

Jaarverslag 2017

Stichting Rotterdam Circusstad



★ ROTTERDAM
CIRCUSSTAD

Rotterdam Circusstad is een samenwerkingsverband van:
Codarts Circus Arts, Luxor Theater, Theater Rotterdam, Circus Rotjeknor

INHOUDSOPGAVE

1. VOORWOORD	3
2. DOELSTELLINGEN & RESULTATEN	4
2.1 Beoogde centrale doelstelling	4
2.2 Beoogde ambities & resultaten	4
2.3 Successen en leermomenten	6
2.4 Prestatiegegevens	7
3. GEREALISEERD PROGRAMMA	8
3.1 Evaluatie artistiek	8
3.2 Gerealiseerde coproducties en opdrachten	10
3.3 Gerealiseerd participatieprogramma	11
3.4 Gerealiseerde verdiepende randprogrammering	13
4. MARKETING EN PUBLIEKSBEREIK	15
4.1 Beoogde marketingdoelen en resultaten	15
4.2 Strategie en middelen	17
4.3 Publieksonderzoek	19
5. ORGANISATIE & SAMENWERKING	20
5.1 Stichting Rotterdam Circusstad	20
5.2 Code Cultural Governance	20
5.3 Code Culturele Diversiteit	22
5.4 Bedrijfsvoering	22
5.5 Stakeholders en samenwerking	23
5.6 SWOT / Risicoanalyse	23
6. FINANCIËN	25
6.1 Exploitatie	25
6.2 Accountant	26
7. ONDERTEKENING	27
BIJLAGEN	
a) Prestatieverantwoording Model III-F	29
b) Prestatieverantwoording Model IV – P/F	30
c) Jaarrekening en accountantscontrole	separaat

1. VOORWOORD

Rotterdam, maart 2018

Geachte Lezer,

Met genoegen bieden wij u het jaarverslag 2017 aan van Stichting Rotterdam Circusstad. Het was mooi en bijzonder jaar dat de aftrap markeerde van het cultuurplan 2017 -2020 waarin het festival zich met structurele steun van zowel de Gemeente als het Fonds Podiumkunsten jaarlijks zal manifesteren.

Met 25.000 bezoekers, vijf Nederlandse premières en twee wereldpremières van eigen festivalproducties beleefde Circusstad Festival een meer dan geslaagde vijfde editie. Met een gevarieerd programma op het Schouwburgplein, Theater Rotterdam - Schouwburg en het Oude Luxor Theater en verschillende voortrajecten bereikte het festival in totaal zo'n 25.000 bezoekers en deelnemers. Het totale bereik steeg nog door een nieuwe samenwerking met foodfestival Djema el Fna, waar Circusstad een uitgebreid straatprogramma verzorgde, waaronder de openingsact van het festival.

Het festival werd door bezoekers, professionals en pers enthousiast ontvangen. Publieksonderzoek wees uit dat we erin slagen veel nieuw publiek te trekken (45% nieuw bezoek); dat maar liefst 39% van buiten de regio Zuid-Holland kwam en dat het publiek het festival zeer goed waardeert (rapport cijfer 8 en een Net Promotor Score van 50).

Meer dan ooit bood het festival podium aan Nederlands talent, waarmee het festival haar ambitie om 'hét festival voor vernieuwend circus in Nederland' te zijn succesvol invulde. In The Dutch Circus Showcase konden (internationale) programmeurs kennismaken met de nieuwste ontwikkelingen in het Nederlandse circuslandschap. De twee co-producties met jonge makers werden daarbij goed ontvangen.

Het is een deugd te zien dat het Circustheater zich binnen én buiten het festival mag verheugen op een groeiende belangstelling. We zien steeds meer podia, festivals en particuliere initiatieven die deze kunstvorm omarmen en haar met presentaties en productiefaciliteiten helpen op een hoger plan te brengen. Vaak zijn we daarbij betrokken als partner, adviseur of coproducent.

Met deze succesvolle editie achter de rug zet Circusstad een nieuwe koers in als jaarlijks festival. Hiermee kunnen we een stevigere bijdrage leveren aan de ontwikkeling van circustheater als discipline, maar ook om het publiek op structurelere wijze laten kennis maken met circustheater.

Tot slot een woord van dank aan alle fondsen, sponsors, overheden, partners, artiesten en vrijwilligers. Uw enthousiasme en steun is onmisbaar geweest voor de realisatie van dit festival. Mede namens de vele bezoekers heel hartelijk dank daarvoor!

Het bestuur van Stichting Rotterdam Circusstad

2. DOELSTELLINGEN & RESULTATEN

2.1 Beoogde centrale doelstelling

Missie:

Rotterdam Circusstad laat je de magie van het nieuwe circus ervaren. Met de ontwikkeling van Circusstad Festival als hét jaarlijkse festival voor innovatief circustheater bouwen we aan een profiel voor Rotterdam als dé circusstad van Nederland, en dragen zodoende bij aan:

- De ontwikkeling van circustheater als volwaardig exponent van een pluriforme, internationaal georiënteerde podiumkunstensector;
- Publieksontwikkeling voor kunst in het algemeen en circustheater in het bijzonder;
- De ontwikkeling en professionalisering van jong talent en het Nederlandse circusveld;
- De profilering van Rotterdam als levendige internationale cultuur- en evenementenstad.

Realisatie:

Iedere festivaaleditie bouwen we verder aan de ontwikkeling van circustheater en de ontwikkeling van het publiek voor circustheater in het bijzonder. Deze editie stonden er weer meer gezelschappen met roots bij de Nederlandse circusopleidingen op het programma. Ook de twee (eigen) producties van Circusstad Festival waarmee we jong talent ondersteunen waren een succes: PopPOPpoP van Universal Games Ultd. was erg populair onder jonge bezoekers en Compagnie Satchok heeft komende zomer een stevige tournee staan met hun voorstelling uit onze scholentour. We trokken meer bezoekers dan ooit.

2.2 Beoogde ambities & resultaten

Ambitie publieksontwikkeling

- Een laagdrempelige en toegankelijke festivalformule in het hart van de stad
- Een paradeprogramma verspreid over de hele stad (voorafgaand aan het festival)
- Structurele aandacht voor communicatie en promotie van circusactiviteiten in Rotterdam
- Extra aandacht voor stimuleren betalend bezoek en kaartverkoop avondvoorstellingen

Realisatie:

Tijdens het festival zijn grote stappen gezet in publieksontwikkeling. De vernieuwde formule en terreininrichting werkt zichtbaar. Een interessante ontwikkeling is dat we nu ook uitgaanspubliek op de vrijdag- en zaterdagavond trokken door de immense buiteninstallatie midden op het Schouwburgplein waar toen onder andere prachtige try-outs door studenten van Codarts Circus Arts werden gegeven.

Dankzij het paradeprogramma voorafgaand aan het festival creëren we reuring in de stad. De bekendheid van Circusstad groeit en de meeste voorstellingen werden goed bezocht. Nieuwe ambassadeur Floortje Dessing, maakte zelfs een kleine vlog over de avondvoorstelling *The Elephant in the Room* die het goed deed in de media.

Ambitie: Coproducties en opdrachten: stimuleren talent, beleving, publieksbereik

- NIEUW: Circusstad productie; 25 uitvoeringen in een Yurt tent op het Schouwburgplein
- NIEUW: Residentie i.s.m. Productiehuis Rotterdam
- VERNIEUWD: Parade voorstelling: 20-40 uitvoeringen op scholen, pleinen en evenementen

Realisatie:

We hebben dit jaar een stap verder gezet als producerend festival met de Circusstad Producties waarin we twee jonge gezelschappen de opdracht gaven een korte voorstelling te creëren: Trio Satchok en PopPOPpoP. In deze Circusstad producties zijn we de samenwerking aangegaan met het Productiehuis

Rotterdam, waar de jonge talenten een residentieplek kregen. De het idee van de YURT tent werd vervangen door de hogere OPTICUM tent die een echte eyecatcher was op het festival terrein.

Ambitie: Programma formats: stimuleren talent, sector, beleving, publieksbereik

- NIEUW: Going Dutch: elke middag presenteren we een opkomend Nederlands gezelschap
- Dutch Circus Showcase wordt na de pilot in 2015 een vaste waarde op de festivalzondag
- Circusmaaltijd: schuif aan bij de artiesten en de organisatie voor de daghap in de kantine

Realisatie:

Deze editie was er bijzonder veel aandacht voor jong talent. Iedere festivaldag presenteerden we een ander opkomend Nederlands gezelschap in het HALtheater van Theater Rotterdam – Schouwburg (verder: TR Schouwburg) onder de titel 'Young and Emerging Work' (voorheen Going Dutch). Het format werkte goed en de voorstellingen waren bijna dagelijks uitverkocht! Ook in de Dutch Circus Showcase presenteerden jonge professionele gezelschappen hun nieuwe voorstelling of work-in-progress aan het publiek en professionals uit het veld. De Dutch Circus Showcase werd door 27 professionals uit binnen- en buitenland bezocht. Het gezamenlijk eten in 'La Cantina' op het terrein door artiesten medewerkers en publiek zorgde voor een gezellige sfeer.

Ambitie Participatie: stimuleren participatie, beleving, uitstraling

- De Circusstad Challenge: nieuwe participatieproductie met cross-over tussen urban sport en circus
- NIEUW: Boxing: uitdagend openluchtpodium met challenges, battles en presentaties, durf jij?
- VERNIEUWD: Speelplaats wordt circus jungle: onderzoek naar nieuwe vormen om circusdisciplines aan te bieden

Realisatie:



Na het succes van A Brand New Day in 2015 stond deze editie het cross-over participatieproject in het teken van 'superhelden'. Circus en urban sports ging op het plein in de Arena de battle aan: Eenwielers met rolstoeldansers en trapezisten met acrogymmers. De circusspeelplaats werd deze editie uitgebreid met spannendere en visueel aantrekkelijke circusdisciplines: Chinese pole, hoge koorden, stapel stoelen en luchtacrobatiek. Bezoekers maakten doorlopend gebruik van de speelplaats en nam in grote getalen deel aan een van de vele workshops.

Ambitie terreininrichting: impuls aan festivalbeleving

- Minder kostbare tenten en tegelijk beter gebruik van faciliteiten theaters
- Beter ge-ensceneerde terreininrichting met installaties, projecties, verlichting 's avonds
- Scheiding en betere zichtbaarheid voor natte en droge horeca, kassa en ontvangstplek
- Experiment: kleine avond openstelling Schouwburgplein tot 23.00 uur op vrijdag en zaterdag
- Stimuleren publieksdoorstroom door gebruik theaters overdag (Going Dutch, verdieping, workshops)

Realisatie:

We kozen dit jaar voor een nieuwe terreininrichting. Door bewust te kiezen voor open zichtlijnen over het gehele terrein en het weg laten van een (vaak lelijk) backstage-dorp en hekkenlijnen kreeg Circusstad een veel aangenamere en meer open uitstraling voor het publiek maar ook de omgeving. Passanten voelden zich eerder uitgenodigd om het terrein op te lopen om een kijkje te nemen (echte 'festivalsfeer'). Zeer tevreden waren we over de inzet van Studio Made By, die de aankleding en signing verzorgden.

Studio Made By verzorgde grote uithangborden –torens van circusstoelen- op het Kruisplein en bij het Luxor Theater, wat heel goed werkte.

Door actief meer te programmeren in TR Schouwburg, ook overdag, is de publieksdoorstroom sterk verbeterd. Ook de openstelling in de avonduren werkte erg goed en trekt merkbaar een andere doelgroepen aan (uitgaanspubliek, jongeren).



Ambitie kaartverkoop: stimuleren publieksbereik en eigen inkomsten

- De verkoop terplekke op het Schouwburgplein loopt goed, de ambitie is nu om de aantallen bij voorverkoop en de avondvoorstellingen te vergroten, onder meer door:
- Koppeling verkoopsystemen van festival en theaters
- Blind date tickets in jaarbrochure theaters; hierdoor is een langere voorverkoop mogelijk

Realisatie:

De ambities op dit vlak zijn deels gerealiseerd. De één op één koppeling van de kaartverkoopsystemen is technisch nog niet mogelijk. Wel kon nu in het Luxor Theater op stoel gereserveerd worden via beide organisaties, een mooie vooruitgang. De blind date tickets leverden een te beperkt resultaat. Belangrijke winst ten opzichte van eerdere edities werd enerzijds geboekt in het Luxor Theater, dat twee avonden mooi gevuld was. En anderzijds in de Rotterdamse Schouwburg, waar we door meer overdag te programmeren een impuls gaven aan de doorstroming van publiek. De kleine zalen van TR Schouwburg raakten overdag regelmatig uitverkocht!

2.3 Successen en leermomenten

Successen

- Een publieksbereik van 25.298 bezoekers.
- Circus en Science: veel pers aandacht, goede vibe, nieuw onderdeel dat smaakt naar een vervolg.
- Verschillende voorstellingen verkochten uit; o.a. 100% Circus en Pile en Face.
- Goede persaandacht en lovende recensies
- Er is een grote stap gemaakt in de beleving door terreinindeling, aankleding en het wegnemen van de backstage: crew en publiek gebruikten dezelfde faciliteiten, wat een prettige sfeer opleverde.
- Overdag ook programmering in TR Schouwburg werkt zeer goed.
- Vernieuwing van speelplaats tot circusjungle was sterk; het concept werkte goed en is inmiddels ook geprogrammeerd op een Belgisch collega festival.
- Avondprogrammering (muziek, eten, Codarts Circus Chain) op het Schouwburgplein op vrijdag- en zaterdagavond werkte goed en trok veel nieuw publiek.

Leermomenten

- De familievoorstelling op het plein speelde twee keer, om 12.30 en 15.30 uur. Het tijdstip van 12.30 bleek te vroeg op de dag om een goed verkoopmoment te kunnen organiseren.
- Veel bezoekers zijn last-minute beslissers. Voor volgende editie belangrijk om te onderzoeken hoe we hier beter op kunnen inspelen en meer voorverkoop kunnen genereren.
- De eigen productie PopPOPpoP: het 5 dagen lang, 4 keer per dag spelen is heel zwaar voor de artiesten gebleken.

2.4 Prestatiegegevens

A. Programma	2015	2017 prognose	2017 realisatie
# dagen	5	5	5
# Kernprogramma: voorstellingen/presentaties	128	130	141
Waarvan professionals	79	110	112
Waarvan amateurs en studenten	49	20	29
Waarvan betaald	57	50	53
Waarvan gratis toegankelijk	71	80	88
# Overige activiteiten: participatie & verdieping	319	53	83
a. Rojeknor Circus Jungle (#dagen)	5	5	6
b. Masterclasses (t.b.v. studenten / gevorderde amateurs)	10	5	5
c. Workshops (t.b.v. publiek)	28	20	24
d. Workshops crossover project	276	20	41
e. Verdiepende randprogrammering	9	3	5
f. Presentaties buiten festival (2017: Djema el Fna)	4	0	2
# gezelschappen internationaal	10		9
# gezelschappen Nederlands	20		20
# deelnemende amateurgroepen	64		20
Totaal aantal Activiteiten	447	183	224
B. Publieksbereik	2015	2017 prognose	2017 realisatie
# publieksbereik (Betaald en gratis)	21.512	27.500	25.331
# bezoeken kernprogrammering	18.561	25.200	22.547
# bezoeken participatie en verdieping	2.951	2.300	2.784
Bereik presentaties buiten festival (Djema el Fna)			1.150
Totaal aantal bezoeken	21.512	27.500	26.481
Waarvan betalend		6.400	4.701
Waarvan niet betalend		21.100	21.780
Waarvan uit Rotterdam	45%		50%
Waarvan uit Regio	30%		11%
Waarvan uit Nederland Overig	25%		39%
C. Overige kengetallen	2015	2017 prognose	2017 realisatie
Hoogte eindbegroting	€ 502.609	€ 579.250	€ 583.944
Hoogte eindbegroting Brand New Day	€ 182.127		
Recette	€ 49.678	€ 60.587	€ 56.047
# medewerkers kernteam	16		16
# vrijwilligers & stagiaires	44		46
# organiserende programma-partners	14		17
# websites dat aandacht besteedde aan het festival	120		130
# kranten dat aandacht besteedde aan het festival	65		90
# radiostations dat aandacht besteedde aan het festival	5		5
# TV zenders dat aandacht besteedde aan het festival	4		5
# unieke bezoekers website	51.692		85.281
# vrienden Facebook	1.839		3.499

3. GEREALISEERD PROGRAMMA

3.1 Evaluatie artistiek

Artistieke signatuur: grootstedelijk, innovatief en authentiek

In de vijfde editie van Circusstad Festival kwam de artistieke signatuur van het festival geweldig tot zijn recht. Het **Wow effect** was sterk vertegenwoordigd bij de openingsvoorstelling en Nederlandse première van Cirque Le Roux in het Oude Luxor Theater. Het publiek was beide avonden razend enthousiast en onder de indruk van de fenomenale acrobatiek.

“Bij The Elephant in the Room van Cirque Le Roux spelen plot en theatrale inleving bijna net zo'n grote rol als de hand-to-hand-acrobatiek en slapstickcomedy. Al weten ze aan het slot toch een immense Chinese paal het aristocratische decor in te smokkelen”, (...)Imposant is de mensentoren die het viertal bouwt, alsook de razendsnelle salto's over de rug en het jongleren met meubilair. Alleen de stofwolken van magnesiumpoeder verraden dat de personages zich tijdens hun intriges wel degelijk voorbereiden op de acrobatische stunts.” - Volkskrant; 4 sterren

Stedelijke uitstraling kwam met name tot uiting in de vernieuwde Circus Arena als hart van ons festival terrein en de vernieuwde Circusjungle. Hier werden spettende presentaties gegeven door onder andere Mauvais Coton met de nagelbijtend spannende tuimelaar, het urban circus van het Marokkaanse Colokolo die een circuskijkje op het terrasleven gaf en de eindpresentaties van het Superhelden participatie project van Circusstad met dansers, urban sporters en circusartiesten. Ook de 4e jaars van Codarts Circus Arts gaven 'avonds laat waanzinnig mooie try-outs met de Rotterdamse skyline als decor.

Sterke circuskarakters en humor zagen we bij de uitverkochte 100% Circus, maar ook bij Dirque en Fien en de drukbezochte vijf voorstellingen van verschillend Dutch Emerging Talent in het Haltheater en de Krijn Boon Studio (bijvoorbeeld 'Familiar Faces', 'Pile en Face' en 'Roxana en Ariane'). Ook onze eigen productie PopPOPpoP kreeg de lachers op haar hand met de festivalvoorstelling vol jongleren, ballonnen en pop-krakers. Evenals de grappige voorstelling voor het hele gezin van Race Horse Company.

*“sensationele en relativerende circusvoorstelling dwingt respect af”
- Theaterkrant over 100% Circus; 4 sterren*

Innovatief, uitzonderlijk, spectaculair

Circus zoals je het nog niet eerder zag. Het publiek verbaasde zich en discussieerde volop na de voorstellingen van Claudio Stellato en van Alexander Weibel Weibel. Met hun bijzondere voorstellingen onderzochten zij de grenzen en de toekomst van het circus en circustechnieken. Wat gebeurt er als niet de koorddanser maar het koord centraal staat? En kan dat ook van wc-papier zijn?

Deze twee voorstellingen sloten ook mooi aan bij het nieuwe festival onderdeel **Circus en Science**, georganiseerd in samenwerking met Erasmus Universiteit, Codarts en Studium Generale. Aan de vooravond van Circusstad Festival werden wetenschappers met verschillende onderzoeksdomeinen van neurowetenschap, mechanica tot psychologie gekoppeld aan circusartiesten wat een drukbezochte en spraakmakende avond opleverde. Dit onderdeel was zo'n succes dat we het graag voortzetten in komende edities.

Een kleine dertig professionals uit binnen en buitenland uit de circus en podiumkunstensector kwamen samen op de Dutch Circus Showcase en bezochten vele voorstellingen. Er was interesse om werk dat op Circusstad Festival gezien was te programmeren in Engeland, België, Frankrijk, Tsjechië, Zweden en Oostenrijk.

Enkele voorstellingen verder uitgelicht:

100% Circus

Op de openingsdag was het Deens/Franse 100% circus meteen uitverkocht. De titel van hun voorstelling 100% circus maakten ze meer dan waar. Echt mensencircus (waar ze ook laten zien hoe lastig circus is, het is niet alleen maar glitter&glamour, nagelbijtend spannende acts met de perche/vertical paal van 6m die al balancerend op de schouders van de onderman tussen het theatergrid verdween, haarhangen en levitatie. Maar ook filosofische stukken over hoe circus de zwaartekracht kan tarten, (never judge a book by its cover- dingen zijn niet altijd wat het lijkt) en traditionele muziek en gekke dans.

Dirque en Fien

De voorstelling Sol Bémol van Dirque en Fien beleefde zijn Nederlandse première. Jong en oud waren geboeid door de fijne verweving van acrobatiek, live muziek en techniek. Verschillende bezoekers refereerden door de kranen in het decor aan de haven van Rotterdam.

*“Ik vond vooral de verwerking van de acrobatiek in het theater leuk en origineel gedaan. Je kon zien dat het goed was voorbereid. Het stapelen van piano's was het leukst. Ze zochten de grenzen op van de zwaartekracht. Het zorgde voor een spannende (en soms grappige) scènes, zoals toen een van de acrobaten helemaal bovenop de stapel piano's stond toen een takelbalk hem er bijna af zwiepte, maar hij de balk net op tijd kon grijpen en hij met een grote draai weer bovenop de piano's terecht kwam.” **Toer Olsthoorn, 11 jaar over Sol Bémol***

Circus Katoen

Na het zeer succesvolle 'ex Aquo' dat met steun van Circusstad in 2013 werd gerealiseerd, was Circus Katoen terug op het festival met de try out van hun nieuwe voorstelling 'As Heavy as it Goes'. Deze voorstelling werd door één van onze bezoekers geassocieerd met het werk van Wim Vandekeybus!*met eenvoudige middelen laten zien wat de grens van je kunnen is.....*” En....*'de eindeloze herhaling maakt het spannend: je kan de uitputting voelenhoe lang houden ze het vol?'*”

Overzicht Deelnemende gezelschappen Circusstad Festival 2017

Gezelschap	Land	Voorstelling	soort
Cirque Le Roux	Ca	Elephant in the Room	Internationaal
Claudio Stellato	Be	LaCosa	Internationaal
100% Circus	Fr, SW	100% Circus	Internationaal
Race Horse Company	FIN	Around	Internationaal
Alexander Weibel		Breaking Point	Internationaal
Mauvais Coton	Fr	Culbutto	Internationaal
Colokolo	Mar	Qahwa Noss Noss / Koffie Verkeerd	Internationaal
d'irque & fien	Be	SOL b	Internationaal
Jason van Lith & Michaël Lamiroy	NI	Rainshine (work in progress)	Coproductie
Trio Satchok	NI	Sisyphus	Coproductie
Circus Katoen	NI, Be	AS HEAVY AS IT GOES (Try Out)	Emerging Dutch Talent
Familiar Faces / Pieter Visser	NI	Double Bill: MeMeMe / Problemology	Emerging Dutch Talent
Pile en Face	NI	The sum of what we do	Emerging Dutch Talent
TK Circus	NI	Circusconcert (work in progress)	Emerging Dutch Talent
Tall Tales Acrobatics	NI	Langs	Emerging Dutch Talent
David Severins / Joris de Jong	NI	Double Bill: David Severins / Max and N	Emerging Dutch Talent
Universal Games Unltd.	NI	PopPOPpoP	Emerging Dutch Talent
Cie Ariane & Roxana	NI	Play Nice	Emerging Dutch Talent
Circus Amersfoort	NI	Kloon	Amateur
010 Tricks, E'll Circo d'ell Fuego, Circus Rotjeknor	NI	Superhelden	Participatie
Castellers	Es	Castellers	Participatie/Internationaal
Various Emerging Artists / Companies	NI	Dutch Circus Showcase	Professionals
EUR/Codarts/Circusstad		Science & Circus	Verdieping
Studio Erasmus		Science & Circus	Verdieping

3.2 Gerealiseerde coproducties en opdrachten

Circusstad Festival heeft de ambitie om als vliegwiel voor de Nederlandse circussector te fungeren. Dat doen we door onder andere door het programmeren van ‘emerging dutch talent’ en het organiseren van de **Dutch Circus Showcase**. Ook bouwt Rotterdam Circusstad verder op de ervaring en successen van eerdere opdrachten die we als festival hebben gegeven aan jonge gezelschappen.

PopPOPpoP / Circusstad Productie

Rotterdam Circusstad gaf Codarts Circus Arts alumni Ralph Ollinger en Stefan Bauer de opdracht een festivalvoorstelling voor Circusstad Festival te maken. De opdracht behelsde een kleine voorstelling die 4 keer per dag speelbaar is waarbij circus en publiek dicht op elkaar zitten, het is familievriendelijk en speelbaar in een tent met een ‘piste’ van slechts 4 meter doorsnede. Het resultaat: Universal Games Uld. speelde vier keer per dag hun nieuwe voorstelling ‘PopPOPpoP’ in de trechtervormige Opticum-tent op het Schouwburgplein. Met een voorstelling gelardeerd met popmuziekkarakers, veel ballonnen en de nodige humor wisten ze jong en oud te bekoren en een leuke circuservaring mee te geven.



De voorstelling kwam tot stand in een kleine drie weken repetitietijd. De voorstelling kwam tot stand in samenwerking met het Productiehuis Rotterdam. Theater Rotterdam, waar het productiehuis onderdeel van uitmaakt, heeft de intentie om de komende jaren samen met Rotterdam Circusstad een residentieplek van twee weken aan te bieden aan een (Nederlands) circus gezelschap. Daarnaast ondersteunden ze de productie PopPOPpoP financieel en werd het netwerk van Productiehuis Rotterdam ingezet voor het vinden van een scenograaf voor de productie.

Working together with the Circusstad Festival was a huge help, we could both learn and profit from their experience. To have an environment in which we could focus really on our artistic process instead of worrying about administrative stuff was something that every artist is looking for. But it was important that we had an overview about what was going on in the administration on different levels so we could understand what was all included in producing such a performance.

Especially as a young artist it is important to get support from outside, that helps you to build your network and an artistic confidence. PopPOPpoP did just that, having a vision while you're in school about what could happen the year after the graduation is something very motivating and assuring.

Ralph Ollinger over de samenwerking en creatie van PopPOPpoP

Sisyphus / Circusstad Opdracht scholentour

Circusstad organiseerde in de aanloop naar het festival een parade langs basisscholen in Rotterdam. Doel was om deze scholentour dit jaar dieper de wijken in te brengen en jong talent te ondersteunen door een Rotterdams circustrio de opdracht te geven een voorstelling te creëren die geschikt is voor op schoolpleinen. Circusstad Festival schreef hiertoe een open call uit onder circus alumni van Codarts Rotterdam en Fontys Hogeschool voor de kunsten en kreeg acht aanmeldingen om een speciale voorstelling van 10 á 15 minuten voor op schoolpleinen te maken. Daarmee konden we als festival de creatie ondersteunen, jong talent een kans bieden om veel vlieguren te maken en te testen met een straat-circus-voorstelling. Tegelijkertijd was het een kwalitatief visitekaartje van het festival. We kozen voor Trio Satchok met de voorstelling ‘Sisyphus’.

Voor Trio Satchok diende deze opdracht als een perfecte stepping stone tussen onderzoek en een aantal al gecreëerde scenes, om uiteindelijk toe te werken naar een langere straat-circusvoorstelling. En met succes. Ze kregen vele leuke reacties op schoolpleinen en spelen komende zomer op vele festivals in binnen en buitenland. Daarnaast sierde dit vrolijke trio het campagnebeeld van Circusstad Festival 2017.

3.3 Gerealiseerd participatieprogramma

Met de participatie activiteiten wil Rotterdam Circusstad:

- Bijdragen aan de culturele ontwikkeling en maatschappelijke betrokkenheid van de jeugd;
- Bijdragen aan de duurzame ontwikkeling van de circussector door het stimuleren van amateurbeoefening;
- Bijdragen aan innovatie van de amateursector door het initiatief te nemen voor bijzondere projecten en nieuw amateur circusaanbod.

Ontdekken:

Paradeprogramma

In de maand voorafgaand aan het festival organiseerden we een parade met maar liefst 44 (!) voorstellingen op scholen, pleinen, markten en winkelgebieden in heel Rotterdam.

In de ring

Tussen de hoofdvoorstellingen door presenteerden we in de Arena op het plein een gevarieerd programma met een breed scala aan jeugdcircusacts, van jong tot oud, gemengd met een cross-over programma en korte acts van studenten van Codarts Circus Arts en ACaPA.

Uitproberen:

Circus Jungle / Vernieuwde circusspeelplaats

De Circus Jungle verzorgd door Circus Rotjeknor is steevast een groot succes. Naast de vertrouwde kennismaking voor jong en oud om zelf circus uit te proberen, zag het door de toevoeging van 'hoge' spannendere circusonderdelen er nog aantrekkelijker en spectaculairder uit dan vorige edities. Disciplines als het hoge koord, de chinese pole, het trapeze-rek en stapelstoelen deden hun intrede. Wens is om dit volgend jaar voort te zetten en de discipline bascule toe te voegen.

Workshops en masterclasses

Dagelijks zijn er verschillende workshops verzorgd door de deelnemende gezelschappen en docenten van Rotjeknor en Codarts. De workshops zijn steevast een populair onderdeel tijdens het festival. Ook de (nieuwe) ouder&kind workshops aan het begin van de festivaldag waren iedere dag uitverkocht.

Leren:

Cross-over project: De Circusstad Challenge

Dit jaar stond het cross-over project in het teken van superhelden. We presenteerden een flitsende mix van de urban sport disciplines en circus. De acrobaten en urban sporters hebben bijna bovenmenselijke superkrachten. De arena op het Schouwburgplein vormde het toneel van een spannende krachtmeting tussen deze superkrachten in uitdagende challenges en battles.

Deelnemende organisaties Superhelden

Circus Rotjeknor (circus), 010-Trickz / Movie action international (stuntmannen, freerunners en trickers), Ell Circo d'ell fuego (circus, Antwerpen) en La Familia (breakdancecrew).

De uitwisseling

Docenten van de vier organisaties hebben kennis, kunde én inspiratie gebracht in elkaars lesgroepen. Al bij de eerste spectaculaire ontmoeting vlogen de circusdocenten, de stuntmannen en de breakdancers elkaar al salto-springend om de oren. Vervolgens zijn er workshops bij elkaars lesgroepen gegeven. De duo-acrobaten van Circus Rotjeknor gingen langs bij de stuntacademie van 010Trickz, de Stuntmannen gaven les aan artiesten van Circus Rotjeknor en Ell Circo d'ell fuego, de breakdancers van La Familia gaven dansles bij de circusartiesten. Ell Circo d'ell fuego heeft daarnaast een docententraining verzorgd voor alle groepen. Van elke organisatie hebben een aantal deelnemers acts voorbereid die tot een geheel zijn gesmeed o.l.v. één van de choreografen van La Familia; Remses Rafaela.

De Challenges

Het enthousiasmeren van de deelnemers voor een vreemde discipline blijft lastiger. Circusartiesten vinden het erg leuk om een keer te stunts of te dansen, maar willen daarna weer het liefst circus oefenen. Stuntmannen willen graag acrobatiek leren maar hebben geen behoefte om op een festival op te treden. Pas tijdens de montage op het Circustad Festival ontstond echt de vonk bij de deelnemers om meer van elkaar te leren. Er zijn challenges (ontmoetingen tussen twee disciplines) uitgevoerd en CircusGames (uitdagingen op het festival zelf).

- Eenwiel fiets-acrobaten voerden samen een dans uit met rolstoeldansers (Nederlands team: Henk en Nel van der Vegte en Eenwiel fiets-acrobaten Tobit and Jasmijn).
- Luchtwerk-artiesten van Circus Rotjeknor/professionals maten hun krachten met leden van een Cross-Fit vereniging (CrossFit010).
- Basketballers Alpha Sow (Buurtlab) en jongleurs van Circus Rotjeknor wisselden bizarre trucs uit.
- Dansers van SKVR Dansmakers en acrobaten van Circus Rotjeknor maakten samen een choreografie.
- Een BMX-er van ActBMX en eenwiel fietsers van Circus Rotjeknor daagden elkaar uit op een parcours met trappen.
- Acrogyrnasten van DOS Montster probeerden dezelfde kunsten als een trapeze-duo Milena & Christopher maar dan ondersteboven.

Alle challenges waren zeer geslaagde ontmoetingen. Hoogtepunt was toch wel de eenwiel fietsers met de rolstoeldansers. Door combinatie zowel spectaculair als kwetsbaar, heel respectvol. Inhoudelijk was de CircusDans een hoogtepunt, de moderne dans docent die in heel korte tijd een stel acrobaten hun act met dans heeft aangevuld en versterkt.

De CircusGames hebben tijdens het hele festival plaatsgevonden. Publiek werd spontaan uitgedaagd om allerlei grappige, moeilijke spannende circus-spellen te spelen zoals met zoveel mogelijk mensen in een hoepel staan, zo lang mogelijk jongleren met muntgeld of het balanceren van stokken op vinger of neus. Sommige van deze circusgames waren met klein groepje, andere waren massaal en voor een groot publiek.

Follow-up

Er zijn workshop-series georganiseerd waarbij deelnemers van zowel de superhelden als de challenges voor zijn uitgenodigd. De workshop-series vloeiden voort uit de uitwisselingen. CircusDans, CircusWorkout, Tricken en stunts en een circus-serie speciaal voor de kinderen en jongeren.



Presenteren:

Presentaties

De uitwisseling en Challenges mondden uit in een reeks goed bezochte presentaties in de Arena op het Schouwburgplein. Daarnaast was een uitnodiging gedaan aan leden van jeugdcircussen om hun act op Circustad te presenteren, waarop enthousiast gereageerd is. Tijdens het festival waren verschillende acts en uitsneden van jeugdvoorstellingen te zien in de Arena en de foyers van TR Schouwburg.

Late Night Circus

De theaters en het buitenterrein werden rond de avondvoorstellingen ondergedompeld in circussferen door op allerlei plekken acts en presentaties te organiseren.

3.4 Gerealiseerde verdiepende randprogrammering

Kick-off

Op 16 maart 2017 werden partners, artiesten en publiek getraakteerd op een blik achter de schermen en een voorproefje van wat men tijdens het festival kon verwachten.

Fringe programma

Dit jaar programmeerde Circusstad Festival een 'fringe-programmering' op vrijdag- en zaterdagavond tijdens het festival met livemuziek van Skotch en L'Chaim. Ook waren er op het plein try-outs te bewonderen van acts van de afstuderende studenten aan Codarts Circus Arts in de **Codarts Circus Chain**. Dit zorgde voor een levendige sfeer op het plein en de aanloop van nieuw (uitgaans)publiek.

Dutch Circus Showcase

Als onderdeel van het festival organiseerde Rotterdam Circusstad een inspirerend programma speciaal voor professionals: the Dutch Circus Showcase Day. Op zondag 7 mei 2017 konden (internationale) programmeurs en professionals een dag lang proeven van de nieuwste ontwikkelingen in het Nederlandse circuslandschap. Er stonden 28 professionals op de Dutch Circus Showcase uit Nederland en België.

Uitwisseling met Leuven: Behing the scenes

Het programma *Behind the scenes* gaf artiesten van de Circusschool in Leuven 'circus in beweging' en de artiesten van Circus Rotjeknor een kijkje achter de schermen. Zo spraken ze met artistiek leider van Circusstad Maaïke van Langen over de programmering, met producent Randi de Vries over de productie, met Ralph en Stefan als artiesten over het maken van een voorstelling.

Circus & Science

Circus & Science kwam voort uit de nieuwe samenwerking van de Erasmus Universiteit, Rotterdam Circusstad, Codarts Rotterdam, Studium Generale en Theater Rotterdam. Topartiesten van Rotterdam Circusstad, studenten van Codarts Circus Arts en de beste onderzoekers van de Erasmus Universiteit en het Erasmus MC brachten de magie van circus en wetenschap samen tijdens Circus & Science. De avond voordat Circusstad Festival op 3 mei losbarste, kon het publiek de wetenschap achter de technieken van de circusartiest ontdekken. Wat doet jongleren met je hersenen?, wat gebeurt er in je lijf als je danst op een koord?, en wat betekent het voor je psyche om als acrobaat je partner nooit te mogen laten vallen? Presentatie was in handen van Geert Maarse.

- Neurowetenschapper Jos van der Geest & koorddanser Ronja Breuk over evenwicht en balans. <https://youtu.be/NDSySj9duyl>
- Kan iedereen jongleren leren? Hersenprofessor Maarten Frens en jongleur en psycholoog Harm van der Laan over ballen en het brein. <https://youtu.be/LP7VXtq73UU>
- Sport- en prestatiepsycholoog Diana van Winden onderzoekt het belang van vertrouwen in het fysiek (on)mogelijke en in elkaar, met acrobaten David & Marieke. <https://youtu.be/SARAXpFrjkg>
- Management professor Michaëla Schippers en amateur circustheatergroep De Paraplu jongleren samen en verklaren groepsprocessen. <https://youtu.be/21iDemmdd34>
- Mechanica docent ir. G. Hobbelman & Company Satchok trotseren de zwaartekracht met menselijk bouwwerken die de wetenschap tot grote hoogte liet stijgen. <https://youtu.be/ny-7FOYElnw>



Later in het festival vond in TR Schouwburg een 'fieldlab' plaats waar het publiek zelf de verschillende testen kon uitvoeren. Het project ging als een lopend vuurtje rond en overtrof ruimschoots de verwachtingen. Het HAL-theater van TR Schouwburg was afgeladen vol. Een groep van 20 internationale circusprofessionals kwam speciaal hiervoor zelfs een dag eerder naar Rotterdam.



4. MARKETING EN PUBLIEKSBEREIK

4.1 Beoogde marketingdoelen

Imago

- **Circusstad Festival positioneren als hét jaarlijkse festival voor vernieuwend circustheater in Nederland, waar je boeiende voorstellingen ziet én zelf aan de slag kunt.**

Gerealiseerd. Bezoekers hebben beleefd wat het nieuwe circusheater inhoudt en hoe laag de drempel is om zelf aan de slag te gaan. Ook in de nationale media hebben we veel aandacht gekregen, in de vorm van vooraankondigingen, verslagen en recensies van voorstellingen.

- **Rotterdam profileren als dé stad waar het nieuwe circus te beleven valt**

Gerealiseerd. In de campagne is Rotterdam geprofileerd als de ultieme circusstad van Nederland. Door de bijzondere samenwerking met onze partners wordt de circuscultuur in Rotterdam versterkt. Deze samenwerking is middels aparte posters voor alle partners extra benadrukt.

- **Het traditionele imago van circus actualiseren aan de hand van eigentijds circustheater.**

Gerealiseerd. Voorafgaand aan het festival presenteerden we filmreportages, teasers, Youtube filmpjes, interviews en moderne campagnebeelden. Ook de teksten hadden een vlotte 'tone of voice' en lieten inhoudelijk zien dat het om een ander type circus ging. Door jonge vloggers een voorstelling te laten bekijken en de reactie van BN'ers te filmen, bewezen we ook een nieuw onbevangen publiek dat circustheater verbazingwekkend leuk is. Ook droegen de verschillende recensies van de voorstellingen bij aan een positieve beeldvorming.

Publieksbereik

Het festival kent betaalde en gratis onderdelen die plaatsvinden in zalen, circustenten en in de openlucht. Om tot goed en compleet overzicht bereikcijfers te komen wordt een overzicht met activiteiten en bereik opgesteld, waarbij de informatie op verschillende manieren wordt verzameld:

- Voor betaalde activiteiten komen de cijfers rechtstreeks uit de kassasystemen van Circusstad Festival en de betrokken theaters. De participatie onderdelen
- Voor niet betaalde activiteiten wordt per activiteit een schatting gemaakt door tenminste twee personen; waaronder in elk geval de locatiemanager / begeleider van Circusstad Festival. Van het aldus getelde publiek worden lijsten aangelegd die als basis dienen voor de prestatiegegevens in het jaarverslag.

- **Het bereik onder gezinnen, festival- en theaterpubliek optimaliseren.**

Gerealiseerd. In totaal kwam 52% (2015: 43%) van de bezoekers met hun kinderen, waarvan de meeste onder de 12 jaar oud zijn (26%). 24% (2015:11%) kwam met vrienden en 14% kwam met een partner (2015: 14%). De groep die met collega's kwam is ook gegroeid: dit jaar was dat 14% terwijl dit vorig jaar nog 5% was. Jonge gezinnen blijven dus een belangrijke doelgroep.

- Gezinnen: (groot)ouders met jonge kinderen waren de grootste bezoekersgroep. Het festival vond plaats in de meivakantie (voor regio Rotterdam), wat heeft bijgedragen aan een hoog bereik onder deze doelgroep.
- Festivalpubliek: Met een nieuwe invulling van het avondprogramma hebben we deze editie een groter bereik gehad onder het uitgaans- en festivalpubliek. Zowel overdag als 's avonds was er veel te zien en te doen op het Schouwburgplein, en met de aankleding van de horeca inclusief terras was het terrein extra aantrekkelijk voor festivalpubliek. Ook zijn er op de vrijdag- en zaterdagavond bandjes geprogrammeerd, waardoor er ook een fijne festivalsfeer hing.
- Theaterpubliek: De openingsvoorstelling in het Oude Luxor Theater werd, mede dankzij het grote aantal genodigden en de recensies vooraf, goed bezocht. De avondvoorstellingen werden goed ontvangen in de media, maar in de bezoekersaantallen is zeker nog groei mogelijk. Ook bezoekersaantallen van de dagvoorstellingen in TR Schouwburg waren boven verwachting.

- **Een publieksbereik realiseren van 25.000 personen.**

In het meerjarenbeleidsplan is een *gemiddeld* publieksbereik per jaar opgenomen van 27.500 bezoekers waarbij wordt ingezet op een gestage groei. Voor dit jaar was het doel om 25.000 bezoekers te bereiken.

Gerealiseerd. In totaal kwamen er zo'n 25.000 bezoekers en deelnemers op de optredens en activiteiten tijdens en rond het festival af. Dit is 5.000 meer dan in 2015.

- **Het aandeel betalend publiek vergroten tot 5.500 personen**

Niet gerealiseerd. Ondanks een fantastische start met verschillende uitverkochte voorstellingen, bleef het aantal betalende bezoekers met 4701 achter bij de ambitie. We zien hier verschillende redenen voor. Zo werd de voorstelling La Cosa in de grote zaal van TR Schouwburg minder goed bezocht dan eerdere grote zaal producties. Dit is een voorstelling die zich moeilijk laat duiden en die veel discussie oproept, bovendien had deze in de media wat minder aandacht gehad.

Een tweede oorzaak lag in de Chappiteau tent op het plein, hier werd dagelijks om 12.30 en 15.30 uur gespeeld, waarbij we merkten dat de eerste voorstelling te vroeg op de dag viel om een goede verkoop te kunnen organiseren. Mogelijk speelde ook het ontbreken van een grootschalig participatieproject (vorige editie 1.000 deelnemers) een rol.

De belangrijkste teleurstelling was echter dat de stad op de slotdag gehuld was in voetbalrumoer. Hoewel het festivalterrein gedurende bijna de hele dag een bubbel van positiviteit was in een zeer rumoerige omgeving, drukte dit merkbaar op het bereik. Uiteindelijk is het buitenprogramma iets eerder stopgezet en is het festival in de foyer van TR Schouwburg afgesloten. Ook in de horeca-omzet die deze editie beter was dan ooit, zien we een stevige dip op de zondag.

- **Focus op kaartverkoop avondvoorstellingen.**

Deels gerealiseerd. Er is in onze campagne veel aandacht besteed aan de avondvoorstellingen met o.a. per voorstelling A0 poster en speciale advertenties, zowel offline als online. Ook zijn er meerdere trailers gemaakt voor de afzonderlijke voorstellingen. Deze werden vanaf 2 weken voor aanvang uitgezonden via RTV Rijnmond en Open Rotterdam. De voorstelling in het Luxor werd tevens goed opgepikt door de media. Mede daardoor was het bereik bij deze voorstellingen prima. La Cosa, in TR Schouwburg trok een lager bereik dan beoogd.



Community

- **Intensivering samenwerking met partners, ambassadeurs en ondernemers om meer groepen in de stad deelgenoot te maken van het festival.**

Gerealiseerd. Deze editie is er nog sterker samengewerkt met onze founding fathers. Daarnaast zijn we zelf actief op zoek gegaan naar ambassadeurs. Zo hebben we een aantal vloggers gevraagd om een leuke vlog te maken, en deelden diverse fans en bekende Nederlanders hun reacties in online filmpjes. In het bezoekersonderzoek gaf 18,2% van de ondervraagden aan actief ambassadeur te willen worden van het festival; uitzonderlijk hoog!

- **Het versterken en vergroten van de circuscommunity van makers, deelnemers en bezoekers.**

Gerealiseerd. We werkten niet meer met een backstage, maar artiesten en crew konden voor lunch en diner terecht op het Schouwburgplein waar ze samen met het publiek aten en dronken. Dit gaf het festival een meer open karakter ('Join the circus') en bracht de artiesten in contact met hun publiek en andersom. Ook hebben artiesten, circusprofessionals en bezoekers veel gedeeld op social media.

4.2 Strategie en middelen

Join the family

De metafoer die we gebruiken is die van een warme, creatieve circusfamilie; beleef het festival samen met de artiesten. Tot de circusfamilie horen daarnaast steeds meer bekende mensen; Karel de Rooij deed een korte promo voor online media; Tv-presentator Floortje Dessing bijvoorbeeld raakte na het lezen van de recensie van Cirque Le Roux in de Volkskrant geïnteresseerd in het nieuwe circus en bezocht de voorstelling. Haar oproep: "Kom naar Rotterdam, het is meer dan de moeite waard!" Ook Quintis Ristie is enthousiast: als klein jongetje vond hij de circuswereld al bijzonder. En nu komt hij er met zijn eigen kinderen, om ze te leren dat het begint met jezelf uitdagen. Tot slot raakte ook vlogger Lola Lotta Ross verslaafd aan het nieuwe circus. Zoals ze het zelf verwoordde: "Holy shit, dit was nice!".

www.facebook.com/circusstad/videos/10155332476363656/.

<https://www.facebook.com/circusstad/videos/10155350139093656/>

<https://www.youtube.com/watch?v=pmTzdLn1eQ>).

Het campagnebeeld

Voor de vormgeving hebben we voortgeborduurd op de huisstijl die in 2015 ontwikkeld is door Das Buro. De cirkel en de strepen bleven behouden (zij het in iets andere vorm), de kleuren verschoven meer naar de combinatie rood/blauw en de fotografie kreeg een update. Er is dit jaar gekozen voor één duidelijk campagnebeeld ter promotie van het gehele festival, met daarnaast vier verschillende postervarianten m.b.t. het programma van de partners. Het centrale campagnebeeld werd, behalve op A0 posters, ook veelvuldig ingezet op A6 flyers en op de programmaflyer. Het beeld voor TR Schouwburg is tevens ingezet als geveldoek aan het theater.

Website en online aanwezigheid

De website heeft ten opzichte van de vorige editie een update gekregen, die vooral te zien was in de opbouw van het menu en de weergave van het programma. De volledige website, inclusief alle programmaonderdelen, was dit jaar te raadplegen in het Engels en in het Nederlands. Het bezoek aan de website steeg deze editie van 51.692 in 2015 tot maar liefst 85.281 unieke bezoekers in 2017.

Leeftijdscategorieën bezoekers:

25-34 jaar 33,5%

18-24 jaar 27,5%

35-44 jaar 15,5%

45-54 jaar 12,5%

55-64 jaar 5,5%

65+ jaar 5,5%

Taal: 81% NL

Geslacht:

Man 54%

Vrouw 46%

Google adwords

Helaas verliep het aanvragen van Google adwords niet erg soepel, waardoor we maar korte tijd campagne konden voeren. Toch konden we via deze campagne Circusstad festival beter onder de aandacht brengen. De advertenties zijn vaak vertoond en hebben ook een aanzienlijk aantal klikken op de website opgeleverd.

Social media

Op social media is Circusstad flink gegroeid. Op Facebook gingen we van 1.839 likes (peildatum 19 mei 2015) naar 3.499 likes (peildatum 13 juli 2017). Dit is een stijging van ruim 90% in 2 jaar. Een deel van deze groei is te koppelen aan de inzet van Facebook Advertising. We hebben dit jaar voornamelijk ingezet op trailers en korte teasers van geprogrammeerde onderdelen, die waren gemonteerd naar een speciale versie voor Circusstad Festival 2017. Uit de statistieken blijkt dat de filmpjes en fotoalbums het beste scoorden wat betreft bereik op Facebook. De trailer voor de act Culbutto ging zelfs viral: dit filmpje heeft een bereik van ruim 1,5 miljoen views gehaald!

Op Twitter zit Circusstad inmiddels op 450 volgers. Ten opzichte van de vorige editie zijn we hier met ruim 36% gegroeid. Tenslotte hebben we weer veel gebruik gemaakt van Instagram. Dit kanaal hebben we bij de vorige editie voor het eerst ingezet. Hier hebben we een flinke groei gemeten van 66 volgers in mei 2015, naar 332 volgers in juni 2017. Ook hebben we deze editie voor het eerst gebruik gemaakt van Instagram Advertising waarbij Facebookposts ook op Instagram zichtbaar waren voor een breed publiek.

Campagnemiddelen

In de outdoorcampagne werden twee rondes A0 posters verspreid in de Rotterdamse buitenruimte in Noord en Zuid, voorafgaand en tijdens het festival. Ook hebben we peperbuszuilen op Noord en Zuid ingezet, en stond er enkele weken lang een kubus op het Kruisplein met daar bovenop een installatie van gestapelde stoelen geplaatst en zeilen met foto's en info over de hoofdvoorstellingen. Daarnaast hadden we banieren op de Coolsingel, Hofplein, Kruisplein en Schouwburgplein staan en waren de trailer en foto's van Circusstad Festival veelvuldig te zien op schermen in het stationsgebied.

De indoorcampagne werd uitgevoerd door de Kultuurkoerier. Deze begon ongeveer 2 maanden voor aanvang van het festival met A2 posters en algemene flyers die verspreid werden bij een grote selectie van café's, horeca en onderwijsinstellingen. Enkele weken voor het festival is nogmaals een ronde posters en flyers verspreid in dit gebied. Ook werden er posters verspreid in een speciale scholenronde, bij basisscholen in heel Rotterdam. Ten slotte zijn de posters die speciaal voor de partners ontworpen zijn ook door hen zelf verspreid onder hun eigen achterban. Tijdens de scholentour zijn er tevens speciale vouchers met een kortingscode voor de dagtickets verspreid onder de toeschouwers.

Ook hebben we net als bij de vorige editie een opvouwbare, compacte programmaflyer voor het festival gemaakt. Hierin werden alle verschillende programmaonderdelen vermeld met de nodige tijden, locaties, ticketinfo, etc. Deze flyers werden voornamelijk verspreid op het festival zelf en tijdens pop-up acties voorafgaand aan het festival, maar ook kort voor het festival op vele culturele locaties in regio Rotterdam.

Naast bovengenoemde middelen zijn er in september 2016 weer jaarlijkse circusladders gemaakt en in Rotterdam verspreid namens Circusstad, waarin uiteraard ook het festival genoemd werd. In december zijn er ter aanvulling hierop aankondigingsflyers gemaakt (in de vorm van een visitekaartje) om deze te verspreiden bij kerstcircussen in Rotterdam, o.a. bij Kerstcircuit Ahoy.

Mediapartners en trailers

Deze editie zijn we mediapartnerships aangegaan met Open Rotterdam en met RTV Rijnmond. In het kader van dit partnership zond Open Rotterdam dagelijks items over Circusstad Festival uit. Deze zijn verspreid via YouTube, de website en social media. Bij zowel Open Rotterdam als RTV Rijnmond werden er vanaf 2 weken voor het festival ook verschillende tv-commercials uitgezonden.

We hebben dit jaar ook sterk ingezet op trailers: een algemene, een trailer voor de Cirque Le Roux in het Luxor en een trailer voor Claudio Stellato in TR Schouwburg. Deze werden vanaf 2 weken voor aanvang uitgezonden via RTV Rijnmond en Open Rotterdam (in combinatie met banners op hun websites). Ook was deze te zien op het Blow-Up Media scherm bij het First gebouw tegenover het Centraal Station. Natuurlijk werden deze trailers ook via social media verspreid, voornamelijk via Facebook en YouTube. In de laatste week voor het festival zijn er extra korte teasers gemonteerd door circusartiest Daniel Simu. Dit zorgde voor een groot bereik op social media, waaronder het eerder genoemde viral filmpje van Culbuto. Naast 'klassieke' trailers hebben we deze editie ook voor het eerst gebruik gemaakt van vloggers als ambassadeurs van Circusstad Festival. Zo hebben we Osman Akin gevraagd om namens Circusstad langs te gaan bij TK Circus, die destijds aan het trainen waren voor een nieuwe show die tijdens Circusstad gespeeld zou worden. Deze vlog hebben we gepubliceerd op het YouTube-kanaal van Circusstad. Daniel Simu, is met zijn camera op bezoek geweest bij Karel de Rooij van Mini en Maxi, die in een kort filmpje een aantal hoogtepunten van Circusstad Festival aanstipte. Tijdens het festival zelf hebben we een drietal vloggers uitgenodigd voor specifieke onderdelen, zij hebben hun (positieve) ervaringen vervolgens gedeeld met hun eigen volgers.

Aandacht in de media

De jubileumeditie van Circusstad Festival kreeg veel pers aandacht, zowel lokaal als landelijk, online en in print. Het ging hierbij voornamelijk om vooraankondigingen, verslagen en recensies van voorstellingen. Wat betreft kranten en magazines kon het festival rekenen op bijna 90 vermeldingen. Een kleine greep uit de gedrukte vermeldingen: Een recensie van de openingsvoorstelling in de Volkskrant en in AD Rotterdam, vermeldingen in Linda Magazine, Kek Mama, Margriet, Libelle, Telegraaf Vrij Magazine, Elsevier, Kampioen, Vrouw (Telegraaf Glossy), Metro, Veronica Gids, Scenes, Theatermaker, Circus Magazine, De Piste en verschillende edities van De Havenloods en AD Rotterdam.

Ook op tv deed Circusstad het goed met 5 items. Zo zijn er items verschenen bij Koffietijd, Moois van RTV Rijnmond en Open Rotterdam. Wat betreft radio waren er interviews bij o.a. NPO Radio 5 én 4, Radio Capelle, Open Rotterdam en RTV Rijnmond. In deze interviews vertelde artistiek leider Maaïke van Langen of een van de artiesten over bijzondere highlights uit het programma.

Tot slot verscheen Circusstad zo'n 130 keer in webartikelen, blogs, vlogs, online uitjesplatforms en online nieuwsbrieven met uiteenlopende onderwerpen. Enkele voorbeelden van websites waarop we vermeld zijn: Fonds 21, CJP, Circusweb, Volkskrant, 1eRang, Theaterkrant, 8Weekly, Uitagenda Rotterdam.

4.3 Publieksonderzoek

In opdracht van Rotterdam Circusstad heeft R2 Research publieksonderzoek uitgevoerd onder bezoekers van Circusstad Festival 2017. Bezoekers zijn per e-mail uitgenodigd om aan het onderzoek deel te nemen. In totaal hebben 164 personen de vragenlijst ingevuld. Hieronder is een korte samenvatting weergegeven.



Het Circusstad Festival trekt echt een gevarieerd publiek qua leeftijd. Met name als gekeken wordt naar het gezelschap waar mee men komt dan zie je eenderde jonger dan 14 jaar is. Bijna de helft (45%) bezoekt Circusstad voor het eerst. Er komen ook relatief veel bezoekers (39%) van buiten het Rijnmond gebied naar het Circusstad Festival.

Bezoekers geven het meest aan via vrienden, familie of kennissen bekend te zijn geraakt met Circusstad. De eigen middelen van Circusstad hebben hier sterk aan bijgedragen naast de kanalen van Rotterdam Festivals en de Uitagenda. Er lijkt nog wel ruimte voor groei te zijn in de bekendheid van het festival, het komt sterk van eigen kanalen en wordt nog niet breed gedragen.

De totale waardering voor het Circusstad is een 8,0, ook op deelaspecten wordt Circusstad goed beoordeeld. De gastvrijheid, sfeer en prijskwaliteitverhouding scoren relatief hoog. Ruim de helft van de bezoekers (57%) is een promotor van het Circusstad Festival, een zeer hoog percentage.

Voor de aftermovie (2.19 min) zie: <https://www.youtube.com/watch?v=D-8uH-c1V4w>

5. ORGANISATIE & SAMENWERKING

5.1 Stichting Rotterdam Circusstad

Rotterdam Circusstad is een samenwerking van verschillende organisaties die elk op hun eigen wijze met circus in Rotterdam bezig zijn. Het bestuur van Stichting Rotterdam Circusstad wordt gevormd door directieleden van deze instellingen, een onafhankelijke voorzitter en maximaal twee onafhankelijke leden (totaal maximaal 7 personen). In 2017 hebben geen wijzigingen plaatsgevonden in de samenstelling van het bestuur. Stichting Rotterdam Circusstad is opgericht in 2009 en is aangemerkt als culturele ANBI.

De stichting heeft ten doel: 'Het creëren van een sterk cultureel klimaat voor de productie en presentatie van Circus Theater in Rotterdam door een nauwe samenwerking met partijen uit de wereld van theater, van gezelschappen, van opleidingen en van jeugd en welzijn.'

Samenstelling

<i>Naam</i>	<i>status</i>	<i>bestuurslid sinds</i>
Korrie Louwes (vz.)	onafhankelijk (Inspectie gezondheidszorg en jeugd i.o.)	11 juni 2014
Justus Brouwers (penn.)	onafhankelijk (Manager ICT & Change SPF Beheer)	16 oktober 2013
Marjan Frankuizen (wn. secr.)	namens Circus Rotjeknor	23 oktober 2014
Patrick Cramers	namens Codarts Rotterdam	29 november 2011
Bert Determann	namens Theater Rotterdam - Schouwburg	20 november 2013
Marc van Kaam	namens het Luxor Theater	23 oktober 2014

Vergaderingen

Het bestuur heeft in 2017 zes keer vergaderd, op 3 februari, 24 maart, 14 april, 23 juni, 22 augustus en 10 november. Aanvullend hebben sessies plaatsgevonden tussen voorzitter en directie en elk van de vier instellingen over de ontwikkelingen in de sector en de (samenwerking in) de stichting. Het bestuur heeft het beleid van de stichting vastgesteld, de contracten met freelancers van de stichting goedgekeurd en toegezien op de bedrijfsvoering en de administratie. Er zijn geen voorvallen van belangenverstrengeling gesignaleerd en er zijn geen besluiten goedgekeurd waarbij sprake was van tegenstrijdige belangen.

Vertrouwenspersoon

De organisatie maakt het mogelijk dat medewerkers die onregelmatigheden menen waar te nemen deze zonder risico voor hun positie kunnen melden. Zij melden deze bij het bestuur of bij een door het bestuur aangewezen functionaris. Bert Determann is binnen het bestuur aangewezen als vertrouwenspersoon. Er zijn in 2017 geen meldingen geweest.

5.2 Code Cultural Governance

De stichting Rotterdam Circusstad hanteert de Governance Code Cultuur. Er wordt gewerkt met het bestuur-directie model. Het bestuur bestaat uit leden die deze functie onbezoldigd vervullen. Het bestuur voert een deel van de bestuurlijke taken zelf uit, maar heeft voor een belangrijk deel haar werkzaamheden uitbesteed aan de uitvoeringsorganisatie.

Gegeven de missie van Rotterdam Circusstad is ervoor gekozen om de artistieke uitvoeringspraktijk, podia, onderwijs en educatie in het bestuur te vertegenwoordigen om tot een maximale betrokkenheid te komen. Het is een beproefd model in Rotterdam. Een bestuur waarin betrokken organisaties vertegenwoordigd zijn, leidt tot een groot commitment. Rotterdam Circusstad is een samenwerkingsverband van juist deze instellingen, en het bestuur is het beste platform voor uitzetten van de strategie. Een bestuurs- en directie reglement zijn begin 2016 opgesteld en vastgesteld door het bestuur.

Om conform de code cultural governance de onafhankelijkheid van het bestuur goed te waarborgen is in overleg met de Gemeente Rotterdam in 2017 een statutenwijziging voorbereid waarna de stichting met een Algemeen en een Dagelijks bestuur zal gaan werken. Deze wordt begin 2018 doorgevoerd.

Samenstelling bestuur en rooster van aftreden

Profielmatrix							
Bestuur Rotterdam Circusstad							
mrt-18							
Naam	Korrie Louwes	Justus Brouwers	Vacature secretaris	Marjan Frankhuizen	Samuel Wuersten	Marc van Kaam	Bert Determann
	DB Voorzitter	DB Penningmeester	DB Secretaris	AB Lid Rotjeknor	AB lid Codarts	AB lid Luxor	AB Lid TR Schouwburg
Geboortejaar	1966	1970		1973	1961	1965	1958
Man/vrouw	V	M		V	M	M	M
Culturele achtergrond	Hoofdinspecteur maatschappelijke zorg Inspectie gezondheidszorg en jeugd i.o.	Manager ICT and Change at SPF Beheer		Gebiedsmanager Jeugdbescherming Rotterdam Rijnmond	Member of the Executive Board of Codarts Rotterdam	Luxor Theater Algemeen directeur	Rotterdamse Schouwburg directeur bedrijfsvoering
Expertises							
Cultureel				X	X	X	X
Juridisch		X		*			*
Management	X	X	x	X	X	X	X
Financieel	X	X		*			
Anders nl	Politiek / bestuurlijk		bestuurlijk	Ondernemerschap	Educatie / talent-ontwikkeling		
Anders nl			Marketing	Bouwkunde			
X = expertise							
* = minder geprofileerde expertise							
Rooster van aftreden							
Naam lid	Functie binnen bestuur	Maatschappelijke functie	Eerste termijn gestart	Tweede termijn gestart	Derde termijn gestart		
Korrie Louwes	DB Voorzitter	Consultant Sr. Beerenschot	24-6-2014				
Justus Brouwers	DB Penningmeester	Hewlett-Packard Enterprise - Strategic Business Development Executive	16-10-2013	11-10-2017			
Vacature	DB Secretaris						
Samuel Wuersten	AB bestuurslid Codarts	Member of the Executive Board of Codarts Rotterdam	11-10-2017				
Marjan Frankhuizen	AB Bestuurslid Circus Rotjeknor, nu ook secretaris a.i.	Gebiedsmanager Jeugdbescherming Rotterdam Rijnmond	23-10-2014				
Marc van Kaam	AB Bestuurslid Luxor Theater	Luxor Theater Algemeen directeur	23-10-2014				
Bert Determann	AB Bestuurslid Rotterdamse Schouwburg	Rotterdamse Schouwburg directeur bedrijfsvoering	20-11-2013				

5.3 Code Culturele diversiteit

Rotterdam Circusstad onderschrijft het belang van de code culturele diversiteit. Circustheater is laagdrempelig, vaak taallos en kent verschijningsvormen in bijna alle culturen. Daarmee heeft het de potentie een zeer breed publiek aan te spreken, zowel in leeftijdsopbouw als in culturele achtergrond. Op www.codeculturelediversiteit.nl is een scan opgenomen die de diversiteit van de organisatie aan de hand van vijf onderwerpen in beeld brengt. In 2016 wees de score uit dat er nog ruimte is voor versterking, bijvoorbeeld in de samenstelling van het team als in de samenwerking met partners.

Vanwege de kleine omvang van de organisatie is hier tot nu toe geen specifiek personeelsbeleid op gevoerd. Het huidige beleid voor diversiteit is er vooral op gericht om, gebruikmakend van een zo breed mogelijk pallet, verschijningsvormen van internationaal circustheater een zo breed en divers mogelijk publiek aan te spreken. Op die vlakken, programmering/publiek, scoren we dan ook het hoogst in de scan.

Een MOSAIC-analyse van kassagegevens van 2017 liet zien dat 20% van ons publiek afkomstig is uit de cultureel zeer diverse groep 'Culturele Knokkers'. Buiten deze groep geeft MOSAIC echter zeer beperkt inzicht in de culturele achtergrond of referentie van de bezoekers. Hierom worden vragen hierover vanaf 2018 opgenomen in het eigen publieksonderzoek.

5.4 Bedrijfsvoering

Rotterdam Circusstad heeft geen mensen in vaste dienst, maar werkt samen met zelfstandigen om de verschillende taken op het vlak van directie, programma, productie en marketing in te vullen. In aanloop naar het festival 2015 is op deze manier een team samengesteld waarin alle benodigde specialismen vertegenwoordigd zijn en waarin goed en met plezier wordt samengewerkt.

Met de artistieke en zakelijke leiding zijn contractafspraken gemaakt voor de uitvoering van het cultuurplan 2017-2020 en de voorbereiding voor het festival 2021. De andere medewerkers krijgen per editie een contract aangeboden. In 2017 had Artistiek leider Maaïke van Langen zwangerschapsverlof. Zij werd vervangen door Anne Schaap die goed werk leverde en ook in de toekomst bij programmateam betrokken zal blijven. De WNT is niet aan de orde.

Rotterdam Circusstad is zich bewust van de discussie over fair practice, die momenteel in de sector gevoerd wordt over kunstenaarshonoraria. En hoewel vaste richtlijnen voor onze discipline ontbreken, wordt bij zowel medewerkers als de uitvoerende artiesten uitgegaan van fair practice, waarbij 'loon naar werk' het leidende principe is. Er is een structuur opgezet waarbij vaste minimum vergoedingen gelden voor deelnemende studenten en alumni. De meer gevorderde professionele gezelschappen hanteren vaak hun eigen vaste, marktconforme tarieven.

Het festivalteam:

Maaïke van Langen	Artistieke leiding
Anne Schaap	Interim artistieke leiding/fringe programma
Dirk Evers	Zakelijke leiding
Femke Cuijpers	Marketing coördinatie
Jessica de Jong	Medewerker marketing
Femke Monteny	Projectleiding Participatie
Daniël Cappetijn	Fondsenwerving
Randi de Vries	Productie
Corine de Vries	Administratie
En vele hardwerkende, meedenkende medewerkers, stagiaires, vrijwilligers, studenten.	

Aanvullend wordt gewerkt met een artistieke commissie en een marketingcommissie bestaande uit de programmeurs respectievelijk marketingmanagers van de partners. Hier worden kennis en ervaringen gedeeld en worden afspraken gemaakt over de samenwerking op programmatisch en publicitair vlak.

5.5 Stakeholders en samenwerking

Rotterdam Circusstad smeedt allianties met tal van bedrijven en organisaties om te zorgen voor een sterk inhoudelijk, financieel en organisatorisch verband. Daarnaast is Circusstad Festival actief in verschillende internationale circusnetwerken van programmeurs, organisatoren en opleidingen.

Founding fathers:

Theater Rotterdam – Schouwburg
Luxor Theater
Circus Rotjeknor
Codarts Circus Arts

Participatie:

Landelijk Kennisinstituut Cultuureducatie en
Amateurkunst (LKCA) Stichting Kunstzinnige
Vorming Rotterdam
Circomundo
Tal van deelnemende amateurverenigingen en
stichtingen uit verschillende disciplines.

Talent:

Productiehuis Rotterdam
Circo Circolo
Maastheater
Dansateliers
Circunstruction
TENT
Academy for Circus and Performance Art
(ACaPA)
École Supérieure des Arts du Cirque (ésac)
Circusresidentie 't Klooster Breda

Netwerken:

Circostrada (Europees netwerk voor circus- en
straattheater)
Fedec (Europees netwerk Circusopleidingen)
Circomundo (koepel voor jeugdcircus)
Stichting Circuscultuur (oud én nieuw circus in
Nederland)
Vereniging Verenigde podiumkunstenfestivals
Netwerk cultuureducatie en talentontwikkeling
Rotterdam.

Collega organisaties internationaal:

Crying Out Loud (UK)
Roundhouse (UK)
Festival op de Markt (Be)
La Breche/Cirque Théâtre Elbeuf (FR)
Ell Circo d'ell Fuego (Be)
Circus Next (internationaal platform)

Overige programmapartners:

Foodfestival Djema el Fna
Studium Generale / Studio Erasmus
Circus in beweging Leuven
Vereniging Schouwburgplein

5.6 SWOT / Risicoanalyse

Het bestuur is verantwoordelijk voor het onderkennen en beheersen van risico's.

De belangrijkste risico's waar de stichting mee te maken betreffen financiën en veiligheid

Sterk

- Jonge, artistiek interessante kunstvorm
- Laagdrempeligheid en sociale impact
- Draagvlak bij enthousiast publiek, relatief divers
- Beleven festival met vermaak, verdieping en zelf doen
- Samenwerking met vele partners en netwerken
- Festival als brandpunt voor publiek, kunstenaars, amateurs én professionals.
- Grotere financiële zekerheid door structurele betrokkenheid Gemeente én Fonds Podiumkunsten

Zwak

- Kleine organisatie, geen eigen kantoor, team grotendeels freelance.
- Geen financiële buffer
- (te) beperkt budget voor nationale profilering
- Als nog jong festival rond een nog jonge kunstvorm is het realiseren van inkomsten uit kaartverkoop uitdagend. Een uitgekiende balans tussen betaald en gratis aanbod, openluchtspektakel en voorstellingen in zalen en tenten, prijsstelling en doelgroepenbeleid is van wezenlijk belang om een goed resultaat te behalen.
- Afhankelijkheid van jaarlijkse steun van fondsen is groot. Die zeer gewaardeerde steun wordt vooralsnog steeds gegeven. Een zoektocht naar andere bronnen blijft echter nodig.

Kans

- Jaarlijks ritme vergroot binding met publiek;
- We zien een groeiende betrokkenheid van het publiek, waarbij er nog goede kansen zijn het circus dieper in de stad te verankeren, bijvoorbeeld door de spreiding van participatie activiteiten en het leggen van verbindingen met maatschappelijke en culturele instellingen en organisaties.
- Nu het festival vast onderdeel uitmaakt van de nationale structuur, kan ook op het nationale (media)toneel meer positie worden opgebouwd.
- Zaalcapaciteit laat ruimte voor groeiende inkomsten (speerpunt 2018)
- Succesvolle investering in terreininrichting en publieksbeleving in 2017 biedt mogelijkheden voor uitbouw (meer avonden open).
- Rotterdam zit in de lift als place to be voor evenementen, weekendjes weg en toerisme

Bedreiging

- De evenementenkalender in Rotterdam wordt steeds voller. In de festivalperiode (meivakantie) vinden vaal ook andere activiteiten plaats, zoals dodenherdenking en Bevrijdingsdag, koningsdag of (in 2017) het kampioenschap van Feijenoord. De impact daarvan op het festival kan sterk wisselen.
- Als festival dat deels in de openlucht plaats vindt is het programma zeer kwetsbaar voor extreme weersomstandigheden. We herinneren bijvoorbeeld 2016, toen door extreme wind een deel van het programma van de openingsdag moest worden geannuleerd of uitgesteld.

Veiligheid

Het nemen van risico is eigen aan het circus; een belangrijk deel van de zeggingskracht komt voort uit de spanning die het gevaar van de acts met zich meebrengt. In professionele voorstellingen hebben de artiesten hier primair zelf een verantwoordelijkheid in. In workshops en bij amateurprojecten ligt deze verantwoordelijkheid bij de docent en de organisatie. De stichting is verantwoordelijk voor een zo veilig mogelijke omgeving en faciliteiten. Daarom wordt uitsluitend met professionele producenten en gecertificeerde riggers (voor installaties luchtwerk) gewerkt. Dit garandeert een goede professionele omgeving.

Ter afdekking van deze risico's heeft de stichting een aantal verzekeringen afgesloten:

- Bestuurdersaansprakelijkheid
- Aansprakelijkheid bedrijven (inclusief het geven van circus workshops en cursussen)
- Evenementenverzekering (af te sluiten per festivaleditie)



6. FINANCIËN

6.1 Exploitatie

In het meerjarenbeleidsplan 2017-2020 is uitgegaan van een gemiddelde begroting van € 579.250,-. Deze omvang was tevens inzet voor de fondsen en sponsorwerving. Circusstad Festival 2017 is uiteindelijk gerealiseerd met een begroting van € 586.916,-. Een breed palet aan stakeholders, publiek, partners, sponsors en fondsen deden allen belangrijke bijdragen deden om het festival kostendekkend te kunnen realiseren, een impressie:

Publieksinkomsten

Ambitie was om middels kaartverkoop en horeca de publieksinkomsten te doen groeien van € 49.678,- in 2015 naar € 60.000,- in 2017. Met een opbrengst (inclusief horeca) van € 56.000,- is een beweging in gang gezet, maar het doel nog niet bereikt. Debet hieraan zijn met name het lagere publieksbereik bij La Cosa en het voetbalrumoer op de zondag, waardoor die dag zowel kaartverkoop als horeca inkomsten tegenvielen. De andere dagen echter, laten positief beeld zien waarbij er meer publiek was dan andere jaren, dat langer op het terrein bleef en verschillende kleine voorstellingen bezocht. Mede dankzij een betere terreininrichting en het organiseren van een avondprogramma op het plein, was de baromzet beter dan ooit. Die trend willen we de volgende jaren uitbouwen.

Partners en sponsoring

Zowel de initiatiefnemers, als een groeiend aantal externe partners draagt bij aan het festival. Doordat de theaters garant staan voor de programmering bij hen in huis, wordt het risico op de kaartverkoop over drie organisaties gespreid, zodat er meer bijzondere voorstellingen gepresenteerd kunnen worden.

Er werden enkele deals gesloten met bedrijven die in natura bijdroegen aan het festival door vaak forse kortingen te geven op geleverde diensten en materialen. Ook leverden zij – beperkt- bijdragen in cash.

Overheden

Door haar kwaliteit en de diversiteit van de programmering draagt het festival bij aan de doelen van verschillende overheden en overheidsfondsen. Vanaf 2017 ontvangt het festival zeer gewaardeerde structurele steun van zowel de Gemeente Rotterdam als het Fonds Podiumkunsten, waarmee het fundament voor een jaarlijks festivalritme is gelegd. Aanvullend deden Rotterdam Festivals en het Fonds voor Cultuurparticipatie projectbijdragen.

Fondsen

Private fondsen vormen een belangrijke steunpilaar voor het festival. Doordat met het festival zowel wordt ingezet op artistieke vernieuwing, als op talentontwikkeling, cultuurparticipatie en publieksverbreding voor de kunsten, zijn veel fondsen bereid gevonden om het festival te steunen. Juist dankzij deze hoognodige en zeer gewaardeerde steun, kan Rotterdam Circusstad bijdragen aan de brede ontwikkeling van deze nog jonge kunstvorm.



Resultaat

Het resultaat is weergegeven in bijgevoegde jaarrekening 2017. Conform gewenste format van het Fonds Podiumkunsten worden de cijfers afgezet tegen die van 2016, een jaar waarin géén festival plaats vond aangezien het festival tot 2017 tweejaarlijks was. In 2016 vond als publieksactiviteit alleen de reprise/uitgestelde uitvoering plaats van participatieproject A Brand New Day.

De jaarrekening laat een positief saldo zien van € 11.076,-. Deels zal dit besteedt worden aan de nog door te voeren statutenwijziging waarin de structuur met een Algemeen en een Dagelijks Bestuur wordt vastgelegd. Van het restant is een percentage (22%) toegevoegd het bestemmingsfonds van Rotterdam Festivals voor komende edities. Het resterende saldo bedraagt een klein percentage van de begroting, en is tevens een hoog nodige voorziening voor tegenvallers of onverwachte kosten in het komende jaar.

Het balanstotaal eind 2017	€ 31.148,-
Het eigen vermogen op 31 dec:	€ 11.180,-
Waarvan bestemmingsreserve	€ 2.436,- (Rotterdam Festivals Bestemmingsfonds)
De resultaatrekening	€ 597.989,- met een slotsaldo van € 11.076,-

Daarmee is het bestuur tevreden over het financiële resultaat.

Liquiditeit

Aansluitend bij het financiële ritme van uitbetalingen van fondsen en de eigen inkomsten wordt een financiële planning gemaakt. Op 31 december 2017 zijn alle verplichtingen rond het festival 2017 voldaan.

Solvabiliteit

De stichting heeft geen schulden, maar ook geen eigen vermogen en is daardoor kwetsbaar voor financiële tegenvallers. Om het financiële risico te beheersen worden geen uitgaven gedaan, zonder dat er zicht is op de dekking ervan. Hierom wordt per editie een go/no go moment georganiseerd waarbij op basis van de begroting, de beschikbare middelen en verwachte inkomsten een definitieve werkbegroting wordt vastgesteld.

6.2 Accountant

Per editie vindt een evaluatie en afrekening plaats met financiers en partners. Daarnaast wordt jaarlijks na afronding van het boekjaar financieel jaarverslag met balans en jaarrekening opgemaakt door de boekhouder.

Waar nodig in verband met de subsidievoorwaarden worden deze gecontroleerd door een accountant. Tot 2017 werd daarvoor naar tevredenheid samengewerkt met Berkhout + Mas Accountant uit Rotterdam. In aanloop naar de afwikkeling van het jaarverslag 2017 is een verkenning gedaan onder andere partijen en is besloten de afwikkeling van de jaarrekening 2017 te laten verzorgen door Abel Accountants uit Den Bosch.

Bij het financieel jaarverslag 2017 is een verklaring opgesteld, specifiek voor de afrekening met het Fonds Podiumkunsten. De afrekening van het gemeentelijke subsidie verloopt via Rotterdam Festivals, het evenementen loket van de gemeente. Dit gebeurt steeds enkele maanden na het festival, gelijktijdig met de afrekening met fondsen.

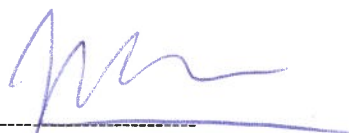
7. ONDERTEKENING

ALDUS VASTGESTELD DOOR HET BESTUUR VAN STICHTING ROTTERDAM CIRCUSSTAD

TE ROTTERDAM 21 MAART 2018



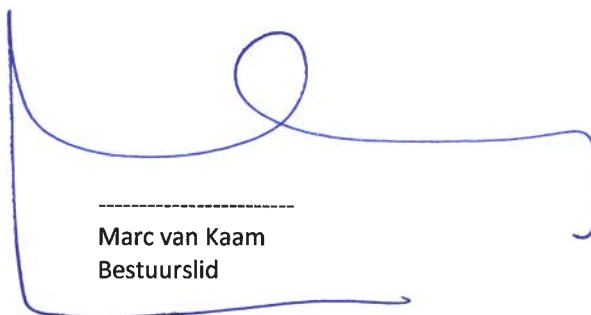
Korrie Louwes
Voorzitter



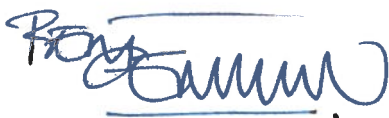
Justus Brouwers
Penningmeester



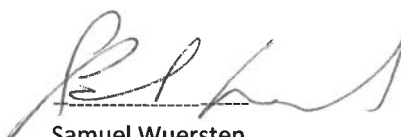
Marjan Frankuizen
Bestuurslid



Marc van Kaam
Bestuurslid



Bert Determann
Bestuurslid



Samuel Wuersten
Bestuurslid

Bijlage a) FONDS PODIUMKUNSTEN: Model III F voor de Prestaties van Festivals

	Huidig boekjaar 2017	Begroting FPK 2017*	Vorig boekjaar 2016
Duur in dagen	5	5	1
Aantal activiteiten kernprogrammering nl.	141	130	1
Professionals	112	110	
Amateurs en studenten	29	20	
Waarvan betaald	53	50	
Waarvan gratis	88	80	
Aantal overige activiteiten nl.	85	53	1
a. Rojeknor Circus Jungle (#dagen)	5	5	
b. Masterclasses (t.b.v. studenten / gevorderde amateurs)	6	5	
c. Workshops (t.b.v. publiek)	24	18	
d. Workshops crossover project superhelden	41	20	
e. Verdiepende randprogrammering	5	5	
f. Presentaties buiten festival (Samenwerking Djema el Fna)	4		
Totaal aantal activiteiten	226	183	2
Totaal aantal bezoekers	25.331	27.500	2.500
Totaal aantal bezoeken kernprogrammering	22.547	25.200	2.500
Totaal aantal bezoeken overige activiteiten	2.784	2.300	0
Bezoek presentaties buiten festival	1.150		
Totaal aantal bezoeken	26.481	27.500	2.500
Waarvan betaalde bezoeken*	4.701	6.400	
Waarvan niet betaalde bezoeken	21.780	21.100	2.500
*) De ingediende begroting bij het FPK betrof de <i>gemiddelde</i> begroting over de periode 2017 - 2020. Aangezien we in deze periode uitgaan van een continue publiekgroei, is het resultaat in het eerste jaar wat lager dan het beoogde gemiddelde. Dit is conform de meerjarenplanning, die uitgaat van een groei van 25.000 bezoekers in 2017 tot 30.000 bezoekers in 2020.			
*) Doelstelling voor het aantal betalende bezoekers in 2017 was 5,500 personen. De in het formulier opgenomen 6,400 betreft het beoogde <i>gemiddelde</i> aantal betalende bezoekers over de periode 2017-2020			

Bijlage b) Prestatieverantwoording Model IV – P/

Gezelschap	Titel voorstelling	Lengte (min)	Aantal keer gespeeld	Aantal betaalde bezoeken	Aantal gratis bezoeken
Professioneel					
Universal Games Unltd.	PopPOPpoP	30	23	1.034	
TK Circus + Lingua Franca Ensemble	Circusconcert	30	1	109	
Tall Tales Acrobatics	Langs	60	1	43	
Race Horse Company	Around	60	4	402	
Pile -en- Face	The sum of what we do	30	1	51	
Jason van Lith & Michaël Lamiroy	Rainshine	30	1	34	
Familiar Faces / Pieter Visser	MeMeMe/Problemology	30	1	62	
Dutch Circus Showcase	Combinatieprogramma			26	2
D'irque en fien	Sol Bemol	60	6	629	
David Severins / Joris de Jong	Zonder titel	10	1	35	
Claudio Stellato	La Cosa	60	2	346	
Cirque Le Roux	Elephant in the Room	75	2	922	45
Circus Katoen	As heavy as it goes	60	2	143	
Circus Amersfoort	KLOON	60	1	106	
Cie. Ariane en Roxana	Play Nice	20	1	49	
Dag Passe Partout	Combinatieprogramma			68	
Alexander Weibel Weibel	Breaking Point	60	4	246	
100% Circus	100% Circus	60	2	125	
BAND: I 'Chaim	N.v.t.	60	1		300
BAND: Scotch	N.v.t.	60	1		350
Colokolo	Qahwa Noss Noss	45	2		700
CASTELLERS	Castellers	30	1		350
Cie. Satchok / Roel	Sisyphus	15	1		450
Mauvais coton	Culbuto	30	3		880
David & Marieke	Zonder titel	15	9		2.025
Fringe luxor prof	Divers	15	5		425
Guillermo	Zonder titel	15	4		715
Marianna	Zonder titel	15	5		750
Remi	Zonder titel	15	1		100
Tall Tales Acrobatics	Turbulentie	15	7		2.010
Trio Satchok	Sisyphus	15	19		3.830
Subtotaal			112	4.430	12.932
Amateurs en studenten					
Circus Rotjeknor	Diverse Acts	20	1		80
Challenge Dansmakers	Challenge	20	1		250
Fringe Luxor di (amateur)	Diverse Acts	30	4		425
Aerial Rope Codarts	Zonder titel	10	1		270
Cyreal act Codars	Zonder titel	10	1		90
Challenge Krachtpatsers	Challenge	20	1		75
TwoB (Demiori) koord	Zonder titel	10	1		75
TwoB (acro)	Zonder titel	10	1		175
TwoB (trapeze)	Zonder titel	10	1		150
<i>Circus Nevermind & Acts</i>	Diverse Acts	30	1		90
De Boost bende - Hebbes	Zonder titel	20	1		250
improv challenge A&S	Challenge	20	1		75

Codarts Circus Chain A	Diverse Acts	90	2		420
Codarts Circus Chain B	Diverse Acts	90	2		580
Challenge: BMX vs éénwielers	Challenge	20	1		180
SANTELLI: MIB	MIB	30	1		270
Schatjes (aerial hoop)	Schatjes	10	1		250
CHALLENGE - ACRO GYM EN DUO TRAPEZE	Challenge	20	1		100
CHALLENGE - TOBIT EN JASMIJN & ROLSTOELERS	Challenge	20	1		175
MILOU & FLORENTINE - ROTJEKNOR - JONGLEREN	Zonder titel	10	1		100
SCOTCH AND CIGARS	Scotch and cigars	20	1		50
DICLUM	Totally not a chair	20	1		20
Superhelden presentatie	Superhelden	30			441
010 TRICKS EINDACT	010 Tricks	20			20
Fringe Schouwburg	Diverse Acts	60	2		300
Subtotaal			29	0	4.911
Overige activiteiten nl					
Rojeknor Circus Jungle	Doorlopende workshop		5		1.950
Masterclasses	Diverse disciplines		6	20	73
Workshops	Diverse disciplines		24	251	20
Workshops crossover project superhelden	Crossovers		41		442
Verdiepende randprogrammering	O.a. Circus & Science		5		302
Buiten festival (Djema el Fna, Rotterdam uitdagen)	O.a. Flip 'n Fly		4		1.150
Subtotaal			85	271	3.937
TOTAAL			226	4.701	21.780

Balans per

Activa	31 december 2017	31 december 2018
<u>Viottende activa</u>		
Vorderingen en overlopende activa		
Debiteuren	3.025	0
Nog te ontvangen posten	9.891	5.876
Overlopende activa	5.854	8.973
	€ 18.771	€ 14.849
 Liquide middelen	 € 12.377	 € 33.058
 Totaal activa	 € 31.148	 € 47.907

31 december 2017

Passiva	31 december 2017	31 december 2016
<u>Eigen vermogen</u>		
Stichtingskapitaal	€ 8.692	€ 52
Bestemmingsreserves	2.436	0
Bestemmingsfondsen	0	0
	<u>€ 11.128</u>	<u>€ 52</u>
<u>Kortlopende schulden en overlopende passiva</u>		
Crediteuren	€ 4.995	€ 4.805
Belastingen en premies sociale verzekeringen	0	0
Overige schulden en overlopende passiva	15.025	43.250
	<u>€ 20.020</u>	<u>€ 47.855</u>
Totaal passiva	<u>€ 31.148</u>	<u>€ 47.907</u>

Vastgesteld door de Stichting Rotterdam
Circusstad

d.d. 25-04-2018

voorzitter

K. Kuwens

Rekening van baten en lasten over 2017

Omschrijving	Jaarrekening 2017	Begroting 2017	Jaarrekening 2016
<u>Baten</u>			
Publieksinkomsten/recettes	€ 42.419	€ 73.375	€ 0
Sponsorinkomsten	€ 25.140	€ 37.500	€ 5.000
Overige inkomsten	€ 50.160	€ 55.875	€ 1.350
Subtotaal directe opbrengsten	€ 117.719	€ 166.750	€ 6.350
Indirecte opbrengsten:	€ 0	€ 0	€ 0
Bijdragen uit private middelen	€ 179.020	€ 137.500	€ 2.500
Subtotaal eigen inkomsten	€ 296.739	€ 304.250	€ 8.850
Meerjarige subsidie FPK	€ 152.250	€ 150.000	€ 0
Meerjarige subsidie Provincie	€		
Subsidie gemeenten	€ 106.500	€ 125.000	€
Subsidies en bijdragen publieke middelen	€ 42.500	€	€ 32.500
Subtotaal subsidies en Bijdragen	€ 301.250	€ 275.000	€ 32.500
Overige / Vrijval reservering BND2			€ 18.244
Totaal baten	€ 597.989	€ 579.250	€ 59.594
<u>Lasten</u>			
Beheerslasten personeel	€ 36.000	€ 12.600	€ 12.600
Beheerslasten materieel	€ 21.803	€ 8.500	€ 13.038
Subtotaal beheerslasten	€ 57.803	€ 21.100	€ 25.638
Activiteitslasten personeel	€ 296.714	€ 326.517	€ 26.330
Activiteitslasten materieel	€ 232.399	€ 233.650	€ 9.534
Subtotaal activiteitslasten	€ 529.112	€ 560.167	€ 35.863
Totaal lasten	€ 586.916	€ 581.267	€ 61.501
Saldo uit gewone bedrijfsvoering	€ 11.073	€ -2.017	€ -1.907
Saldo rentebaten/-lasten	3	0	-57
Exploitatieresultaat	€ 11.076	€ -2.017	€ -1.964