteund en de afgelopen tijd hun bijdrage afgebouwd, omdat hun beleid niet gericht is op structurele ondersteuning. Dit heeft gevolgen voor het (artistieke) budget van de komende periode.

Het Holland Festival streeft voor 2021-2024 naar behoud van de eigen inkomsten van 35% van het totale budget. Een speerpunt in het beleid is het creëren van een meer diverse supportersbase. Op het podium staan kunstenaars uit alle werelddelen, waarvan een groot deel mid-career is. Dit wil het festival graag weerspiegeld zien in zijn donateurs. De raad van toezicht, begunstigers en de HF Young Circle vertegenwoordigen verschillende achterbannen en het Holland Festival wil



Opera in het park: *Pelléas et Mélisande* - 2019

zoveel mogelijk peer-to-peer werven. Om de Jonge Begunstigers-kring te versterken wordt deze gekoppeld aan HF Young. De developmentstrategie richt zich ook op nalatenschappen en legaten, in samenwerking met Van Doorne notarissen, die zich 'in-kind' inzetten voor het Holland Festival. Naast het behouden en uitbreiden van de brede basis van begunstigers, ziet het festival mogelijkheden om de inkomsten uit corporate sponsoring te verbeteren, met name door partnerships meer op inhoud te verbinden. Scale-ups en bedrijven die niet de geijkte privileges zoeken (fast-lane, vrijkaarten, naamgeving op een gevel), maar juist een live uitgevoerde, blijvende ervaring aan hun relaties of medewerkers willen bieden, passen bij het festival.



Tramaankleding - 2019

Risicoanalyse

Kosten worden conservatief begroot door rekening te houden met autonome prijsontwikkelingen, inflatie en onvoorziene kosten. Bij de personele lasten wordt rekening gehouden met individuele salarisverhogingen en CAO-ontwikkelingen. De vermogenspositie van het Holland Festival moet te allen tijde eventuele tegenvallers kunnen opvangen. Het festival stelt nooit een begroting met een tekort vast, indien de vermogenspositie dat niet toelaat. De inkomsten worden ingedeeld in vier risicogroepen. Bij het vaststellen van de begroting wordt gestreefd naar inkomsten voor ten minste 90% uit de twee laagste risicogroepen. Het Holland Festival vraagt meer subsidie aan om zijn doelstellingen op het gebied van artistieke vernieuwing, verdieping, publieksverbreding en diversiteit te halen. Een toekenning daarvan door het ministerie van OCW en de gemeente Amsterdam zal een stimulerend (vliegwiel) effect hebben op de wervingspotentie en extra inkomsten mogelijk maken uit private geldstromen, sponsors en fondsen.

Dit effect werkt ook de andere kant op. Indien de hogere aanvraag niet wordt gehonoreerd, zijn de risico's op het gebied van sponsor- en fondsenwerving en ondersteuning uit de private markt groot. Een pas op de plaats of vermindering van de subsidie heeft door het afgenomen potentieel als coproducent en de sterk gestegen productiekosten de volgende gevolgen:

- Door verminderde coproductiemogelijkheden komen de ambities op het gebied van artistieke uniciteit in gevaar, en daarmee de onderscheidende positie van het Holland Festival. Een kleiner programma heeft een negatieve invloed op de receptiebegroting.
- Uitbreiding van personeel is niet mogelijk, waarmee arbeidsplaatsen voor nieuwe medewerkers voor educatie, development (donateurs) en communicatie (jongeren en publieksverbreding) komen te vervallen.
- Educatieprogramma en talentontwikkeling verliezen aan kwantiteit.
- Het vernieuwde HF Young-programma, waarmee publieksverbreding en diversiteit worden aangejaagd, verliest aan resultaat.

Organisatie

Het Holland Festival is een kleine, platte, zeer professionele organisatie met specialistische kennis en bestaat uit de afdelingen programmering, research & educatie, productie, communicatie & marketing, development en bedrijfsvoering. Alle staan onder leiding van de algemeen directeur. In de aanloop naar het festival wordt het team uitgebreid met een aantal freelance medewerkers. Gedurende het festival worden nog eens jaarlijks 150 oproepkrachten ingehuurd ten behoeve van publieksbegeleiding, kaartverkoop, transportdiensten en productieondersteuning. Deze oproepkrachten worden via een verloningsbureau uitbetaald. Het opleidingsbudget voor medewerkers wordt verhoogd en actief onder de aandacht gebracht, zodat medewerkers extern hun expertise kunnen vergroten en hun kennis up to date kunnen houden door opleidingen te volgen en relevante congressen te bezoeken.

Om de ambities te kunnen waarmaken en de kwaliteit van het Holland Festival te behouden en waar nodig te verbeteren, is het noodzakelijk om de capaciteit van de organisatie te vergroten en te investeren in digitalisering. Er wordt gezocht naar een educatiemedewerker, twee extra communicatiemedewerkers (voor de online focus op



Holland Festivalteam 2020

publieksverbreding en jongeren) en een medewerker development (voor de focus op particuliere giften en nalatenschappen). Daarmee stijgt het aantal FTE van 32 in 2020 naar 36 in 2024, inclusief stagiaires en tijdelijke medewerkers.

Diversiteit

Het festival werkt aan diversiteit binnen de organisatie, zowel onder vast als tijdelijk personeel. Het festival wil alle komende vacatures invullen met professionals die een bi-culturele achtergrond hebben of die anderszins verschillen

van het huidige personeelsbestand. Er komt een jaarlijkse inclusiviteitstraining voor het personeel en meer aandacht voor begeleiding op de werkvloer. Recent is een externe contactpersoon inclusiviteit aangesteld.

In de raad van toezicht wordt bij wisselingen toegezien op de genderbalans en diversiteit. Op moment van schrijven zijn er twee leden met bi-culturele achtergrond en is de man-vrouw-verhouding drie om drie. Ook in leeftijd is er een grote variëteit. Partners van het festival zijn zowel locatiepartners als leveranciers (catering/ritten/hotels).

Bij de uitwerking van afspraken met deze partners zal het Holland Festival nog duidelijkere voorwaarden stellen met betrekking tot diversiteit, inclusie en duurzaamheid.

Duurzaamheid

Om toe te werken naar een milieubewust en duurzaam festival is in 2019 de interne Groen-commissie ingesteld. Het doel van de commissie is om draagvlak en bewustzijn te stimuleren voor duurzame veranderingen, intern en extern. De aandacht gaat uit naar energiebesparing, gebruik van hernieuwbare grondstoffen, recycling en duurzame alternatieven. Concrete veranderingen vanaf 2020: het centraliseren van de catering op locatie, plastic waterflesjes afschaffen, lunches verduurzamen, duurzame bloemen uitreiken aan artiesten.

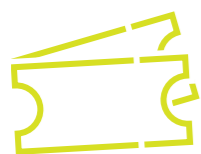
Toekomstige veranderingen: kunstenaars en festivalprogrammeurs reizen per trein binnen Europa, plasticvervangers in de catering, minder of geen vlees in de catering, uitsluitend digitale programma's, fietsen worden in plaats van taxi's aangeboden aan gasten, hotels dienen een Green Key te hebben en er komt meer aandacht voor duurzaamheid in de programmering.



Tas gemaakt uit een gerecyclede festivalvlag

HOLLAND FESTIVAL - GEMIDDELTE AANTALLEN PER JAAR (2016-2019)

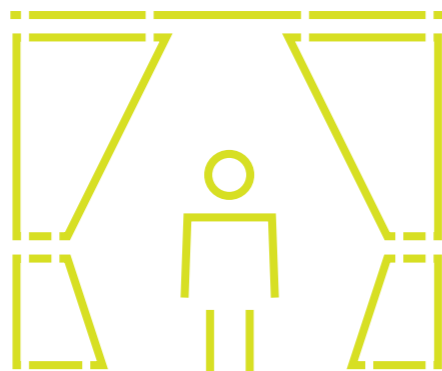
PROGRAMMERING



40
programma's



30
verschillende
nationaliteiten



100-110
voorstellingen

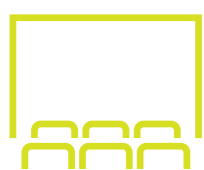


25
contextprogramma's



80
gratis en laaggeprijsde
activiteiten

PUBLIEK



80% - 84%
zaalbezetting



75.000
bezoekers



€ 27 gem. p.p.
eten en drinken
in Amsterdam
€ 21 gem. p.p.
hotelovernachting



€ 30
vervoer/parkeer- en
reiskosten in Amsterdam
gem. p.p.

MEDIA



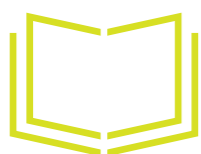
5
tv programma's



550.000
televisiekijkers



8
radio-uitzendingen



60.000
festivalboeken



550
artikelen in printmedia
600
online artikelen



200.000
websitebezoekers
52.000
volgers op social media

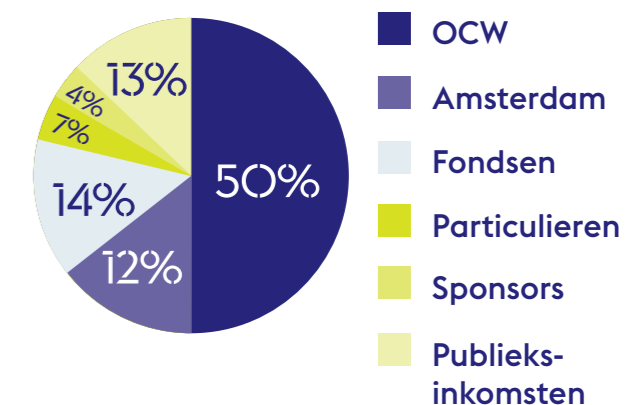
FINANCIËN - GEMIDDELTE AANTALLEN PER JAAR (2015 - 2018)

Honoraria artiesten	€ 1.766.000
Hotel, reis en verblijfskosten artiesten	€ 612.000
Zaalhuur en locatiekosten	€ 583.000
Tijdelijk festivalpersoneel	€ 389.000
Techniek, montage en decors	€ 387.000
Overige festivalkosten (rechten, huur instrumenten en bladmuziek, etc.)	€ 285.000

VERGELUKING SUBSIDIES EUROPESE FESTIVALS

Holland Festival	€ 4.162.000
Ruhrtriennale	€ 13.650.000
Wiener Festwochen	€ 10.600.000
Festival d'Avignon	€ 7.150.000

SUBSIDIE TEN OPZICHTE VAN EIGEN INKOMSTEN



PRODUCTIE

CREW EN GEZELSCHAPPEN

national
(x100)

internationaal
(x100)



1650
GVB dagkaarten



18
locaties Amsterdam



2373
hotelovernachtingen
artiesten

MEDEWERKERS

vaste
medewerker (x10)

tijdelijke
medewerker (x10)





HOLLAND
FESTIVAL
2021-2024