

**2018-
2022**

Multimediale Stichting
Aard

Multimediale Stichting Aard
Churchillaan 145-2
1078 DS Amsterdam
Kvk nr. 56053509

**[BELEIDSPLAN
MULTIMEDIALE STICHTING
AARD]**

Vooraf

Voor u ligt het beleidsplan van de Multimediale Stichting Aard. Het plan omvat een overzicht van de doelstellingen, activiteiten en geeft inzicht in de werving en het beheer van de fondsen. Het plan is onder andere opgesteld in anticipatie op de ANBI regeling en zal jaarlijks worden geactualiseerd.

Het bestuur van de Multimediale Stichting Aard,

Philip Hanning,

Penningmeester

21 juni 2017

Beleidsplan Multimediale stichting Aard 2018-2022.

Inhoudsopgave:

1.Doel/activiteiten

2.Doelgroep

3.Bereiken doelgroep

4.Context

5.Geldwerving

6.Beheer middelen

7.Aanwending middelen

8.Producties op stapel

Werkplan 2018 -2022

1. Doel Stichting

Het streven van de stichting is van ideële aard en heeft als doel het creëren en verspreiden van artistieke en culturele uitingen, gekenmerkt door een hoog artistiek niveau. St.Aard is een platform voor het opzetten en uitvoeren van projecten met een multimediaal karakter, met name kunstzinnige uitingen van autonome kunstenaars, waarbij verschillende media betrokken kunnen zijn, zoals theater, film, video en internet. Eén van die autonome kunstenaars is Nataliya Golofastova, oprichter van de stichting. De St. Aard heeft geen winstoogmerk.

Tot de **activiteiten** behoren:

- het schrijven van scenario's, toneelstukken, teksten;
- het vertalen en bewerken van literaire teksten voor theater;
- het voor theater bewerken van muziekstukken, acteren, dramaturgie;
- het regisseren van films, acts, performances tot complete voorstellingen;
- het opvoeren van theatervoorstellingen;
- het geven van workshops en lezingen.

2. Doelgroep

Aard richt zich zowel op het reguliere theaterpubliek, als ook op potentiële toeschouwers, die normaal gesproken niet naar cultureel hoogwaardige voorstellingen zouden gaan. Het gaat met name om:

- Mensen uit de middenklasse (middelbare opleiding en/of modaal inkomen);
- Intellectuele bovenlaag
- HBO en WO studenten
- Jongeren/scholieren (project afhankelijk).

St. Aard heeft als doel een vaste toeschouwer groep te verwerven. Een deel van deze groep is al gecreëerd tijdens de artistieke loopbaan van Golofastova bij o.a. Productie Huis Rotterdamse Schouwburg (PHRS).

3. Het bereiken van de doelgroep.

Het bereiken van die doelgroep gebeurt niet door middel van versimpeling, maar door versterking van de artistieke kwaliteit in vorm en inhoud van de voorstellingen. Het accent komt te liggen op universele thema's en de actualiteit (ook in historische materie), die mensen van alle nationaliteiten en bevolkingsgroepen verbindt.

Door gelaagdheid van vorm en inhoud, die de voorstellingen van Golofastova kenmerkt, wordt de ruimte geboden om mensen met verschillende interesses en leeftijden aan te spreken.

Om mensen te stimuleren naar voorstellingen te gaan zullen we een ruimte creëren van een “*avondje uit*” Aardvoorstelling. Met eetgelegenheid voorafgaand, verrijkt met een verdiepend cultureel programma. Het gaat erom stimuli aan te bieden om zo een leuke en verrijkende avond te verzorgen. De voorstelling dient vooral als een kers op de taart, die een krachtige ervaring biedt, onvergelijkbaar met andere media. De voorstelling biedt stof tot discussie, uitwisseling en prikkelt de nieuwsgierigheid.

Om de doelgroep te bereiken zullen we naast gangbare ook alternatieve strategieën toepassen:

1. Een doelmatig **marketingplan**, met nadruk op USP's van de stichting Aard, als ook van de individuele voorstellingen;
2. **Website:** www.aard.nl met o.a. ruimte voor dialoog tussen de toeschouwer en de maker;
3. Gebruik van **social media** met name: *LinkedIn* - gericht op de academische achterban en *Facebook* – voor kunstwereld en regulier / niet regulier theaterpubliek;

4. **Flyers** (per project);
5. Zichtbaarheid in de **pers** en publieke media;
6. **Geënceneerde lezingen** ter toelichting van aankomende producties;
 - Organisatie van **randprogramma's** (zoals tentoonstellingen, lezingen, filmvertoningen, die te maken hebben met het thema van een Aard productie), die het aantrekkelijk maken om de voorstelling te bezoeken voor diegene, die graag intellectuele verrijking willen, geïnteresseerd zijn in thema gebonden verdieping en meer begrip willen krijgen voor de boodschap, werkwijze en intentie van de makers. Golofastova heeft in het verleden reeds de formule met randprogramma's gebruikt en uitgewerkt, tijdens het tot stand brengen van haar projecten. Deze formule bleek in de **discussiegelegenheid** na afloop van de voorstelling. Vaak gaat het hierbij om de uitleg van de makers. Wij willen meer ruimte voor het gesprek creëren, waar toeschouwers de indrukken van de voorstelling en thema's kunnen bespreken met makers en/of de genodigde deskundigen;
 - **Cateringbedrijven** betrekken of *restaurant aanbiedingen* die aansluiting met de voorstelling en horecagelegenheid aanbieden;
 - Muzikale evenementen met DJ's op vrijdagavonden (een jonger publiek) en "*muziekprologen*" voorafgaand aan de voorstelling (alle leeftijden).

4. Context

Het bovenbeschreven doel van de stichting is nauw verbonden met de werkelijkheid van een nieuw cultuurbeleid. Hervormingen in het cultureel beleid dreigen de kwaliteit van voorstellingen en het unieke karakter van het Nederlandse theater aan te tasten, door deze te buigen naar een hapklaar amusementsgebeuren in het teken van commerciële doelstellingen. Het doel van de stichting Aard is het behoud van het culturele erfgoed en de kwaliteit ervan, die verloren dreigt te gaan bij teveel nadruk op commerciële doelstellingen. Tegelijkertijd is de noodzaak van versterking van de band tussen de makers en het publiek urgent.

Eenzijds willen we die band versterken door de voorstellingen te behoeden voor te sterke individualistische motieven van de maker (vorm en inhoud). Dat betekent dat er in de keuze altijd raakvlakken met het publiek gezocht zullen worden. Anderzijds kan de band versterkt worden door meer ruimte te bieden voor de stem van het publiek binnen de discussieruimte van randprogramma's, zoals hierboven beschreven, of door de ruimte te versterken voor een *“Aard avondje uit”*.

Daarnaast willen we alternatieve bronnen zoeken voor financiering, en vermogende toeschouwers betrekken door middel van sponsorprogramma's.

5. **Geldwerving.** (*De manier waarop de instelling geld werft*)

Doel is een vorm van fondsenwerving te vinden, waar in de eerste plaats een financiële basis gelegd zal worden op gebruikelijke wijze (door een bijdrage van de reguliere culturele fondsen met daarnaast eventueel een samenwerking met bestaande productiemaatschappijen) en in de tweede plaats uitbouw van deze basis met nieuwe bronnen van financiering (alternatieve financiering). Deze intentie komt niet alleen vanuit de noodzaak geschapen door het huidige cultuurbeleid. Het creëert een sterke binding tussen samenleving en de cultuurcontext, waar men verantwoording krijgt voor de eigen cultuurkeuze.

Alternatieve financiering willen we als volgt tot stand brengen:

1. Het organiseren van sponsorgerichte avonden met geënceneerde lezingen;
 - Verrijkt met een hapje / borrel;
 - Aangevuld met lezingen van deskundigen.
2. Opzetten van heldere communicatiemiddelen (website, brochures, lezingen) waarmee potentiële sponsors/ financiers worden geïnformeerd over *de verschillende 'sponsor pakketten' die Aard biedt, met informatie over de fiscaal gunstige facetten van sponsoring.*
3. Opzetten van heldere communicatiemiddelen (website, brochures, bijeenkomsten) waarmee bestaande en potentiële sponsors/ financiers worden geïnformeerd over *de activiteiten van Aard;*
4. Bijeenkomsten organiseren, waar makers en financiers met elkaar in gesprek kunnen komen, visies/plannen uitwisselen en geld werven;
5. Programma aanbieden met kortingen en /of vrijkaarten voor sponsors;
6. Actieve verkoop van de voorstellingen, zowel in Nederland als internationaal;
 - Nederland: uitnodigen van (theater)programmeurs;
 - Internationaal: uitnodigen van programmeurs en bezoek aan theaterbeurzen met pilots van voorstellingen.

De eerste stap van stichting Aard is geldwerving voor de voorstelling Vloer, waar het thema *De mens achter de financiële wereld* centraal staat. Een theaterproject op basis van research naar de financiële markten en persoonlijke verhalen gebaseerd op achttien interviews met voormalige market makers (beursvloerhandelaren) van de Amsterdamse Optiebeurs (afgenomen in de VS en Nederland). PHRS heeft de onderzoeks- en schrijffase van dit project gesponsord. Tijdens de onderzoeksfase, die plaatsvond gedurende 2012, kregen de regisseur en schrijver eerlijke en enthousiaste medewerking van deze groep market makers. Zonder eis tot inhoudelijk inspraak hebben veel van de geïnterviewde beurshandelaren interesse getoond in deze productie.

Met een *geënceneerde lezing* willen we bij onze contacten uit de financiële wereld en hun relaties interesse wekken en hen op de hoogte brengen van de ontwikkeling van de productie. Tegelijkertijd willen we de financiering van de voorstelling tot stand brengen. Deze voorstelling met een thema dat hen aan het hart ligt, is een mooie ingang tot deze groep.

Frascati heeft reeds interesse getoond om mee te werken aan zo'n geënceneerde lezing met uitbreiding van het programma, waar twee werelden - de financiële wereld en die van de kunsten - nader tot elkaar komen. Het concrete programma van deze avond wordt momenteel door Aard en Frascati nader uitgewerkt.

Dit als opstap tot verdere betrokkenheid van de financiële wereld bij financiering van toekomstige Aardproducties, die niet uitsluitend over het thema van financiële markten zullen gaan.

In deze zware economische tijden moeten we naast idealistische overtuiging ook de pragmatische ruimte scheppen om financiering aantrekkelijk te maken. De **(culturele)ANBI status**, die betrekking heeft op de niet commerciële doeleinden van stichting Aard, is een aantrekkelijk fiscaal argument dat de stap naar onafhankelijke financiering vanuit een divers maatschappelijk veld van een breed draagvlak kan voorzien.

6. Het beheer van het vermogen van stichting Aard.

Gezien de doelstellingen en geplande activiteiten van de stichting Aard ligt het in de lijn der verwachting dat het merendeel van de op continue basis verworven middelen op korte termijn ten behoeve van lopende projecten zullen worden ingezet. Het merendeel van de verworven middelen zal meestal op projectbasis worden verworven. Er wordt zodoende verwacht dat het vermogen van stichting Aard doorgaans zal bestaan uit kortlopende liquide middelen van minder dan EUR 100,000 op enige moment, die op korte termijn (binnen 12 maanden) zullen worden ingezet. Deze middelen zullen daarom door de penningmeester worden beheerd met een betaalrekening en spaarrekening bij Aard *huisbank* Triodos Bank. In het geval dat de aanwezig liquide middelen in tegenstelling tot de huidige budgetprognoses geen korte termijn bestemming dienen en /of het hierboven genoemde bedrag van EUR 100,000 overschrijden, zal de penningmeester in overleg met de overige bestuursleden een zo veilig mogelijk kapitaalsbeheersplan opstellen.

7. De besteding van het vermogen van stichting Aard.

Financiële middelen worden besteed ten behoeve van de Aardproducties, randprogramma's en het onderhouden van de stichting, d.w.z. onkostenvergoeding voor het bestuur, administratiekosten, communicatiemiddelen, kantoorartikelen, operationele uitgaven e.d..

Voorstellingsinkomsten zullen gebruikt worden ten behoeve van de lopende producties. Een eventueel batig saldo van een productie zal worden geïnvesteerd in de volgende producties. Het streven is om een bescheiden financiële buffer op te bouwen, om daarmee bijvoorbeeld lange termijn doelstellingen van stichting Aard uit te breiden naar stichting Aard als podium voor kwaliteitsproducties van samenwerkende multimediale kunstenaars.

De bestuurders ontvangen geen beloning, noch een (bovenmatige) onkostenvergoeding voor hun diensten.

8. Producties.

Op korte termijn (tot 2022) staan twee tot vier producties op de lijst, waarmee de stichting Aard de wereld ingaat en die de basis zullen leggen voor verdere groei.

- Mijn Stad. In samenwerking met verteltheater Het Bruggehuisje. Dit betreft ontwikkeling van een serie vertelinstallaties op de unieke locatie van Het Bruggehuisje. Uitvoering zal plaatsvinden in 2018.
- Vader. Dit betreft een documentaire film over het leven van de persoon, vader en priester Sergei Ossanikov, in samenwerking met de Russisch Orthodoxe parochie van Amsterdam. Uitvoering zal plaatsvinden in 2018 en 2019.
- De Kust van Rosse Meeuwen. (In gesprek met Rotterdamse Schouwburg over de opvoering.) Onderzoeksfase reeds gefinancierd (inclusief bezoek aan de schrijver in Novosibirsk), vertaald in het Nederlands en concept ontwikkeld met financiële ondersteuning vanuit PHRS. Planning en ontwikkeling worden verwacht tussen 2020 en 2022.
- De Moeders (in idee fase).

Werkplan 2018-2022

Huidige activiteiten

Stichting: versterken van het bestuur van twee naar drie bestuursleden. Momenteel is een vacature vacant.

Website en Facebook pagina ontwikkeling afronden.

Opstart **netwerk** niet kunst gebonden organisaties.

Zomer 2019 –organiseren van **fundraising activiteiten** voor **Vader**.

Conceptontwikkeling door Golofastova van de voorstelling **Moeders** vanaf 2020.

Organisatie stichting:

- Bestuursvergaderingen 2 tot 4 p/jaar, of meer, afhankelijk van voortgang lopende projecten;
- Oprichten Raad van Advies voor evaluatie;
- Opzetten en uitvoeren van producties.