

Beleidsplan

***STICHTING
LIVE AT ROTOWN***

2021-2024

<i>Inleiding</i>	<i>03</i>
<i>Terugblik</i>	<i>05</i>
<i>Vooruitblik</i>	<i>07</i>
<i>Strategie</i>	<i>15</i>
<i>Code Culturele Diversiteit/Publieksbereik</i>	<i>24</i>
<i>Financieel</i>	<i>29</i>
<i>Na 2024: De Verdere Toekomst</i>	<i>35</i>

Popmuziek is de omlijsting én de inhoud van hedendaagse (jeugd)cultuur. Ze geeft steun en vriendschap; met popmuziek hoef je je niet eenzaam te voelen. Ze creëert verbondenheid, fungeert als een rolmodel, biedt een uitlaatklep. Soms is popmuziek het bindmiddel, en soms juist de veilige muur tussen jou en de rest van de wereld. De muziek wordt gemaakt voor en door mensen die op zoek zijn naar een connectie met anderen; een publiek dat zich herkent in degene die op het podium staat. Rotown maakt die verbinding mogelijk.

In dit beleidsplan proberen we zo min mogelijk specifieke artiesten of muziekstijlen te benoemen, alleen als het echt nodig is om dingen te duiden. Rotown programmeert namelijk kriskras door alle genres en sluit geen enkele muziekstroming uit. Rotown weet steeds weer in alle verschillende hoeken van de popmuziek de acts te kiezen die het beste de huidige ontwikkelingen weergeven en dat daarmee een artistiek gevarieerd programma ontstaat, is evident. Wat uit dit beleidsplan wel zal blijken, is de doordachte manier waarop Rotown op alle vlakken te werk gaat.

MISSIE

Rotown is een concertorganisator met één been in de Rotterdamse culturele sector en het andere stevig in de (inter)nationale muziekindustrie. Met ongelooflijk veel enthousiasme werken wij aan een muzikaanbod dat een grote groep Rotterdamers aanspreekt, en dat bijdraagt

aan het imago en de aantrekkelijkheid van Rotterdam voor mensen van buiten de stad/het land. Door de jaren heen hebben wij bewezen garant te staan voor een muziekprogramma dat past bij Rotterdam; aan de ene kant vernieuwend en op het scherpst van de snede, en aan de andere kant vertrouwd en voor een divers publiek aantrekkelijk. We programmeren in onze eigen zaal, maar zetten ook bands neer in o.m. V11, Roodkapje, Kantine Walhalla, Theater Rotterdam, het Nieuwe Luxor, De Doelen, Annabel, de Maassilo en Arminius. Daarnaast hebben we twee succesvolle eigen festivals: Left of the Dial en Stille Nacht.

We zijn een belangrijke spil in de stad als het op popmuziek aankomt, werken zoveel mogelijk samen én we begeleiden artiesten in hun carrière. De organisatie van Rotown bestaat uit echte muziekliefhebbers; gedreven vakidioten die met veel plezier proberen via popmuziek de wereld wat mooier te maken en dat voelt

iedereen die met ons werkt, of onze evenementen bezoekt.

‘NEVER FOR MONEY, ALWAYS FOR LOVE’

THIS MUST BE THE PLACE – TALKING HEADS

VISIE

Rotown zal de komende vier jaar een prominente rol spelen in het verder verbeteren van het popimago van Rotterdam. Algemeen gesteld willen we dit bereiken door het muzikaanbod verder uit te breiden en te verbreden, meer specifiek willen we naast het verder ontwikkelen van de reguliere concerten, dansavonden en andere muziek gerelateerde evenementen, ons festival Left of the Dial uitbouwen tot een showcase-event met internationale uitstraling.

Voor we de plannen voor de komende jaren uiteenzetten, blikken we graag eerst kort terug op de afgelopen Cultuurplanperiode. Het waren vier succesvolle jaren met veel hoogtepunten en gelukkig maar weinig mindere momenten. We programmeerden op meer plekken, behaalden hogere bezoekersaantallen dan ooit en vonden eindelijk een vorm om de dansavonden stabiel te krijgen. Vooral trots zijn we op de balans die in de programmering is aangebracht en hoe we met niet altijd voor de hand liggende keuzes, een nieuw publiek aan ons hebben weten te binden.

Een van de absolute hoogtepunten was de viering van ons 30-jarige bestaan. We hebben een maandlang elke dag een programma geboden, in onze eigen zaal en op locatie, gehost door steeds een andere gast. Andere zalen maakten programma voor ons, maar ook muzikanten,

journalisten, oud-programmeurs en zelfs dominee Visser. Deze maand gaf exact weer waar Rotown voor staat: een divers muziekprogramma door heel de stad dat mede tot stand komt door samenwerking.

Een moeilijk, maar leerzaam moment was de afgelasting van het concert van Allah-La's in de Maassilo wegens terreurdreiging. Achteraf bleek het een storm in een glas water, maar de avond zelf en de eerste nasleep was vrij heftig voor alle medewerkers. Door deze gebeurtenis hebben we wel een hoop geleerd over het beheersen van publiekstromen, het samenwerken met veiligheidsdiensten, het omgaan met de media en onder druk zo snel mogelijk beslissingen nemen.

SPECIFIEKE PUNTEN 2017-2020

In de vorige aanvraag hebben we een paar zaken specifiek benoemd die we nog nader toelichten:

Horeca

We gaven aan te willen onderzoeken of het interessant was om de horeca van de fysieke plek Rotown ook onder te brengen in onze stichting. Na diverse gesprekken met collega-podia kwamen we al snel tot de conclusie dat dit niet het geval was. Wij zien de stichting Rotown meer dan ooit als een aparte entiteit die weliswaar nauw verbonden is met de zaal aan de Nieuwe Binnenweg, maar die inmiddels zoveel meer doet, op zoveel verschillende plekken, dat we, als we het alleen hebben over de stichting, amper meer kunnen spreken van "Rotown, het poppodium". Verantwoordelijkheid nemen voor het horecagedeelte zoals we in de vorige Cultuurplanaanvraag overwogen, zou voor de stichting een andere werkwijze vergen die voornamelijk zou afleiden van onze eigenlijke missie.

Internationale samenwerkingen

In de Cultuurplanaanvraag van 2017-2020 beschreven we hoe we bezig waren met het opzetten van een samenwerking met een Gentse muziekp partij. Daar bleken te weinig raakvlakken te zijn en we hebben het iets dichterbij Rotterdam gezocht: Trix in Antwerpen. Deze zaal sloot qua programmering meer bij ons aan en de uitwisseling van promotie was een stuk logischer: muziekliefhebbers reizen immers makkelijk voor een enkel concert van Antwerpen naar Rotterdam, of andersom. We zijn daarom een (nu nog lopende) samenwerking aangegaan om elkaar te helpen met het promoten van concerten. Daarnaast heeft de programmeur van Trix tijdens ons Left of the Dial-festival een podium gehost en Vlaamse bands aangedragen die nog niet bij ons op de radar zaten. Artistiek was het dus een waardevolle samenwerking, maar ook promotioneel zijn we meer dan tevreden: het aantal Belgische bezoe-

ken aan onze concerten is met ruim een kwart toegenomen.

Extra zaal

Het was een droom om de fysieke plek Rotown uit te breiden naar de naast het pand gelegen Paradijsskerk. Met een verbouwing zou de kerk geschikt kunnen worden gemaakt tot popzaal met een capaciteit van ongeveer 500. Vlak na het indienen van het Cultuurplan trad er een nieuw kerkbestuur aan dat besloot helemaal geen concerten meer te willen doen in de kerk en zich volledig te richten op het uitbreiden van de exploitatie van alle kerkelijke functies als uitvaarten en bruiloften. Daarmee was ons plan van de baan.

Meer clubcards verkopen

Om meer eigen inkomsten te genereren, wilden we inzetten op een verhoging in de verkoop van clubcards en dan met name de gold card. Dit is gedeeltelijk

gelukt. De gold card, waarmee je naar elke door ons geproduceerde show kunt, is logischerwijs een stuk duurder dan de gewone clubcard en daarom wilden we die vooral aan bedrijven aanbieden. Het is ons echter door gebrek aan tijd en mankracht niet gelukt hier goed werk van te maken. Aan de andere kant is door de extra promotie van de reguliere clubcard en door deze aantrekkelijker te maken met meer mogelijkheden en beter aanbod, de verkoop van deze cards met 50% toegenomen.

In 2021 – 2024 verwachten we jaarlijks 262 prestaties te leveren: 100 concerten, 100 dansavonden en 10 muziek gerelateerde programma's in onze eigen zaal aan de Nieuwe Binnenweg, 50 shows op locatie en 2 eigen festivals.

CONCERTEN IN EIGEN ZAAL

In onze eigen zaal (capaciteit 250) maken we onderscheid tussen acts van verschillende niveaus. We plaatsen er "doorgroeiers", acts die al eerder op de kleinere podia, of op een van onze festivals te zien waren en nu klaar zijn voor een eigen show in Rotown, en "meer gevestigde namen", bands die al eerder – succesvol – in Rotown hebben gestaan, of die een ontwikkeling hebben doorgemaakt waardoor je kunt verwachten dat ze minimaal 180 kaarten zullen verkopen. In deze categorie vallen ook de nieuwe acts waarvan de programmeur inschat (door bewegingen op social media, media-aandacht en/of buitenlands succes) een zelfde aantal bezoekers te trekken.

Daarnaast is er ruimte voor talentontwikkelingsconcepten als de Popronde, of de Open Mic-avonden en ons eigen eindejaarsfeestje The Big Blow-Out. Verder organiseren we nog ander mu-

ziek gerelateerd programma zoals popquizen, talkshows, spoken word-avonden en ook de festivals waar we wel aan meewerken, maar inhoudelijk niet bepalend zijn, rekenen we hiertoe.

DANSAVONDEN

Rotown heeft drie soorten dansavonden ontwikkeld: op donderdag een maandelijkse Open DJ-avond voor beginnend dj-talent, de vrijdag is voor dj's die iets verder zijn, maar nog wel zoekend naar een eigen stijl en op zaterdagavond de commerciële concepten (die qua muziekstijl heel divers en niet per se commercieel zijn, maar die al bewezen hebben veel publiek te trekken). We hebben om twee redenen voor deze driedeling gekozen: enerzijds is het een manier om extra inkomsten te genereren, anderzijds zijn we al lang geleden van het idee afgestapt dat een muzikant een gitaar hoort vast te houden en we vinden het ontwikkelen van dj-talent een belangrijke taak.

CONCERTEN OP LOCATIE

Rotown ziet het ook als missie om signalerend te werken en bands in een vroeg stadium een podium te bieden. Daarom plaatsen wij bands die een relevante aanvulling zijn op het aanbod popmuziek in Rotterdam, maar die nog niet het bereik hebben om op eigen kracht een Rotown-show te doen, op verschillende, kleinere locaties in de stad zoals V11, Kantine Walhalla, Roodkapje, Club Vibes of Bar3. Een voordeel van deze manier van werken is dat we al in een vroeg stadium betrokken zijn bij bands en hen binnen de stadsgrenzen door kunnen laten groeien. Een enkele keer gebeurt het dat een act nog voor de geplande show aan populariteit wint en we het concert verplaatsen naar Rotown. Dit zorgt voor veel goodwill bij boekingskantoren; zij zien dat er in Rotterdam alles aan wordt gedaan om hun artiesten de juiste plek te geven. Rotown plaatst niet alleen artiesten die

(nog) te klein zijn voor onze eigen zaal op diverse andere locaties in de stad, we zorgen er ook voor dat artiesten die onze eigen zaal zijn ontgroeid, of al een groot publiek hebben, een plek in de stad krijgen. We hebben de afgelopen jaren hard gewerkt om de boekingskantoren duidelijk te maken dat we in Rotterdam een prachtig palet aan zalen hebben voor artiesten die 500 kaarten of meer verkopen en dat wij er ook nog eens voor zorgen dat die zalen goed gevuld zijn.

EIGEN FESTIVAL: LEFT OF THE DIAL

Het zomerfestivalseizoen loopt tegenwoordig door tot in september. Daarna gaan de clubtours van start waardoor de hoeveelheid acts die vanuit de boekingskantoren in oktober wordt aangeboden groot is. Groter dan wat Rotown fysiek kwijt kan, maar al deze losse shows zijn ook te veel voor het publiek. Door het enorme aanbod richt dat publiek zich vooral op de bekendere namen en laat het nieuwe talent aan zich voorbijgaan.

Rotown heeft daarom in oktober 2018 Left of the Dial geïnitieerd; een festival waarin dit aanbod van nieuw talent werd gebundeld. Enerzijds om acts de kans te geven zich aan een zo groot mogelijk publiek te presenteren en anderzijds om meer liefhebbers kennis te laten maken met nieuwe muziek. Het is een tweedaags evenement geworden waarin verdeeld over ongeveer acht lo-

caties in de binnenstad van Rotterdam zo'n 50 acts worden gepresenteerd. De programmering is een dwarsdoorsnede van het beste dat alternatieve popmuziek op dat moment te bieden heeft. We hebben ervoor gekozen om Left of the Dial in hetzelfde weekend te laten vallen als Amsterdam Dance Event, omdat er die dagen vrijwel geen enkele band kan spelen in Amsterdam. Bovendien sluiten we dan aan op de Dutch Design Week in Eindhoven die qua muziekprogramma voor een deel in dezelfde hoek zit als Left of the Dial waardoor we sommige bands kunnen delen.

LEFT OF THE DIAL

18 & 19 oktober 2019

Vrijdag 18 oktober

18:30 19:00 19:30 20:00 20:30 21:00 21:30 22:00 22:30 23:00 23:30 00:00 00:30 01:00

tickets ophalen: servicebalie vanaf 16.00 uur

ROTOWN			PET SHIMMERS 19.20 - 20.00				HOT FLASH HEAT WAVE 21.00 - 21.40			GLOBAL CHARMING 22.40 - 23.20			DELILUH 00.20 - 01.00
WORM RECHTS				BÀÀN 20.00 - 20.40				JELLY BOY 21.40 - 22.20			DEATH HAGS 23.20 - 00.00		
WORM LINKS			ONE SENTENCE. SUPERVISOR 19.10 - 19.50			DO NOTHING 20.50 - 21.30			ILGEN-NUR 22.30 - 23.10			SINEAD O'BRIEN 00.10 - 00.50	
V2_				JAPANESE TELEVISION 20.00 - 20.40			DEEPER 21.40 - 22.20			PEEPING DREXELS 23.20 - 00.00			
VIBES		PARACETAMØL 19.00 - 19.40			THE PIER 20.40 - 21.20			GNOOMES 22.20 - 23.00					
V11			BLACK LEATHER JACKET 19.40 - 20.20			HAZE 21.10 - 21.50		HEISA 22.40 - 23.20			DITZ 00.00 - 00.40		
NSR DOWNSTAIRS				FORBIDDEN WIZARDS 20.00 - 20.40			PABST 21.40 - 22.20			BUDGET TRASH 23.20 - 00.00			
NSR UPSTAIRS		JEALOUS 19.10 - 19.50			MIND RAYS 20.50 - 21.30			DUMB 22.30 - 23.10					
SERVICE / MERCH	SERVICEBALIE: 16.00 - 00.00 UUR MERCHANDISE STORE: 17.00 - 00.30 OPHALEN PRIORITY-PASSEN: 17.00-18.00 UUR												

Afterparty in Rotown met DJ Fuzzy Aad

Zaterdag 19 oktober

18:30 19:00 19:30 20:00 20:30 21:00 21:30 22:00 22:30 23:00 23:30 00:00 00:30 01:00

tickets ophalen: servicebalie vanaf 16.00 uur

ROTOWN			LIFE 19.20 - 20.00			RATS ON RAFTS 21.00 - 21.40			STEF CHURA 22.40 - 23.20			THE MYSTERY LIGHTS 00.20 - 01.00
WORM RECHTS				DOMINIC WOLF 20.00 - 20.40			PYNCH 21.40 - 22.20			MANISDRON 23.20 - 00.00		
WORM LINKS			THE SWEET RELEASE OF DEATH 19.10 - 19.50			BIRTHDAY GIRL 20.50 - 21.30			IMPERIAL WAX 22.30 - 23.10			SLEEP EATERS 00.10 - 00.50
V2_				DANCEHALL 20.00 - 20.40			THE GOA EXPRESS 21.40 - 22.20			SASHA AND THE SHADES 23.20 - 00.00		
VIBES		THE SHUKS 19.00 - 19.40			CAGework 20.40 - 21.20			HOLIDAY GHOSTS 22.20 - 23.00				
V11 Nospray Presents			BRONT 19.40 - 20.20			SLUMB PARTY 21.10 - 21.50			CRY 22.40 - 23.20		LUMER 00.00 - 00.40	
NSR DOWNSTAIRS				SONNDR 20.00 - 20.40			CASSELS 21.40 - 22.20			MICAH ERENBERG 23.20 - 00.00		
NSR UPSTAIRS		BLUE CRIME 19.10 - 19.50			DIRK. 20.50 - 21.30			GAYGIRL 22.30 - 23.10				
SERVICE / MERCH	SERVICEBALIE: 16.00 - 23.00 UUR MERCHANDISE STORE: 17.00 - 00.30 OPHALEN PRIORITY-PASSEN: 17.00-18.00 UUR											

Afterparty in Rotown met Trr Radio

In eerste instantie moest Left of the Dial een plek vinden tussen de reeds bestaande Rotterdamse evenementen en dat is in twee jaar tijd bijzonder goed gelukt:

- Left of the Dial heeft tijdens de eerste twee edities 102 bands gepresenteerd;
- Meer dan de helft daarvan zijn daarna geboekt voor festivals of voor losse clubshows;
- Tien acts hebben als direct resultaat van hun optreden op het festival een label en/of boekingskantoor gevonden;
- Het aantal bezoekers is bij de tweede editie verdubbeld;
- Left of the Dial kreeg van het publiek na de eerste editie een waarderingcijfer van een 8,3 en na de tweede editie een 8,4;
- Left of the Dial won twee prijzen voor de gevoerde marketingcampagne (een IJzeren Podiumdier en de publieksprijs van de Cultuurmarketing Awards).

Om een nog bredere doelgroep te bereiken, hebben we in het tweede jaar een gedeeltelijk gratis dagprogramma toegevoegd aan het evenement. Men kon gratis tickets bestellen voor Bands On A Boat (een twee uur durende rondvaart door de havens van Rotterdam terwijl er bands optraden) en Bowling With Bands (een bowlingcompetitie waar ook weer Left of the Dial-bands speelden). Voor de beginnende muzikant hebben we voor €15 per deelnemer een talentontwikkelingsprogramma opgezet. Het bestond o.m. uit een-op-een-gesprekken met doorgewinterde muziekprofessionals over zaken als management, boekingen, promotie, cd-opnames en toursubsidies, en een demo-panel waarbij muzikanten hun muziek aan (festival) programmeurs konden laten horen.

Het Backstage Café van Rotown doet tijdens het festival dienst als *artist village*; artiesten kunnen hier ontbijten, dineren

LEFT OF THE DIAL IS A REPLACEMENTS SONG WITH A REFERENCE TO WHERE ON THE RADIO YOU WILL FIND SMALLER INDEPENDENT STATIONS. THESE STATIONS ARE WHERE YOU WOULD BE MOST LIKELY TO FIND THE BEST ALTERNATIVE BANDS.

en borrelen. Door sponsoring in natura kunnen we op elk moment van de dag een uitgebreid menu bieden aan de muzikanten, op een plek waar zij zich prettig voelen, iets dat ons het eerste jaar onder bands al de officiële titel *the international kings of hospitality* opleverde. Deze gastvrije benadering zorgt voor een ontzettend goede sfeer onder de artiesten en dat slaat weer over op het publiek.

Voor de bezoekers hebben we niet alleen gratis dagprogramma, we bieden nog veel meer extra's. Bijvoorbeeld een hosteldeal voor de bezoekers die in Rotterdam willen blijven overnachten en geen zin hebben om dat zelf te regelen, om een van de grootste frustraties voor het publiek (lange rijen bij bepaalde bands) iets te verminderen, worden per show een aantal priority-passen vergeven aan mensen die die specifieke band per se willen zien, de bezoeker krijgt

op vertoon van het Left of the Dial-polsbandje korting bij diverse winkels en horecagelegenheden, en er is de op pagina 19 uitgebreid omschreven Sharing Is Caring-service.

Onze jarenlange ervaring in, en opgedane kennis over de muziekindustrie komen samen in Left of the Dial. Op het gebied van programma, promotie en productie weten wij zowel als bezoeker, als professional wat een festival tot iets speciaals maakt en uit de reacties van zowel de bands als het publiek blijkt dat dat enorm wordt gewaardeerd.

De ambitie is groot om Left Of The Dial in tien á vijftien jaar tijd door te ontwikkelen tot een festival dat zich kan meten met bijvoorbeeld Eurosonic Noorderslag, Le Guess Who? en als we nog groter durven dromen; zelfs met SXSW in Austin, Texas. Left Of The Dial zou dan net als SXSW niet alleen een dwarsdoor-

sneede laten zien van opkomende acts, maar er worden dan ook artiesten geprogrammeerd om te laten zien waar de wortels van die opkomende acts liggen, zodat er een combinatie van jong en gevestigd talent ontstaat die voor muzikliefhebbers extra aantrekkelijk is om te bezoeken. Kortom, in de ideale wereld is het festival in 2030 uitgegroeid tot een evenement waar verdeeld over vijf dagen 1.500 acts optreden en dat 40.000 bezoekers trekt.

EIGEN FESTIVAL: STILLE NACHT

Het singer-songwriter-festival Stille Nacht is ontstaan in Lelystad en is daarna gaan samenwerken met de Effenaar in Eindhoven. In 2014 zochten die twee steden nog een derde stad voor het festival en benaderden Rotown. Wij wilden Stille Nacht graag in Rotterdam produceren op voorwaarde dat er ruimte was voor eigen inbreng in de programmering. Waar er - in vooral Lelystad - zwaar werd geleund op bekendere Nederlandse namen als Jacqueline Govaert of Danny Vera, hadden wij het idee dat in Rotterdam een iets scherpere programmering beter zou werken. We wilden immers niet in het vaarwater van het - inmiddels ter ziele gegane - Songbird Festival zitten, maar juist een aanvulling bieden voor het publiek dat binnen het singer-songwritergenre graag de meer alternatieve hoeken opzoekt. Een klein deel van het programma deel-

den we met de andere steden, maar we vulden dat zelf aan met singer-songwriter-acts uit de minder traditionele hoeken, zwaarder leunend op electronica, soul of andere, experimentele genres. Om de sfeer van het festival te versterken plaatsten we de acts niet alleen in onze eigen zaal, maar ook bij onze burens van de Paradijkskerk, de Arminiuskerk en later ook de Vibes en De Unie. Dit werkte ontzettend goed en we beleefden vier nagenoeg uitverkochte edities op rij. In Lelystad en Eindhoven lukte het niet om het festival van de grond te krijgen en die steden zijn na een paar edities gestopt.

Om Stille Nacht een nieuwe impuls te geven, besloten we in 2018 het festival te verplaatsen naar de Maassilo. Het festival vindt in december plaats en we zagen voor het publiek en voor de artiesten voordeel in alles te centreren op één plek. Bovendien biedt het gebouw zo-

veel mooie plekken, dat het voor de bezoeker een andere belevenis zou worden. We verkochten evenveel kaarten als voorheen, maar omdat we een grotere capaciteit hadden, was het niet uitverkocht. Dat moet de komende jaren wel weer gaan lukken, zeker nu we de kinderziektes van de eerste editie eruit hebben kunnen halen; het aanbod van eten is bijvoorbeeld uitgebreider en de ruimtes worden beter benut. De mogelijkheid om nog verder uit te breiden, is er in de Maassilo. We leunen nu sterk op nieuwe, onbekende namen, maar met de verschillende zalen in de silo (die we nu nog niet allemaal gebruiken) is het ook mogelijk om grotere namen neer te zetten. Dit zullen we alleen doen als we het idee hebben dat het een extra waarde is voor de onbekendere namen, oftewel dat het publiek dat met de grotere namen wordt aangetrokken ook oprecht geïnteresseerd zal zijn in de nieuwere acts.

ROTOWN
CONCERTEN IN ROTTERDAM

STILLE NACHT

ROTTERDAM • VRIJDAG 13 DECEMBER • MAASSILO



Om onze hoogwaardige programmering voor elkaar te krijgen, opereert Rotown in een krachtenveld dat bestaat uit de Rotterdamse culturele sector en de (inter)nationale muziekwereld. Binnen de Rotterdamse sector zijn de verhoudingen vrij helder. Iedereen heeft een duidelijke rol en er wordt goed en zoveel mogelijk samengewerkt. Eventuele verschuivingen in dit landschap zullen geen wezenlijke invloed hebben op de positie van Rotown. Interessanter zijn de verhoudingen met de spelers in de Nederlandse muziekindustrie. Er is een wederzijdse afhankelijkheid tussen Rotown en de bands en/of hun boekingskantoren, managers en platenmaatschappijen. Wij hebben hen nodig om zo een zo mooi mogelijk aanbod te creëren voor de stad, zij hebben Rotown nodig om publiek te bereiken. Om onze ambities te verwezenlijken, is vooral een goede relatie met deze partijen essentieel.

BELANGRIJKSTE STAKEHOLDERS

Concertbezoekers

De concertbezoekers, en zeker de vaste bezoekers, zijn logischerwijs uitermate belangrijk voor Rotown. Door de snel wisselende voorkeuren van het publiek lijkt het niet makkelijk een trouwe schare Rotown-fans op te bouwen, maar er zijn genoeg voorbeelden dat het ons de afgelopen jaren goed is gelukt om het vertrouwen te winnen van het publiek. Zo hebben we in 2018 een "secret show" georganiseerd; we hebben geen naam aangekondigd, maar elke week een hint gegeven om welke band het ging. Bij de derde, echt niet al te duidelijke hint, was de show al uitverkocht. Een ander voorbeeld is Left of the Dial: zonder een naam aan te kondigen en eigenlijk door alleen te zeggen "wij gaan een festival doen en dat wordt tof" wisten we direct de eerste 100 kaarten te verkopen. Een blijk van groot vertrouwen in onze programmering.

Boekingskantoren

De boekingskantoren vormen de belangrijkste partij waar Rotown mee werkt. Natuurlijk zijn er bands die niet worden vertegenwoordigd door een boekingskantoor en hebben we ook intensief contact met platenmaatschappijen en managers, maar over het algemeen kunnen we stellen dat een goede verstandhouding met de boekingskantoren het meest bepalend is voor de programmering van Rotown op alle mogelijke locaties. Boekers hebben honderden speelplekken waar zij hun bands kunnen plaatsen en er moeten dus keuzes worden gemaakt, zeker bij internationale acts die maar voor een korte periode in Nederland zijn. Vaak is deze keuze mede gebaseerd op de verhouding die een boeker met de programmeur van zo'n zaal heeft. Rotown werkt er dus het hele jaar door aan om het contact met alle boekingskantoren zo goed mogelijk te onderhouden. Ook het bezoeken van showcasefestivals als

Eurosonic/Noorderslag, The Great Escape in Brighton en SXSW in Texas zijn belangrijke momenten om nieuwe bands te bekijken en direct aan de boekers te laten weten dat er interesse is. Door steeds opnieuw te laten zien dat Rotown op de hoogte is van de ontwikkelingen rondom (nieuwe) bands en goed in te kunnen schatten wanneer een act op welke plek thuishoort, lukt het om de juiste acts te krijgen die gezamenlijk een spannend en gevarieerd programma vormen.

Rotown BV

Wij hebben geen eigen zaal, maar huren het Rotown-podium (inclusief apparatuur) per concert van de Rotown BV; de uitbater van het pand, het café en het restaurant. Als tegenprestatie voor de omzet die voor de horeca wordt gegeneerd, ontvangt de stichting een jaarlijkse bijdrage. Deze wordt op pagina 34 verder toegelicht.

Samenwerkingspartners

Rotown werkt heel het jaar door met talloze partijen samen. We ondersteunen jonge organisaties die in een van onze zalen programma willen maken, verzorgen voorspeelavonden voor de SKVR en Codarts en sluiten aan bij elke partij die met een goed idee komt om het culturele klimaat in Rotterdam te verbeteren. Daarnaast zijn de partijen waarmee we gezamenlijk grote(re) concerten organiseren onze belangrijkste samenwerkingspartners. In ons lange bestaan hebben we een hoeveelheid ervaring en kennis opgebouwd die we inzetten voor de gehele Rotterdamse popsector. We hebben gemerkt dat door allerlei omstandigheden veel instellingen niet de expertise hebben kunnen opbouwen die nodig is om een effectieve en efficiënte exploitatie te kunnen voeren. Dat is jammer want uit de deals die dagelijks, of op zijn minst wekelijks moeten worden gemaakt, valt vaak voor de instelling veel meer te halen dan nu het geval is.

Goede deals voor een concert kunnen sluiten met boekingskantoren en bands, is een ingewikkeld, maar noodzakelijk onderdeel van ons vak. Wij proberen al onze partners daar zoveel mogelijk in bij te staan.

Directie Sport & Cultuur

Wij beschouwen de gemeente Rotterdam ook als stakeholder en hebben regelmatig overleg met de Directie Sport & Cultuur. Bij de afgelasting van een show in de Maassilo wegens terreurdreiging waren zij de eerste partij die we belden en zij hebben ons met raad en daad bijgestaan. Ook werden wij, samen met alle andere Rotterdamse poporganisaties, betrokken bij het opstellen van de Popnota. Iets waar we veel waardering voor hebben. Zowel voor het proces, als voor de uiteindelijke nota; door het overleg met de sector, is het document naar onze mening een zeer goede weergave van de huidige stand van zaken in de muzieksector geworden.

STRATEGIE VOLGENS DE DRIE I'S – EEN TWEDE NATUUR VOOR ROTOWN

Voor Rotown is het uitvoeren van de bepaalde strategie met de drie I's in het achterhoofd een tweede natuur en niet een verplicht hoofdstuk in een subsidieplan. We zullen elke I hierna verder kort toelichten, maar eerst vijf voorbeelden waaruit blijkt hoe we de drie I's in ons werk al verwezenlijken.

500-plus-concertenreeks en de Maassilo

Een schoolvoorbeeld van effectief samenwerken is de mede door Rotown opgezette 500-plus-concerten-reeks. Inmiddels werken we al jaren gezamenlijk aan een Rotterdams concertaanbod voor artiesten die meer dan 500 bezoekers kunnen trekken. Natuurlijk programmeert iedereen zijn eigen zaal of festival, maar in verschillende samenstellingen zorgen we dat deze grote(re) artiesten in de juiste zalen komen te staan. Met succes: de

grotere shows waar Rotown aan meewerkte, hadden de afgelopen vier jaar een gemiddelde bezettingsgraad van ruim 90%.

In 2017 groeide de behoefte aan een zaal met een grotere capaciteit dan de zalen waar we tot dan toe gebruik van maakten en is Rotown actief op zoek gegaan naar een oplossing. Die kwam in de combinatie van de Maassilo en Stichting Droom en Daad. Bij de Maassilo maakten we al gebruik van de kleine zaal met een capaciteit van 800. Er was al een grotere zaal (capaciteit 1.700), maar deze was akoestisch niet geschikt voor live muziek, daarvoor waren kostbare aanpassingen nodig. Rotown heeft contact gelegd met Stichting Droom en Daad en hen geënthousiasmeerd voor de zaal op Zuid. Met een schenking konden de aanpassingen worden gedaan en in augustus 2019 is de zaal voor concerten in gebruik genomen. Er wordt vaak gedacht dat Rotown daarmee het alleenrecht heeft op deze zaal,

maar we willen nogmaals benadrukken dat dit niet het geval is. We hebben het initiatief genomen om voor een extra zaal te zorgen, zodat iedereen in Rotterdam daar gebruik van kan maken. Dat geldt voor onze samenwerkingspartners, maar ook voor alle andere partijen die concerten met een dergelijke capaciteit zouden willen organiseren.

Rotterdam Concert Buddies

Tijdens het VNPF-congres (Vereniging Nederlandse Podia en Festivals) in 2017 hoorden wij dat veel mensen zich laten houden weerhouden een cultureel evenement te bezoeken, omdat ze niemand hebben om mee te gaan. Dat bracht ons op het idee om de Facebook-groep Rotterdam Concert Buddies te beginnen; een plek waar mensen een concertmatje kunnen vinden. We hebben er heel nadrukkelijk voor gekozen om het niet de Rotown Concert Buddies te noemen, zodat iedereen die popmuziek aanbiedt



▲ Samen een biertje drinken in Rotown. Via de nieuwe service kun je een concertbuddy zoeken. © Frank de Roo

Rotown zet datingservice voor concert op

Dik vierhonderd concertgangers hebben zich er op internet al voor aangemeld: de nieuwe datingservice van het Rotterdamse poppodium Rotown. 'Rotown Concert Buddies' is een service die mogelijk maakt dat liefhebbers van popmuziek niet meer alleen naar concerten hoeven.

Anton Slotboom 26-04-18, 11:27



„Laatst bleek uit een onderzoek dat veel mensen best naar bepaalde concerten willen, maar thuisblijven, omdat ze niemand hebben om mee te gaan”, vertelt directeur Minke Weeda. „Eeuwig zonde. Wereldverbeters als we zijn bij Rotown Rotterdam hebben we toen meteen 'Rotterdam Concert Buddies' bedacht. Voor iedereen die geen zin heeft om alleen bij een show te staan.”

in Rotterdam er voordeel van zou kunnen hebben.

We wilden absoluut niet dat het werd gezien als extra promotiekanaal. In het begin moesten we dus af en toe uitleggen dat er niet lukraak persberichten in konden worden gedeeld, maar dat het echt bedoeld was om meer mensen naar concerten te trekken door ze te koppelen aan gelijkgestemden. Inmiddels zijn er een kleine 1.500 mensen lid van de groep en worden er veelvuldig oproepjes geplaatst. Een groot deel van de gebruikers zijn nieuwkomers in de stad, zoals uitwisselingsstudenten en expats die op deze manier hun Rotterdamse netwerk vergroten. Zalen in andere steden zoals Amsterdam en Eindhoven hebben het concept ook overgenomen.

Servicekosten

Rotown heeft jarenlang €1,50 per ticket aan servicekosten gerekend. Met de verhoging van het btw-tarief werd de

roep van andere zalen waarmee we samenwerken in de 500-plus-concertreeks groter om de servicekosten te verhogen. Rotown wilde daar gedeeltelijk in mee gaan; servicekosten zijn nu eenmaal nodig om het ticket- en betaalsysteem te bekostigen, maar wij bieden ook veel shows aan voor €10 of minder. Om die kaartkopers op te zadelen met servicekosten van een kwart van de ticketprijs, ging ons te ver. We hebben ervoor gekozen om de servicekosten te verhogen én te verlagen. Een simpele berekening leerde ons dat een verlaging van de servicekosten op de goedkopere concertkaarten en de verhoging van de btw, makkelijk kon worden opgevangen door de servicekosten op de duurdere kaarten te verhogen. Op die manier bleven we toch toegankelijk voor mensen die minder te besteden hebben, maar wel graag concerten bezoeken. En dat konden zowel onze bezoekers als diverse media enorm waarderen...



▲ Om bezoekers de kans te geven om opkomende bands te ontdekken, verlaagt Rotown de kosten naar 1 euro per kaartje. © Moos Wolfs

Poppodium Rotown verhoogt én verlaagt servicekosten

Het Rotterdamse Poppodium Rotown verandert vanaf nieuwjaarsdag de servicekosten op concertkaarten. Door de BTW-verhoging gaan de kosten niet alleen omhoog, maar ook omlaag.

Redactie Rotterdam 29-12-18, 21:38



Bij kaartjes tot tien euro verlaagt Rotown de servicekosten naar 1 euro per ticket. Zo wil het poppodium bezoekers de kans geven om opkomende bands voor een kleine prijs te ontdekken.

De kosten voor de tickets tussen de 10 en 15 euro blijven ongewijzigd. Dan komt er 1,50 euro op de prijs bij. Bij duurdere concertkaarten bedragen de extra kosten 2 euro.

Rotterdam Concerts

In 2018 zijn wij de website www.rotterdamconcerts.nl begonnen. Hierop verzamelen wij het aanbod van alle poporganisaties in Rotterdam in een overzichtelijke agenda. Vanuit onze rotsvaste overtuiging dat zo'n site makkelijker is voor de binnen- en buitenlandse popliefhebber, dus op den duur veel meer bezoekers kan trekken en de zalen/festivals op die manier van elkaars programma kunnen profiteren, houden wij deze site kosteloos voor iedereen bij. De komende vier jaar willen we gebruiken om deze site verder te promoten, iets wat we nu door gebrek aan tijd en mankracht nog niet goed genoeg hebben gedaan. (Zie ook pagina 37)

Sharing Is Caring

Voor ons festival Left of the Dial verkopen we alleen passe-partouts. Wij zien het festival als een evenement waarin de bands op beide dagen even belangrijk

zijn en we willen graag met alle bezoekers het hele festival beleven. Natuurlijk zijn er toch mensen die om welke reden dan ook niet beide dagen aanwezig kunnen zijn. Dit willen we niet stimuleren, maar we willen deze mensen wel tegemoetkomen. Dat doen we met de door ons bedachte doorgeefservice Sharing Is Caring.

Op vrijdag kunnen bezoekers aan het eind van de festivalavond hun polsbandje inleveren en dan zijn er drie opties:

- 1 Je krijgt meteen een dagbandje voor de zaterdag mee en dat kun je aan iemand naar keuze geven.
- 2 Je wilt het bandje aan iemand die je kent doorgeven, maar ziet die persoon niet meer. Wij noteren dan de naam en diegene kan de volgende dag bij de servicebalie een gloednieuw polsbandje ophalen
- 3 Je laat het polsbandje achter voor een minderbedeelde muzikliefhebber.

Voor de laatste optie hebben we samen- gewerkt met een opvang van dak- en thuisloze jongeren. Zij zorgden ervoor dat de polsbandjes terechtkwamen bij jongeren die normaal nooit naar een der- gelijk festival zouden kunnen gaan.

INNOVATIE

Wij denken dat we met dit plan in het algemeen, en met de hierboven ge- noemde voorbeelden in het bijzonder, laten zien dat we vrijwel dagelijks bezig zijn met het ontwikkelen van innovatieve concepten. Of het nu programmatisch is, of om publiek te bereiken, of om de hele sector een stapje verder te helpen, Rotown is altijd in beweging.

INCLUSIVITEIT

Op pagina 24 beschrijven we de Code Culturele Diversiteit met daarin de re- sultaten van het Mosaic-onderzoek en op pagina 28 gaan we verder in op onze ambities ten aanzien van het te bereiken

publiek in 2021-2024. Dan houden we de andere punten die onder inclusiviteit vallen over:

Zichtbaarheid van het aanbod

Digitale zichtbaarheid is logischerwijs een van de belangrijkste aspecten bij het promoten van ons programma, maar in- dien nodig proberen wij ook in de stad op heel specifieke locaties zichtbaarheid te creëren. Dit gebeurt voornamelijk door middel van flyers en posters die we in wijken, of in bepaalde winkels/horeca- gelegenheden verspreiden. Een concert hebben we gepromoot in alle Surinaam- se eethuisjes in Rotterdam, voor een ander hebben we alle yoga-scholen be- zocht. Voor de Open Mic-avonden wor- den in oefenruimtes posters opgehangen en voor de Kinderdisco zijn we enkele kinderrijke wijken in gegaan. Zo proberen we ons bereik te vergroten.

Openingstijden en aanvangstijden

Om het voor zoveel mogelijk mensen makkelijk te maken concerten te bezoeken, hebben wij een paar jaar geleden al de aanvangstijden van concerten in onze eigen zaal aangepast. Doordeweeks gaat de zaal om 20.00 uur open en in het weekend om 21.00 uur. Vooral voor mensen van buiten de stad gaf het ver- vroegen van de doordeweekse shows een groot voordeel, omdat het openbaar vervoer dan tot minder laat beschikbaar is. Bij shows op locatie zijn we afhanke- lijk van de mogelijkheden aldaar, maar vrijwel altijd zijn de tijden zo aan te pas- sen dat de bezoekers van waar ook nog gebruik kunnen maken van het openbaar vervoer.

Digitale toegankelijkheid

Het is dat onze medewerkers af en toe slapen, maar verder worden vrijwel alle vragen per mail en tegenwoordig voor- al via Facebook binnen het uur beant- woord. Als het moet in vier verschillende

talen. De website van Rotown is in het Nederlands en Engels beschikbaar. Ondanks dat we tot nu toe nog nooit klachten hebben gekregen over de leesbaarheid van de website, willen we binnenkort aanpassingen doen waardoor de site ook geschikt is voor slechtzienden.

Fysieke bereikbaarheid, ook voor mensen met een beperking

De meeste plekken waar Rotown programmeert zijn goed toegankelijk voor mensen met een beperking. We zien daar echter nog wel ruimte voor verbetering. In onze servicemails voorafgaand aan concerten wijzen wij het publiek erop dat indien zij slecht ter been zijn we graag voor hen een stoel of kruk reserveren, maar dat is niet altijd de oplossing; vooral voor de Maassilo willen we graag kijken naar een betere plek voor de bezoekers in een rolstoel. Zo'n plek zou bijvoorbeeld een afgezette verhoging kunnen zijn waarvoor we aparte rolstoel-

tickets kunnen verkopen. Niet in elke zaal is zo'n aparte plek voor rolstoelen nodig, maar wel zijn er andere punten om op te letten; de bereikbaarheid van het invalidetoilet bijvoorbeeld, of het gebruik van mobiele pinapparaten, in plaats van apparaten die bovenop de (voor rolstoelzitters onbereikbare) bar zijn geïnstalleerd. We willen de komende vier jaar nog meer aandacht besteden aan dit soort zaken - die voor valide mensen slechts details lijken, maar voor anderen een wezenlijk verschil kunnen maken in het plezier van een concertbezoek - zodat iedereen zich bij elk evenement op welke locatie dan ook welkom voelt.

INTERCONNECTIVITEIT

Zoals op verschillende plekken al omschreven, werkt Rotown graag en veelvuldig samen. Als het op popmuziek en jeugdcultuur aankomt, hebben we inmiddels bovengemiddeld veel kennis in huis en die delen we met plezier, omdat

we ons verantwoordelijk voelen voor de gehele popsector in Rotterdam. Vooral op programmatisch vlak hebben we veel aan internationale samenwerkingen. Programmeurs en agenten in andere landen weten veel beter welke van hun lokale acts relevant zijn en daar maken we graag gebruik van.

Buiten de culturele sector zoeken we vooral naar partijen die ons promotioneel kunnen versterken en hebben we bijvoorbeeld samengewerkt met skateboardshop Sevenply en met de barbiers van Schorem. Per evenement zullen wij blijven kijken of er logische verbindingen te leggen zijn waar beide partijen wat aan hebben.

ANDERE BELEIDSPUNTEN

Twee andere beleidspunten die niet direct binnen de drie I's passen, hebben betrekking op het belang dat Rotown ziet in het zorgvuldig omgaan met onze wereld:

VEILIGHEID

Iedereen moet zich tijdens elk evenement waar Rotown bij betrokken is, veilig voelen. In onze eigen zaal heeft het personeel trainingen gehad in het signaleren van ongewenst gedrag en het begeleiden van mensen die zich om welke reden dan ook onveilig voelen. Wij waren de hoofdpartner in Zuid Holland van de Ben Je Oké-campagne en een van onze stagiaires heeft de Say NO Thanks-beweging geïnitieerd. De komende vier jaar zullen wij ons blijven inzetten om ervoor te zorgen dat onze evenementen veilige havens zijn waar geen ruimte is voor disrespectvol gedrag in welke vorm dan ook. Onder veiligheid valt voor ons ook de preventie van gehoorschade. We voldoen uiteraard aan alle wettelijke normen en werken mee aan het convenant zoals opgesteld door de VNPF; we verkopen oordoppen, wijzen bezoekers er via verschillende uitingen op hun oren te beschermen en registreren de gegevens

van onze dB-meters. We werken tevens mee aan het Rotterdamse preventieakkoord om meer bewustheid omtrent gehoorschade bij het uitgaanspubliek te creëren.

KLIMAATNEUTRAAL

Rotown probeert bij de concerten en festivals toe te zien op een milieuvriendelijke werkwijze. Om wat voorbeelden te noemen: We proberen het gebruik van airco's te beperken, de Maassilo is naar aanleiding van onze concerten overgestapt op bio-afbreekbare glazen en we stimuleren het gebruik van telefoons om kaartjes te scannen zodat er minder papier wordt verspild.

We zijn in onze eigen zaal net begonnen met het vervangen van de petflesjes water. Per show gaat er al gauw een tray van 24 halve literflesjes Spa Blauw doorheen, wat met minimaal 100 concerten per jaar een enorme verspilling van plastic is. We hebben daarom speciale, vaatwasser-be-

stendige bidons laten maken. In verschillende kleuren, zodat elk bandlid weet welke fles die avond van hem/haar is. De bedrukking maakt duidelijk dat de flessen na het optreden weer moeten worden ingeleverd en dat je daarmee bijdraagt aan een beter milieu. Dit werkt goed en artiesten zijn er enthousiast over.

Maar in alle eerlijkheid: concerten en festivals organiseren zal nooit klimaatneutraal kunnen. Tegen het invliegen van artiesten valt geen bos op te planten. Met onze festivals Left of the Dial en Stille Nacht hebben we om die reden wel besloten om nooit exclusiviteit van artiesten te vragen. Iets dat bij andere festivals met steeds grotere regelmaat gebeurt. Onze redenering is simpel, als je dan toch met een band in het vliegtuig stapt, zorg dan dat je zoveel mogelijk uit die – vervuilende – reis haalt. We hebben zelfs menig band geholpen met contacten om te zorgen dat hun trip zo waardevol en klimaatneutraal mogelijk zou worden.



Popmuziek is tegenwoordig bijna per definitie divers. Het wordt door een diverse groep gemaakt én geconsumeerd. Natuurlijk zijn er gesegmenteerde stromingen, maar die zijn inmiddels eerder uitzondering dan regel en worden zelden tot nooit geprogrammeerd door Rotown. Sterker nog, als je - zoals wij doen - voornamelijk opereert in de nieuwste stromingen van de popmuziek, krijg je automatisch met een cultureel divers palet te maken.

In de muziekwereld lag afgelopen jaren het accent van de discussie over diversiteit vooral op het aantal vrouwen op het podium. Wij hebben aan veel van dit soort discussies deelgenomen en altijd hetzelfde standpunt ingenomen, dat vergelijkbaar is met hoe wij naar de Code Culturele Diversiteit in het algemeen kijken: Wij boeken geen bands om aan een vrouwenquotum te voldoen, wij boeken bands omdat ze relevant, goed of ver-

nieuwend zijn. Artiesten boeken omdat ze vrouw zijn, is betuttelend en zegt eerder dat je vrouwen juist niet serieus neemt. De afweging hoort te zijn: Is dit een act die iets toevoegt aan het huidige aanbod? Is hier publiek voor? Is de act klaar voor het podium dat wij kunnen bieden? Als je daar drie keer ja op kunt antwoorden, is er genoeg reden om de act te boeken.

WAAR STAAT ROTOWN NU AAN DE HAND VAN DE 4 P'S

Publiek

Zoals elke culturele instelling zijn wij ook gebonden aan de wet en kunnen we uit privacy overwegingen onmogelijk zelf onderzoek doen naar de afkomst van onze bezoekers. Wij zijn daarom afhankelijk van Rotterdam Festivals die aan de hand van de door ons geleverde adresgegevens o.m. tot de volgende conclusies kwamen:

De verdeling van onze bezoekersgroepen in Rotterdam:

Stadse Alleseters:	33%
Stedelijke Toekomstbouwers:	26%
Digitale Kijkers:	10%
Actieve families:	8%
Wijkgerichte Vrijtijdgenieters:	7%
Elitaire Cultuurminnaars:	7%
Randstedelijke Gemakszoekers:	6%
Klassieke Kunstliefhebbers:	1%
Overig:	1%

“De grootste groep onder het publiek van Rotown in Rotterdam vormen de Stadse Alleseters. Kijken we naar alle podia in Rotterdam, dan zien we een oververtegenwoordiging van de Digitale Kijkers, de Stadse Alleseters en de Stedelijke Toekomstbouwers onder de bezoekers van Rotown ten opzichte van het totale publiek van de podia.

Kijken we naar de totale culturele sector in Rotterdam, dan zien we een oververtegenwoordiging van de Stadse Alleseters en de Randstedelijke Ge-

makzoekers onder de bezoekers van Rotown ten opzichte van het totale publiek van de culturele instellingen. Onder de bezoekers van Rotown, zijn de Digitale Kijkers oververtegenwoordigd ten opzichte van het totale publiek van de culturele instellingen in de gemeente Rotterdam.

Rotown trekt minder dan de helft van de bezoekers uit Rotterdam (38%), maar 41% komt daarnaast uit Zuid Holland, hiermee heeft Rotown een grote regionale aantrekkingskracht. In Rotterdam is de hoofddoelgroep van Rotown de Stadse Alleseter, maar weet deze ook landelijk goed te bedienen.

Kijken we naar de bezoekersaantallen in Rotterdam, dan zien we dat na de Stadse Alleseters de Stedelijke Toekomstbouwers en de Digitale Kijkers de grootste groepen zijn. Wanneer we Rotown vergelijken met andere cultuurplanpodia zien we dat Rotown deze drie groepen bovengemiddeld weet aan te spreken.

Rotown trekt een relatief jonge doelgroep en on-

derscheidt zich hiermee van andere cultuurplaninstellingen.”

Programma

Vaststellen of ons programma cultureel divers genoeg is, is voor een groot deel giswerk. Wij hebben bijvoorbeeld nooit aan optredende artiesten gevraagd waar zijn of haar ouders vandaan komen. En dat gaan we ook nooit doen. De gegevens die wij van iedereen mogen vragen, zijn wettelijk al redelijk beperkt, maar daarbij komt dat artiesten vragen naar hun culturele achtergrond geen enkel doel voor ons dient. De balans die we proberen aan te brengen in ons programma, is in eerste plaats gebaseerd op artistieke overwegingen. Kennelijk creëren we daarmee een aanbod dat aansprekend genoeg is voor een cultureel diverse doelgroep gezien de – door Rotterdam Festivals in kaart gebrachte – publieksgroepen die wij weten te bereiken.

***‘I JUST TOOK
A DNA TEST,
TURNS OUT I’M
100% THAT BITCH’***

LIZZO – TRUTH HURTS

Personeel

De Raad van Toezicht van Rotown bestaat uit twee mannen en een vrouw, alle drie van Nederlandse afkomst. Verder heeft Rotown 5 vaste medewerkers, een poule van een kleine 30 freelancers en zo’n 40 vrijwilligers. Aan deze groep is nooit gevraagd wat hun culturele of etnische achtergrond is - en dat willen we ook niet vragen. Al deze mensen dragen in meer of mindere mate wel bij aan het programma van Rotown en dan vooral aan de dansavonden. Hieruit zijn

o.m. een alternatieve gay-avond, een K-pop-party, een 35+ dansavond en een hiphopfeest voortgekomen, wat wellicht een kleine indicatie is van de diversiteit van die groep.

Partners

Uit het rapport van Rotterdam Festivals kwam naar voren dat het hen kansrijk leek om het bestaande bezoekersprofiel van Rotown nog verder te versterken door samen te werken met vergelijkbare organisaties als BIRD, Pop Unie, Stichting de Nieuwe Lichting, Future in Dance, of Motel Mozaique.

Een advies waar we het van harte mee eens zijn en dat we – op één organisatie na – al geheel in de praktijk brengen.

AMBITIES EN AANPAK

Partners

Rotterdam Festivals onderscheidt acht culturele doelgroepen. Van de drie groepen waarin Rotown de meeste bezoekers trekt, zijn er twee (de Digitale Kijkers en de Stedelijke Toekomstbouwers) waarvan de consumptie van cultuur als ongebruikelijk wordt gezien. Echter, de Stedelijke Toekomstbouwers zijn (nog) ondervertegenwoordigd t.o.v. hun aanwezigheid in de stad volgens Rotterdam Festivals. Wij zijn er blij mee dat wij deze grote groep 'light users' goed weten te bereiken en denken dat we door onze lijn in programmering en promotie door te zetten, deze groep kunnen blijven bedienen. Om de Stedelijke Toekomstbouwers nog meer aan te spreken, willen we op aanraden van Rotterdam Festivals graag kijken naar partners om mee samen te werken. De enige partner die zij noemden waar we nog niet mee samenwerken, is Future In

Dance en daar zullen we contact mee zoeken, maar we zijn er van overtuigd dat er meer partijen zijn die we kunnen benaderen. We willen de komende Cultuurplanperiode dan ook gebruiken om specifiek op zoek te gaan naar partijen die kunnen helpen ons aanbod nog aansprekender te maken voor de Stedelijke Toekomstbouwers.

Publiek en programma

De twee groepen die op dit moment kennelijk het minste worden aangesproken door het programma van Rotown zijn de Randstedelijke Gemakszoekers en de Klassieke Kunstliefhebbers. Of het wenselijk is om ons aanbod aantrekkelijker te maken voor die laatste doelgroep is de vraag. Volgens Rotterdam Festivals vindt deze groep zaken belangrijk als voldoende zitmogelijkheden en pauzes in het programma. Dat zijn dingen die wij niet eenvoudig kunnen bieden en die ze elders wel kunnen krijgen. Voor de Rands-

tedelijke Gemakszoekers zien wij echter wel mogelijkheden en dan vooral door de toevoeging van de grote zaal van de Maassilo. Hier bieden we nu al acts aan die hen zullen aanspreken volgens Rotterdam Festivals, bijvoorbeeld Nielson (gezinsuitje) en Davina Michelle (bekend van tv).

Personeel

Herbenoeming voor de leden van de Raad van Toezicht is op de korte termijn niet aan de orde, maar in eerdere vergaderingen is de wenselijkheid van een cultureel meer diverse samenstelling al besproken en er is besloten begin 2021 een plan op te stellen om dit voor elkaar te krijgen.

Voor het vaste personeel van Rotown geldt dat het een klein en zeer hecht team is waar weinig wisselingen plaatsvinden. Mocht echter de zeer gewenste personeelsuitbreiding mogelijk worden door de toekenning van meer subsidie,

dan zullen de sollicitaties uiteraard worden gedaan met de Code Culturele Diversiteit in ons achterhoofd. Wel met de kanttekening dat – net als bij het samenstellen van het programma – kwaliteit voor ons altijd de doorslaggevende factor is.

MARKETINGSTRATEGIE

De marketingafdeling van Rotown heeft zich de afgelopen vier jaar sterk ontwikkeld. We hebben ons eerst gericht op technische verbetering. Er zijn cursusdagen opgezet om alles te leren over adverteren op social media en het inzetten van de Google AdWords. Mede omdat het in ons eigen voordeel is als onze samenwerkingspartners over dezelfde kennis beschikken, hebben wij bij deze cursusdagen ook de andere Rotterdamse zalen betrokken.

Tegelijkertijd hebben we maandenlang

alle (on)betaalde uitingen en daarmee samenhangende kaartverkoop onder verschillende publieksgroepen geanalyseerd. Dat kostte veel tijd, maar heeft een schat aan informatie opgeleverd die de basis vormt voor een gedegen promotie van onze evenementen. Om wat willekeurige voorbeelden te noemen: we weten welke onderwerpen in onze wekelijkse nieuwsbrief veel respons gaan opleveren, wanneer we poster-campagnes in bepaalde wijken moeten opzetten, welke concerten het beste verkopen via onze WhatsApp-service, of welke doelgroepen alleen via Instagram te targetten zijn.

Wanneer je een dergelijke stevige basis-kennis bezit, komt er ruimte voor creativiteit.

Rotown promoot honderden evenementen per jaar en bij de meeste zijn we gebonden aan de wensen en eisen van de artiest. Dan is het een kwestie van het

standaardlijstje afvinken en de kaartverkoop begint te lopen. Pas als deze stagneert, kan de marketingafdeling laten zien dat ze meer kunnen dan een Facebook-advertentie instellen en gaan ze op zoek naar originele manieren om het publiek op andere plekken te bereiken. Dat dit goed lukt, blijkt uit de hoge bezettingsgraad van onze evenementen waarmee we, zoals eerder gezegd, vooral Stadse Alleseters, Stedelijke Toekomstbouwers en Digitale Kijkers trekken volgens Rotterdam Festivals.

Bezettingsgraad 2017/2018

Concerten eigen zaal	82%
Dansavonden	73%
Concerten op locatie	91%

De afgelopen jaren konden we met name met Left of the Dial laten zien dat zodra de kans zich voordoet om buiten de gebaande paden te treden, Rotown die met beide handen aanpakt. Creativiteit werkt volgens ons vrij simpel: alles dat je bezighoudt, komt terug op het moment dat je iets verzint. Bij het opstarten van de eerste editie van Left of the Dial waren wij redelijk geobsedeerd door hoe Donald Trump zijn eigen werkelijkheid creëerde en daar nog mee weg leek te komen ook. Uit ervaring weten we hoe moeilijk het is om voor een nieuw festival vooraf free publicity te genereren, dus we moesten zelf een wereld creëren waarin Left of the Dial het allerbelangrijkste was. Zo ontstond de bekroonde "fake news-campagne" die goedkoop en effectief was, bezoekers direct aansprak en zorgde voor een groot organisch bereik.

Zolang er programma is dat aansluit bij een (of meer) specifieke publieks-

groep(en), weet de marketingafdeling deze groep effectief te bereiken. Dat blijkt uit alle cijfers. Publieksverbreding zal dus meer afhankelijk zijn van het aanbod, dan van een aanpassing in de marketingstrategie. De ambities voor de komende vier jaar zijn daarom simpel: doorgaan op de ingeslagen weg die bestaat uit het meebewegen met de veranderende manieren waarop publieksgroepen informatie tot zich nemen, het analyseren van data en scherp zijn op het ontwikkelen van originele campagnes die de tijdgeest goed weergeven.



TOVATI

DE FAIR PRACTICE CODE

Natuurlijk is Rotown een voorstander van eerlijke vergoedingen voor iedereen die in de culturele sector werkt, maar naar onze mening moet er één ding duidelijk zijn: De FPC zonder enige nuance door willen voeren in de popmuziek getuigt op z'n zachtst gezegd van gebrek aan kennis hoe deze branche werkt, het staat compleet haaks op de roep om talentontwikkeling en in het uiterste geval helpt het zelfs de levendige live-industrie voor de Nederlandse muzikanten om zeep. Minister Van Engelshoven kan vinden dat eerlijke beloning belangrijker is dan de kwantiteit van de productie en werkgelegenheid, maar hoeveel popmuzikanten zullen dat met haar eens zijn? Er moeten speelplekken zijn voor die groep om zich te ontwikkelen.

In de popmuziek is door de jaren heen een gezonde marktwerking ontstaan; het gros van de concerten bedruipt zichzelf.

De gages, commissies en productiekosten worden vanuit de kaartverkoop bekostigd. Subsidie is voor Rotown – heel kort door de bocht – nodig voor de organisatie, voor risicovollere producties en de talentontwikkeling die buiten die reguliere shows valt.

Het invoeren van een FPC voor muzikanten stuit bovendien direct op moeilijk te beantwoorden vragen. Alleen al het vaststellen van iemands muzikantschap is vrij onmogelijk. Wanneer is iemand popmuzikant? Als hij/zij een muziekopleiding succesvol heeft afgerond? Dan valt meer dan de helft van de artiesten die nu de Nederlandse podia bespelen al af. Is iedereen die iets op het podium doet dan meteen een muzikant die een minimum gage verdient? Dan krijg je de situatie zoals die zich nu al bij sommige bandwedstrijden voordoet: voor het optreden wordt er nog even een vriendje met een tamboerijn bij gevraagd, omdat die ook

***‘THE ONLY TIME
THAT SEEMS TOO
SHORT
IS THE TIME THAT
WE GET TO PLAY’***

THE LOAD-OUT – JACKSON BROWNE

wel wat geld kan gebruiken. Het heeft heel weinig meer van doen met oprecht de best mogelijke muziek willen maken.

ROTOWN 2018, MAAR DAN VOLGENS DE FPC

Om te laten zien wat het voor Rotown betekent als er een strikte FPC wordt gehanteerd, hebben we heel 2018 doorgerekend. Hierbij zijn we ervanuit gegaan dat alleen Nederlandse artiesten en medewerkers volgens de FPC/de SENA-norm moeten worden betaald. De gages van de buitenlandse artiesten zijn niet zo doorgerekend. De dj's en het beginnend talent dat op de Open Mic-avonden, of de voorspeelavonden van Codarts staat, zijn niet meegerekend, noch de acts die via andere festivals werden geboekt zoals het Eendracht Festival of Motel Mozaique.

Personeel kantoor

Op het kantoor van Rotown werkt iedereen standaard minimaal 5 uur per week over; overwerk dat niet wordt betaald. En dat is heel behoudend ingeschat. Per persoon komt dat heel globaal neer op een anderhalve werkmaand per jaar ex-

tra. Personeelskosten zouden dus in 2018 niet €166.000 bedragen, maar €187.000.

Personeel shows

Onze technici hebben 1.116 uur gefactureerd in 2018. Zij verdienen nu €25 per uur. Volgens theaternormen zou dat €40 per uur moeten zijn. Productieleders factureren een vast bedrag per show dat lager ligt dan dat van de technici, terwijl zij vaak eerder aanwezig zijn en later weggaan. Het is echter werk waarvoor minder scholing nodig is, dus laten we ervanuit gaan dat zij hetzelfde bedrag (totaal dus, maar dan voor meer uren) als de technici moeten verdienen.

Uren technici (per show 2 technici) =
1.116 uur x €40 = €44.640

Uren productie (per show 1 productie-
leider) = 558 uur x €40 = €22.320

In 2018 gaven we aan technici en productieleders iets meer dan €42.000 uit, maar dat zou eigenlijk €66.960 moeten zijn geweest.

Artiestengages en commissies

In 2018 gaven we aan gages en commissies aan Nederlandse acts (zonder dj's, alleen artiesten die op het podium stonden) €137.415 uit. Als we ervanuit gaan dat elk bandlid €250 moet krijgen (de norm die bijvoorbeeld SENA hanteert als minimale, faire gage), gaan niet alleen de gages aanzienlijk omhoog, maar ook de commissies, want die zijn aan elkaar gerelateerd.

Van de 138 speelplekken die nu vervuld werden door Nederlandse artiesten, waren er 34 acts die op eigen kracht minimaal net zoveel, en vaker (veel) meer verdienen dan de €250 per bandlid-norm. Deze 34 acts (bestaande uit 129 muzikanten) verdienen gezamenlijk €109.797 aan gages en commissies. Als de ticketprijs ongewijzigd zou blijven, was er dus in onze begroting nog €27.618 over geweest om aan andere Nederlandse acts/voorprogramma's/festivalplekken te be-

steden. Dat betekent volgens de SENA-norm grofweg een vergoeding voor 110 muzikanten op jaarbasis, terwijl we er nu in totaal 407 extra muzikanten een plek hebben kunnen geven.

Extra kosten in 2018 door FPC

Als we in 2018 iedereen volgens de FPC hadden betaald, hadden we in totaal €124.180 meer kosten gehad. Dat is een bedrag dat nooit uit de kaartverkoop te halen zou zijn geweest. Het ging om 70 hoofdacts, de rest waren voorprogramma's of festivaloptredens. De €124.180 zou dus in 70 shows terug moeten worden verdiend, wat neerkomt op een verhoging van de entreprijs van ongeveer €7 per ticket. Het is natuurlijk zeer de vraag of er dan evenveel kaarten waren verkocht en of we met een dergelijke ticketprijs hetzelfde, diverse publiek hadden kunnen bereiken.

Daarnaast waren er ook voorprogramma-plekken komen te vervallen. Als wij in

costings voor buitenlandse acts zouden zetten dat het voorprogramma €1.500 gaat krijgen, zou er - terecht - worden gevraagd of we knettergek zijn geworden en of we niet kunnen kijken naar een Belgische band die het voor €200 wil doen. We kunnen kortom niet meedraaien in de (inter)nationale muziekindustrie en zullen daar niet serieus genomen worden als we de FPC transparant hanteren.

Extra kosten door FPC in 2018

Personeel kantoor	€ 21.000
Personeel show	€ 24.690
Gages en commissies	€ 78.220
Totaal	€ 124.180

HOE FAIR IS ROTOWN DAN WEL?

Een van de belangrijkste taken van Rotown is het bijdragen aan een gezond Nederlands muziekklimaat. Dat betekent dat we veel oog hebben voor de ontwikkeling van nieuw talent en daar ook zoveel mogelijk ruimte voor maken. Wij proberen de beste speelplekken voor hen te vinden, waarbij de mogelijkheid tot ontwikkeling, of de promotionele waarde soms groter is dan de financiële vergoeding. Daarmee gaan we wel een - hopelijk lange - relatie aan met de artiest. Rotown is namelijk geen buurtcafé dat bandjes voor de spreekwoordelijke knaak en een Bounty neerzet om de bieromzet te verhogen; wij zijn een volwaardige partner voor artiesten en investeren net zo hard mee in de ontwikkeling van een act in de hoop bij te dragen aan een lange, succesvolle carrière.

Tegelijkertijd staan we volledig achter artiesten die nu al verder zijn. Wij weten wat zo'n artiest waard is, wij kunnen in-

schatten hoeveel het publiek bereid is uit te geven aan een ticket en zorgen zo dat zij (ook financieel) het maximale uit hun optredens kunnen halen.

DE CODE IN 2021-2024

Het moge duidelijk zijn dat wij ervan overtuigd zijn dat wij artiesten al op een faire wijze vergoeden, zij het niet volgens een standaard minimumgage. Onze bijdrage aan de carrière van artiesten gaat veel verder dan dat en is waardevoller dan een paar euro extra. Het opofferen van speelplekken om een klein groepje muzikanten een hogere gage te geven, leidt tot verschraving van het aanbod. Maar wel wij willen er de komende jaren voor gaan zorgen dat iedereen achter de schermen naar behoren wordt betaald. In de muziekindustrie in het algemeen, en bij Rotown in het bijzonder werken mensen die plezier in het werk belangrijker vinden dan het salaris.

Iedereen zet graag een stapje extra en er wordt nooit geklaagd over de extra uren die worden gemaakt. Het wordt tijd dat we erkennen dat daarmee roofofbouw wordt gepleegd op de gezondheid van de medewerkers.

Zoals uit de bovenstaande cijfers al blijkt, zouden we om hetzelfde aantal evenementen als in de afgelopen periode te produceren meer geld aan verloningen van het personeel moeten kunnen besteden. Al is het alleen al om mensen het gevoel te geven dat ze op waarde worden geschat. Tegelijkertijd zit er maar een beperkt aantal uur in een (officiële) werkweek en zal het team van Rotown verder moeten worden uitgebreid om de werkdruk te verlichten en door te kunnen blijven groeien.

TOELICHTING BEGROTING

In 2018 ontving Rotown vanuit het Cultuurplan €278.500. Voor 2021-2024 vraagt Rotown om €81.000 extra. Hier-

mee kunnen we – op een voor het personeel gezonde manier – ons aanbod door blijven ontwikkelen, talent steunen en ook nog eens twee prachtige stadsfestivals neerzetten.

DE BELANGRIJKSTE VERANDERINGEN IN DE BEGROTING:

Publieksinkomsten

2018 was een uitzonderlijk goed jaar voor Rotown met 84 uitverkochte evenementen. Door de onvoorspelbaarheid van het aanbod, is het niet realistisch om er vanuit te gaan dat dit de komende vier jaar zo blijft, dus we hebben een gemiddelde van de afgelopen vier jaar genomen als uitgangspunt.

Sponsorinkomsten

Het genereren van sponsorinkomsten op losse concerten is niet eenvoudig. Onze festivals zijn interessanter voor sponsors, maar dit waren tot nu toe voorna-

melijk barterdeals. Nu Left of the Dial en Stille Nacht steviger in het zadel zitten, zien we mogelijkheden om partijen buiten de muziekindustrie te benaderen die ons financieel kunnen steunen.

Overige directe inkomsten

Stichting Live at Rotown ontvangt van de Rotown BV een jaarlijkse bijdrage uit de horeca-opbrengsten. In het verleden was dit een vast bedrag, maar we zijn overeengekomen dit de komende cultuurplanperiode anders aan te pakken: de Rotown BV draagt per betalende bezoeker in onze eigen zaal €2,75 bij met een minimum van €80.000 per jaar. Enerzijds geeft dit minimum bedrag ons de ruimte om avontuurlijk te blijven programmeren, anderzijds is de beloning bij een hoge opkomst (en dus hogere omzet) nu eerlijker.

Overige bijdragen uit private middelen

In deze post zat in 2018 een gedeelte

van de eenmalige bijdrage van Droom & Daad voor de aanpassingen in de Maassilo waardoor dit bedrag veel hoger was dan gebruikelijk. Het bedrag voor de komende vier jaar is gebaseerd op toekenningen van private fondsen van de afgelopen vier jaar.

Overige subsidies

Rotown ontvangt van het Fonds Podiumkunsten jaarlijks een bijdrage als aanvulling op de eventuele tekorten op shows van Nederlandse artiesten. Deze hangt samen met het aantal shows, de gages en kaartverkoop en is dus variabel.

Beheerslasten personeel

Dit is de post die het meeste stijgt. Voor de voortzetting van de talloze activiteiten van Rotown is het noodzakelijk te investeren in het mentale welzijn van het personeel. Er wordt op dit moment te veel gedaan door te weinig mensen.

Gebrek aan mankracht is de enige reden waarom we sommige plannen niet, of niet helemaal kunnen uitvoeren. We hebben in 2018 een internationalisering-potje gemaakt met het idee een uitwisselingsproject voor Rotterdamse bands op te zetten, maar het ontbreekt ons simpelweg aan tijd om dit uit te voeren. De toename van de shows op locatie is van groot belang voor het aanbod in de stad, maar dit kost ook veel tijd. Gedeeltelijk omdat de promotie meer aandacht vraagt, gedeeltelijk omdat dit meestal in samenwerking gebeurt en samenwerken kost nu eenmaal meer tijd. Rotown wil inzetten op een duurzaam personeelsbeleid.

Om op een gezonde manier te kunnen blijven produceren, moet iedereen naar werken worden beloond en moeten er minimaal 2 krachten bij, eentje op de marketingafdeling en eentje als ondersteunende programmerings- en productiekracht.

IS HET DE INVESTERING WAARD?

In de Popnota staat: "Een florerende popsector draagt bij aan de economie van de stad, aan het imago van de stad en is een onmisbare schakel in het gewenste creatieve vestigingsklimaat voor bewoners en bedrijven en de aantrekkelijkheid voor toeristen." Dit wordt onderstreept door onderzoeker Gerard Marlet die in "De Aantrekkelijke Stad" beschreef hoe de reden voor mensen om zich in een bepaalde stad te vestigen nauw samenhangt met het – kleinschalige – culturele aanbod. Rotown kan met een niet al te grote extra investering vanuit het Cultuurplan dit aanbod verder uitbreiden en meer divers maken waardoor Rotterdam nog aantrekkelijker wordt om je te vestigen. Bovendien zijn er dankzij Rotown jaarlijks honderden mensen direct of indirect aan het werk. We trekken mensen naar de stad die geld uitgeven aan parkeren, eten en drinken. Mensen die hun concertbezoek

combineren met een bezoek aan winkels of andere culturele instellingen.

Rotown voelt zich verantwoordelijk voor de gehele Rotterdamse popsector en ons bereik is veel groter dan de zaal aan de Nieuwe Binnenweg. Om ons nog meer als algemene poporganisatie te kunnen profileren, overwegen we een naamsverandering naar Rotterdam Concerts.

De naam Rotown zou blijven bestaan als podium - als zaal die wij óók programmeren, maar onze basis wordt de website www.rotterdamconcerts.nl. Een nadeel zou kunnen zijn dat we die naam moeten opbouwen, terwijl de naam Rotown al meer dan 30 jaar bestaat. Maar als er nu iets is dat we bewezen hebben, is het dat wij goed zijn in het bereiken van het poppubliek en dat wij sterke merken neer kunnen zetten. En dat Rotterdam Concerts een sterk merk zou kunnen worden, daar zijn we van overtuigd. Een nog sterker merk dan Rotown nu is, omdat er geen geschiedenis van één enkele plek aan kleeft. Voor elke Rotterdamse muzikliefhebber, of toerist die op zoek is naar live muziek zal het vanzelfsprekender zijn om via Rotterdam Concerts aan informatie te komen dan via Rotown. Achter de schermen zal het voor de boekingskantoren logisch aan-

voelen om zaken te doen met een organisatie die ook in naam al duidelijk laat zien heel Rotterdam te bedienen en daar zullen we in de toekomst alleen maar profijt van hebben. De komende Cultuurplanperiode zullen we deze en andere voor- en nadelen goed onderzoeken en afwegen of deze naamsverandering de investering van tijd, moeite en geld waard is. Terwijl we die afweging maken, blijven we doen waar we al goed in zijn en richten we ons op verdere uitbreiding van het popaanbod door de hele stad.

***‘WITHOUT MUSIC
LIFE WOULD BE
A MISTAKE’***

FRIEDRICH NIETZSCHE

STICHTING LIVE AT ROTOWN
DECEMBER 2019