

Bestuursverslag Nederlands Theater Festival 2015

Na de succesvolle editie van 2014 leek dat jaar niet meer te overtreffen. Toch maakten het Nederlands Theater Festival en het Amsterdam Fringe Festival in 2015 het beste jaar tot nog toe mee; een gelukkig samenvallen met het 10 jarig bestaan van beide festivals in de huidige opzet. Meer mensen dan voorheen bezochten de geselecteerde voorstellingen. Nooit eerder waren zoveel zalen tegelijkertijd uitverkocht en dat terwijl het festival zich uitspreidde over heel Amsterdam. Terwijl de Fringe nog meer de rafelranden van de stad opzocht en TF jong eveneens naar de stadsdelen uitbreidde, was het festival tevens prominent aanwezig in de NES en het Compagnietheater en was de selectie in twee grote zalen te zien. Dit resulteerde bijna in een verdubbeling van het aantal bezoekers voor de Officiële Juryselectie van het Nederlands Theater Festival. De Fringe bleef qua bezoekersaantallen stabiel maar verhoogde het gemiddelde bezoekerspercentage.

Maar los van mooie publieksaantallen was het ook inhoudelijk een sterk jaar. De juryselectie pakte erg goed uit en dat terwijl vier van de elf geselecteerde voorstellingen (Mansholt, Fountainhead, Bruid in de Morgen en Genesis) helaas niet konden worden hernomen. Dat werd ruimschoots gecompenseerd met o.a. voorstellingen uit de Vlaamse selectie, waaronder Vader van Peeping Tom en een aantal special events in de Stadsschouwburg en Theater Carre. Ook de BNG Bank Nieuwe Theatermakersprijs en het Vlaamse Circuit X kregen een prominente plek binnen het festival.

Niet alle ambities konden worden waargemaakt en niet alles lukte. De Theatermarathon verdient nadere uitwerking en herziening maar blijft als idee niet onaardig. We werken inmiddels aan een nieuw plan. Ook het Grote Podiumkunstendebat over aanbod en afname was minder geslaagd, vooral omdat er geen goede cijfers voorhanden waren en deelnemers niet het achterste van hun tong wilden laten zien. De voorgenomen uitwisseling met het Berlijner Theatertreffen kwam bij gebrek aan extra financiering niet van de grond en ook het uitgebreide hospitality programma kreeg onvoldoende financiële steun om te kunnen worden uitgevoerd. Wel meldden zich meer buitenlandse gasten dan ooit, met name aangetrokken door de Fringe en de programmering met internationale potentie, zoals het mimespektakel Horror van Jakop Ahlbom.

Staat van het Theater

Het festival ging vliegend van start met een even aangrijpende als omstreden Staat van het Theater door regisseur Ola Mafalaani. Zij deed een vurig beroep op haar collega's om zich uit te spreken in deze tijden van crisis, daarbij bewust alle theatrale middelen inzettend die haar ter beschikking stonden. De opkomst van 150 vluchtelingen uit met name Eritrea en Afghanistan werd vele aanwezigen letterlijk en figuurlijk te veel: zowel grote verontwaardiging als lof vielen Mafalaani ten deel.

Het was hoe dan ook een onvermijdelijke opening: de vluchtelingen crisis die op dat moment een dieptepunt beleefde kon onmogelijk onbesproken blijven; over de manier waarop liepen de meningen mijlenver uiteen. De uitverkochte openingsvoorstelling van Daria Bukvić in de grote zaal van de Stadsschouwburg over drie jonge mensen en hun jeugd in een AZC maakte de avond compleet, waardevol en emotioneel beladen.

Hierop volgde een erg geslaagd weekend vol uitverkochte zalen voor onder meer Horror, Angels in America en Kunsthart. Alleen de Theatermarathon sloeg zoals gezegd niet aan: de voorstellingen verkochten los van elkaar vele malen beter. Slechts een handjevol mensen koos voor de route langs lezingen en voorstellingen. Het vermoeden is dat de Amsterdammer minder behoefte heeft aan meerdere voorstellingen op een dag maar dat dit voor dagjesmensen wel een concept met potentie

is. Zo was de *mystery guest*, gebaseerd op de Showbizkwis in de jaren tachtig, nu met Victor Löw, inhoudelijk een voltreffer; de moeite waard om verder uit te bouwen in de nabije toekomst.

BNG Nieuwe Theatermakersprijs / Circuit X

Dit jaar kreeg de BNG Nieuwe Theatermakersprijs een stevigere plek binnen het programma. Tom Helmer van de Rotterdamse Schouwburg organiseerde namens de BNG jury voorafgaand aan de prijsuitreiking in de Stadsschouwburg een middag met de genomineerden in Debatcentrum de Balie, waar Marijn Lems als gespreksleider optrad. Meer genomineerden dan voorheen speelden hun voorstelling op het festival, met name in Theater Bellevue en het Compagnietheater, waar ook geselecteerden voor het Vlaamse Circuit X hun opwachting maakten. Dit bleek in feite de perfecte brug tussen TF en de Fringe. Meer publiek dan verwacht kwam op dit aanbod af, zodat het zeker een vervolg krijgt in de volgende editie van het festival. De BNG Nieuwe Theatermakersprijs werd gewonnen door BOG. voor de voorstelling MEN. de mening herzien.

De aanwezigheid en betrokkenheid van acteurs is voor het Nederlands Theater Festival van enorm belang. Op eigen initiatief greep de vereniging Acteursbelangen de opening aan om de resultaten van het tweejaarlijkse arbeids- en inkomstenonderzoek te presenteren in de Koninklijke Foyer, wat een goed gevulde zaal en enig nieuws opleverde over de noodzakelijke neveninkomsten van acteurs.

Veel moeite is dit jaar gestoken in de aankleding van het festival. Omdat het budget hiervoor beperkt was werd bedacht dat oude theaterrekwisieten werden geëxposeerd en via Marktplaats verkocht ten bate van Vluchtelingewerk Nederland. Rekwisieten werden belangeloos beschikbaar gesteld door o.a. Orkater, het RO theater, Toneelgroep Amsterdam, mugmetdegoudentand en Urban Myth; de sokkels gesponsord. De verkoop bracht een kleine 400 euro op.

Nikon Theaterfotografieprijs

Daarnaast werden de genomineerden voor de Nikon Theaterfotografieprijs geëxposeerd: teruggekeerd na jaren afwezigheid dankzij Nikon Nederland. De Theaterfotografieprijs, 2.500 euro, werd gewonnen door Sanne Peper, voor haar foto van De Onrendabelen van Toneelgroep Oostpool. De genomineerde foto's gaan als expositie door het land, te beginnen naar Theater De Meervaart in Amsterdam.

Ook waren de foto's te bewonderen die kunstenaarscollectief Eddie The Eagle Museum vorig jaar maakte op het festival. Jurken van Elian Smits sierden opnieuw de trapgangen van de Stadsschouwburg, terwijl de foto's van Carla Kogelman aan de buitenkant van het gebouw werden geëxposeerd. Samen met het Theatermuseum werd een kleine tentoonstelling rond 60 jaar Louis en Theo D'Or ingericht, terwijl de Stichting Oeuvre Jan van der Vossen een overzicht toonde van tien jaar portretten gemaakt van de winnaars.

Binnen dit decor verzorgde juryvoorzitter Boris van der Ham een viertal rondleidingen, waarvoor goede belangstelling bestond.

Opium Radio presentator Hans Smit was de voice-over voorafgaand aan de voorstellingen ('Welkom op het Nederlands Theaterfestival!') en voerde de nagesprekken bij de voorstellingen van de Officiële van Juryselectie. Deze 'TF on Air' gesprekken werden live gestreamd en zijn nog steeds op internet opvraagbaar.

Specials

Het festival presenteerde naast de selecties van de jury's ook een aantal 'specials' waaronder een uitverkocht optreden van comedian Micha Wertheim, de voorstelling Hoffelijkheid Revisited van

Sjoerd Meijer en Sarah Jonker (Winnaar Fringe Directors Choice Award 2014), Als ik de liefde niet heb van Marjolijn van Heemstra (Keuze van het Festival), Ochtendzee met Meral Polat (Keuze Wijkjury Groningen) en Mijn Ede van het Noord Nederlands Toneel in Theater Carre. De Nederlandse wijkjury's kwamen tijdens het festival bijeen op de eerste zaterdag waar Ochtendzee en Horror werden bezocht.

Dag van de Programmering

De derde Dag van de Programmering, in de Krakeling dit keer en niet in de wegbezuinigde Spiegeltent, werd opnieuw goed bezocht door zo'n 60 theaterprogrammeurs. Hier hielden Steven Peters, theaterprogrammeur van de Schouwburg Utrecht en de Vlaamse theatercriticus Wouter Hillaert een verhaal. Er volgde een vol programma met voorstellingen en netwerkmomenten. Helaas leverde het Grote Podiumkunstendebat als gezegd niet op wat er van was verwacht en is het raadzaam om ons te bezinnen op de formule van de dag voor de sleet er in komt. We denken er nu aan om de programmeursdag volgend jaar in Vlaanderen te laten plaatsvinden en een dag voor Belgische programmeurs in Amsterdam te laten plaatsvinden.

Twee onderdelen moesten bij gebrek aan belangstelling worden afgelast: de Mannenavond met 'theaterambassadeur' Rick de Leeuw en een ronde tafel rond Governance. De tweede omdat er vergelijkbare initiatieven gepland bleken in dezelfde periode, de eerste omdat er te laat was ingezet op het bereiken van de juiste doelgroep.

Het verlevendigen van de Stadsschouwburg als festivalcentrum met live muziek blijft altijd lastig, net als het programmeren van DJ's. We hebben ingezet op het gebruik van Café Cox als late night hang-out, voor TF bezoekers nu de Fringe-centrum buiten het Leidseplein gebied is geplaatst. Activiteiten in Cox werken zodra ze direct gelinkt zijn aan een voorstelling of het Gala van het Nederlands Theater. Zo was er een geslaagde jam sessie met een nieuwe generatie theatermakers van o.a. De Warme Winkel en Orkater / De Nieuwkomers.

Wat ook goed uitwerkte ter verhoging van de festivalsfeer was de presentatie van de voorstelling Klapvee van Inge Wannet en Als de Beren Komen in de Rotonde van de Stadsschouwburg.

TF On Tour in Groningen bood een viertal voorstellingen: Mansholt, Horror en de favoriet van de Groninger Wijkjury Ochtendzee. En de voor de selectie genomineerde voorstelling Liefhebben van Laura van Dolron was er ook te zien, maar het blijft lastig om voorstellingen zowel in Amsterdam als in Groningen te plaatsen. Het concept TF On Tour blijft op de agenda, te meer ook omdat er plannen zijn om in 2018 ook gelijktijdig in Leeuwarden, Culturele Hoofdstad van Europa aanwezig te zijn.

Gala van het Nederlands Theater

Het Nederlands Theater Festival werd afgesloten met het Gala Nederlands van het Theater, wederom geregisseerd door Greg Nottrot bijgestaan door lichtontwerper Uri Rapaport, tekstschrijver Jibbe Willems en productie leider Gemma van Kruijsbergen. Het festival draaide andermaal op recette, een gift van het NAPK, een enkele sponsor en een bijdrage van de vereniging Acteursbelangen. De Stadsschouwburg Amsterdam leverde zaal, horeca en techniek opnieuw om niet. Een magnifieke Maarten Heijmans presenteerde een dijk van een avond vol verrassende optredens van onder andere Andre van Duin, Kees Hulst en 'de man van de Albert Heijn' Harry Piekema. Dankzij AVROTROS Opium werd een beeldregistratie van het Gala live gestreamd via Radio 1: iets wat een paar jaren geleden nog veel te kostbaar leek maar nu gewoon mogelijk is. Maar liefst elf prijzen kwamen voorbij met een Theo d'Or voor Marieke Heebink en een Louis d'Or voor haar collega Ramsey Nasr.

Evaluatie Nieuwe Grond #2

Tijdens het Nederlands Theater Festival vond dit jaar de tweede editie van het verdiepende programma Nieuwe Grond plaats. Theatermaker en journalist Anoeke Nuyens stelde wederom het programma samen. De vraag die centraal staat bij Nieuwe Grond is welke rol theater kan, moet en wil spelen in de 21e eeuw. In verschillende onderdelen werd stilgestaan bij ontwikkelingen die zich het afgelopen seizoen binnen het theater voordeden. Maar er werd ook vooruit gekeken, naar de toekomst en over de grens van het theater, naar de wereld eromheen.

Dit jaar lag bij Nieuwe Grond de focus op internationalisering en Europese solidariteit. Zo werd in samenwerking met Veem House for Performance The Curators Piece naar Amsterdam gehaald. Een performance waarin vijf internationale curatoren terecht staan en worden bevraagd over de rol, macht en de betekenis van het beroep 'curator' of 'intendant'.

Ook werd de internationale bijeenkomst United We Stand georganiseerd, waar Nederlandse, Belgische en Duitse kunstenaarsinitiatieven bijeen kwamen. Op geheel eigen wijze verzetten en positioneren deze initiatieven zich tegen bestaande machtsstructuren en politiek beleid. Maar liefst zes initiatieven verzamelden zich in Amsterdam om te spreken over artistieke en politieke strategieën. Een verkenning vond plaats voor een mogelijke samenwerking op Europees niveau. Ook werden er concrete plannen ontwikkeld, zoals een Fair Practice Label, dat wellicht een vervolg krijgt tijdens IETM 2016.

Daarnaast ging Nieuwe Grond samenwerken aan met Frascati Theater en deze keer ook voor het eerst met het vakblad De Theatermaker. Debatten en gesprekken zoals De Grote Generatiewissel in de Grote Zaal van de Schouwburg, 4 onvermijdelijke gesprekken over theater in de 21ste eeuw in Frascati Theater en Na de Staat creëerden plekken in de sector om samen te komen en met elkaar in gesprek te gaan.

Dat laatste gebeurde in hoge mate tijdens de Agenda XL, een extra lange en uitgebreide variant van De Agenda. De Agenda is een vanuit de sector zelf geïnitieerde reeks bijeenkomsten die moeten leiden tot een ander gesprek over de toekomst van de podiumkunsten in Nederland, gevoerd door allerlei generaties en vakgebieden. De Agenda is een plek van geëngageerde 'zelfreflectie', waar mensen voortdurend hun eigen denkbeelden kunnen vormen en 'slijpen' in gesprek met andere vakgebieden en generaties. Vanuit de agenda ontstaan op organische wijze kleinere allianties die het veld, diverse adviesraden, commissies en brancheorganisaties gevraagd en ongevraagd van advies voorzien. De Agenda ontstond vorig jaar, tijdens Nieuwe Grond 2014 en vond elke maand plaats ergens in Nederland in een theater of bij een gezelschap.

Nieuwe Grond 2014 werd door verschillende journalisten en critici uitgeroepen als beste festival van 2014 en omschreven als 'actueel en diepgravend: van invloed op het daaropvolgende theaterseizoen' (bron: De Theatermaker).

Marketing en communicatie

Op gebied van marketing en communicatie is er dit jaar ingezet op twee parallel campagnes om naast de vaste bezoekers, middels de reguliere campagne, ook een campagne specifiek te richten op de doelgroep cultuur geïnteresseerden tussen 25-40 jaar. Een belangrijke maar zeer moeilijk te bereiken doelgroep. Aangezien deze doelgroep anders aangesproken moet worden dan de reguliere bezoeker (met name tussen 55-75 jaar) is er gekozen een aparte campagne op hen te richten. Hiervoor is de slogan whattf.nl nieuwe leven ingeblazen. De campagne was gericht op vervreemding,

beelden die je aan het denken zetten of waarvan je denkt whattf... De campagne bestond uit drie onderdelen die allen met bekende acteurs of Nederlanders gemaakt werden.

Groot succes was de morph van Marieke Heebink en Pierre Bokma, middels wild plakken werd er op grote schaal (oplage 1000) posters met de foto van een combi van Heebink en Bokma verspreid. Tegelijkertijd met de postercampagne werd er een mooi gedrukte postkaart (oplage 10.000) met hetzelfde beeld huis aan huis verspreid, in de stadsdelen rondom het centrum van Amsterdam. Via facebook werd uiteindelijk het morph filmpje verspreid waarin te zien was welke twee gezichten hier in elkaar overliepen. Het kreeg vele reacties waaruit bleek dat het veel mensen had bezig gehouden wie dat nou waren op die foto. Ook werd het filmpje goed gedeeld. Dit filmpje bereikte uiteindelijk ruim 9000 mensen. Jammer was dat de wildplak campagne al na enkele dagen gestaakt moest worden ivm klachten vanuit de gemeente. En de morph van Halina Reijn en Leopold Witte kon niet ingezet worden omdat het management van een van de acteurs uiteindelijk toch geen toestemming gaf. Het doel was dat men naar whattf.nl zou gaan om te zien wie het waren, maar in de praktijk bleken maar weinig mensen dit te doen. Uit het publieksonderzoek bleek dat de whattf poster en flyer campagne slecht bij 5% van de bezoekers invloed heeft gehad versus 12,5% invloed van de regulier postercampagne.

Naast de morph campagne, hebben we in samenwerking met Bert Hana, Dagmar van Wersch en Tessel Smit *Wild projecteren* ontwikkelt. In de laatste twee weken voorafgaand aan het festival doken er tijdens de zwoele zomeravonden als de terrassen vol zaten op diverse gebouwen in Amsterdam spontaan acteurs op die in een van de voorstellingen van NTF speelden. Als een levend borstbeeld trokken ze de aandacht en bespeelden met mimiek van diverse emoties van de voorbijgangers. De werden afgesloten met de slogan Whattf.nl! Deze campagne resulteerde in prachtige filmpjes, waar veel acteurs aan meegewerkt hebben waaronder wederom Halina Reijn en Marieke Heebink, Hajo Bruins, Victor Löw en acteurs uit Nobody Home en Horror. Hoe gaaf het effect van het wild projecteren ook was, de uiteindelijk opbrengst van deze campagne wegen bij lange na niet op tegen de kosten van deze campagne. Er word een zeer breed publiek bereikt maar velen kennen alleen Halina Reijn en aangezien het niet duidelijk is waarvoor het precies dient schiet het zijn doel voorbij. De uitwerking kwam uiteindelijk meer neer op een kunstproject dan op een marketingcampagne omdat er verder niet geflyerd werd of actief uitleg aan de omstanders. Ook was de slogan whattf.nl alleen aan het einde van het filmpje te zien en maar weinig kijkers hielden het zolang vol. Leuk idee maar teveel uitgevoerd als een kunstproject in plaats van een marketingcampagne.

Tot slot werden er in samenwerking met Bert Hana, Robin Vogel en vier bekende Nederlanders (Hans Klok, Rik de Leeuw, Howard Komproe en Gijs Scholten van Aschat) ambassadeursfilmpjes voor het festival gemaakt. Elke bekende Nederlander prees daarin hun favoriete voorstelling en liet te kijken weten waarom ze die voorstelling vooral niet mochten missen! Te gekke filmpjes leverde dit op waarmee we het grote publiek verwachtte te bereiken, helaas viel dit tegen. Hans Kloks filmpje over Horror bereikte 11.500 mensen op facebook en het filmpje werd 2750 bekeken op youtube. Het filmpje van Rick de Leeuw over Angels in America bereikte 5000 mensen op facebook en werd 180 bekeken. Gijs Scholten van Aschat over Gavrillo Princip bereikte 1700 mensen op facebook en werd 680 keer bekeken op facebook en Howard Komproe pleitte voor bezoek aan het festival an sich en bereikte 621 op facebook en 140 keer bekeken op youtube.

Een voor ons teleurstellend resultaat omdat we verwacht hadden dat met name zo'n filmpje van Hans Klok veel meer "viraal" zou gaan. Maar blijkbaar is daar meer voor nodig en moet degene dit filmpje ook zelf actief meer verspreiden om zijn grote achterban te bereiken. Ook hadden we verwacht dat de media het meer op zou pakken. Het persbericht over de lancering van het kanaal theater ambassadeur waar alle filmpjes op gepost werden, heeft met een mooi artikel alle regionale kranten van Nederland bereikt, maar de filmpjes zelf vervolgens niet. Positief resultaat is dat het

Nederlands Theater Festival middels de lancering dus wel een groot landelijk bereik heeft gehad maar dat helaas niet als spin off voor de filmpjes heeft gefungeerd.

In aanloop naar het festival hebben we met verschillende partijen win- en kortingsacties opgezet in ruil voor aandacht bij hun achterban. Het beste respons kregen we op kortingsacties via Last Minute Ticketschop en Het Parool. Ook de winactie via Uitmail kreeg veel reacties, rondom 200 mensen per keer, echter de korting die we de geïnteresseerden vervolgens aanboden leverde niet veel respons op. De acties in samenwerking met Trouw, Zin.nl, NPO Cultural en 2days –app hebben helaas nagenoeg niks opgeleverd. De samenwerking met Wearepublic daarentegen liep wel goed, uiteraard beetje afhankelijk van de voorstelling maar met drie voorstellingen hebben we toch ruim 110 bezoekers bereikt.

Uit publieksonderzoek kwamen de geijkte onderdelen, waar veel van de aandacht en budget naartoe gaat, ook als belangrijkste onderdelen van de campagne naar voren. Zo gaf 33,5 procent aan kaarten te kopen begin juli, na het verschijnen van het programmaboek en 11% bij verschijnen van de postercampagne in de stad. 50% van de kaarten worden via www.tf.nl verkocht. De top drie belangrijkste informatiebronnen waren het programmaboek, website en de nieuwsbrieven. Uitingen van de theaters en via, via stond op nummer 4 en daarna kwam de redactionele aandacht in kranten, posters in de stad en social media. Advertenties en de huis-aan-huis flyer scoorde beide slechts 2%. En De Volkskrant, NRC Handelsblad en Het Parool zijn verre weg de drie meest gelezen kranten door de NTF-bezoekers.

Uit onderzoek is verder gebleken dat het Nederlands Theater Festival in 2015 20% nieuwe bezoekers heeft bereikt, waarvan 43% uit Amsterdam, waaruit opgemaakt kan worden dat onder de nieuwe bezoekers ook steeds meer landelijk publiek bereikt wordt.

Daarnaast was 55% van de bezoekers in 2015 onder de 50 jaar waarvan (41% was tussen 20-40 jaar in tegenstelling tot 34% in 2014)

De propositie van de NTF, de beste voorstellingen van dit moment, blijkt voor ruim 65% reden te zijn voor een bezoek aan het festival. En uit het feit dat 66,5% procent het festival puur als vrijetijdsbesteding bezoekt laat ook zien dat het festival niet meer een incrowd feestje van de theatersector is maar merendeels vrij publiek trekt. Dit laatste laat zien de doelstelling om meer vrij publiek te bereiken om minder een incrowd festival zijn, zich niet alleen niet in de bezoekersaantallen vertaalt maar ook duidelijk in het publieksonderzoek naar voren komt. Als duidelijk aandachtspunt kwam uit het publieksonderzoek de behoefte aan meer een festivalsfeer met een duidelijk festivalhart en meer randactiviteiten. Als belangrijk kenmerk van NTF kwam naar voren het mengen van publiek en acteurs voor en na de voorstellingen.

Veel bezoekers ervaren een avond tijdens het festival als meer dan een 'normaal' avondje uit, dit komt met name door een gezellige drukte, een zeer gevarieerd publiek - jong en oud -, en een spannende, wervelende sfeer doordat publiek en acteurs zich buiten de voorstellingen mengen.

Daarnaast wordt het ontvangst door medewerkers als een meer positieve, vriendelijke en warme benadering ervaren. En tot slot geeft men aan dat ook aankleding in de Stadsschouwburg en de vlaggen in de stad bijdragen aan een feestelijke sfeer.

Daarentegen gaf men ook aan graag minder overlap in het programma te hebben zodat meerdere voorstellingen gecombineerd konden worden, men miste inleidingen met wat deze voorstellingen zo bijzonder maakt dat ze geselecteerd zijn en een bruisend festivalhart zou volgens velen het echte festivalgevoel creëren.

Toelichting Financiën Jaarrekening 2015

Sinds de oprichting van stichting hebben de organisaties die hierbij betrokken waren een vordering op de stichting voor de opstartkosten die zij gemaakt hebben. Deze vordering is in 2015 vrijgevallen ten gunste van het Eigen Vermogen van de stichting.

Omdat afgelopen jaren het eigen vermogen van de stichting geheel was verdwenen was de opdracht 2015 met een positief resultaat te eindigen zodat ook daarmee het eigen vermogen weer terug op niveau gebracht kan worden. Hierdoor zijn de current ratio en de solvabiliteit eind 2015 sterk verbeterd ten opzichte van het jaar er voor:

Current Ratio

2014 0.99

2015 1.28

Solvabiliteit

2014 -1%

2015 22%

De omzet van het totale festival is in 2015 ruim 100.000 euro hoger geweest dan aanvankelijk begroot. Helaas zijn ook de kosten ruim 100.000 hoger dan begroot.

De publieksinkomsten waren ruim 90.000 euro hoger dan aanvankelijk verwacht.

De inkomsten uit recette worden sowieso laag begroot omdat pas kort voor aanvang van het festival bekend wordt wat de programmering is en welke zalen daarvoor gebruikt gaan worden. In 2015 zijn een aantal goed lopende voorstellingen in de grote zalen geprogrammeerd en dat is dan meteen te merken aan hogere publieksinkomsten. Ook de uitgaven zijn hoger dan begroot.

De bijdrage van de Stadschouwburg Amsterdam is in 2015 verdubbeld naar € 45.500,-. Ook de kosten voor huur en theatertoeslag zijn in 2015 verdubbeld. Dit komt omdat we dit jaar ook de Rabozaal tot onze beschikking hadden, hetgeen een verdubbeling van de capaciteit opleverde.

Ieder jaar worden we beter in het genereren van extra inkomsten door samenwerkingen aan te gaan, bedrijven te naderen, advertenties te verkopen en extra activiteiten te organiseren. Vooral de advertentieverkoop van magazine en de Fringe krant heeft dit jaar ruim 10.000 meer opgebracht dan was begroot.

Kosten voor personeel, zowel beheer als activiteiten zijn zoals elk jaar eigen te laag maar goed beheersbaar, hier zijn dan ook geen noemenswaardige verschillen.

In 2015 hebben wij voor het eerst een eigen kantoorruimte betrokken. Andere jaren zijn de kosten voor huisvesting verhoudingsgewijs laag geweest omdat er alleen tijdelijk extra vierkante meters werden bij gehuurd. Gelukkig hebben we nu een ruimte gevonden die past bij ons en toch niet te duur is. Omdat we nu elke maand huur moeten betalen en kosten voor elektra, telefoon en internet zullen de kosten in de toekomst wel wat omhoog gaan.

Halverwege 2015 zijn voor zowel Het Nederlands Theater Festival als voor het Amsterdam Fringe Festival nieuwe websites ontwikkeld en in de lucht gegaan. Hoewel dit betaald is uit het 'bestaande' publiciteitsbudget heeft het toch wat extra kosten met zich meegebracht.

Het grootste verschil in de activiteitenkosten heeft te maken met de reeds eerder genoemde

verhoging van de zaalhuur bij de Stadsschouwburg.

Het Fringe festival heeft er dit jaar voor gekozen om geen tent neer te zetten maar op een reeds bestaande locatie, het Fijnhouttheater, het festival centrum op te richten. Omdat het Fijnhouttheater geen faciliteiten had zijn de kosten voor horeca en techniek een stuk hoger uitgevallen dan begroot.

Amsterdam, 15 februari 2016

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Jeffrey Meulman', with a long horizontal stroke extending to the right.

Jeffrey Meulman

Directeur-bestuurder