Beleidsplan Mobile Arts / De Parade

Stichting Mobile Arts / Theaterfestival de Parade
Tolhuisweg 1
1031 CL Amsterdam

Algemeen e-mailadres: info@mobilearts.nl

T Kantoor: 020 2386393

KVK 41184354
Anbi RSIN 0079.85.691

Stichting Mobile Arts
De stichting Mobile Arts ontplooit een aanzienlijke hoeveelheid culturele activiteiten. Door het jaar heen organiseert de stichting evenementen in de Tolhuistuin onder de noemer 'De Wereld van de Parade' met in de winter een uitgebreide editie onder de noemer 'De WinterParade'. In de zomer vindt de grootste activiteit plaats, Theaterfestival de Parade met een tournee langs 4 steden: Eindhoven, Den Haag, Utrecht en Amsterdam.

In dit beleidsplan worden alle activiteiten toegelicht, te beginnen met de hoofdactiviteit: het organiseren van de Parade.

De Parade

1.1 Achtergrond en urgentie

Theaterfestival de Parade is het enige rondreizende theaterfestival ter wereld. Voortgekomen uit festivals als Traktor Tournee en de Boulevard of Broken Dreams behoort het DNA van het festival met een geschiedenis van bijna 50 jaar tot het oudste van Nederland. De Parade zelf bestond in 2022 32 jaar, maar vindt haar wortels in de jaren '70 van de vorige eeuw. Onder de artistieke leiding van Nicole van Vessum heeft de programmering zich ontwikkeld van straattheater en circus naar een hoogwaardige theaterprogrammering waarin veel plek is voor jong talent naast de meer gevestigde namen uit het theatercircuit. Sinds 2018 is John de Weerd toegevoegd aan het programmeursteam, met een focus op jonge makers. Op de Parade spelen jaarlijks zo'n 80 theater-, dans-, mime- en muziekvoorstellingen voor jong en oud in theatertenten voor zo'n 250.000 bezoekers per jaar. Naast de avondvoorstellingen is er iedere dag een uitgebreide KinderParade met theatervoorstellingen, muziekoptredens en workshops. Iedere avond spelen er live-bands die gratis toegankelijk zijn. De programmering daarvan is in handen van -tevens zakelijk leider- Ray van Santen.

De Parade heeft met een landelijke spreiding over de steden Eindhoven, Rotterdam, Den Haag, Utrecht en Amsterdam en de 250.000 bezoekers die wij jaarlijks ontvangen een landelijke functie in het festival- en podiumkunstlandschap.

De Parade is een breed erkende schakel in de keten van
talentontwikkeling van makers. De impact op het gebied van publieksbereik voor jonge makers, midcareers en de groep daar tussenin is groot.

Dankzij de genereuze steun van een aantal fondsen konden wij in 2022 een groot aantal jonge makers van een uitkoop voorzien voor hun voorstelling. Een risico dat De Parade normaliter niet kan nemen. Normaliter staan alle artiesten op De Parade op partagebasis, een risico dat de jongste generatie makers op hun beurt niet kan nemen. Dankzij deze fondsen waren wij in staat om ook daadwerkelijk de jongste generatie makers te begeleiden naar hun *midcareer.* Denk daarbij aan namen als Gavin-Viano, Nina Elisa Euson & Ferhat Kaplan, Joost Oomen en Mimecollectief Het Paradijs.

1.2 Doel

De Parade is er in de eerste plaats voor onze 250.000 a 300.000 bezoekers, maar ook voor de artiesten die wij jaarlijks programmeren. Wij werken jaarlijks met een Open Call voor aanmeldingen in de programmering. Dit leidt niet alleen tot meer verrassende keuzes, maar ook tot meer diversiteit in onze programmering. De Open Call loopt het hele jaar.
Op het gebied van diversiteit proberen we ook slagen te maken. In de programmering kiezen we steeds bewuster en samen met het Prins Bernhard Cultuurfonds hebben wij een makerstraject opgezet met jonge makers met een biculturele achtergrond. In dit traject ondersteunen wij hen in het maken en tonen van nieuw werk en zij leren ons andersom hoe wij beter en op een andere manier nieuwe doelgroepen kunnen benaderen. Daarnaast werken we met Via Rudolphi samen in het project 'Café Suriname', waarbij wij Surinaamse jonge makers laten spelen op De Parade in een caroussel van verschillende voorstellingen met verschillende avonden, geduid en gepresenteerd door een presentator. Ook met hen proberen we een antwoord te vinden op de vraag: hoe zorgen we dat De Parade voor iederéén een veilige plek is? Deze ingezette lijn vertaalt zich ook in de namen die wij zullen programmeren, waarvan dus nu nog onduidelijk is wie dat precies worden. Daarin zoeken wij altijd een mix van bekende en minder bekende namen, maar ook een mix van genders, disciplines, culturele achtergronden en leeftijden. De Parade heeft een publiek van tenminste 250.000 bezoekers, waarvan wij hopen dat zij zich allemaal kunnen herkennen in wat wij op onze podia presenteren.

1.3 Plaats in het veld

De Parade is op een aantal punten onderscheidend ten opzichte van de andere grote (theater)festivals in Nederland. Een aantal unieke punten:

- De Parade heeft momenteel als enige een eigen festival een langdurige samenwerking met de Design Academy Eindhoven en het Sint Lucas College Eindhoven, waarin we met studenten uit het vierde jaar nieuwe duurzaamheidsdoelstellingen en oplossingen voor ons festival formuleren. Komende zomer gaan we verkennen of we hier ook de TU Eindhoven aan toe kunnen voegen.
- De Parade was pre-COVID-19 ongesubsidieerd, maar werd tot nu toe gefinancierd uit een mix van sponsoring en publieksinkomsten, zonder winstoogmerk. De Parade heeft als stichting een ANBI status
- De Parade is het enige reizende theaterfestival ter wereld
- Met een bezoekersaantal van tenminste 250.000 betalende bezoekers zijn wij het grootste theaterfestival van Nederland en behoren wij tot de grootste festivals in het algemeen van Nederland
- De Parade is al sinds haar oprichting in 1990 een van de voorlopers en sector innovators op het gebied van duurzaamheid. Veel van onze projecten op dit gebied vonden navolging bij onze collega's in het festivallandschap.
- De programmering van de Parade werkt op basis van een Open Call. Dit unieke programma principe zorgt ervoor dat er een breder aanbod van makers te vinden is dan op de

gecureerde festivals als TF, Holland Festival, Oerol of Boulevard. Dit zien wij ook terug in ons publieksbereik.

2. Doelgroep en doelgroepbenadering

Algemeen publiek
Algemene communicatiemiddelen:

- Lokale en regionale postercampagne, zowel outdoor als indoor
- Verspreiding programmakrant via regionale media
- Socials, FB (51K) en Insta (9K)
- Website, gem aantal bezoekers p/mnd: 102K. Percentage terugkerende bezoekers 41%
- Nieuwsbrief, 22K
- Free publicity in landelijke, regionale en lokale media
- Promotiepartners, waaronder Omroep Human en CJP
- Het maken van pakketten voor speciale doelgroepen zoals een CJP pakket, een Expatpakket, een Basisschoolpakket, etc.
- Samenwerking Nederlandse Spoorwegen; op ieder station in een Paradestad mogen wij promotie maken met banners en live acts

Kinderen (4-12 jaar)

- Ouders/ verzorgers eerste uur gratis
- Samenwerkingen met lokale **basisscholen**;
- We zijn acceptant van de Cultuurkaart
- **Geef een Toegift;** Bezoekers van de Parade kunnen op onze website een donatie doen waarmee wij kinderen van de IMC Weekendschool in diverse steden (6-14 jaar) een gratis dag op de Parade aanbieden.

Jongeren (13 - 24 jaar)

- Ouders/ verzorgers eerste uur gratis
- Met een **CJP-pas** krijgen CJP leden 50% korting op hun toegangskaartje voor het festivalterrein. CJP heeft een groot bereik onder jongeren, en geeft de Parade ook veel redactionele aandacht
- Studenten van diverse opleidingen mogen voor 50% korting naar binnen.

Minima

- Eerste uur gratis
- Gemeentelijke passen voor minima geven korting
- **'Geef een Toegift'**, hiermee doneren reguliere bezoekers op de Parade website iets extra's zodat minima een volledige Parade-avond of middag krijgen. Hiervoor werken we o.a. samen met de IMC Weekendschool
- Wij bieden voorstellingen aan in de prijsklassen € 4 - € 12 per kaartje
- Alle restaurants hebben een menukaart waar ook goedkopere gerechten op te vinden zijn, kraanwater is gratis

Kunst- en cultuurliefhebbers

- In samenwerking met diverse **lokale musea** organiseren wij een kortingsactie: bezoekers van de Parade krijgen 50% korting op een museumticket en andersom
- **We Are Public;** We Are Public-leden kunnen gratis naar de Parade
- Door slimme combinaties met partnertheaters in hun CRM systemen te maken denken wij gericht groepen uit te kunnen nodigen voor specifieke voorstellingen in ons aanbod

- De marketingcapaciteit van alle individuele makers en groepen is ook een belangrijke motor achter ons publieksbereik

Speciale trajecten met jonge makers van verschillende achtergronden
In samenwerking met het Prins Bernhard Cultuurfonds, onze eigen marketing afdeling en een aantal jonge makersgroepen gaan we een driejarig traject in om te leren hoe wij het Paradepubliek minder homogeen kunnen maken. De gemiddelde Paradebezoeker bestaat immers nog steeds uit een witte, HBO opgeleide vrouw van tussen de 30 en 40 jaar oud. Om ons publiek te diversifiëren huren wij verschillende makers met een biculturele achtergrond om ons van advies, kritiek en hulp te voorzien. Centrale vraag hierin wordt: hoe kunnen we van De Parade een veilige plek maken voor iedereen; zowel de makers als de bezoekers?

3. Risico inventarisatie
De Parade wordt doorgaans namelijk georganiseerd met een financieringsmix van sponsoring (10%) en publieksinkomsten (90%). Het gesubsidieerde gedeelte beslaat een klein deel van de programmeringskosten, waarmee wij kwetsbaar aanbod toch nog op onze podia kunnen tonen. En daar zijn we trots op. Het weer is een risico, en we weten allemaal: niets is zo veranderlijk in Nederland. De Nederlandse zomers bieden geen garantie voor goed weer. Daarom is het grootste deel van de organisatie van de Parade in de constructies met theatermakers, pachters en in sommige gevallen ook tenteigenaren en stafleden gepartageerd. Dit betekent overigens niet dat de Fair Practice Code in gevaar komt. Over het algemeen zijn de partages die bespelers ontvangen van hetzelfde niveau of hoger dan uitkopen in het reguliere vlakkevloercircuit. Per 2023 worden alle medewerkers op het festivalterrein per uur betaald en werken we met aanzienlijk minder vrijwilligers dan we voor die tijd deden.

4 Fair Practice
De staf van de Parade zelf bestaat uit een groot aantal ZZP’ers, die marktconform betaald worden voor hun diensten. Deze vergoeding bedraagt minimaal € 35 ex btw per uur. In de begroting zijn hun uurtarieven opgenomen. De vergoedingen van onze ZZP’ers liggen in lijn met de CAO Toneel en Dans 2022-2023. De artiesten spelen m.u.v. de uitkopen van jonge makers allemaal op partage, waarbij ervaring leert dat de gefactureerde bedragen gemiddeld op gelijk niveau of hoger liggen dan de uitkopen in het reguliere vlakkevloercircuit. In overleg met het Fonds Podiumkunsten is deze normering ook Fair Practice. De bands en muzikanten die optredens verzorgen die gratis toegankelijk zijn voor het publiek krijgen wel uitkopen en gages, die gemiddeld ruim boven marktconforme prijzen liggen.