



FESTIVAL DE BETOVERING

Internationaal kunstfestival voor de jeugd

JAARVERSLAG EDITIE 2022

Den Haag, herfstvakantie, 2 t/m 12 jaar, 57 locaties,
theater, dans, beeldend, muziek, workshops, straattheater,
film, museumbezoek, festivalcentra, Culturele Spelen en
meer...

INHOUDSOPGAVE

LEESWIJZER		pag. 3
HOOFDSTUK	1: ALGEMENE INFORMATIE	pag. 4
HOOFDSTUK	2: DE BETOVERING	pag. 6
	2.1 De Betovering en haar kernwaarden	
	2.2 Motivatie	
	2.3 Een terugblik in cijfers	
	2.4 SWOT	
	2.5 Ambities	
	2.6 Kwaliteitsprogrammering	
	2.6.1 Festivalprogramma	
	2.7 Het publiek (kinderen) in de vrije tijd als uitgangspunt	
	2.8 Internationaal en cultureel divers	
	2.9 Samenwerking en spreiding in de stad	
	2.10 Positionering	
HOOFDSTUK	3: BEDRIJFSVOERING	pag. 26
	3.1 Organisatie en de codes	
	3.2 Duurzaamheid	
	3.3 Risicobeheersing	
	3.4 Financiën, investeringen en prijsbeleid	
BIJLAGEN:		(vanaf) pag. 32

LEESWIJZER



Geachte lezer,

Voor u ligt het jaarverslag van de 23e editie van Festival De Betovering in oktober 2022.

We stellen onze projectplannen en verantwoordingen vanaf nu iets anders op dan u gewend bent.

- De teksten in lettertype kleur zwart zonder kleurarcering en ook de tabellen vormen de basis en komen uit ons meerjarig beleidsplan 2021-2024.
 - Onze plannen 2022: aanvullingen op de plannen in het MJBP voor dit specifieke jaar, en daar waar we de verwachten af te wijken van deze plannen, beschrijven we in het GROEN.
 - Onze verantwoording: in het BLAUW beschrijven we waar we in de realisatie zijn afgeweken van de jaarplannen, en dat wat we graag wat willen toelichten over het gerealiseerde.

We verwachten op deze manier:

- u mee te kunnen nemen in ons meerjarig perspectief;
- dat we zowel De Betovering 'in normale tijden' als De Betovering 'in de huidige context' kunnen duiden;
- zuinig met uw tijd om te gaan de komende jaren. Mits u een goed geheugen heeft, hoeft u de komende edities enkel de GROENE (voorgenomen plannen) en BLAUWE (resultaat) teksten te lezen;
- ook zelf tijd te gaan besparen.

HOOFDSTUK 1: Algemene informatie

Algemene gegevens van de aanvrager	
Statutaire naam instelling:	Stichting De Betovering
Statutaire doelstelling:	De stichting heeft ten doel het organiseren van activiteiten waardoor kunstuitingen van en voor kinderen en jongeren gestimuleerd en gepresenteerd worden en voorts al hetgeen met een en ander rechtstreeks of zijdelings verband houdt of daartoe bevorderlijk kan zijn, alles in de ruimste zin des woords.
Aard van de instelling:	Festival, negendaags, tijdens de herfstvakantie in Den Haag
Bezoekadres:	Van Limburg Stirumstraat 41
Postcode en plaats:	2515 PA Den Haag
Postadres:	Van Limburg Stirumstraat 41
Postcode en plaats:	2515 PA Den Haag
Telefoonnummer:	070 - 364 22 02
Email:	info@debetovering.nl
Website:	http://www.debetovering.nl

Contactpersoon voor de subsidieaanvraag	
Naam contactpersoon:	Miriam Duiker
Functie contactpersoon:	Directeur
Telefoonnummer contactpersoon:	070 -364 22 02
Email contactpersoon:	m.duiker@debetovering.nl

Financiële gegevens aanvrager	
Rekeningnummer:	NL29 INGB 0008 7121 35
Ten name van:	Stichting De Betovering, Den Haag

Rechtsvorm	
Rechtsvorm (stichting, vereniging):	Stichting
Jaar van oprichting:	2000
Inschrijving Kamer van Koophandel te:	Den Haag
KvK nummer:	27189663
BTW nummer (BTW-plichtig):	NL 809188776B01

Directie	
Naam:	Miriam Duiker
In functie sinds:	2022
Benoemingstermijn(en):	in dienst jaarcontract

Bestuur			
functie	Naam [geboortejaar]	uiterste jaar aftreden	kennisgebieden
voorzitter	Anja Overhoff [1953]	2024	theater/openbaar bestuur
penningmeester	Michiel Hendrix [1982]	2027	beleid/politiek/internationalisering
secretaris	Maurice Haak [1975]	2023	marketing/kunsten
lid	Fouzia Outmany [1980]	2027	sociologie/antropologie
lid	Latifa Dardou [1977]	2030	HR en organisatie ontwikkeling

Jan Helderman is in maart 2022 uit het bestuur getreden, Michiel Hendrix nam zijn plaats als penningmeester in.

Latifa Dardou is in juli 2022 toegetreden tot het bestuur

Bestuursleden worden voor drie jaren benoemd en zijn tweemaal herbenoembaar voor drie jaren.

Exploitatie 2022:	
Exploitatie 2022 baten I kosten*	€ 483158 € 557371
Huidige meerjarige subsidies:	
Gemeente Den Haag, Kunstenplan (2021 t/m 2024) € 172.000 per jaar, geïndexeerd. In 2022:	€ 181.667
Fonds Podiumkunsten (2021 t/m 2024): € 37.500 per jaar, geïndexeerd. In 2022:	€ 42.056
* inclusief de kosten die zijn gedekt met Coronasteun van Fonds Podiumkunsten.	

Ondertekening	
Hierbij verklaart ondergetekende, daartoe statutair bevoegd, dit formulier naar waarheid en zonder voorbehoud te hebben ingevuld.	
Naam:	Miriam Duiker
Functie:	Directeur
Plaats:	Den Haag

Handtekening:



HOOFDSTUK 2: De Betovering

2.1 De Betovering en haar kernwaarden

De Betovering is het jaarlijkse internationale kunstfestival voor de jeugd (2-12 jaar) dat zich afspeelt in Den Haag op bijna alle podia, in de musea, bibliotheken en sinds een paar jaar ook in het breder publiek domein, bijvoorbeeld in winkelgebieden en bij sociaal-maatschappelijke organisaties. De nadruk ligt op de podiumkunsten. Dit negendaags publieksfestival vindt plaats tijdens de herfstvakantie.

De doelgroep van het festival is breed samengesteld en omvat kinderen (en hun (groot)ouders) uit alle delen van de stad en regio, uit alle lagen van de divers samengestelde bevolking. De Betovering wil zoveel mogelijk kinderen in hun vrije tijd actief en receptief laten genieten van kwalitatief hoogwaardig werk van (deels internationale) professionele kunstenaars, en hen de kracht van de verbeelding laten ervaren. Ze wil hiermee bijdragen aan de ontwikkeling van een zo breed mogelijk samengestelde groep kinderen. Het festival maakt zich er sterk voor dat alle kinderen mee kunnen doen, ook kinderen voor wie bewegen, stilzitten, horen, zien, kaartjes kunnen betalen, de Nederlandse taal verstaan of prikkels verwerken niet vanzelfsprekend is. De Betovering staat aan het roer van een uniek samenwerkingsverband dat ruim 70 Haagse culturele organisaties, maatschappelijke instellingen en bedrijven verbindt.

De kernwaarden van De Betovering zijn:

- Kwaliteitsprogrammering;
- Het publiek (kinderen) in de vrije tijd als uitgangspunt;
- Internationaal en cultureel divers;
- Samenwerking en spreiding in de stad.

Deze kernwaarden zijn onderling verbonden.

Plannen 2022:

In 2022 programmeren we t/m de laatste zaterdagmiddag van de herfstvakantie. Daarmee is het festival dit jaar negendaags, van vrijdagavond t/m zaterdagmiddag. Als je daar de drie dagen Culturele Spelen aan toevoegt, die plaatsvinden van woensdag t/m vrijdag voorafgaand aan de herfstvakantie op school, dan duurt het hele evenement elf dagen.

Resultaat 2022:

Het festival is uitgevoerd zoals in de plannen voorgesteld. De Culturele Spelen begonnen echter al op dinsdag, waardoor het festival in 2022 twaalf dagen duurde.

2.2 Motivatie

Kunst draagt bij aan de ontwikkeling van het gevoel voor esthetiek, persoonlijkheid, visie op de maatschappij en aan talenten. In de leeftijd tussen 2 en 9 jaar moet een stevige basis worden gelegd voor latere cultuurparticipatie. Oudere kinderen bepalen steeds meer hun eigen agenda en zijn, na een introductie in hun jongste jaren, in staat om gemotiveerd zélf te kiezen voor kunstdeelname in hun vrije tijd. Interesse voor cultuur moet vaak worden aangewakkerd. Daarom is cultuureducatie een groot goed. Dit sluit aan op de visie van de gemeente Den Haag die daar veel in investeert. Met kunsteducatie maken veel kinderen, begeleid via school, kennis met de rijkdom van allerlei vormen van cultuur. Cultuurdeelname buiten schooltijd is een essentiële aanvulling op deze cultuureducatie. Van huis uit de ervaring opdoen om naar het theater te gaan en leren dat cultuurdeelname en reflectie hierop een vorm van vrijetijdsbesteding is, waarvoor en waarbinnen je individueel kunt kiezen, is van grote waarde. Dit heeft alles te maken met gewoontevorming, cultuur, identiteitsontwikkeling en zelfbewustzijn.

Het merendeel van de Haagse kinderen komt buiten schooltijd niet vanzelf in aanraking met kunst. De Betovering heeft een belangrijke rol in het slaan van die brug. We willen de kunsten een plaats geven in het persoonlijke en sociale leven van zoveel mogelijk kinderen. Voor alle kinderen. In een stad met kinderen afkomstig uit meer dan honderd landen hebben de kunsten de kracht om drempels te slechten. Ze bieden een uitgelezen mogelijkheid voor een bijzondere gemeenschappelijke ervaring. Het beste culturele jeugd aanbod van het moment is te vinden in een trots en samenwerkend Den Haag. Negenen dagen lang de leukste herfstvakantie voor alle kinderen. Dat is De Betovering.

2.3 Een terugblik in cijfers

De Betovering in cijfers	Realisatie 2019	Realisatie 2020	Realisatie 2021	Realisatie 2022
Festivaldagen	9	n.v.t.	9	9
Aantal bezoekers (totaal) *	24785	1705	18183	20.215
A) aantal kinderen	16523	1705	13025	14298
A) aantal volwassenen	8262	n.v.t.	5158	5917
B) aantal betalend	21646	n.v.t.	13111	17091
B) aantal gratis	3139	1705	5072	3124
C) aantal bij voorstellingen	17395	n.v.t.	8574	14669
C) aantal bij workshops en overige activiteiten	7390	n.v.t.	6899	3083
C) aantal bij de culturele spelen	X	1705	2710	2463
D) Houder Ooievaarspas	958	n.v.t.	310	283
Gemiddeld aantal bezoeken	2,8	n.v.t.	2	2
Aantal locaties **	54	n.v.t.	56	57
Aantal voorstellingen en workshops ***	553	n.v.t.	486	414
A) voorstellingen	279	n.v.t.	178	250
A) waarvan internationale producties	20	n.v.t.	6	8
A) aantal internationale speelbeurten	71	n.v.t.	16	28
B) workshops en overige activiteiten	274	n.v.t.	252	164
Bezetting ****	81%	n.v.t.	80%	74%
Capaciteit ****	30456	n.v.t.	26305	28798
Van buiten de gemeente Den Haag	9914	n.v.t.	8910	7277
Komt buiten de Betovering niet (0 keer) in een theater met kinderen	1.239	n.v.t.	1857	niet meetbaar
Komt buiten de Betovering 0 tot 2 keer per jaar in een theater met kinderen	11.649	n.v.t.	7582	niet meetbaar
Komt buiten de Betovering niet (0 keer) in een museum met kinderen	1.735	n.v.t.	774	niet meetbaar
Komt buiten de Betovering 0 tot 2 keer per jaar in een museum met kinderen	9.914	n.v.t.	5416	niet meetbaar
Digitale media in cijfers	Realisatie 2019	Realisatie 2020	Realisatie 2021	Realisatie 2022
WEBSITE - Bezoeken totaal - {aantal}	51.902	24.004	82.900	95.308
WEBSITE - Unieke bezoekers totaal (IP-adres) - {aantal}	34.718	23.650	44.002	53.057
NIEUWSBRIEF - Ontvangers digitale nieuwsbrieven - {aantal} *****	1.994	1.801	2068	1.696
AdWords Google Ad Grants - {aantal vertoningen}	71.908	59.170	129876	127080
Adwords kliks - {aantal}	6.970	8.800	14279	18190
AdWords CTR {Click-Through-Ratio}	10%	15%	11%	14%
Instagram volgers - {aantal}	912	1.052	1228	1517
Facebook volgers - {aantal}	3.242	3.121	3373	3700

* Niet meegenomen in de telling zijn de aantallen niet meetbare bezoekers: het aantal bezoekers dat bij de doorlopende workshops van Circasso aanwezig was; het aantal bezoekers van doorlopende installaties (zonder kaartverkoop) in Amare (Taartrovers) of op Spuiplein en het aanwezige publiek bij het straattheater op de Leyweg is niet meetbaar.

* Eveneens niet meegenomen in de telling zijn de 466 bezoekers van de installatie "A Mile in My Shoes" een project van De Betovering in samenwerking met Writers Unlimited dat buiten de festivalperiode speelde.

** Naast de 57 reguliere locaties waren er 11 deelnemende scholen (Culturele Spelen).

*** Editie 2022 telde totaal 414 programmaonderdelen waarvan 403 gelukkig doorgang konden krijgen: 250 voorstellingen, 147 workshops en 17 overige activiteiten. Geannuleerd zijn: 11 uitvoeringen van theatervoorstellingen (door respectievelijk weersomstandigheden en een blessure van een performer) en 1 workshop. De 17 overige activiteiten zijn als volgt geteld: 4x (voor de 4 dagen) doorlopende programmering in de Binnentuinen (2 dagen Benteloostraat en 2 dagen Melis Stokelaan); 1 x de Kick-off van de Culturele Spelen op het Spuiplein; 1x het doorlopende programma Feest van Nansi in Theater de Vaillant; 2 x (dagen) de installatie Storyscope in de Nieuwe Regentes; 8 x (voor 8 dagen) de speelinstallatie Taartrovers in Amare en 1 x Rollerdisco in de Bumperstage op het Spuiplein.

**** De bezettingsgraad is berekend door het aantal bezoekers (exclusief de scholieren van de Culturele Spelen) te delen door de capaciteit van de evenementen die door konden gaan (exclusief de workshops op school van de Culturele Spelen)

***** De capaciteit was 28.798. Hiervan bestaat 23.896 uit capaciteit bij voorstellingen & workshops die door zijn gegaan plus een capaciteit van 3000 bij de Culturele Spelen (100 klassen keer max 30 II). De geannuleerde activiteiten hadden samen een capaciteit van 1902.

***** Door het gebruiken van een ander mailsysteem in 2022 is er een daling in de gebruikers te zien. Dat heeft als reden dat de ontvanger i.v.m. AVG technische redenen opnieuw actief moest aangeven een nieuwsbrief te willen ontvangen.

2.4 SWOT

Krachten	Festival staat inhoudelijk stevig en bereikt veel [ook bijzonder gewenst] tevreden publiek
	De diversiteit van de programmering met voorstellingen/workshops
	De verscheidenheid in disciplines en in locaties
	De continue samenwerking met vele partners in de stad
	Een goed geëngageerd team dat continue werkt aan het ontwikkelen en verbeteren van het festival en de interne processen.
	Lokale positionering bij publiek, overheid en partners. De Betovering is een instituut in de stad, heel veel partijen profiteren ervan. De Betovering wordt regelmatig gevraagd om advies.
	Actief in brede zin op het terrein van verduurzaming i.s.m. Green events en de Haagse Duurzaamheidskring.
	Met culturele spelen nieuwe vorm gevonden voor bereik schoolkinderen
	Zonder additionele overheidssteun de pandemie financieel overleefd
	In enkele jaren voldaan aan fair practice/fair pay
	Adequate interne organisatie en externe verantwoording
Beleidsplan 21/24 positief beoordeeld en gehonoreerd door vaste subsidiegevers	
Zwaktes	Goed cultureel divers programmeren blijft uitdagend.
	Omvang van het team en mogelijkheden om ook op termijn duurzaam en innovatief te blijven
	Het lukt nog niet om de omvang van de verschillende vormen van het op het festival aanwezige bijzonder gewenst publiek meetbaar te maken.
	Het publieksbereik bij de activiteiten met inclusieve benadering, bijvoorbeeld door de inzet van gebarentolken bij voorstellingen of kleinschalige workshops voor kinderen met een verstandelijke beperking, loopt nog achter bij de rest.
	Beperkte financiële buffer (te versterken in 2021-2024)
Kansen	De honorering van en positieve adviezen bij de subsidieaanvragen 21-24 bij gemeente en het FPK dragen bij aan de kansen op het vinden van overige financiering
	Dankzij inzet COVID-steun hebben we pilots kunnen draaien in 2 binnentuinen. Dat kunnen we nu gaan uitbouwen en dat biedt perspectief voor de toekomst.
	Internationale positionering. De Betovering wordt regelmatig om betrokkenheid of advies gevraagd door internationale partijen. Deze groeiende samenwerkingskansen bieden ook kansen voor duurzaamheid, bijv door het gezamenlijk overbrengen van internationale gezelschappen
	Landelijke positionering met ook een adviserende functie. Samenwerkingen met Jeugtheater de Krakeling en Dutch Performing Arts voor NL-showcase, met Assitej-NL en Podium-Kids.
	Duurzaamheid: onze locatie-partners participeren nu ook in duurzaamheidskringen. Dat betekent dat we steeds meer onze duurzaamheidswensen kunnen omzetten in duurzaamheid-eisen of voorwaarden.
	Externe partijen: externe partijen gaan ons meer zien en vinden, waardoor er samenwerkingen op ons pad komen die wij niet initiëren.
Bedreigingen	Het belang van externe partijen om deel te willen zijn van De Betovering, legt druk op het beheren van onze goede relaties enerzijds en het behouden van onze integriteit, artistieke inhoudelijkheid en tijd anderzijds.
	Toereikende opvolging bij eventuele vacatures
	Onvoorziene omstandigheden zoals pandemie, oorlog of terreuracties
	Overheidseisen bijv. emissie-vrij Den Haag 2025. Kunnen wij ons op tijd aanpassen aan een emissie-vrije stad (waar wij achter staan) met bijvoorbeeld de vrachtwagens van onze artiesten?
	Weersomstandigheden tijdens festival. De verandering van het klimaat maakt het weer steeds minder voorspelbaar. De buitenprogrammering heeft hier het eerst last van.
	Ongeveer de helft van onze dekking bestaat uit incidentele financiering en recettes. Dat is kwetsbaar.
Met vierjaars-subsidies formeel onvermijdelijke onzekerheid na 2024.	

2.5 Ambities

Standvastig aan het roer van een goed functionerend samenwerkingsverband met hoge kwaliteitsstandaarden, een breed publieksbereik en met de blik op de horizon, gaan we vol vertrouwen de nieuwe beleidsperiode in. In de afgelopen jaren is De Betovering uitgegroeid tot het toonaangevende festival dat de kunsten een plaats geeft in het persoonlijke en sociale leven van heel veel kinderen. Om die belangrijke rol ook in de toekomst te vervullen kiezen we in de komende jaren voor het sterker maken van ons fundament rekening houdend met een veranderende omgeving: we verhogen onze interne kwaliteitsstandaarden op terreinen als duurzaamheid, fair practice en diversiteit. Standaarden die mogen worden verwacht bij een festival van deze omvang, kwaliteit en waarde.

In de periode 2021-2024 blijft De Betovering trouw aan haar kernwaarden. We gaan verder met programmaonderdelen die zich de afgelopen jaren bewezen hebben en gerealiseerd zijn met extra projectfinanciering, vrije tijd en zo nodig eigen vermogen: de Culturele Spelen, de relax-performances en de buitenprogrammering. De Culturele Spelen ontschotten educatie vs. participatie, en de buitenprogrammering ontschot kunst in de openbare ruimte vs. commerciële activiteit. We willen daarnaast een stap maken richting een eerlijke honorering en ontplooiingskansen van onze medewerkers om gezond de toekomst in te gaan.

De wereld om ons heen verandert. We willen, daar waar we dat nodig vinden, onderzoek doen naar de beste rol voor ons en in actie kunnen komen: in het belang van het festival zelf en/of van onze omgeving. Bijvoorbeeld:

- We willen meer cultureel divers programma-aanbod gaan aanjagen d.m.v. het programma 'Andere helden, nieuwe verhalen'. We willen jaarlijks drie nieuwe verbindingen leggen. Voor elke verbinding is er een budget van €5.000,- waarvan minimaal 80% werkbudget voor de makers is, en maximaal 20% overhead.
- We willen ook aan de slag met de adviezen die eind 2019 uit de duurzaamheidsscan komen en onze internationalisering gaan verduurzamen d.m.v. het compenseren van meerkosten van duurzaam vervoer, gezelschappen laten doorspelen in de regio en het faciliteren en aanjagen van artistieke uitwisseling tussen Nederlandse gezelschappen en gezelschappen uit het buitenland.
- We organiseren de *Internationale Showcase* en werken mee aan het realiseren van de *Oktober Kindercultuurmaand*. De Haagse podia en bezoekers plukken wel de vruchten van deze activiteiten door het verrijkte aanbod en de sterkere publiciteit. Een versterkte landelijke positionering draagt ook bij aan het imago en de bekendheid van het festival bij potentiële sponsors, private fondsen en andere stakeholders.

De ambities voor de periode '21-24 zoals opgenomen in het meerjarenbeleidsplan

FESTIVAL DE BETOVERING	2021	2022	2023	2024
1 Festivaldagen aantal	9	9	9	9
2 Voorstellingen/optredens/concerten	550	550	550	550
3 Podia/locaties aantal	54	54	54	54
4 Bezoeken festival aantal	26.500	26.500	26.500	26.500
5 Gratis bezoeken aantal	4000	4000	4000	4000
6 Betaalde bezoeken aantal	22.500	22.500	22.500	22.500
7 Ooievaarspas	450	450	450	450
8 CJP bezoeken aantal	0	0	0	0

nb. Kwantitatieve groei van het festival is geen doelstelling voor de periode 2021-2024, en daar zijn wij voorzichtigheidshalve ook niet van uitgegaan.

Ambities 2022:

Dit jaar ligt ons ambitieniveau v.w.b. reguliere (internationale) programmering lager dan genoemd in het MJBP, maar hoger dan in het afgelopen jaar. We schatten het risico op Covid-gerelateerde reis- en speelbeperkingen een stuk kleiner dan afgelopen jaar. Tegelijkertijd zijn nog niet al onze partnerorganisaties de klap helemaal te boven van de afgelopen twee jaar. Ook is er afgelopen jaar weinig gelegenheid geweest om zelf voldoende internationale programmering te zien, als basis voor het programmeren.

Wel hebben we onlangs weer een internationale voorstelling 'Der Lauf' gevonden voor wie we, in samenwerking met Bureau vanaf twee, in oktober 2023 een Betovering-tournee in Nederland gaan aanbieden.

In 2021 kregen we een eenmalige coronacompensatie-subsidie (Bestemmingsreserve Covid) van het Fonds Podiumkunsten. De vorming van de Bestemmingsreserve Covid is in overeenstemming met de aanwijzing van het Fonds Podiumkunsten waarbij deze bijdrage in 2022 dient te worden besteed aan extra activiteiten waarbij makers en uitvoerenden [zoals freelancers, zzp'ers] waar mogelijk aan het werk worden gehouden. Gedacht wordt aan de volgende additionele buitenprogrammering:

- een festivalcentrum, buiten op het Spuiplein met buitenprogrammering, installaties en lichtkunst. De bewoners van het Spuiplein (Amare, HNT, Atrium den Haag, Filmhuis Den Haag en de Centrale Bibliotheek) hebben aangegeven dit graag met ons te gaan organiseren.
- We produceren een kinderversie in aansluiting bij de zomerprogrammering 'A Mile In My Shoes', een project van het Londense Empathy Museum: A Mile in My Shoes is een schoenenwinkel waar bezoekers worden uitgenodigd om letterlijk een mijl in andermans schoenen te lopen. Deze rondzwervende tentoonstelling is gehuisvest in een gigantische schoendoos en bevat een gevarieerde collectie schoenen en audioverhalen die onze gedeelde menselijkheid onderzoeken. Winternachten & Zuiderparktheater gaan hem deze zomer samen aanbieden voor volwassenen, wij worden partner en gaan dit project samen met hen uitbreiden zodat het project ook interessant gemaakt is voor kinderen met kinderverhalen en kinderschoenen.
- om kinderen dieper in de wijk te bereiken gaan we samenwerken met de woningbouwvereniging Haag Wonen. Samen met hen willen we in stadsdeel Escamp een programmering organiseren in de binnentuinen van flatgebouwen.

Het meewerken aan de oktober cultuurmaand staat dit jaar nog op een lager pitje. We maken ons eerst sterk voor het herpakken van de lokale verbindingen, zoals die van de culturele partners op het Spuiplein.

We willen in 2022 Betovering TV doorzetten zoals we in 2021 begonnen zijn en verder professionaliseren om een bredere en grotere doelgroep te bereiken. Uit onderzoek van afgelopen editie bleek dat Betovering TV voor twee sporen goed inzetbaar is: als platform voor korte filmpjes van onze partners en als 'televisie' en promotie in aanloop naar en tijdens het festival. Dit jaar willen we jongere vloggers inzetten als nieuw onderdeel van Betovering TV om een nog bredere doelgroep te bereiken.

Ook het vakantie-thuiskunst-doeboek zal opnieuw opgenomen worden als bijlage in de programmeringsbrochure. Zowel het doeboek als de Betovering TV kunnen, ook in betere jaren, een versterking blijven voor De Betovering, met het oog op inclusiviteit en promotie.

Culturele Spelen: we proberen nog meer dan voorgaande jaren de verbinding te leggen tussen De Culturele Spelen en het Festival. Het programma wordt op de scholen zodanig georganiseerd dat het voor de kinderen en hun ouders aantrekkelijk wordt om hier tijdens het Festival mee 'door te gaan'. We gaan ook weer samenwerken met Lotte Verweij voor de Culturele Spelen.

Vormgeving: de website krijgt een nieuw uiterlijk.

We overwegen, mits de tijd het toelaat, een start maken met een eigen, centrale kaartverkoop voor een beperkt aantal van onze locaties dat hier behoefte aan heeft. Het publiek heeft al vaak aangegeven hier behoefte aan te hebben. Voor ons zijn de data van de bezoekers interessant om zo beter inzicht te krijgen in ons publieksbestand en om zo extra marketingmogelijkheden te hebben. Sommige van onze locaties hebben zélf juist veel belang bij de data van de Betovering-bezoeker, en staan niet te springen om een kaartverkoop systeem van het festival. We beginnen met een pilot. Zo kunnen we de risico's beperken en na evaluatie ervan beslissen nemen voor 2023.

Als afsluiting van het festival willen we een gratis toegankelijke feestelijke slotvoorstelling programmeren op het Spuiplein.

Resultaat 2022:

Internationaal: De internationale gezelschappen waren zoals aangekondigd minder in getale dan voorgaande jaren. We haalden daarbij vooral gezelschappen uit België en Frankrijk.

Bestemmingsreserve: De Bestemmingsreserve COVID is besteed aan:

- een festival centrum op het Spuiplein. We bouwden een bumperstage op het plein, waarin en waar omheen de hele week activiteiten plaats vonden. Dit organiseerden we samen met Amare. Het is ons niet gelukt de andere omwonenden van het Spuiplein hierbij te betrekken, maar de samenwerking met Amare beviel uitstekend! Een deel van de programmering op het Spuiplein was gratis toegankelijk, voor twee onderdelen werd betaald. Het was inhoudelijk een succes, het plein is goed bezocht, veel blije gezichten en bijzondere belevenissen. We hadden wel enorm geluk met het fantastische weer in de herfstvakantie. Op de enige dag met veel wind en regen moesten we

de tent meteen sluiten en het programma naar Amare verplaatsen. Om die reden vinden we herhaling in deze vorm te riskant;

- in de zomer produceerden we de kinderversie van 'A Mile in My Shoes', zoals hierboven wordt omschreven;
- de samenwerking met Haag Wonen in de wijk Escamp was een groot succes en zeker voor herhaling en verdieping vatbaar. We komen hier verderop op terug.
- De voorstelling Aan Tafel in het Festivalcentrum, een klein deel van BetoveringTV en de projectleiding daarvan konden ook worden bekostigd vanuit de coronasteun.

Culturele Spelen: De uitgebreidere evaluatie van de [Culturele Spelen vindt u in bijlage 2](#).

BetoveringTV: De uitgebreidere evaluatie van [BetoveringTV vindt u in bijlage 4](#).

Doeboek: Er is een Doeboek van 12 pagina's gemaakt aan de achterkant van het boekje. De vormgeving zag er aantrekkelijker uit dan in 2021 en ook de opdrachten waren gevarieerder en geclusterd op verschillende soorten kunsten. Daarnaast waren de opdrachten te maken met materialen die vaak wel voorhanden zijn. Het is moeilijk meetbaar in hoeverre kinderen zelf met het Doeboek aan het werk gaan en in hoeverre dit diversiteit en inclusie bevordert. In 2023 gaan we geen Doeboek meer uitbrengen vanwege de enorme berg papier, hoge kosten en vooral ook twijfel over het daadwerkelijke gebruik door / bereik van kinderen.

Website: De website is vernieuwd, opgefrist en sprankelender dan voorheen.

Eigen kaartverkoop: Het opstarten van een eigen centrale kaartverkoop is onderzocht. De kosten per kaartje zouden structureel zo hoog worden dat het waarborgen van een lage ticketprijs in het gedrang komt. Die lage ticketprijs is voor ons heel belangrijk om een breed publiek te blijven aanspreken. Vooralsnog gaan we hier niet mee verder.

Slotfeest: We hebben De Betovering in 2022 afgesloten met een gratis toegankelijke superfeestelijke rollerdisco in de Bumperstage op het Spuiplein.

2.6 Kwaliteitsprogrammering

Artistiek profiel. De organisatie van De Betovering is verantwoordelijk voor de kwaliteit van de programmering. Kwaliteit kan zich uiten in vakmanschap en zeggingskracht in de speelstijl, themabehandeling, vormgevingskeuzes, integratie van disciplines en meer. Wij kiezen voorstellingen waarbij kinderen niet louter meer van hetzelfde krijgen, maar verwachtingen gedoseerd overtroffen of onderuit worden gehaald, waarbij kinderen verleid worden tot een lichte inspanning en daar veel voor terugkrijgen. Deze producties zijn bij voorkeur een beetje schurend, verrassend of verheffend door de thematiek, de mate van abstractie, wonderlijke of gekke verhalen of vondsten. Hiermee wordt een beroep gedaan op de verbeeldingskracht van kinderen, leren ze over theaterconventies en ontwikkelen zich voorkeuren en meningen. We blijven toetsen, middels enquêtes en gesprekken, of wat we met onze programmering ambiëren ook daadwerkelijk bij ons publiek aankomt.

Jonge cultuurbezoekers. Natuurlijk moet het merendeel van de jonge, soms beginnende, cultuurbezoekers zich kunnen verhouden tot het programma. Met welk publiek en welk aantal bezoekers kan een voorstelling communiceren? Die vraag nemen we steeds mee in onze beslissingen. Eenvoudig is dat niet altijd. De doelgroep kinderen is weliswaar minder divers in culturele ervaring dan volwassenen, toch zijn het kinderen met verschillende achtergronden. Niet de positionering of de leeftijd van de makers, noch de mate waarin een voorstelling interessant is voor vakgenoten, noch het verschijningsjaar van een voorstelling, maar de verwachte impact op ons publiek is onze leidraad.

Andere landen. Het accent ligt, vanwege de taal, op producties uit Nederland en België. In de afgelopen jaren zijn ook steeds meer voorstellingen uit andere landen geprogrammeerd waarbij het gesproken woord niet of van ondergeschikt belang is. Deze voorstellingen worden niet alleen bovengemiddeld goed bezocht, maar geven het festival ook een artistieke meerwaarde. Internationaal aanbod is gemaakt binnen andere kunstwerelden en/of culturen en vertoont soms een bijzondere aanpak of heeft een atypische uitwerking op het (jonge) publiek. Juist deze invalshoeken onderschrijven onze programmeringsdoelstellingen. Dit draagt bij aan onze kwaliteitsontwikkeling en aan die van de deelnemende podia. Voor veel podia is De Betovering vrijwel de enige gelegenheid om internationaal aanbod te kunnen laten zien. Verblijfskosten van de internationale gezelschappen worden door De Betovering gedragen en de overige kosten worden met de locatie gedeeld. Tijdens het festival is het regelmatig ook mogelijk om internationale producties tussen de Haagse locaties te laten reizen, dit is landelijk redelijk uniek en maakt het, door de met meerderen gedeelde reiskosten, financieel nog aantrekkelijker voor theaters om hiervoor te kiezen.

Programmeren op en met vijftig locaties. Wij bezoeken erg veel jeugdtheater en -dans zodat we een duidelijk beeld hebben van de ontwikkelingen en weten wat we willen programmeren. De Betovering werkt samen met de locaties (theaters, musea, bibliotheken en buitengebieden) bij het samenstellen van het programma. Een voorstelling of workshop kan alleen in het programma worden opgenomen als zowel de betreffende locatie als De Betovering erachter staan. Beide partijen hebben aldus een vetorecht bij de programmering. Uitkoopsommen en recettes worden in de regel gedeeld tussen De Betovering en de locatie, waardoor beide partijen een belang hebben bij het inzetten van hun programmeringskennis, ervaring met publieksmotivaties, en hun marketingapparaat. De Betovering is, als organisator en eigenaar van het festival, eindverantwoordelijk voor de kwaliteit en de samenhang van de programmering.

Drempelvrees. We vinden het belangrijk om soms ook voorstellingen te programmeren die wél inhoudelijk voldoen aan ons programmeringsprofiel, inclusief de verwachte publieksimpact, maar waarvan we verwachten dat (nog) maar een klein publiek het aandurft om hier naartoe te gaan. We geloven erin dat de enthousiaste reacties van de bezoekers die het wél zagen of gaan zien, ons andere publiek, en de podia, helpen om in de toekomst wat meer gedurfde keuzes te maken.

Professionals. Steeds meer professionals bezoeken het festival, ook uit het buitenland. Zij zijn bij ons als publieksfestival in feite geen doelgroep. We ervaren hun bezoek echter als een (internationale) erkenning van de kwaliteit van onze keuzes. Bovendien worden de inhoudelijke gesprekken, ook met de programmeurs van onze locaties, door hen verrijkt. Voorstellingen door hen gezien bij De Betovering leveren regelmatig speelbeurten op in het buitenland tot in New York en Cairo. Voor een aantal makers is het daarom interessant om bij ons mogelijkwijs gezien te worden door (internationale) programmeurs, wat maakt dat het ons net iets vaker lukt om 'dat ene' gezelschap wél te kunnen boeken binnen onze beschikbare budgetten en dagen. Dat draagt bij aan de kwaliteit van het festival waar de kinderen profijt van hebben. De aanwezigheid van professionals draagt zo bij aan wat wij voor kinderen kunnen betekenen.

2.6.1 Festivalprogramma

De kernprogrammering bestaat uit **voorstellingen** en **workshops**. Bij de **voorstellingen** kiezen we voor (deels internationale) bestaande, kwalitatief sterke producties van professionele theater- en dansgezelschappen voor de jeugd. Sinds 2018 programmeren we hierbinnen ook 3 relax-performances waarover later meer. Daarnaast presenteert het festival een uitgebreid workshopprogramma. **De workshops**, vaak op maat voor het festival gemaakt en altijd gegeven door professionele vakdocenten en kunstenaars, zijn meestal inhoudelijk gekoppeld aan voorstellingen of begeleid museumbezoek- of bezoek aan een tentoonstellingsruimte. Deze zorgen voor verdieping en soms reflectie.

In 2021 opent Amare haar deuren. De Betovering is gevraagd om een bijdrage te leveren tijdens de openingsperiode en we zijn met hen in gesprek over hoe Amare in 2021 het centrale punt van De Betovering kan zijn. Een mooie kans voor kinderen om kennis te maken met het nieuwe cultuurcentrum. Jaren later zullen ze nog weten hoe ze er vanaf het eerste uur bij waren.

De randprogrammering bestaat uit **festivalcentra**, **een slotfeest**, **buitenprogrammering** en vanaf 2018 het nieuwe onderdeel de **Culturele Spelen**. De randprogrammering is er voor de festivalsfeer en de zichtbaarheid in de stad en is deels gratis. Het randprogramma biedt daarnaast ruimte voor programmaonderdelen die qua artistiek profiel bij de kernprogrammering passen, maar door hun vorm beter in een festivalcentrum, een feest of op straat tot hun recht komen, zoals installaties, performances en korte acts zoals een Bokko performance van Karel van Laere.

Festivalcentra en een slotfeest. Er zijn inmiddels vijf festivalcentra waardoor we het festivalgevoel spreiden over de stad. Twee staan er in het centrum (Korzo en Theater aan het Spui) en drie in de wijken: Muzee in Scheveningen, Dakota in Escamp en De Nieuwe Regentes in het Regentessekwartier. In de festivalcentra kan het publiek hele dagen terecht voor een doorlopend programma. De festivalcentra worden gebruikt voor ontmoetingen, reflectie, het uitwisselen van tips en delen van ervaringen over het kernprogramma. In meerdere centra wordt aan een vergelijkbaar of gezamenlijk project gewerkt. In 2017 was 'wie ben ik, wie wil ik zijn, en we vieren onze verschillen' het overkoepelende thema, en maakten de kinderen kartonnen 'Ikke's'. In 2018 was 'Kind aan zee' het thema en bouwden de kinderen aan fantasie-onderwaterwerelden. In 2019 gingen de kinderen aan de slag met 'de Ruimte', sterrenstof en aliens. Op het slotfeest in Theater aan het Spui krijgen de kinderen en hun resultaten uit alle festivalcentra een plek. Zo verbinden we de festivalcentra uit de verschillende stadsdelen met elkaar.

De buitenprogrammering bestaat met name uit professioneel straattheater en installaties. Hier programmeren we met vergelijkbare artistieke uitgangspunten als bij de kernprogrammering. Op straat kan niemand er meer omheen dat dit de feestelijke week van De Betovering is. Je voelt wat Betovering-programmering met je doet. Het buitenprogramma biedt een zeer laagdrempelige ingang richting het kernprogramma aan een dwarsdoorsnede van de samenleving op straat.

De organisatorische verantwoordelijkheid van de buitenprogrammering in de binnenstad ligt bij de Stichting Marketing Haagse Binnenstad. De Betovering is programmeur en artistiek verantwoordelijk.

De financiële verantwoordelijkheid wordt gedeeld door ons (50%) en de locatiepartners (50%): de winkeliers in de binnenstad, het Popdistrict en Spuipleinprogrammering. Zij hebben er belang bij dat de binnenstad verlevendigt, wij hebben belang bij een co-financier van onze gewenste buitenprogrammering, de samenwerking heeft voor beiden publicitaire voordelen en het draagt bij aan de economische spin-off in de stad. Ons deel van de 50% betalen we van een bijdrage van DSO, die elk jaar weer onzeker is, en waarvan de uitslag altijd laat is. Dit is daardoor voor ons een financieel risico en het demotiveert onze commerciële partners. Ook in de wijken programmeren we straattheater. Daar lukt het vooralsnog niet om dat samen met ondernemers te realiseren tijdens het festival, maar wel, als vooraankondiging, met organisatoren van wijkevenementen voorafgaand aan het festival.

De Culturele Spelen: De Betovering speelde al een tijd met het idee dat er een culturele tegenhanger zou dienen te komen van de sportieve Koningssspelen in april. Met de Culturele Spelen wil De Betovering kinderen tijdens schooltijd laten ervaren wat er buiten de schoolmuren mogelijk is aan culturele activiteiten en hen te helpen bij het zélf kiezen uit dat aanbod. De Spelen vinden plaats vlak voor de herfstvakantie. Door het themajaar Feest aan Zee werd het organiseren van de Spelen in 2018 budgettair mogelijk. De Betovering vroeg CultuurSchakel om samen te werken. Scholen worden door De Betovering geholpen met de invulling van de spelen. Een van de onderdelen is het door CultuurSchakel ontwikkelde lesprogramma *Op zoek naar De Betovering*, waarmee kinderen zich, binnen hun kunsteducatie-lessen op school, voorbereiden op hun week Betovering. In 2018 en 2019 vonden de pilotedities van de Culturele Spelen plaats. De Spelen worden een vast onderdeel van De Betovering. Begin 2020 wordt geëvalueerd en bepaald wat de sterkste en meest toekomstbestendige vorm ervan is.

Plannen voor 2022:

Ook dit jaar vindt het Festival plaats in maar liefst 60 verschillende culturele instellingen en in het breder publiek domein. De samenwerking die we zijn aangegaan met nieuwe locatie-partners in Laak, Escamp en Transvaal willen we voortzetten. In 2022 willen we ons vooral richten op het versterken van de banden van de nieuwe samenwerkingspartners en ons focussen op de kwaliteit van de programmering.

In 2022 wordt er ingezet (zie ook 2.5 Ambities) op extra buiten-programmering die de partners in de toekomst wellicht zelfstandig kunnen oppakken:

een (hernieuwd) festivalcentrum op het Spuiplein in samenwerking met lokale partners;
aansluiten bij het zomerprogramma 'A Mile In My Shoes' in het Zuiderpark;
straattheater en lichtkunst in de binnentuinen in de wijk Escamp.

Straattheater: Het straattheater in de winkelstraten van de binnenstad is nu volledig geadopteerd door Marketing Haagse Binnenstad. Een voordeel voor De Betovering is dat we het geld dat we uitsparen en in kunnen zetten voor bijzondere buiten-programmering activiteiten, zoals in de binnentuinen van Escamp en een bescheiden zomerprogrammering in het Zuiderpark.

Slotfeest: In 2022 willen we weer een gratis slotevenement aan het eind van het festival organiseren. Door de ervaring van de afgelopen twee edities (beperkingen en wisselende maatregelen) willen we kijken naar opties die met eventuele maatregelen ook grote kans hebben om door te kunnen gaan. Zoals een voorstelling buiten op het Spuiplein of binnen in het Atrium.

Resultaat 2022:

Het programma (voorstellingen en workshops) dat we in de 57 culturele instellingen brachten was zeer gevarieerd van inhoud. Van het schurende *Een leuk avondje uit* van Artemis in de Koninklijke Schouwburg tot het gemoedelijke *Bon Dia* in theater Dakota.

Net voor de opening van het festival werden we geconfronteerd met een afzegging van het openingsprogramma *Sol Bémol*. De hoofdspeler was geblesseerd, waardoor wij halsoverkop op zoek moesten naar vervanging van het programma. Dat is gelukt in *Gratis Chips* van de Belgische Compagnie Barbarie. Totaal anders, maar we hadden een fantastische avond. Gedurende de festivalweek waren er aardig wat inhoudelijke uitschieters waar we ontzettend blij mee waren: *Circus Entre le ziste et le geste* van Content pour Peu (Frankrijk), *Familie GRRR* van Het Paleis (België), *BullyBully* van Maas (winnaar Zilveren Krekel), *Systeem 2* met een hoofdrolspeler in rolstoel (België) en *Kom Wel* van 4Hoog (België). Op het Spuiplein maakt Compagnie KRAK met *Kontrol* grote indruk.

Festivalcentrum: onderdeel van de reguliere programmering was het festivalcentrum op het Spuiplein. In een vintage bumperstage vonden allerlei activiteiten plaats: gratis toegankelijke workshops en voorstellingen, betaalde voorstellingen en op de slotdag zelfs een gratis feestelijke rollerdisco.

Het buitenfestival op het Spuiplein, was mede dankzij de goede weersomstandigheden en zijn brede toegankelijkheid een groot succes en werd elke dag door honderden kinderen en hun ouders/begeleiders bezocht. Door goede promotie en informatievoorziening (flyers, persoonlijk contact, website, etc.) op scholen, buurthuizen en BSO's, kwamen er veel kinderen uit verschillende wijken van Den Haag. Het is lastig een inschatting maken hoeveel kinderen er bereikt zijn die normaal gesproken van huis uit niet vaak met kunst en cultuur in aanraking komen. Gezien het aantal BSO's dat zich meldde, ging dit om minimaal vijftig kinderen per dag. Grootste trekker waren *Knol d' Amour*, waarbij we de weg van aardappel tot frietje konden volgen (en opeten!) en Compagnie Krak, die een prachtige acrobatische voorstelling speelde. Het viel op dat een aantal kinderen vaker langs kwam (sommige bijna dagelijks) om keer op keer te genieten. Een cadeautje voor de spelers en organisatie!

Uit de evaluatie komt naar voren dat een buiten locatie te veel risico (weer-onzeker) en overheadkosten met zich meebrengt, dus voor de volgende editie wordt er gezocht naar een binnen locatie die toegankelijk is voor een breed en divers publiek.

Culturele Spelen: De Culturele Spelen voorafgaand aan de herfstvakantie waren wederom een succes. Net als voorgaande jaren waren de 100 plekken na opening van inschrijving binnen no-time gevuld. En ook dit jaar hebben we weer een aantal nieuwe scholen die mee gedaan hebben en zo raken we steeds beter in het Haagse schoolwezen geworteld. **Een uitgebreid inhoudelijk verslag van de Culturele Spelen vindt u in bijlage 2.**

Binnentuinen in Escamp: in het kader van *Iedereen Welkom* startten we dit jaar een project in samenwerking met woningbouwvereniging Haag Wonen, die veel woningen beheert in het stadsdeel Escamp (150.000 inwoners). Om de drempel te verlagen en de bewoners naar 'buiten te halen' is er voor gekozen om twee dagen lang (zaterdag 22 oktober en zondag 23 oktober) op twee verschillende locaties, namelijk twee door lage flats omsloten binnentuinen, een minifestival te organiseren. **Voor een inhoudelijk verslag over de Binnentuinen verwijzen wij naar bijlage 3.**

Het slotevenement vond plaats in de bumperstage op het Spuiplein op de laatste middag van het festival. De productie hiervan was uitbesteed aan het culturele productiebedrijf Fa-Bricage (zij verzorgden tevens de productie van het festivalcentrum op het Spuiplein doordeweeks). Het slotevenement was overdekt, zodat het ook bij regen door kon gaan. In de bumperstage was een gratis toegankelijk rollerdisco feest. Kinderen mochten zelf skates meenemen of ter plekke lenen en er werd onder begeleiding van Quads8 gedanst op de muziek van DJ Cassus. We hadden een glittermake-up artist om de kinderen extra feestelijk op de skatebaan te zetten. De EHBO stond klaar, maar was gelukkig niet nodig (op een geschaafde knie na). Kort voor aanvang stroomde het plein al vol met skatende kinderen. Het was vanaf de eerste minuut tot het eind een zeer geslaagd en drukbezocht slotfeest, maar volgend jaar gaan we zoeken naar een slotfeest dat artistiek inhoudelijk interessanter is.

Een uitgebreide telling van **de programmering vind u in bijlage 1**

Opties op voorstellingen voor de editie 2022

in optie genomen voor 2022	heeft gespeeld editie 2022	gezelschap	leeftijd	type programmering
90's vs 20's	ja	Bontehond	9+	reg Nederlandse prog.
Alles leuk en aardig	ja	Malou van Sluis	2+	reg Nederlandse prog.
Als het sneeuwt	ja	Simone de Jong	2+	reg Nederlandse prog.
BB	ja	Wonderland Collectief	0+	reg Nederlandse prog.
Be kind	ja	Emily Weiss/Tent	0+	reg Nederlandse prog.
Boelgevoel	ja	Het Laagland	4+	reg Nederlandse prog.
Bon dia, goedmorgen	ja	Izaline & Roël Calister met Thijs Borsten	4+	aanjagen meer cultureel diversere programmering
BullyBully	ja	Maas theater en dans	3+	reg Nederlandse prog.
De tijd loopt	ja	De Stilte	4+	reg Nederlandse prog.
De Tussentijdscapsule	ja	Schippers&VanGucht	6+	reg Nederlandse prog.
De Wondertuin	ja	Theater Stof	2+	reg Nederlandse prog.
Don Quichot	ja	Gesneden Koek	6+	reg Nederlandse prog.
Dromer	ja	Vanaf 2 producties	2+	aanjagen meer cultureel diversere programmering
Entre le zist et le Geste	ja	(FRANKRIJK) Le Cirque Content Pour Peu	5+	internationaal
Exoot	ja	Animatronique	AL	reg Nederlandse prog. (straattheater)
Gratis chips!	ja	(BELGIË) Cie de Barbarie	4+	internationaal
GRRRRoen	ja	Daan Draait	5+	reg Nederlandse prog.
Hand up!	ja	Lejo	3+	reg Nederlandse prog.
Hé, wie zit er op de WC?	ja	Vanaf 2 producties	2+	reg Nederlandse prog.
Het Cadeau	ja	Als het Ware	6+	reg Nederlandse prog.
Het Spookje	ja	Koekla	4+	reg Nederlandse prog.
Kom well!	ja	(BELGIË) 4Hoog	3+	internationaal
Kontrol	ja	(BELGIË) Cie Krak	4+	internationaal
Kunst	ja	Onder het buro	6+	reg Nederlandse prog.
Leuke avond	ja	Artemis	8+	reg Nederlandse prog.
Meneer Pannekoek	ja	Lonneke van Ieth Producties	4+	reg Nederlandse prog.
Mr. Haegenbeck's wonderbaarlijk universum	ja	(BELGIË) Machinerie	7+	internationaal
Muk	ja	De Grote Haay	2+	reg Nederlandse prog.
Olifantje Abul Abas	ja	Andalusisch orkest	4+	aanjagen meer cultureel diversere programmering
Onder de grond	ja	Wie Walvis	5+	reg Nederlandse prog.
Professor S.	ja	Klein Amsterdam producties	6+	reg Nederlandse prog.
Sleepy	ja	LloydCompany	4+	aanjagen meer cultureel diversere programmering
Sol Bemol	ja	(FRANKRIJK/BELGIË) Dirque & Fien	4+	Internationaal (opening)
Stek	ja	Dadodans	2+	reg Nederlandse prog.
StilteStormbaan	ja	Lieke Benders/Hoge fronten	7+	reg Nederlandse prog.
Superslow	ja	Bontehond	2,5+	reg Nederlandse prog.
Systeem 2	ja	(BELGIË) Cie Les Pieds Dans Le Vent	3+	internationaal
Thuis	ja	Mime Wave	3+	reg Nederlandse prog.
Tinten	ja	Danstheater Aya	9+	reg Nederlandse prog.
Vier	ja	De Dansers	4+	reg Nederlandse prog.
Van Hamelen & The Rats	geannuleerd	Lennart Monaster / Stip Theaterproducties	7+	reg Nederlandse prog.
Strek	geannuleerd	Frisse oren	3+	reg Nederlandse prog.
Boompje	geannuleerd	Frisse oren	4+	reg Nederlandse prog.
totaal in optie genomen: 43	totaal gespeeld: 40			

2.7 Het publiek (kinderen) in de vrije tijd als uitgangspunt

De Betovering is een publieksfestival. Kinderen, en in tweede instantie hun begeleiders, zijn onze belangrijkste doelgroep. De Betovering bereikt een breed scala van 2- tot en met 12-jarigen in hun vrije tijd, uit alle lagen van de bevolking: kinderen van cultuurminnaars, van expats en van ouders voor wie cultuurdeelname minder vanzelfsprekend is, van Nederlandse en buitenlandse herkomst, kinderen met en zonder beperking, kinderen uit het centrum, de wijken en van buiten de stad. Festival De Betovering zoekt voortdurend naar mogelijkheden om alle kinderen mee te laten doen. Ook kinderen waarbij het niet vanzelfsprekend is om te kunnen bewegen, horen, zien, om prikkels te verwerken, om de Nederlandse taal te verstaan (migranten/expats) of om een kaartje te kunnen betalen. De Betovering investeert al jaren onafgebroken in inclusiviteit.

Bereik bijzonder gewenst publiek en gerichte publiciteit

Kinderen en ouders voor wie theater- of museumbezoek in de vrije tijd minder vanzelfsprekend is bereiken we met het programma 'bereik bijzonder gewenst publiek' en met gerichte publiciteit. In dialoog met deze doelgroepen zoeken we naar ontwikkelkansen van het festival. We werken al jaren samen met verschillende organisaties aan het steeds meer toegankelijk maken van ons festival. Inmiddels hebben we een netwerk opgebouwd van welzijnsinstellingen, belangenorganisaties, scholen, wijkcentra en (buurt)verenigingen waar we ons 'bijzonder gewenst publiek' beter leren kennen en beter kunnen bereiken.

>> **Primeur voor De Betovering én voor Nederland zijn de relax-performances** waarnaar we in 2017 onderzoek deden en die we sinds 2018 structureel gingen opnemen in ons programma. Dit zijn reguliere voorstellingen die aangepast worden voor kinderen die niet goed tegen veel prikkels kunnen. Lichteffecten, stroboscooplicht, geluiden of knallen worden verzacht of eruit gehaald. Ook wordt het zaallicht een beetje aangelaten, zodat het niet helemaal donker is. En als een kind om een bepaalde reden tijdens de voorstelling de zaal uit moet of wil, dan is dat geen probleem. We hebben ons hierbij laten inspireren en adviseren door festivalcollega's uit het buitenland met ervaring hierin, en door experts in neurodiversiteit in Nederland. Met deze relax-performances maken we een deel van het festival beter toegankelijk voor neurodivers publiek zoals kinderen met bepaalde vormen van hersenbeschadiging of kinderen met een stoornis in het autistisch spectrum, of een aandoening in het ad(h)d-, of het hoog sensitieve spectrum. Deze programmering wordt omkaderd met prikkelarme zones in de foyers voor kinderen die zich moeten kunnen terugtrekken. En fotoboekjes over de routing in de theaters, bestemd voor de kinderen voor wie voorspelbaarheid belangrijk is. Dit alles leidde zichtbaar tot nieuw festivalpubliek. Het is fantastisch om terug te horen dat deze vorm van programmeren overgenomen is door enkele podia buiten De Betovering. We zijn er trots op dat ons initiatief een spin-off binnen de sector teweegbrengt: prikkelarm circus van Magic Circus, prikkelarm theater bij het HNT en prikkelarme concerten door het land.

(1) Plannen Prikkelgevoelig 2022:

Even als voorgaande jaren zullen we duidelijk communiceren over onze relax-performances; relaxte uitvoeringen van de voorstellingen die prikkelarm zijn en waarbij randvoorwaarden zijn gecreëerd om het bezoek voor kinderen die snel prikkels ervaren zo prettig mogelijk te laten verlopen. We gaan hiervoor op minimaal 3 locaties een relaxte uitvoering programmeren met daarbij een prikkelarme plek waar kinderen zich kunnen terugtrekken indien nodig. Van het HNT begrepen we dat ze ondertussen geïnspireerd zijn en een relax ruimte in de Schouwburg hebben gecreëerd waarbij wij ze alleen nog hoeven te faciliteren met onze opvouwbare ligmaten-stoeltjes voor de kinderen die behoefte hebben om te liggen. Van de locaties met relaxte programmering maken we fotoboekjes in kader van "no surprises" en we hopen dat uiteindelijk alle locaties dit soort boekjes kunnen aanbieden. Afgelopen editie brachten we voor het eerst ook gehoorbescherming voor de kinderen mee en handleidingen voor de medewerkers op de vloer. We vingen positieve geluiden op dat sommige partners hierdoor geïnspireerd zijn deze zelf ook aan te gaan schaffen. Een praktische handleiding voor alle medewerkers op de vloer (nieuw in 2021) blijven we meegeven in 2022. Onze test-ouders met prikkelgevoelige kinderen gaven aan dat niet alle (medewerkers van de) theaters hen even goed op weg kon helpen met de behoeftes van de kinderen. Daarbij willen we, gevoed door gesprekken met ouders en sleutelfiguren met ervaring, tenminste via de website, naast het coderen van prikkelarm aanbod, het ook om de publiciteitstekst benoemen als we weten dat een voorstelling prikkelrijk is. In kader van verscheidenheid en maatwerk kunnen de ouders, die hun eigen kinderen het beste kennen, zelf een beslissing maken.

We hopen zo dat we weer meer families, die nu nog te onzeker zijn om te komen, omdat ze voor hun gevoel te veel afwijken van wat de norm is, ook te verleiden om mee te doen. Zij kunnen denken dat de reguliere voorstellingen niet voor hen zijn. Wij hopen dat door het specifiek benoemen we aan hen kenbaar kunnen maken dat ook zij welkom zijn.

(1) Resultaat Prikkelgevoelig 2022:

Dit jaar hebben we ervoor gekozen om de term 'prikkelarm' niet meer te gebruiken, maar juist de voorstellingen die 'prikkelrijk' zijn als zodanig te benoemen. We hebben in 2021 gemerkt dat wanneer een voorstelling het label 'prikkelarm' had, de reguliere festivalbezoeker minder geneigd was deze voorstelling te bezoeken, omdat men dat dat deze 'saai' zou zijn. Het benoemen van de tegenhanger: 'prikkelrijk' geeft ouders met prikkelgevoelige kinderen zelf de keuze om te bepalen of hun kind deze voorstelling aan kan. Wat we ook hebben gedaan, is op diverse locaties een prikkelarme ruimte gecreëerd met daarin een geluiddempende koptelefoon, een oogmasker en een zit-/ligkussen, zodat kinderen die dat nodig hadden, zich terug konden trekken uit een soms overvolle foyer. De koninklijke Schouwburg, Theater aan het Spui, De Nieuwe Regentes en KOO hebben hier dit jaar aan meegewerkt. We hebben per locatie een handleiding geschreven, welke op voorhand met bezoekers gedeeld kon worden die dit nodig hadden, maar ook goed werkten voor het team op de vloer vanwege de tips en trucs hoe om te gaan met deze doelgroep.

>> **In samenwerking met de Ooievaarspas** communiceren we met de doelgroep met een kleine beurs dat bezoek mogelijk is met 50% korting op de toegangsprijzen en welke programmaonderdelen gratis te bezoeken zijn. Voedselbank-uitgiftepunten communiceren over De Betovering aan hun cliënten, die in het weekend gratis naar een Betovering- voorstelling naar keuze mogen en er is promotiemateriaal naar Vluchtelingenwerk gestuurd, om de maatjes in Den Haag erop te attenderen dat festivalbezoek een gezamenlijke activiteit kan zijn.

>> Met het oog op kinderen met een fysieke beperking:

- communiceren wij met gerichte persberichten, en via onze eigen website over de toegankelijkheid van onze locaties voor mensen met een beperking;
- communiceren wij met specifiek hierop gerichte persberichten en via onze eigen website en brochure over de toegankelijkheid van onze activiteiten. Taalarme activiteiten worden duidelijk als zodanig aangeduid, wat relevante informatie biedt voor dove en slechthorende kinderen;
- organiseren we bij enkele programmaonderdelen de aanwezigheid van een gebarentolk, welke ook aangevraagd kan worden door publiek;
- wordt de bewegwijzering in het festivalcentrum in hoogte en kleurstelling aangepast om deze beter leesbaar te laten zijn voor rolstoelgebruikers en slechtzienenden;
- vragen we aan onze locaties om informatie over hun toegankelijkheid duidelijk zichtbaar te maken, ook bij hun kassa's, en geven tools hiervoor;
- maken we onze medewerkers en vrijwilligers bewust van bejegeningnormen;
- blijven we, onderzoekend en wervend, in gesprek met organisaties die werken met kinderen met een lichamelijke beperking zoals het speciaal onderwijs, Wattelt!, Komt het Zien! en MuteSounds.

(2) Plannen 2022 met betrekking tot kinderen met een beperking:

- we blijven de ontwikkelingen volgen en open staan voor verbeterkansen voor onze website nadat deze in 2021 werd gescand op toegankelijkheid met de validator van W3C resp. WebAIM. Ook in 2021 maakten we naast 'Veel te zien' (weinig woorden) de selectieknop 'Veel te horen' (concert, cabaret, verteltheater) aan op de website met een programma voor mensen met een visuele beperking. Daarbij maken we op onze website altijd kenbaar dat je in kader van het gehoor of juist het zicht, aanspraak kan maken op speciale zitplaatsen bij voorstellingen.
- In samenspraak met HNT onbeperkt selecteren we een voorstelling die getolkt kan worden en een voorstelling waarbij audiobeschrijving passend is. Deze voorstellingen komen vaak met een randprogramma zoals dat er bij een voorstelling met audiobeschrijving ook een moment vooraf wordt georganiseerd dat blinde en/of slechtzienende kinderen het decor en de acteurs mogen aanraken.

(2) Resultaat Kinderen met een verstandelijke beperking 2022:

In september 2022 hebben we onze nieuwe website gelanceerd, mede met de uitkomsten van eerdergenoemde validator van W3C resp. WebAIM in acht genomen. Ook hebben we dit jaar wederom de knoppen 'Veel te zien' (weinig woorden) en 'Veel te horen (concert, cabaret, verteltheater) gebruikt voor mensen met een auditieve resp. visuele beperking. Daarbij maken we op onze website kenbaar dat je contact met ons op kunt nemen voor hulp bij het bezoek aan een van onze festivallocaties en waar nodig nemen we contact op met het gezelschap om het bezoek nog laagdrempeliger te maken voor mensen met een beperking.

>> We informeren scholen en organisaties die werken met kinderen met een verstandelijke beperking.

Samen met Middin zoeken we naar extra mogelijkheden en zijn er bijvoorbeeld jaarlijks volwassen vrijwilligers met een verstandelijke beperking ingezet in onze festivalorganisatie. Zo willen we aan kinderen zichtbaar het signaal afgeven dat ook mensen met een verstandelijke beperking erbij horen.

(3) Plannen met betrekking tot mensen met een verstandelijke beperking 2022:

- De inzet van de deelnemers van Middin tijdens ons festival, welke tijdens de pandemie helaas kwam stil te liggen, wordt nieuw leven in geblazen. Ons contact met Middin is warm en samen kijken we uit naar een nieuwe samenwerking.
De Betovering gaat opnieuw samenwerken met Superkracht (een initiatief van Stichting VtV ism Possibilize) om deelnemers met een licht-verstandelijke of meervoudige beperking op te nemen in ons team tijdens de uitvoering van het festival. Middels een paar bijeenkomsten en workshops (waarvan de eerste voor de nieuwe ronde plaats vond op 23 maart 2022) werken we toe naar hun deelname. De eerste bijeenkomst voor de nieuwe ronde vond reeds plaats (23 maart 2022) om samen met oude deelnemers vooruit te blikken en potentiële nieuwe deelnemers te enthousiasmeren. Hiermee hopen we meer deelnemers (5 in 2021) te mogen verwelkomen. Eén van de deelnemers treedt in 2022 toe tot het reguliere team van vrijwilligers wat betekent dat hij voldoende ervaring heeft opgedaan in ons festival om zelfstandig, zonder buddy, te kunnen werken. Omdat instanties het werken met mensen met beperking nog niet voldoende (kunnen) omarmen fungeren we als festival hopelijk als springplankfunctie en kunnen deze deelnemers een vastere plek binnen de culturele instanties innemen.
- Voor de Culturele Spelen maken we samen met specialisten van KOO een aanbod voor kinderen uit het speciaal en passend onderwijs. Naast het SO gaan we een aantal scholen van het VSO aanschrijven voor wie het jeugd aanbod ook passend is.
- We gaan actief communiceren (via website en nieuwsbrieven) dat kinderen met een verstandelijke beperking van harte welkom zijn bij alle activiteiten. Voor de kinderen wie rust, ruimte én een goede 1 op 1 begeleiding van belang is, organiseren we in samenspraak met KOO de speciale workshops met de inzet van specialistische docenten.

(3) Resultaat m.b.t mensen met een verstandelijke beperking 2022:

Het warme contact met Middin is dit jaar (post-corona) nieuw leven ingeblazen en we hebben onze mooie samenwerking dit jaar voortgezet. In Theater aan het Spui en in ons festivalcentrum op het Spuiplein hebben we leuke werkzaamheden voor hen kunnen creëren. Met daaraan voorafgaand een kijkje achter de schermen en als kers op de taart een voorstellingsbezoek. In totaal werkten 6 vrijwilligers via Middin mee aan ons festival.

Ook de samenwerking met Superkracht (een samenwerking van VTV en Possibilize) heeft dit jaar weer plaatsgevonden. In beiden weekenden van het festival zijn in totaal 8 medewerkers van Superkracht aan het werk geweest in Theater aan het Spui en in ons festivalcentrum op het Spuiplein. Een medewerker van Superkracht die dit jaar succesvol overgestapt naar het reguliere vrijwilligersteam.

De samenwerking voor de Culturele Spelen met KOO is dit jaar helaas niet van de grond gekomen. We hopen hier komende editie werk van te kunnen maken.

We hebben dit jaar gecommuniceerd dat kinderen met een verstandelijke beperking bij alle activiteiten welkom zijn. De workshops van KOO waren speciaal voor kinderen met een beperking geprogrammeerd, maar deze activiteiten moeten wij in het vervolg beter naar buiten communiceren. Nu werden ze niet goed genoeg bezocht, omdat de doelgroep niet helder genoeg stond aangegeven.

>> **Er is extra aandacht voor kinderen uit de Schilderswijk en het stadsdeel Escamp.** In deze wijken is de participatie in de vorm van theater- of museumbezoek in de vrije tijd door kinderen, erg laag. Voor deze wijken worden eigen wijkflyers gemaakt en gedistribueerd met het festival-aanbod in de betreffende wijk en een plattegrond van de wijk. Daarnaast wordt deze groep actief, en op persoonlijke wijze, benaderd met het doel om mogelijke drempels te verlagen/weg te nemen. De hiervoor aangestelde projectmedewerker doet dit o.a. door:

- moeders van kinderen in De Betovering-leeftijd voorafgaand aan het festival in groepen rond te leiden in een van festivallocaties en hen daar ook te informeren over het festivalaanbod;
- door maatwerkprogramma's te maken voor groepen van wijk- en buurtcentra;
- door ouders voorlichting te geven over het festival tijdens hun eigen koffie-ochtenden en taallessen;
- door te communiceren via de welzijnsorganisaties en wijkgerichte mediakanalen;
- en door op voor de wijk belangrijke plekken kleinschalig extra workshops en extra straattheater te programmeren als parade voor de hoofdprogrammering van het festival.

(4) Plannen 2022 met betrekking tot participatie in de wijken:

- Met het programma Iedereen Welkom zoeken we actief in de stadsdelen Escamp en Centrum (Schilderswijk en Transvaal) samenwerking met partijen die ouders of kinderen met andere (bi)culturele achtergronden bereiken. Dit zijn met name wijkcentra en jeugdwerkers, maar we willen ook vanaf dit jaar meer scholen gaan bereiken.
- Naast het verstevigen van de contacten proberen we iedere editie nieuwe contacten en samenwerkingen aan te boren. In 2021 ontdekten we dat onze aanwezigheid bij een paar werkoverleggen van de wijkcentra ons nieuwe contacten opleverde. We zullen deze bijeenkomsten opnieuw gaan bijwonen.
- In Stadsdeel Centrum, waar de welzijnsorganisaties ons weten te vinden en ook naar onze mening sneller de activiteiten zelf oppakken, nemen we een adviserende rol in over keuzes binnen het programma in de wijk.

- In Escamp gaan we is samenwerking met de woningbouwvereniging HaagWonen programmeren in de binnentuinen.
- En, zoals reeds in paragraaf 2.5 beschreven, besteden we tijd en middelen aan nieuwe onderdelen die we in 2021 zijn begonnen: we gaan weer Betovering TV maken met als nieuw onderdeel de jongere vloggers; ook het *vakantie-thuiskunst-doeboek* krijgt (in een iets andere vorm) een vervolg. Alles om een nog bredere en diverse doelgroep te bereiken die niet vanzelfsprekend in aanraking komt met de betoverende wereld van kunst en cultuur.

Resultaat met betrekking tot participatie in de wijken 2022:

De afgelopen jaren hebben we veel geïnvesteerd in de wijken van Den Haag. De meeste instellingen weten hun eigen weg naar De Betovering inmiddels te vinden, daardoor (en door de Bestemmingsreserve COVID) ontstond er in 2022 ruimte voor nieuwe initiatieven zoals het project de Binnentuinen in Escamp (zie bijlage 3).

In diverse buurthuizen gaven wij een toelichting op het programma van De Betovering en hielpen wij met het samenstellen van een programma op maat voor bezoek aan ons festival. De bestaande contacten met de buurthuizen zijn verstevigd. We gingen een nieuwe samenwerking aan met een buurthuis in Loosduinen, een wijk waarin we nog niet eerder actief waren.

>> **Voor anderstaligen maken en verspreiden we ook een Engelstalige brochure** met daarin een selectie uit het festivalaanbod waarbij gesproken taal niet van belang is. Ook maken en verspreiden we een Engelstalig persbericht. Engelstalige informatie is ook op de website te vinden. Verscheidene buurthuizen, maar ook internationale organisaties en bedrijven, betrokken ambassades en STET (Stichting The English Theatre Den Haag) helpen ons bij het benaderen van hun anderstalige achterban.

Generieke publiciteit

Voor het bereik van het grote publiek blijken onze in 2017 vernieuwde website en de stadsbrede verspreiding van de programmaboekjes belangrijk. Alle 157 Haagse basisscholen, en inmiddels ook veel scholen in de buurgemeenten, verspreiden het programmaboekje onder hun leerlingen. Dat is bijzonder en uiterst waardevol. Onze locaties zetten hun eigen marketingapparaat in en ook vaste publiciteitspartners als de VVV werken mee. Daarnaast voeren we publiciteit via social media, nieuwsbrieven, persberichten, filmpjes op stadsschermen, aanwezigheid op een aantal kinderevenementen en citydressing. Het straattheater zelf is programmering en citydressing ineen. Door het straattheater in samenwerking met de ondernemersverenigingen te programmeren, en het eigenaarschap dat zij voelen, liggen de flyers van het Betovering-straattheater heel vanzelfsprekend op toonbanken van de Hema, Jamin en Bijenkorf en staan er baniertorens in de Grote Markstraat. Pathé, de bioscoop aan het Spui, toont kosteloos, vanaf 10 dagen voor het festival, het Betoveringreclamefilmpje, voorafgaand aan alle kinderfilms.

Het City-dogs netwerk verspreidt onze programmaboekjes landelijk op de kinderrijke adressen in de grote steden. We kopen reclamefilmpjes in, voorafgaand aan kinderprogramma's van Z@pp op Uitzendinggemist.nl. Deze programma's worden vaak klassikaal op school bekeken, waardoor de pre-rolls een extra groot bereik hebben. Rail-tv toont onze filmpjes op de perrons van alle Nederlandse treinstations. In 2018 zijn we (ook passend bij één van onze duurzaamheidsambities: extra publiciteit zonder extra papier), een samenwerking aangegaan met het marketingbureau INTK.

Zij hielpen ons om onze Google Grants (3 jaar lang gratis AdWords plaatsen ter waarde van maximaal \$10.000 per maand) zo goed mogelijk te gebruiken om (ook landelijk) potentieel publiek naar onze website te verleiden. We hebben daarnaast een online-marketingspecialist ingehuurd voor enkele uren om ons te helpen onze online marketing (m.n. SEA, SEO) te professionaliseren. De investering in de online marketing willen we structureel maken.

Evaluaties en publieksonderzoek

Evaluaties met ons publiek en onze locaties zijn essentieel. Al vele jaren worden onder het volwassen publiek ongeveer 1.000 enquêtes afgenomen. Deze onderzoeken voeren wij met een eigen programma uit. Omdat de onderzoeken een lange periode betreffen, kunnen wij tendensen signaleren en ontwikkelingen volgen en daar ons beleid op aanpassen.

Wij verzamelen belangrijke informatie over bijvoorbeeld veranderingen in de (culturele) achtergrond en de cultuurparticipatie van ons publiek, over hun beleving van het door ons geprogrammeerde en de effectiviteit van de verschillende publiciteitsuitingen. Ook toetsen wij bij sleutelfiguren (zoals begeleiders van bezoekende buurt/kindercentra) of we datgene wat we met onze programmering ambiëren, ook realiseren. Dat blijkt veelal het geval.

(5) Plannen 2022:

We waren aangenaam verrast over de 286 respondenten die in 2021 onze digitale enquête invulden. Ze waren hiertoe opgeroepen via onze socials, website, nieuwsbrief en servicemails vanuit (slechts) twee locaties. In 2022 willen we op meer plekken oproepen tot het invullen van de digitale enquête. We overwegen om in 2022 ook in de programmaboekjes een QR-code te drukken die gescand kan worden met; 'Wat vind jij de Betovering? Geef je mening!' Met deze QR-code kunnen bezoekers direct hun mening of verbeterpunten met ons delen. Ook kan deze code op bordjes bij de ingang van theaters, musea e.d. worden neergezet. Wellicht kunnen de huidige Djimmie borden ook worden voorzien van een sticker met code.

Zo'n QR-code kan in een bepaalde vorm gemaakt worden, hierdoor kunnen we toch een Betovering touch eraan geven. Vorig jaar is er enkel via twee van onze locaties een enquête verstuurd via een servicemail, dit kan ook via alle deelnemende locaties gedaan worden na het festival of direct na de voorstelling en/of workshop. Natuurlijk kunnen wij dat ook zelf via onze nieuwsbrief tijdens of na het festival. Mocht het weer mogelijk zijn, kunnen we ook weer fysiek enquêteren dit jaar! Door deze combinatie van het uitzetten van de enquête, proberen we van diverse doelgroepen informatie te ontvangen.

(5) Resultaat 2022:

De enquête is in 2022 aangeboden via een QR code en werd helaas minder ingevuld dan gehoopt. We kregen 245 stuks retour, wat neerkomt op slechts 1 % van de totale bezoeken (17.552). Volgend jaar zullen we hier veel actiever mee aan de slag moeten. Bijvoorbeeld door vrijwilligers actief rond te laten lopen op allerlei verschillende locaties om mensen te interviewen. De enquêtes hebben ons wel goede tips voor verbetering opgeleverd.

Daarnaast evalueren we jaarlijks inhoudelijk met de deelnemende locaties over de publiekssamenstelling en publiekservaring. Uit de enquêtes blijkt onder andere dat het boeken van kaarten voor het publiek dat naar meer dan één activiteit wil, omslachtig is. De kaarten worden namelijk verkocht via de locaties. Het niet hebben van toegang tot de data van onze bezoekers beperkt daarnaast onze marketingmogelijkheden en mogelijkheden om fundamentele publieksonderzoek te doen. Wat dit laatste betreft kijken we hoopvol uit naar het gemeentelijke overkoepelende publieksonderzoek waarbij de kaartverkopende locaties de data van het Betovering-publiek dienen in te brengen voor het onderzoek.

(6) Plannen 2022:

de resultaten van het publieksonderzoek zijn inmiddels bekend. Ook al waren de data beperkter dan gehoopt, de resultaten geven ons wel handvatten bij het kiezen van marketingpartners. "Het is moeilijk om interessante samenwerkingspartners te bedenken in dit rapport, omdat De Betovering al lang succesvol samenwerkt met een zeer groot deel van de Haagse culturele instellingen." Toch vinden we een paar culturele organisaties waarmee samenwerken kansrijk is omdat we een vergelijkbaar publiek bedienen, en een paar andere omdat zij publiek bereiken dat wij nog in mindere mate bereiken maar wel willen bereiken: ouders van jonge kinderen uit andere culturen bijvoorbeeld. In 2022 wordt dit onderzoek opnieuw uitgevoerd.

Resultaat 2022:

In december 2022 ontvingen we de resultaten van het Publieksonderzoek dat The Hague & Partners uitvoerde op verzoek van de Gemeente Den Haag. De bevindingen zijn bijgevoegd in bijlage 8.

2.8 Internationaal en cultureel divers

Via de inzet in de wijken, het programma bijzonder gewenst publiek, en de internationale programmering investeren we in het bereik van internationaal en cultureel divers publiek. Dat vinden we belangrijk.

Inmiddels heeft ruim 54% van de Hagenaars een migratieachtergrond: 36% niet-westers, 18% westers (bron: *alle cijfers.nl en denhaagincijfers.nl*). Van de bezoekers van ons festival associeert een steeds groter wordend deel, inmiddels (2018) 34%, zich met een niet-of-meer-dan-alleen-Nederlandse nationaliteit: 16% niet-Westers, 18% Westers. Een deel van ons publiek is de Nederlandse taal niet machtig.

(1) plannen 2022

Nu we ons steeds meer verdiepen in diversiteit en inclusie en de woordkeuze daarbij, merken we dat het steeds uitdagender wordt om enerzijds zoveel mogelijk helderheid te verschaffen aan een subsidiënt over de bereikte diversiteit en het niet gelabeld willen worden door betrokkenen anderzijds. We hebben hier nog geen goed antwoord op maar blijven dit onderzoeken, tegelijkertijd waken we ervoor om semantische principiële discussies te blijven hangen, we blijven het belang van de principes benoemen, en er zo goed mogelijk naar handelen.

Bestuur en team volgen de ontwikkelingen op het gebied van inclusie op de voet en zullen minimaal 1 masterclass, werksessie of meeting bijwonen.

Resultaat 2022:

We hebben de migratieachtergronden van onze bezoekers niet specifiek onderzocht. Twee medewerkers hebben de masterclass 'Creatieve toegankelijkheid: inclusieve oplossingen' bijgewoond. Deze werd georganiseerd door Possibilize.

Het CBS (bron: *Prognose 2019-2050: Demografische veronderstellingen*) voorspelt dat het aantal inwoners in Den Haag tot 2024 met zo'n 7% groeit, dat Den Haag een relatief jonge populatie houdt en een aantrekkingskracht houdt op immigranten, waaronder arbeidsmigranten uit de EU, expats en internationale studenten. Het belang van onze taak neemt toe om al die verscheidenheid aan (Haagse) kinderen te voorzien van een gemeenschappelijk baken van gedeelde culturele en kunstzinnige

ervaringen. De voorstellingen die we van buiten het Nederlands taalgebied programmeren, met een kleine rol voor het gesproken woord, is interessant voor hen die de Nederlandse taal (nog) niet beheersen: migranten, expats maar ook voor slechthorenden, allemaal bijzonder gewenst publiek. De voorstellingen uit het buitenland genereren, naast een artistieke meerwaarde, extra aandacht van programmeurs. Dit heeft als neveneffect dat het voor gezelschappen interessanter wordt om op De Betovering te spelen en dat vergroot weer onze mogelijkheden om zo goed mogelijk te programmeren. Het aandeel van voorstellingen uit het buitenland is de afgelopen jaren gegroeid. Het bestuurslidmaatschap van Assitej NL (de Nederlandse afdeling van het internationale jeugdtheaternetwerk) door de directeur van De Betovering draagt er bovendien toe bij meer en beter gebruik te kunnen maken van (het netwerk van) collega's in Nederland die ook met internationalisering van het jeugdtheater bezig zijn. Cultureel diverse programmering is én blijft een aandachtspunt. De Betovering zoekt naar kwaliteitsvoorstellingen met helden en verhalen uit alle windstreken, met een gemeenschappelijk verhaal als een verbindend element waar onze steeds diverser wordende samenleving behoefte en tekort aan heeft. Het is waardevol als meer kinderen zich gerepresenteerd voelen in het aanbod dat wij hen aanbieden. We geven voorrang aan voorstellingen die passen bij de culturele diversiteit van Den Haag.

Bij het programmeren ervaren we dat onze vraag naar cultureel divers aanbod, dat binnen ons artistiek profiel past, groter is dan het aanbod, en dat dat in de landen om ons heen niet anders is. Het huidige aanbod sluit onvoldoende aan bij de culturele rijkdom die er in onze diverse samenleving is, en is onvoldoende om onze maatschappelijke taak te vervullen om onze superdiverse steden te helpen een thuisgevoel voor alle burgers te creëren. Bij het positief kritisch blijven toetsen van de validiteit van ons artistiek waardenstelsel in een veranderende omgeving zoeken we naar experts die ons hierbij helpen. Zo halen we sinds 2018, in samenwerking met Agnieszka Czekierda van Theater Malego Widza, goed Pools aanbod naar Den Haag, dat naast ons regulier publiek ook de Poolse gemeenschap in Den Haag aantrekt.

(2) Plannen 2022 internationalisering:

Dit jaar ligt ons ambitieniveau v.w.b. internationale programmering lager dan genoemd in het MJB, maar hoger dan in het afgelopen jaar. We schatten het risico op Covid-gerelateerde reisbeperkingen kleiner dan afgelopen jaar. Tegelijkertijd is er afgelopen jaar weinig gelegenheid geweest om zelf voldoende internationale programmering te zien, als basis voor het programmeren. Wel hebben we onlangs weer een internationale voorstelling 'Der Lauf' gevonden voor wie we, in samenwerking met Bureau vanaf twee, in oktober 2023 een Betovering-tournee in Nederland gaan aanbieden.

En dit jaar komt onze kernwaarde 'internationaal' meer tot uiting in de verduurzaming van onze internationalisering dan in veel voorstellingen uit het buitenland in het festivalprogramma. We verwachten circa 6 voorstellingen uit het buitenland te programmeren. Voor minimaal 50% ervan organiseren we een tournee of een artistieke uitwisseling.

Resultaat 2022:

Het internationale tintje van De Betovering was zoals aangekondigd kleiner dan voor corona. We hebben aardig wat voorstellingen uit België geprogrammeerd in 2022, in totaal 6 producties, waarvan onze openingsvoorstelling Sol Bémol helaas werd geannuleerd wegens een blessure. Uit Frankrijk kwamen 2 producties. Tournees organiseren was niet nodig, omdat de te bereizen afstanden naar Nederland niet zo groot waren.

In de nieuwe planperiode willen we aan de slag gaan met:

- Het activeren van meer cultureel divers programma-aanbod d.m.v. 'Andere helden, nieuwe verhalen'
Wij zijn geen vak- noch makersfestival. Maar als ambassadeurs van ons publiek, met een goed netwerk binnen het gevestigde bestel voor jeugdpodiumkunst, en bekendheid met interessante (Haagse) makers met een niet Westerse achtergrond, voelen we de verantwoordelijkheid het veld bij te staan in deze broodnodige ontwikkeling. We willen daarom een "kunst-lab" aanbieden aan een aantal kunstenaars/musici/dichters en theatermakers die voldoen aan onderstaande criteria,
 - Gebleken ervaring met het maken van podiumkunst;
 - Intrinsieke verbondenheid, inzicht en interesse in het kunstzinnig vertolken van verhalen van niet-westerse culturen;
 - Engagement met en interesse in het maken voor jeugdigen en kinderen;
 - Onderschrijven van het artistiek profiel van De Betovering;
 - De artistieke meerwaarde van de culturele samenwerking te willen onderzoeken.

We introduceren hen bij het bestaande bestel: laten hen voorstellingen zien en brengen hen in verbinding met een maker of gezelschap binnen het gevestigde jeugdpodiumkunstenbestel die hun interesse heeft. Mits er sprake is van een wederzijds uitgesproken match, krijgt deze nieuwe combinatie van ons een werkbudget, en (kantoor)ruimte om een week met elkaar te werken, zonder dat ze hiervoor eerst plannen moeten schrijven en subsidies hoeven aan te vragen. De resultaten van de kunstlabs mogen, duidelijk aan publiek als 'work-in-progress' gecommuniceerd, worden gepresenteerd tijdens het festival.

(3) Plannen 2022 Andere helden, nieuwe verhalen

We werken, conform plan, verder aan 'Andere helden, nieuwe verhalen'. Mo Anouar zal na een succesvolle samenwerking vorige editie, opnieuw betrokken worden bij het project BetoveringTV. We (ver)volgen de samenwerking van Tieka Masfar met PlanD. Het artistieke koppel **Chee-Han Wong en Reza Kartosen** gaan voorleessessies uit hun boeken in combinatie met een kunstworkshops geven in boekhandel De Vries van Stockum. Met **Kevin Wekker** blijven we, in samenspraak met Bureau Vanaf2, in gesprek over waar er kansen liggen om zijn idee voor het jeugdtheater-bestel te pitchen.

Resultaat 2022

De noemer *Andere helden, nieuwe verhalen* wijzigen we in 2023 in *Nieuwe helden, andere verhalen* (de verhalen zijn immers niet nieuw)

Er is tijdens de 23^e editie van het festival samengewerkt met Betovering 'Helden' uit eerdere projectjaren. Het artistieke koppel Chee-Han Wong en Reza Kartosen heeft een uitverkochte voorleessessie inclusief workshop gegeven in boekhandel De Vries van Stockum.

Mo Anouar is dit jaar medeverantwoordelijk geweest voor het project BetoveringTV. Hij was betrokken bij het opzetten van het concept en de presentatie. Er zijn 8 afleveringen geproduceerd en gecreëerd voor BetoveringTV.

Door de veranderingen in het team, heeft dit traject minder aandacht ontvangen dan gewenst. Wel zijn er dit jaar vruchtbare gesprekken over nieuwe helden geweest met Bureau Vanaf2, Theatergezelschap BonteHond en Jeugdtheatergezelschap Simone de Jong Company. Hier is een mooie basis gelegd voor 2023.

Leuk om te melden: Tieka Masfar werd in 2021 via dit project gekoppeld aan gezelschap Plan D-. Hun samenwerking resulteerde onder meer in een danstheaterproject op het Kentalis Amsterdam, een school voor kinderen met een auditieve beperking. We zijn blij te hebben vernomen dat Tieka sinds deze pilot regelmatig terugkeert op het Kentalis voor workshops (Hiphop met Nederlands met gebaren)!

2.9 Samenwerking en spreiding in de stad

Samenwerken, spreiding en verankering in de stad, dat zit in ons DNA. We geloven in krachtenbundeling, het binden van verschillende partijen en mobiliseren in dienst van het geheel. Daarbij zoeken we naar - soms niet voor de hand liggende - partners, die eenzelfde (sub)doel voor ogen hebben en met wie we samen cultureel kunnen ondernemen om tot een versterking te komen in programma, publiciteit, financiën of uitstraling. De Betovering voert binnen dit vruchtbare collectief de samenwerking aan, stuurt, bewaakt, programmeert, organiseert, zorgt en stimuleert. Via factsheets houden we partners betrokken en op de hoogte van de gezamenlijke focus en successen. Door de intensieve, langdurige samenwerkingsverbanden is De Betovering in de herfstvakantie tot in de vezels van de stad voelbaar.

We programmeren bij en met ruim vijftig theaters, musea, bibliotheken, ondernemers in winkelgebieden en organisatoren van wijkevenementen, en sociaal-maatschappelijke organisaties zoals Vadercentrum Adam, verspreid door heel Den Haag. Dit beïnvloedt de omvang, kwaliteit en diversiteit van onze programmering, de marketingkracht en daarmee de omvang en diverse samenstelling van ons publiek op positieve wijze. Hierdoor kunnen we beter, slimmer en ondernemender programmeren. De Betovering weet steeds beter te voorspellen welke producties ons publiek op de door ons gewenste manier aanspreken, welke het meest geschikt zijn voor welke locatie en hoeveel publiek erop afkomt. Tegelijkertijd voeden de deelnemende theaters en musea ons met waardevolle input. Elk programmaonderdeel programmeren we op de meest passende plaats. Bij de programmering zoeken we naar overlappende ambities van het betreffende podium en De Betovering, zowel inhoudelijk als doelgroepgericht. De Betovering doet de podia programmeringsvoorstellen waaruit het podium kiest. Deze werkwijze hanteren we ook met Stichting Marketing Haagse Binnenstad voor het straattheater. De programmering in de musea en het Filmhuis gaat veelal juist andersom. Zij doen ons een voorstel waar wij uit kiezen. Incidenteel vraagt een podium óns om een bepaalde voorstelling in overweging te nemen, bijvoorbeeld Het Nationale Theater dat graag ook een HNTJong-voorstelling in eigen huis tijdens het festival wil laten zien. Of een podium dat die ene bijzondere voorstelling in huis wil hebben die normaliter niet haalbaar is, maar tijdens De Betovering wél zou kunnen, vanwege een lager financieel risico en meer publiciteit. Deze voorstellen halen de programmering als zij in ons artistiek profiel passen en het totale programma in balans blijft.

Samenwerkingspartners 2022:

Op dit moment hebben we nog geen volledig beeld van al onze partners in 2022. De namen van nieuwe partners die we wel al weten, kunnen we alvast noemen.

Nieuwe locatie- en programmapartner: Get Oud.

Nieuwe sociale partners: Haag Wonen.

Resultaat samenwerkingspartners 2022

De in onderstaande tabellen genoemde partners zijn enkel organisaties en instellingen die zelf een bijdrage doen (in geld en/of menskracht) aan het festival. Medewerkers, gezelschappen en andere instellingen / organisaties die van ons een vergoeding ontvangen (ook wanneer hier een korting op wordt gegeven door de betreffende organisatie of persoon) zijn om deze reden niet opgenomen in dit overzicht.

LOCATIE-EN PROGRAMMAPARTNERS (Inhoudelijk, financieel & publicitaire samenwerking)			
PODIA	BIBLIOTHEKEN	WORKSHOPLOCATIES	MUSEA & GALERIES
Amare	Bibliotheek Bomenbuurt	Boekhandel De Vries Van Stockum	Beeld en Geluid Den Haag
Atrium Den Haag	Bibliotheek Bouwlust	Haags Hiphop Centrum	Grafische Werkplaats
De Nieuwe Regentes	Bibliotheek Centrum	HNTjong	Huis van het boek
Filmhuis Den Haag	Bibliotheek Escamp	KOO	Kunstmuseum Den Haag
Het Paard	Bibliotheek Haagse Hout	NME foundation	Mauritshuis
Kloosterkerk	Bibliotheek Laakkwartier	Saffier met GetOud - KommuniKa Scheveningen	Museum Beelden aan Zee
Koninklijke Schouwburg	Bibliotheek Leidschenveen	Saffier met GetOud - Ontmoetingscentrum Randveen	Museum Beelden aan Zee
Kooman's Poppentheater	Bibliotheek Loosduinen	Saffier met GetOud - Theaterzaal Saffier Nebo	Museum Bredius
Korzo	Bibliotheek Moerwijk	Saffier met GetOud - WoonZorgPark Loosduinen	Muzee Scheveningen
Laaktheater	Bibliotheek Nieuw Waldeck	11 deelnemende scholen Culturele Spelen	Nest
Laaktheater in Vadercentrum Adam	Bibliotheek Scheveningen	BUITEN LOCATIES	
Laaktheater in Vrouwenbuurtlab bij Noortje	Bibliotheek Schilderswijk	Winkelgebied "De Leyweg" (straattheater)	
Theater aan het Spui	Bibliotheek Segbroek	Binnentuinen - locatie Melis Stokelaan 1492	
Theater Dakota	Bibliotheek Transvaalkwartier	Binnentuinen - locatie Val thestraat / Bentelstraat 427	
Theater de Vaillant	Bibliotheek Transvaalkwartier	Spuiplein (bumperstage en plein)	
Theater Ludens	Bibliotheek Wateringse Veld		
Theater Pepijn	Bibliotheek Ypenburg		
Theaterschool Rabarber /Theater Merlijn			

SOCIALE PARTNERS (welke nog geen programmapartner zijn. Samen werken we aan doelgroepenbenadering)	SUBSIDIËNTEN & FONDSSEN
	SUBSIDIËNTEN
IN DE WIJKEN	Fonds Podiumkunsten
Haag Wonen	Gemeente Den Haag – OC&W
WIJKZ	PRIVATE FONDSSEN
STEK Kinderwinkel	VSBfonds
De Mussen	Fonds 21
Samsam	Mr. August Fentener van Vlissingen Fonds
Sportcentrum Oranjeplein	M.A.O.C. Gravin van Bylandt Stichting
Stadsboerderij Woelige Stal	Zabawas
STEK de Paardenberg	PUBLICITEITSPARTNERS
Stadsboerderij Woelige Stal	
STEK de Paardenberg	Den Haag Marketing
Wijkcentrum Bouwlust	RailTV & Nsonderweg
Wijkcentrum Escampade	Stadsschermen Nouvelle Media
Wijkcentrum Moerwijk	Radio West
Wijkcentrum Vrederust	Kidsproof
Wijkcentrum Wateringse Veld	DISTRIBUTIE FLYER
OVERIGE ORGANISATIES	Alle basisscholen in Den Haag
Stichting Onbeperkt Genieten	Veel basisscholen in de randgemeenten
Possibilize/Superkracht	Buurthuizen en wijkcentra
Stichting VtV	Buitenschoolse opvang
Ooievaarspas	Vrije tijdsinstellingen
Code Diversiteit & Inclusie	Inburgering- en taalinstututen
Middin	Expatorganisaties

2.10 Positionering

Het merk De Betovering

De Betovering is onderscheidend. Door vast te houden aan onze vier kernwaarden, doelen en ons visioen blijft ons concept helder. Hierdoor worden theatergezelschappen soms teleurgesteld als we hen geen plek in het programma geven, maar we blijven onze duidelijke lijn naar ons publiek uitstralen.

Het merk De Betovering innoveert ook. Mogelijk nieuwe onderdelen worden afgewogen tegen de vier kernwaarden, doelen en ons visioen. Nieuwe onderdelen moeten het merk verder tot leven brengen en bijdragen aan de herkenbaarheid en aantrekkelijkheid voor ons publiek. Zodat het (landelijk) bekend blijft dat je bij De Betovering moet zijn om kwaliteitsprogrammering te zien, waarbij verwachtingen gedoseerd worden overtroffen of onderuit worden gehaald, waarbij kinderen verleid worden tot een lichte inspanning en daar veel voor terugkrijgen en waarbij een beroep wordt gedaan op hun verbeeldingskracht. We willen het vertrouwen van het publiek de komende jaren verder vergroten.

Het bijzondere aan De Betovering is de verbinding. De hele stad doet mee met het festival; van culturele instellingen, openbaar vervoer, welzijnssector, winkels en bedrijven tot bibliotheken, scholen en organisaties voor kinderopvang. In de herfstvakantie is het jeugdtheater tot in de vezels van de stad voelbaar. De Betovering is vanzelfsprekend in zijn bijzonderheid geworden.

Positionering ten opzichte van het publiek

Wij positioneren De Betovering als de leukste herfstvakantie van Nederland voor alle kinderen.

Voor veel Hagenaars met kinderen staat de herfstvakantie te boek als cultuurvakantie. Juist omdat de hele stad doordrongen is van voorstellingen, workshops, installaties en een mogelijke verrassing om elke hoek is er nauwelijks een Hagenaar met kinderen te vinden die De Betovering niet kent. Landelijk publiek ervaart een bezoek aan De Betovering als een vakantie-uitje, vaak onderdeel van 'een dagje Den Haag'.

In de Strategie toerisme 2020-2025 van de Gemeente Den Haag zijn gezinnen inmiddels als een van de vier landelijke doelgroepen gekozen. Samen met The Hague Marketing Bureau geven we daar uitvoering aan in de herfstvakantie. Met Cinekid, CPNB, de Museumkids en NAPK onderzoeken we de mogelijkheid om landelijk de hele maand oktober tot kindercultuurmaand te pitchen. Hier zien we met name publicitaire kansen voor De Betovering richting een nieuw publiek. We maken ons er hierbij sterk voor dat alle kinderen voelen dat ze erbij horen.

Plannen 2022: Zoals reeds in paragraaf 2.5 beschreven: we gaan nog even niet verder met de landelijk Oktober Kindercultuurmaand, maar gaan wel binnen Den Haag, met ons nieuwe festivalcentrum op het Spuiplein, de samenwerking die er pre-corona bestond van de Culturele Instellingen aan het Spuiplein opnieuw leven in blazen (De Centrale Bibliotheek, Filmhuis, Amare, Atrium & Theater aan het Spui).

Resultaat 2022

Voor ons festivalcentrum op het Spuiplein is voornamelijk samengewerkt met Amare.

Positionering binnen het vakgebied

In Cultureel Den Haag heeft De Betovering een centrale en verankerde rol op het terrein van cultuur voor kinderen in de vrije tijd. Daarin worden we als expert gezien. De Betovering is daarnaast, op het UIT Festival na, het grootste meerdaagse samenwerkingsproject van cultureel Den Haag. Het binden en mobiliseren van verschillende partijen in dienst van het geheel is een geziene kwaliteit van De Betovering, evenals het introduceren van noviteiten, de internationale programmering en het bereik van nieuw publiek. De Betovering is volwassen, is succesvol en maakt school. We zijn niet meer de enige Hagenaars bij de landelijke jeugdtheater-impresariodagen. Er ontstaan jonge zusjes van ons festival zoals Krokuskabaal van de Cultuurankers en Lentekriebels van Het Nationale Theater, beiden actief in het voorjaar met focus op Nederlandse producties. Het veranderend landschap biedt redenen en kansen voor heronderzoek naar de beste rol voor ons hierbij. Hoe kunnen we het beste samenwerken met de nieuwkomers? Worden de nieuwkomers op den duur bedreigende concurrenten? Hebben we last van de wet van de remmende voorsprong? Of zijn dit juist de beste voorwaarden om te kunnen innoveren? Kunnen wij ons meer gaan toeleggen op ons onderscheidend vermogen: de omvang van het samenwerkingsverband, de internationale programmering, het bereiken van 'bijzonder gewenst publiek', vernieuwen en (adviseren over) kwaliteit en bijbehorend aanbod?

Hierover zijn we met hen en met andere stakeholders in gesprek.

Landelijk en internationaal heeft De Betovering bij theatermakers en collega-festivals het imago van een groeiend publieksfestival met een toonaangevend, deels internationaal, programma, dat sterk is in het bereiken van veel en divers publiek en waar altijd enkele internationale programmeurs aanwezig zijn. Nederland exporteert veel meer jeugdtheater dan het importeert.

De Betovering denkt met haar uitnodigingsbeleid een bijdrage te leveren aan het in balans brengen van de internationale samenwerking en daarmee aan het verduurzamen ervan. Deze functie is relevant voor het Nederlandse theaterbestel.

Landelijk wordt De Betovering door vakgenoten in veel opzichten als het belangrijkste kunstfestival voor de jeugd erkend. KijkUit installeert sinds 2017 de jury van de Z@pp theaterprijzen tijdens De Betovering (m.i.v. oktober 2019 hernoemd tot Podiumkids en de Podiumkids Prijs). We worden steeds vaker gevraagd door Dutch Performing Arts om individuele buitenlandse programmeurs met interesse in Nederlands jeugdaanbod te adviseren, ook buiten De Betovering om. De Betovering is in 2017 gevraagd om, samen met de Jeugdtheaterfestivals van Shanghai, Edinburg, Hasselt en Belfast, het toen nieuwe Stiltefestival (inmiddels BRIK Festival) te bezoeken en te voorzien van feedback. Ook steeds vaker worden voorstellingen uit het buitenland samen met landelijke partners zoals De Krakeling in Amsterdam of het Amstelveens Poppentheater geboekt. Elkaar als programmeurs vinden, gevonden programmering bespreken en delen is zowel inhoudelijk als financieel waardevol. Zulke samenwerkingen zijn echter alleen duurzaam onder de voorwaarde dat beide partijen gelijkwaardig afwisselend initiërend zijn. Zo zoeken partners elkaar uit en ontstaat een zeer relevant netwerk. Dit alles heeft ertoe geleid dat gezelschappen zich in groten getale aanbieden, omdat spelen op De Betovering de weg is naar (inter)nationale speelbeurten. Andere belangrijke spelers in dit veld zijn onze collega festivals 2Turven Hoog (verspreid over het land), Tweetakt in Utrecht en BRIK in Breda. 2Turven Hoog is kleiner en heeft een iets lager budget dan De Betovering en richt zich op peuters en kleuters en de ontwikkeling van goed aanbod voor deze doelgroep. Tweetakt is groter en programmeert voor kinderen vanaf 2 jaar, voor jongeren, voor 16+ (dus ook volwassenen) en voor vakgenoten. Tweetakt zet zwaarder in op beeldende kunst en muziek en kiest dus op die fronten minder specifiek dan De Betovering. Het BRIK Festival focust op voorstellingen van het eigen dansgezelschap de Stilte en op internationale dans voor de jeugd. De budgetten van BRIK en Tweetakt zijn ruim hoger dan die van De Betovering.

Internationaal neemt onze bekendheid ieder jaar toe door onze bezoeken aan internationale festivals, gesprekken met buitenlandse collega's en gezelschappen en door het programmeren van steeds meer internationale gezelschappen. We zijn een omvangrijk Nederlands kwaliteitspodium met een breed en divers publieksbereik geworden voor buitenlandse jeugdgezelschappen en een samenwerkingspartner voor vergelijkbare (inter)nationale festivals. In 2018 zijn we door de Nederlandse afdeling van het internationale jeugdtheaternetwerk Assitej uitgenodigd toe te treden tot het bestuur. In 2019 vond in dat kader een expertmeeting met aangesloten jeugdtheatergezelschappen tijdens ons festival plaats. Met ingang van 2020 is De Betovering uitgenodigd om de helft van de tweejaarlijkse Dutch Showcase Jeugdtheater voor internationale programmeurs te cureren en hosten. De showcase gaat achtereenvolgens twee dagen in Amsterdam en twee dagen bij ons in Den Haag plaatsvinden. De showcase wordt geïnitieerd en gefinancierd door Dutch Performing Arts en geëcureerd en georganiseerd door De Betovering en de Krakeling in Amsterdam. Wij hebben, als publieksfestival, de voorwaarde gesteld dat er in Den Haag uitsluitend voorstellingen voor ons reguliere publiek worden getoond die ook binnen het artistieke profiel van De Betovering passen. Zo kunnen wij, met gegarandeerd al een halfvolle zaal aan publiek, ook onze 8+ of 10+ programmering uitbreiden. Daar is op dit moment de keuze namelijk wat beperkt, omdat we minder publiek hebben naarmate de leeftijd stijgt. Zo bieden we met de showcase ook die doelgroep meer keuze, zonder financieel risico. Door de showcase zijn er ook veel meer programmeurs aanwezig dan normaal. Dit is, zoals eerder uitgelegd, ook goed voor de ontwikkeling van het festival.

Plannen 2022:

de tweejaarlijkse showcase heeft plaatsgevonden in oktober 2021 en is derhalve in 2022 niet aan de orde.

Resultaat 2022:

Het festival werd in 2022 weer bezocht door een flink aantal delegates: 17 programmeurs uit de VS, Zweden, Groot-Britannië, Ierland, Zuid-Afrika, IJsland, Frankrijk, Duitsland, België en natuurlijk Nederland. Zij bezochten gedurende drie of vier dagen voorstellingen en workshops die door weinig taalgebruik (No Dutch Required) geschikt zijn om internationaal te reizen. Ons internationale aanbod was nog steeds minder groot dan voorheen, maar desondanks interessant genoeg om te bezoeken. De delegates hadden onderling alle tijd om te netwerken met makers, theaters en programmeurs.

HOOFDSTUK 3: Bedrijfsvoering

3.1 Organisatie en de codes

Het festival wordt georganiseerd in samenwerking met ruim 50 kunst- en cultuurinstellingen in Den Haag. Er is een vaste kern van Stichting De Betovering die het hele jaar door aan het festival werkt. De vier maanden rondom het festival wordt het kernteam bijgestaan door externe freelancers plus jaarlijks zo'n vijftig vrijwilligers.

De dynamiek van een festival als De Betovering vraagt om een efficiënte en flexibele bedrijfsvoering met de mogelijkheid om de formatie aan te passen aan de actualiteit. De directie werkt op freelance contractbasis en huurt de andere teamleden, ook op freelancebasis, in. Indien een medewerker meer ondersteunend en minder zelfstandig werkt, kan worden besloten dat verloning, al dan niet via een pay-roll service, beter past. Het merendeel van de medewerkers werkt, buiten de drukste fase, ook voor andere culturele organisaties, wat bijdraagt aan het uitwisselen van expertise en versterking van netwerken.

De zakelijke & artistieke leiding is belegd bij de directeur. Het kernteam bestaat uit all-round medewerkers die allen bij deelaspecten betrokken zijn van de bedrijfsvoering, het doelgroepenbeleid, de organisatie en de programmering. Het kernteam en de externe freelancers zijn communicerende vaten. Deeltaken voor wat betreft publiciteit, doelgroepenbeleid, artistmanagement, vrijwilligerscoördinatie of de productie van de festivalcentra kunnen zowel door leden van het kernteam uitgevoerd worden als door externe freelancers. Jaarlijks wordt gekeken naar de meest kloppende taakverdeling gebaseerd op beleidsprioriteiten, beschikbaarheid, kennis en ervaring, (leer)behoeften en budgetten.

We hebben de ambitie om de uren van het kantoorteam uit te breiden van 1,9 fte (in 2018) naar 2,7 fte (in 2021) om zo enerzijds structureel gemaakte, grotendeels niet uitbetaalde, overuren te kunnen opnemen in de reguliere opdrachtovereenkomsten en anderzijds 0,2 fte aan externe freelancers structureel te maken. Hier is voor een deel in 2019 al invulling aan gegeven. In totaal gaat het om een uitbreiding van 2,4 fte (in 2018) naar 3,0 fte (in 2021).

In oktober 2022 hopen we in een post-corona tijdperk te leven, waarin we na twee jaar weer met veel vrijwilligers werken die ons helpen bij de enquêtes die deels digitaal deels fysiek worden afgenomen, en die ons helpen bij het straattheater en de festivalcentra. De directeur van de Betovering, Suzanne Verboeket, heeft aangegeven in de aanloop naar de komende festivaleditie, ruimte te maken voor een opvolger. De procedure voor het werven van een opvolger is nu in volle gang.

Resultaat 2022

In 2022 nam directeur Suzanne Verboeket afscheid na maar liefst 16 jaar. Haar opvolger was per 1 september 2022 Miriam Duiker. Het kantoor werd daarnaast bemand door een vaste kern van twee mensen in loondienst (0,6 fte), David Muiderman en Suzanne Prosman en twee ZZP'ers (resp. 0,4 fte dagen en 0,2 fte dag per week), Ellen Geertse en Chantal Bihari. Deze kern werd in aanloop naar, tijdens en na afloop van het festival aangevuld door diverse ZZP'ers met expertise op het gebied van onder andere online en offline Marketing, vrijwilligerscoördinatie en productie.

Bestuur en directie

Als besturingsmodel is gekozen voor een bestuur en directie. Het bestuur vergadert minimaal drie keer per jaar. Bestuur en directie werken volgens de principes van Good Governance. De naleving van de Governance Code Cultuur wordt jaarlijks geagendeerd en in het jaarverslag besproken. In de regel neemt de directie deel aan de vergaderingen van het bestuur. Eenmaal per jaar is de directeur juist niet aanwezig bij een deel van de bestuursvergadering. De directie voorziet het bestuur tijdig van alle informatie die nodig is voor een goede taakvervulling door het bestuur. Uitgangspunt hierbij is 'no surprises'. Het artistiek / inhoudelijke beleid, de concretisering ervan en de financiële ontwikkelingen maken hier deel van uit. De directie legt tijdens de bestuursvergaderingen verantwoording af aan het bestuur over de gang van zaken binnen de instelling. Hiertoe behoren onder meer de programmering, personeel, financiën, administratieve organisatie, doelgroepenbeleid, publiciteit en samenwerkingsverbanden. Eenmaal per jaar besluit het bestuur over het door de directie voorgestelde jaarplan, de jaarbegroting, het jaarverslag en de jaarrekening.

De codes

We blijven jaarlijks de naleving van de Governance Code Cultuur, de Code Culturele Diversiteit en de Fair Practice Code agenderen, en de wijze van naleven van de codes uitgebreid beschrijven in ons jaarverslag.

Code Diversiteit & Inclusie

In de nieuwe planperiode komt er in het kader van de Code Diversiteit & Inclusie extra aandacht voor het activeren van meer cultureel divers programma-aanbod d.m.v. eerder beschreven 'Andere helden, nieuwe verhalen'. Daarnaast blijven we, indien er vacatures ontstaan, streven naar meer diversiteit in het team. Twee in 2018 aangetreden bestuurders associëren zich, naast de Nederlandse, ook met de Marokkaanse, resp. Iraanse nationaliteit. Deze twee sociologen blijven het onderwerp diversiteit positief kritisch op onze agenda zetten. De kleine vaste personele organisatie zelf zichtbaar meer divers maken is, ondanks gerichte pogingen, nog niet gelukt. Het vrijwilligersbestand is divers, en dat is belangrijk. De vrijwilligers zijn zichtbaar voor ons divers publiek. De diversiteit binnen ons publiek wordt steeds groter door jarenlange inzet in de wijken, de diversiteit van onze partners, gerichte publiciteit en doelgroepenbenadering en de internationale en cultureel diverse programmering.

Plannen 2022:

zie paragrafen 2.7, 2.8 voor de concrete invullingen die we aan deze code geven.

In 2021 heeft één van de twee genoemde bestuursleden afscheid van ons genomen vanwege te drukke werkzaamheden elders. Hiervoor zal in 2022 opvolging gezocht worden.

Resultaat 2022

Het bestuur bestaat uit vijf leden met elk eigen ervaringsterrein (zie H1 voor de omschrijving).

In 2022 is het bestuur uitgebreid met een bestuurslid, Latifa Dardou, zij is ingestroomd via Atana en heeft eerst een tijd 'meegelopen'. Michiel Hendrix is in 2022 penningmeester geworden.

Fair Practice Code

We hebben een belangrijke stap gemaakt in het aanpakken van de kwetsbaarheid van de organisatie door extra mankracht aan te nemen en te investeren in het schrijven van werkbeschrijvingen die de vervangbaarheid van mensen vergroot. In de komende periode willen we meer dan enkel de kern van het festival veiligstellen. Hoe geven we onze medewerkers een eerlijk honorarium? Fair pay is voor '21-'24 een aandachtspunt.

Met ingang van 2019 is de salaristabel van de CAO theater en dans gebruikt om de hoogte van honoraria van het kantoor team te toetsen op eerlijkheid en zijn er, met deze CAO als richtlijn, al enkele aanpassingen gemaakt richting fair pay.

Het met ingang van 2021 eerlijk inschalen, het betalen op basis van de CAO en het uitbetalen van structurele overuren heeft consequenties voor de begroting, namelijk:

- Door eerlijk in te schalen, een meer reële ureninschatting en door de salaristabellen van 2019 van de CAO theater en dans te hanteren en indexeren met 1,018*1,018 (2021 t.o.v. 2019) en te vermenigvuldigen met de zzp-factor 1,03 willen we een eerlijkere beloning implementeren met ingang van 1 januari 2021.
- We hebben €24.000 nodig om structureel overwerk dat we tot nu toe niet betaald hebben, te honoreren.

<i>Personeel</i>			<i>planning</i>	<i>realisatie</i>	<i>planning</i>	<i>realisatie</i>
	<i>fte in 2018 realisatie</i>	<i>aantal personen in 2018</i>	<i>fte in 2021-24</i>	<i>fte in 2022</i>	<i>aantal personen in 2021-24</i>	<i>aantal personen in 2022</i>
Totaal aantal fte (volledige werkweek = 36uur):	2,4	13	3	2,90	14	11
> waarvan met vast contract	0	0	0	0	0	0
> waarvan met tijdelijk contract	0	0	0	1,28	0	3
> waarvan inhuur/opdracht/zzp	2,4	13	3	1,62	14	8
Aantal stagiaires	0,2	1	0,2	0	1	0
Aantal vrijwilligers	0,4	50	0,4	0,17	50	26
Aantal STIP medewerkers	0	0	0	0	0	0

In de komende planperiode willen we enerzijds het maximaal aantal facturable uren per (deel)taak, gaan aanpassen richting de daadwerkelijk gewerkte uren aan deze (deel)taken in het verleden. Anderzijds willen we de vergoedingen per uur, relateren aan bijbehorende CAO salarisschalen. Op basis van de meerjarenbegroting, dekkingsplan en meerjarige subsidieaanvraag maken we, als richtlijn voor vergoedingen en werkafspraken, gebruik van (het Functie- en Loongebouw van) de Cao Toneel en Dans. Hierin staat dat indien een zzp'er wordt ingezet voor een onder deze cao vallende functie waarbij de werksituatie vrijwel gelijk is aan die van een werknemer, deze cao de basis is voor de honorering. Dat betekent dat het (uur)tarief dat wordt afgesproken minimaal overeenkomt met het bij de functie horende salarisniveau, verhoogd met ten minste 30%. Wij hanteren in de onderliggende subsidieaanvraag deze ondergrens van 30%.

Uitdaging is een realistische uren-toekenning aan de taken die buiten het kantoor worden uitgevoerd. Aan een budget voor een deeltaak kan een eerlijk aantal uren worden gekoppeld, maar het daadwerkelijk gewerkte aantal uren hangt samen met

de ervaring, ambitie en gevoel van veiligheid van de opdrachtnemer. Belangrijk hierbij is open communicatie en een reëel ambitieniveau af te spreken. Op basis van gesprekken met de medewerkers lijkt het aantal begrote uren voor nu realistisch ingeschat. Fair pay bij uitkoopsommen van gezelschappen is nog moeilijker te sturen. Het is ons als programmeur niet bekend welk deel van de uitkoopsom bij de uitvoerend kunstenaars terecht komt. De verantwoordelijkheid voor fair pay bij deze groep laten we dan ook vooralsnog bij de gezelschappen zelf liggen.

Ambitie is om, in een volgende periode, of indien we meer dekking vinden dan in het plan beschreven is, een stap verder te gaan in fair practice. Een structureel budget voor bijscholing en een meer genereuze zzp-factor zijn de volgende stappen. De cao-bepaling over een minimale opslag voor zzp'ers geeft geen details over de berekeningswijze; daarover hebben cao-partijen geen afspraken gemaakt. De opslag van 30% is te laag is om tot een redelijk uurtarief te komen waarmee opdrachtnemers redelijkerwijs ook zaken zoals ziekte- en pensioenvoorzieningen kunnen opvangen. We hebben de ambitie om een opslag richting de 45% te gaan berekenen, en alvorens de opslag te berekenen, eerst 8% vakantietoeslag toe te kennen.

Stagiaires en vrijwilligers vervullen ook structurele werkzaamheden, zoals computeronderhoud, enquêteren en festivalcentrum begeleiding. Zij ontvangen hiervoor stage- en vrijwilligersvergoedingen.

Ook binnen het Directieoverleg Podiumkunsten Den Haag (DP) waar De Betovering lid van is, wordt de waarde van de Fair Practice Code erkend. Het DP zal in de komende vergaderingen bespreken wat de mogelijkheden zijn, maar voorziet bij voorbaat dat invoering van welke Fair Practice-maatregelen dan ook (financiële) consequenties zullen hebben en/of leiden tot verschraling van het aanbod, die niet binnen gelijkblijvende budgetten opgevangen kunnen worden.

Resultaat 2022

In 2022 komen er voor het eerst mensen in loondienst. Wij volgen de richtlijnen van de CAO Toneel en dans voor zowel de mensen in loondienst als ZZP'ers. Voor de ZZP'ers wordt in 2022 de volledige, in de CAO genoemde, factor 1,5 gehanteerd.

3.2 Duurzaamheid

Als je als festival claimt er voor de kinderen te zijn, dan kan je niet anders dan een verantwoordelijkheid nemen in duurzaamheid. We willen ons er sterk voor maken dat toekomstige generaties ook nog grondstoffen tot hun beschikking hebben, en dat ze in een (bio) diverse wereld kunnen blijven leven, die niet te vervuild is geraakt. Onze kinderen vragen ons er steeds nadrukkelijker om. De afgelopen jaren heeft De Betovering dit onderwerp duurzaamheid zo nu en dan aangeraakt. We programmeerden voorstellingen en workshops in het teken van plastic soep, duurzaamheid en circulaire economie. We lieten kinderen ervaren dat je ook van plastic afval nuttige en leuke dingen kan maken. Bij een van de voorstellingen werd de elektriciteit voor de belichting met fietsen op het podium opgewekt. We deelden gerecyclede hervulbare waterflesjes uit, zijn in 2019 helemaal gestopt met het laten produceren van gadgets voor alle bezoekers, onze catering was deels vegetarisch en dusdanig georganiseerd om voedselverspilling tegen te gaan en we zijn aangesloten bij de gemeentelijke duurzaamheidskring voor festivals.

In de komende planperiode willen we doortastender en structureel beleid maken op duurzaamheid en daarnaar gaan handelen. We willen graag:

>> Aan de slag met de adviezen die eind 2019 uit de duurzaamheids-scan komen. We hebben Green Events ingehuurd om te onderzoeken hoe we omgaan met grondstoffen en afval, ook in onze festivalcentra, en ons hierover van advies te voorzien. Daarnaast doen ze voor ons een QuickScan op een aantal overige thema's zoals voedsel, energie, mobiliteit, water en natuur om te kijken waar voor ons de meeste duurzaamheidswinst te behalen valt. Bijvoorbeeld elektrisch vervoer voor de distributie van de programmaboekjes en de festivalproductie, pvc-vrije en jaaronafhankelijke signing en monostroom briefings en masterclasses voor onze workshopdocenten en locaties.

>> Verduurzamen van onze internationalisering door:

- Gezelschappen uit het buitenland te stimuleren om, daar waar het redelijkerwijs mogelijk is, het meest duurzame vervoersmiddel te kiezen naar Den Haag. Bijvoorbeeld door de meerkosten te compenseren van het reizen per trein i.p.v. vliegtuig;
- Schaalvergroting. De kleine internationale kwaliteitsproducties niet alleen voor de Haagse podia, maar ook voor podia in de regio programmeren. De grote internationale producties weten hun weg te vinden in Nederland, maar de kleine nauwelijks. De Betovering is dan verantwoordelijk voor de kwaliteitstoets en voor het managen van de tours.

Voordelen: betaalbaarder voor de podia door de gedeelde reis- en verblijfkosten, interessanter voor de gezelschappen omdat de tijdsinvestering meer speelbeurten oplevert, en duurzamer door een betere

verhouding effect/ mobiliteit. Voor De Betovering levert het ook een breder draagvlak op, want ze krijgt meer ambassadeurs;

- Naast de schaalvergroting willen we dat de internationalisering meer verdiepende artistieke ervaringen oplevert voor makers. In een gewoonte en noodzaak om zuinig met tijd en geld om te gaan, blijft een gezelschap in de regel zo kort mogelijk. We willen nagaan, als er dan toch gereisd en misschien zelfs gevlogen is, wat er voor Nederlandse en internationale gezelschappen nodig is om langer te kunnen en willen blijven, minimaal naar elkaar te kijken en elkaar te spreken.

Plannen 2022:

In 2022 sluiten we net als voorgaande jaren weer aan bij de Duurzaamheidskring Evenementen en Festivals Den Haag, met Green Events als voorzitter. We herschrijven het plan uit 2021 en gaan bij een aantal festivals op bezoek om te kijken hoe zij hun evenement duurzaam organiseren. Er is een lijst beschikbaar via Green Events met duurzaam-verantwoorde instellingen/ondernemingen waarmee we in 2022 zoveel mogelijk proberen samen te werken. We wonen een aantal bijeenkomsten en/of Webinars bij op het gebied van duurzaam ondernemen.

- Verdere acties:
- We drukken ons programmaboekje op 100% gerecycled papier.
- Onze locatiepartners krijgen een mail waarin we helder uitleggen waarom en hoe wij graag samen met hen een duurzamer festival willen worden.
- Waar we kunnen, zetten we in op afvalscheiding. In het Festivalcentrum op het Spuiplein zullen we al het afval scheiden.
- We promoten via onze sociale kanalen het openbaar vervoer en de fiets.
- We gaan ook dit jaar weer samenwerken met Cargoroo (elektrische bakfietsen)
- We investeren in het verduurzamen van kantoorgebruiksartikelen en schoonmaakartikelen.
- Alle catering wordt verder verduurzaamd (de voorkeur wordt gegeven aan Biologisch en vegetarisch duurzaam geproduceerd voedsel).
- We streven naar een CO2-reductie ten opzichte van het voorgaande festival.

Resultaat 2022:

In 2022 zijn we net als voorgaande jaren weer aangesloten bij de Duurzaamheidskring Evenementen en Festivals Den Haag, met Green Events als voorzitter. We hebben het plan uit 2021 aangepast en zijn bij een aantal festivals (o.a. Festival the Grave en Veteranen-dag) op bezoek gegaan om te kijken hoe zij hun evenement duurzaam organiseren. We hebben vanuit de lijst beschikbaar via Green Events met duurzaam-verantwoorde instellingen/ondernemingen onze duurzame catering gekozen. We hebben een aantal bijeenkomsten bijgewoond van Green Events.

Verdere acties:

- We hebben ons programmaboekje op 100% gerecycled papier gedrukt.
- Onze locatiepartners hebben een mail gekregen waarin we hebben uitgelegd dat wij graag samen met hen een duurzamer festival willen worden. En hen ook op de verantwoordelijkheden gewezen.
- Waar we konden hebben we ingezet op afvalscheiding. In het Festivalcentrum op het Spuiplein hebben we al het afval duurzaam gescheiden.
- Er is gekozen om met Amare samen te werken voor ons festivalcentrum waardoor onder andere een vervuilende dieselgenerator niet nodig was.
- We hebben via onze sociale kanalen het openbaar vervoer en de fiets en zijn opnieuw
- een samenwerking aangegaan met Cargoroo (elektrische bakfietsen).
- Door minder buitenlandse programmering hebben we een CO2-reductie ten opzichte van de voorgaande editie van het festival.
- Kantoorafval is zoveel mogelijk gescheiden.
- We gebruikten op kantoor ecologische en duurzame schoonmaakmiddelen.
- Onze catering was voornamelijk vegetarisch.

3.3 Risicobeheersing

We maken jaarlijks een analyse van risico's vanuit verschillende invalshoeken zoals imago, organisatie, financieel, juridisch, politiek en bestuurlijk. Vanuit deze invalshoeken worden risico's onderkend waaraan vervolgens prioriteiten kunnen worden toegekend. Het is niet zo dat aan alle soorten risico's evenveel aandacht moet worden geschonken. Soms zal een risico bewust moeten worden genomen. Bij de beoordeling gaat het in de regel om een kwalitatieve analyse omdat voor veel elementen niet met exacte bedragen of kansen kan worden gewerkt.

De Betovering heeft een aansprakelijkheidsverzekering, een inventaris- en voorraadverzekering en een additionele verzekering voor de vrijwilligers tijdens het festival. Het risico van een regulier programmaonderdeel dat niet doorgaat is te dragen vanuit het eigen vermogen. Omdat De Betovering geen personeel in dienst heeft, zijn de financiële risico's die hiermee verband houden verwaarloosbaar.

Indien programmaonderdelen in de openlucht plaatsvinden en het financiële risico van een eventuele afgelasting voor De Betovering te groot is, wordt een additionele verzekering afgesloten.

Met de locaties wordt contractueel afgesproken dat de locatie zorgdraagt voor het creëren van een kindveilige omgeving. Zo is de locatie ervoor verantwoordelijk dat een workshopdocent zich niet met één kind kan isoleren. Dit kan bijvoorbeeld door een assistent-begeleider in te zetten, door te verplichten dat de deur altijd open staat, door de kinderen hun eigen volwassen begeleiders erbij te laten blijven, of door de workshop te faciliteren in een deels transparante ruimte. Ook borgt de locatie dat de workshopdocenten van door henzelf gecontracteerde workshops waarbij (deels) geen ouders aanwezig zijn, in het bezit zijn van een passende VOG van maximaal 3 tot 4 jaar oud. Indien Stichting De Betovering zelf extern workshops heeft gecontracteerd ten behoeve van de locatie, dan vraagt De Betovering aan de externe workshopaanbieder(s) om deze VOG's te borgen.

In 2022 is de omgeving relatief onvoorspelbaar met de geopolitieke spanningen en hoge inflatie. Het corona-risico lijkt aanzienlijk verkleind, maar de pandemie is nog niet volledig uitgedoofd. Daarnaast staat de Stichting voor een personele wisseling van directeur. Het bestuur en de directie erkennen de risico's maar concluderen ook dat de risico's te overzien zijn.

3.4 Financiën, investeringen en prijsbeleid

We hebben de Culturele ANBI-status, wat ruimte geeft voor fiscaal aantrekkelijke giften. Ook vermelden we graag de 'verborgen, in de jaarcijfers niet-zichtbare' product- en dienstensponsoring, bijvoorbeeld van de vrijwilligers. We streven naar een eigen vermogen ter grootte van 10 tot 15% van de jaaromzet.

Plannen 2022:

Binnen de financiële mogelijkheden heeft de stichting in 2020 en 2021 solidariteit getoond voor partners in de culturele sector die het door corona moeilijk hadden. In 2020 is hiervoor € 21.500 van het eigen vermogen vrijgemaakt. De activiteiten in 2021 hebben geresulteerd in een voordelig resultaat van € 28.800. De stichting heeft, inclusief het positief resultaat van 2021 van € 28.800, nu een continuïteitsreserve van € 80.045. Deze reserve is relevant, zeker nu de omgeving relatief onvoorspelbaar is met de huidige hoge inflatie en geopolitieke spanningen. Het coronarisico lijkt aanzienlijk verkleind, maar de pandemie is nog niet volledig uitgedoofd. Het tempo waarin het publiek zijn weg weer terug vindt naar de culturele instellingen is een onzekerheid. Voor een gezonde bedrijfsvoering in deze context is het belangrijk dat De Betovering dit jaar een voldoende stevige reserve heeft.

Daarnaast is er de Bestemmingsreserve Covid FPK van € 93.300. Deze wordt, in overeenstemming met de aanwijzing van het Fonds Podiumkunsten, besteed aan extra activiteiten in 2022 waarbij makers en uitvoerenden waar mogelijk extra aan het werk worden gehouden. Met deze gelden zal er additionele buitenprogrammering plaatshebben in de zomer van 2022 en tijdens het festival in oktober 2022. Dit 'budget' en deze kosten zullen niet in de begroting en het dekkingsplan zichtbaar zijn, omdat ze niet via de winst- en verliesrekening, maar via de balans lopen.

Voor de periode 2021-2024 heeft de gemeente een jaarlijkse subsidie toegekend, voor 2022 € 178.385. De hogere subsidie was volgens de commissie bedoeld voor: eerlijkere honorering, een bijdrage aan andere helden, verduurzaming en internationalisering. Ook het Fonds Podiumkunsten heeft voor deze periode een jaarlijkse subsidie vastgesteld, voor 2022 € 40.432. Beide subsidies worden jaarlijks geïndexeerd.

Resultaat 2022

De begroting van 2022 was een uitzonderlijke. De ontvangen coronasteun is besteed aan programma's. waardoor veel meer makers en medewerkers een plek konden krijgen.

We ondersteunden in de zomer het project 'A Mile in My Shoes'. En tijdens het festival was er ruimte voor het realiseren van een festivalcentrum op het Spuiplein met veel activiteiten die deels gratis toegankelijk waren. In Escamp hebben we met het extra budget de pilot 'Binnentuinen' gerealiseerd. Deze was zo succesvol dat Haag Wonen in de toekomst graag mee wil produceren en financieren. Ook Staedion wil zich aansluiten.

De Culturele Spelen hadden meer armslag, waardoor de workshops op scholen wederom voor 100 klassen door drie verschillende culturele aanbieders gerealiseerd konden worden, zonder de onzekerheid de financiering voor het project niet rond te krijgen.

Dankzij de onverminderde steun van een aantal fondsen en subsidiënten hebben we in 2022 weer een prachtig festival neergezet.

Investeringsen

Er staan geen investeringen gepland.

Prijsbeleid

We weten uit publieksonderzoek dat de lage entreprijzen een belangrijke factor zijn voor een deel van ons publiek en dus de toegankelijkheid vergroten. Aan de andere kant willen we publiek dat het kán betalen een reële entreprijs rekenen. Daarom hanteren we een gedifferentieerd prijsbeleid.

- Een standaardprijs € 7,50 voor de meeste producties/workshops;
- Een hogere prijs voor enkele dure (internationale) producties en meerdaagse workshoptrajecten;
- Gratis toegang bij het slotfeest en in de wijkbibliotheken waar de publieksomstandigheden dit ook deels legitimeren.

---- einde verslag----

"Is het gratis?", vraagt een moeder in aanwezigheid van haar dochter. Een vraag die hier op het Spuiplein af en toe gesteld wordt, op festival Betovering waar ik nu speel met zowel een betalend als gratis aanbod. Ja, deze voorstelling is gratis. Mama en dochter zie ik zitten op de eerste rij. Ze lachen en genieten ten volle. "Echt dank je wel", komen beide nadien aan ons vertellen. Bij deze nogmaals bewezen hoe belangrijk en positief het is als steden, culturele organisaties ed blijven inzetten op de laagdrempeligheid bij het aanbieden van cultuur en hoe goed het is om (vaak)uit die gouden kooi te breken ... - Dieter van Cie Krak (Kontrol) -



Totaal programma 2022	120	414
Totaal programma 2022 (- afgelast)	113	402
afgelaste activiteiten	7	12
Totale Voorstellingen	66	250
waarvan professionele voorstellingen	45	110
waarvan professioneel straattheater	4	45
waarvan professionele film (vertoningen):	9	70
amateur voorstellingen	2	14
afgelaste voorstellingen	6	11
Totale workshops:	47	147
waarvan podiumkunsten	30	81
waarvan beeldend (met museumbezoek)	16	65
waarvan afgelast	1	1
Totaal overige activiteiten	7	17

Professionele voorstellingen (45, waarvan 7 internationale)	titel	aantal	locatie
voorstelling - prof	90's vs 20's - BonteHand	1	Theater aan het Spui
voorstelling - prof	Aan Tafel Junior (met eten)	6	Amare
voorstelling - prof	Alles leuk en aardig - Malou van Sluis	2	Koninklijke Schouwburg
voorstelling - prof	Als het sneeuwt (inclusief workshop) - Simone de Jong Company	2	theater De Vaillant
voorstelling - prof	Babar de kleine olifant - New European Ensemble, Geerten van de Wetering en Tobias Wenting	1	Kloosterkerk
voorstelling - prof	BB - Wonderland Collectief	2	De Nieuwe Regentes
voorstelling - prof	Be Kind - Emily Weisse	2	Korzo theater
voorstelling - prof	Boel Gevoel - Het Laagland	1	Theater aan het Spui
voorstelling - prof	Bon dia, goeiemorgen - Izaline Calister & Thijs Borsten	1	Theater Dakota
voorstelling - prof	Bullybully - Maas theater en dans	1	Theater Dakota
voorstelling - prof	Circus: Met vallen en opstaan - Cirque Content Pour Peu (FR)	3	Theater Ludens
voorstelling - prof	De tijd loopt - De Stilte	1	De Nieuwe Regentes
voorstelling - prof	De Wondertuin - Theater Stof	6	Bibliotheek Haagse Hout
voorstelling - prof	Dobbe en de Draak - Lennaert Roos	1	theater De Vaillant
voorstelling - prof	Don Quichot - Gesneden Koek	1	Theater Ludens
voorstelling - prof	Dromer - Vanaf2 Producties	4	Laaktheater
voorstelling - prof	Een leuk avondje uit - Theater Artemis, hetpaleis & Het Zuidelijk Toneel	1	Koninklijke Schouwburg
voorstelling - prof	Er was weer... Roodkapje - TG Think!	6	Laaktheater op locatie - Vadercentrum Adam
voorstelling - prof	Familie Grrr - hetpaleis & De Nwe Tijd (BE)	1	Theater aan het Spui
voorstelling - prof	Frenk de Slak - Rico & Sticks met Dries Bijlsma	1	Het Paard
voorstelling - prof	Gratis Chips! - Compagnie Barbarie (BE)	2	Koninklijke Schouwburg
voorstelling - prof	Grrr...oen! - A. Vantura Silent Disco Theater	12	Laaktheater op locatie - Vrouwenbuurt Lab
voorstelling - prof	Hands up! - Lejo	2	Theater PePijn
voorstelling - prof	Hé, wie zit er op de wc? - vanaf2 producties	2	Theater Dakota
voorstelling - prof	Het Kado - Als het ware	1	Theater aan het Spui
voorstelling - prof	Het Spookje - Poppentheater Koekla	2	Theater Ludens
voorstelling - prof	Kladderadatsch - 4hoog (BE)	1	Theater aan het Spui
voorstelling - prof	Kom wel - 4hoog (BE)	1	Theater Dakota
voorstelling - prof	Kunst - Onder het Buro & Tessa & Olivier	3	Theater Dakota
voorstelling - prof	Meneer Pannenkoek - Lonneke van Leth Dans	2	Korzo theater
voorstelling - prof	Mr. Haegenbecks Wonderbaarlijk Universum - De Machinerie (BE)	4	Amare
voorstelling - prof	Muk - De Grote Haay	1	Theater aan het Spui
voorstelling - prof	Olfantje Abu l'Abbas - Amsterdams Andalusisch Orkest/ Theater De Krakeling/ Het Geluid	2	Theater Dakota
voorstelling - prof	Onder de Grond - Wie Walvis	4	Muzee Scheveningen
voorstelling - prof	Professor S - Klein Amsterdam Producties	2	Theater PePijn
voorstelling - prof	Sribi Switi - Lloyds Company	1	Korzo theater
voorstelling - prof	STeK - Dadodans	1	Theater aan het Spui
voorstelling - prof	Superslow - BonteHand	2	Koninklijke Schouwburg
voorstelling - prof	Swaffie de Zeehond - Kooman's Poppentheater	1	Kooman's Poppentheater
voorstelling - prof	Systeem 2 - Les Pieds dans le vent (BE)	1	Theater aan het Spui
voorstelling - prof	Thuis - mime wave kids	2	Theater Ludens
voorstelling - prof	Tinten - Danstheater Aya	3	Korzo theater
voorstelling - prof	Vier - De Dansers	1	Korzo theater
voorstelling - prof voorstelling (installatie)	De TussenTijdCapsule - Schippers&VanGucht (4 dgn *120 cap)	4	Theater aan het Spui
voorstelling - prof voorstelling (installatie)	Stiltestormbaan - Hoge Fronten / Lieke Benders	9	Amare
	45	110	waarvan 10 internationale uitvoeringen

Professioneel straattheater (9, waarvan 1 internationaal)	titel	uitvoeringen	locatie
voorstelling - prof (straattheater)	Airlines - Actic	1	Theater Dakota op de Leyweg
voorstelling - prof (straattheater)	KNOL D'AMOUR - SuperHallo (40 per tijdslot)	14	Amare
voorstelling - prof (straattheater)	B EAT - the sizzling food mix - Iwan Dam (15x30)	15	Amare
voorstelling - prof (straattheater)	Circus Kontrol - Cie Krak (BE) (15x 70)	15	Amare
		45	

Professionele film vertoningen (9)	titel	uitvoeringen	locatie
voorstelling - prof (film)	Film: Captain Nova (8 dgn x 62 cap.)	8	Het Filmhuis
voorstelling - prof (film)	Film: Knoester & het Zeemonster (8 dgn x62 cap.)	8	Het Filmhuis
voorstelling - prof (film)	Film: Koning Worst & Knor - in Filmhuis (6 dgn * 62)	6	Het Filmhuis
voorstelling - prof (film)	Film: Totem - in Filmhuis (6 dgn *62)	6	Het Filmhuis
voorstelling - prof (film)	Film: Korte Verhaaltjes (...) - in Filmhuis (8 dgn x 62 cap.)	8	Het Filmhuis
voorstelling - prof (film)	Film: Mamma Boe - in Filmhuis (8 dgn x 62 cap.)	12	Het Filmhuis
voorstelling - prof (film)	Film: Nelly Rap, monsteragent - in Filmhuis (8 dgn x 62 cap.)	8	Het Filmhuis
voorstelling - prof (film)	Film: Ook Muizen gaan naar de Hemel- in filmhuis	8	Het Filmhuis
voorstelling - prof (film)	Film: TED & DE MAGISCHE SMARAGD - In Dakota (6 dagn x 62)	6	Theater Dakota
	9	70	

amateur voorstellingen (2)	titel	uitvoeringen	locatie
voorstelling - amateur	Keizer zonder kleren - Rabarber	12	Theater Merlijn (Theaterschool Rabarber)
voorstelling - amateur	Presentatie Herfstwerkplaats Leuke voorstelling - HNTjong	2	koninklijke Schouwborg
	2	14	

Workshops Beeldend (16)	titel	uitvoeringen	locatie
workshop beeldend	Buitenkunst / Kunst in de buurt - Gemeente Den Haag	9	Amare
workshop beeldend	Voedselmonster - Lotte Verweij	7	Amare
workshop beeldend	Dieren timmeren en filosoferen - La Cruz & Helweg	2	Theater Dakota
workshop beeldend	Je eigen personage maken - Grafische Werkplaats	2	Grafische Werkplaats
workshop beeldend	MaakLab LKTR - Laaktheater i.s.m. ART-S-COOL	2	Laaktheater
workshop beeldend	T-shirt Art (voor kinderen met een verstandelijke beperking) - KOO kunstonderwijs Organisatie	3	KOO
workshop beeldend met museum/ tentoonstellingsbezoek	Fantasiefiguren met karakter (6-12) - Kunstmuseum Den Haag	5	Kunstmuseum Den Haag
workshop beeldend met museum/ tentoonstellingsbezoek	Huis-tuin-en-keuken grafiek - Huis van het boek	4	Huis van het boek
workshop beeldend met museum/ tentoonstellingsbezoek	Maak een fantasiefiguur! (4-5) - Kunstmuseum Den Haag	2	Kunstmuseum Den Haag
workshop beeldend met museum/ tentoonstellingsbezoek	Van niets iets maken- Verwend Nest Kunstlab - Nest	2	Nest
workshop beeldend met museum/ tentoonstellingsbezoek	Maurits Muis - Mauritshuis (*7 dgn)	7	Mauritshuis
workshop beeldend met museum/ tentoonstellingsbezoek	Verbeelden als Tahon - museum Beelden aan Zee	2	Museum Beelden aan Zee
workshop beeldend met museum/ tentoonstellingsbezoek	Wat vind jij het aller allerlekkerst? - Museum Bredius i.s.m. Elsje Drewes	1	Museum Bredius
workshop beeldend met museum/ tentoonstellingsbezoek	Zelfportret - Mauritshuis (* 7 dgn)	7	Mauritshuis
workshop beeldend met museum/ tentoonstellingsbezoek	Project10101010 - Atrium i.s.m. Arthur van de Graaf	9	Atrium Den Haag
Workshop beeldend met voorleessessie	Noedelsoep en Gebakken Rijst - Reeza en Chee-Han Kartosen-Wong	1	Boekhandel De Vries Van Stockum
		65	

Workshops podiumkunsten (30)	titel	uitvoeringen	locatie
Workshop podiumkunst circus	Circus op het plein van Theater Dakota en Muzee Scheveningen - Circaso	8	Theater Dakota en Muzee Scheveningen
Workshop podiumkunst circus	Workshop Circus: MaakLab LKTR - Laaktheater i.s.m. Circaso	1	Laaktheater
Workshop podiumkunst dans	Peuterdans - Julia Pereboom	3	De Nieuwe Regentes
Workshop podiumkunst dans	Workshop muziek: Ukkieconcert - Ukkieconcertjes i.s.m. De Nieuwe Regentes	3	De Nieuwe Regentes
Workshop podiumkunst dans	Dance4Kids & 4You - NME-Foundation	3	NME foundation
Workshop podiumkunst dans	Dansen en bewegen met Viri - Viri Hernandez	1	Theater Dakota
Workshop podiumkunst dans	Dans (voor kinderen met een verstandelijke beperking) - KOO kunstonderwijs Organisatie	3	KOO
Workshop podiumkunst dans	Laat je zien! - Nederlands Danstheater	1	Nederlands Dans Theater
Workshop podiumkunst (film)	Beeld voor Beeld - Stop Motion - Filmhuis Den Haag	4	Het Filmhuis
Workshop podiumkunst (film)	Wonderlichtjes - Schimmenspel - Filmhuis Den Haag	4	Het Filmhuis
Workshop podiumkunst (hiphop)	Graffiti (voor kinderen met een verstandelijke beperking) - KOO kunstonderwijs Organisatie	3	KOO
Workshop podiumkunst (hiphop)	Breakdance - Haags Hiphop Centrum	4	Haags Hiphop Centrum (Aight)
Workshop podiumkunst (hiphop)	DJ - Haags Hiphop Centrum	2	Haags Hiphop Centrum (Aight)
Workshop podiumkunst (hiphop)	Graffiti op canvas - Haags Hiphop Centrum	4	Haags Hiphop Centrum (Aight)
Workshop podiumkunst (hiphop)	Hiphopdance - Haags Hiphop Centrum	4	Haags Hiphop Centrum (Aight)
Workshop podiumkunst (hiphop)	Rap - Haags Hiphop Centrum	1	Haags Hiphop Centrum (Aight)
workshop podiumkunst (hoorspel)	De magie van geluid - Beeld en Geluid Den Haag	2	Beeld en Geluid Den Haag
workshop podiumkunst (musical)	Musical4Kids & 4You - NME-Foundation	3	NME foundation
Workshop podiumkunst (muziek)	Djembé (voor kinderen met een verstandelijke beperking) - KOO	4	KOO
Workshop podiumkunst (muziek)	Keyboard/piano (voor kinderen met een verstandelijke beperking) - KOO	3	KOO
Workshop podiumkunst (muziek)	Laat je horen! - Residentie Orkest	1	Nederlands Dans Theater
Workshop podiumkunst (muziek)	Muziek en spel (voor kinderen met een verstandelijke beperking) 4-6 jaar - KOO	4	KOO
Workshop podiumkunst (muziek)	Song4Kids & 4You - NME-Foundation	2	NME foundation
Workshop podiumkunst (muziek)	Zing! - Saffier i.s.m. Haags Theaterhuis	4	Saffier met GetOud op locatie
workshop podiumkunst (theater)	Van Hamelen & The rats - Rabarber	1	Theater Dakota
workshop podiumkunst (theater)	Improviseren kan je leren (4-6 jr) - Rabarber	2	Theater Merlijn (Theaterschool Rabarber)
workshop podiumkunst (theater)	Improviseren kan je leren (7-9 jr) - Rabarber	2	Theater Merlijn (Theaterschool Rabarber)
workshop podiumkunst (theater)	Keyboard/piano (voor kinderen met een verstandelijke beperking) - KOO	1	KOO
workshop podiumkunst (theater)	Scenes maken (8-10-12 jaar) - Rabarber	2	Theater Merlijn (Theaterschool Rabarber)
workshop podiumkunst (theater)	Workshopproject: Herfstwerkplaats Leuke voorstelling - HNTjong	1	HNTjong
		81	

Afgepaste evenementen (7 waarvan 1 internationale)	titel	uitvoeringen	locatie
AFGELAST / voorstelling - prof	Aan Tafel Junior - INCLUSIEF ETEN! - Het vijfde bedrijf	2	Amare
AFGELAST / voorstelling - prof	Boompje (60 per show)	2	Amare
AFGELAST / voorstelling - prof	Sol Bémol - Dirque & Fien (BE) (2*346+600)	3	koninklijke Schouwborg
AFGELAST / voorstelling - prof	Strek (100 per show)	2	Amare
AFGELAST / voorstelling - prof	Tinten - Danstheater Aya	1	Korza theater
AFGELAST / voorstelling - prof	Van Hamelen & The Rats - Lennart Monaster	1	Theater Dakota
AFGELAST / workshop	Drummen - Haags Hiphop Centrum	1	Haags Hiphop Centrum (Aight)
		12	

INLEIDING

DE CULTURELE SPELEN ALGEMEEN

We slaan met de Culturele Spelen een brug van kunst op school naar kunst in de vrije tijd.

De Culturele Spelen vinden overdag plaats in de laatste schoolweek voor de Haagse herfstvakantie. De Culturele Spelen zijn een gezamenlijk creatief en kunstzinnig feest voor de basisschoolleerlingen in Den Haag. Een cultuurdag 'light', waarin het plezier, het zelf kunnen kiezen en de verbinding naar cultuurdeelname in de vrije tijd centraal staan. Deelname aan, en invulling van de Culturele Spelen is een vrije keuze van de scholen.

De Culturele Spelen laten zien dat samen met kunst en cultuur aan de slag gaan, belangrijk, maar vooral ook leuk is. Kunst zet de ramen van geest en hart bij mensen open. Daar begin je best zo vroeg mogelijk mee, bij zoveel mogelijk kinderen van alle pluimage. Door bijvoorbeeld te zingen, toneel te spelen of een schilderij te maken, delen we onze ideeën en gevoelens met elkaar. Kunst helpt ons om elkaar en onszelf beter te begrijpen en bevordert onderling respect. We geven met kunst kleur aan de wereld om ons heen en we laten onszelf én onze prachtige creaties aan elkaar zien. Tijdens de Culturele Spelen vieren we die gekleurde stad. En feesten, dat doen we samen! Wij geloven erin met de Culturele Spelen bij te dragen aan een verbonden, creatieve en gezonde stad.

Cultuureducatie is een groot goed. Daarmee maken veel kinderen, begeleid, via school, kennis met de rijkdom van allerlei vormen van cultuur. Cultuurdeelname buiten schooltijd is een essentiële aanvulling op deze cultuureducatie. De ervaring opdoen om van huis uit naar het theater te gaan en te leren dat cultuurdeelname en reflectie hierop een vorm van vrijetijdsbesteding is, waarvoor en waarbinnen je individueel kunt kiezen, is van grote waarde. Dit heeft alles te maken met gewoontevorming, cultuur, identiteitsontwikkeling en zelfbewustzijn. We geloven erin dat ieder kind de kans moet krijgen creativiteit te ontwikkelen op een manier die goed bij hem of haar past. Het merendeel van de Haagse kinderen komt buiten schooltijd niet vanzelf in aanraking met kunst. Het onderwijs is de plek om ieder kind te bereiken. De Culturele Spelen leggen de verbinding tussen scholen, het kind met een eigen stem en kunst in de vrije tijd. Zo willen we de kunsten een plaats te geven in het persoonlijke en sociale leven van zoveel mogelijk kinderen.

In Den Haag is de laatste schooldag voor de herfstvakantie een logische overgangsdag richting kunst in de vrije tijd, omdat Den Haag in de herfstvakantie doordrenkt is van Festival de Betovering. De keuzeonderdelen binnen de Culturele Spelen verwijzen direct naar ons Festival.

Deelname aan de Culturele Spelen was tot en met 2022 gratis en kan als klas of met de hele school. Een professional komt naar school en gaat samen met de kinderen beeldend, met dans, theater, film of muziek aan de slag. Wat de kinderen maken kunnen ze laten zien op festival De Betovering, zo worden ze onderdeel van het festival.

De leerkrachten kiezen zelf of ze het programma verder uitbreiden en hoe ze de rest van de dag vullen. Wij helpen ze graag met tips en trucs om er een feestelijk creatieve dag van te maken.

DE CULTURELE SPELEN 2022

BonteHond, Lotte Verweij Kunsteducatie & Het Vijfde Bedrijf & Ferry Hogeboom

Zoals vorig jaar al geconstateerd was, is het voor geen enkele partij haalbaar om voor 100 klassen een gedegen programma te ontwikkelen én uit te voeren, dus ook dit jaar hebben we ervoor gekozen om met in totaal drie aanbieders samen te werken.

SCHOOL
Eerst Ned. Montessorischool
De Parkiet
Rosa Basisschool
Nutsschool Boldingh
De Vrije Ruimte
De Drie Linden
De Baanbreker
Montessorischool L'veen
De Klimop
Leyenburg
Montessorischool Valkenbos

Dit jaar hebben we met de Culturele Spelen samengewerkt met 2 bekende partners en 1 nieuwe partner. Theater Artemis was er in 2022 helaas niet bij, zij zaten met een overvolle agenda door veel inhaalvoorstellingen die door covid een tijd lang geparkeerd stonden. Door het afvallen van Artemis zijn we op zoek gegaan naar een derde partij die kwam aanbod de twee huidige (BonteHond en Lotte Verweij Kunsteducatie) mooi aanvulde. In de zoektocht kwamen wij uit bij Ferry Hogeboom, een goede bekende van het festival, met wie we al enkele jaren samenwerkten voor onderdelen van de Culturele Spelen (dansers en zangers van zijn DAPA opleiding), maar bij wie nu een volledig project neer hebben gelegd. We hebben hem uiteindelijk gekoppeld aan Annemarie de Bruijn (Het Vijfde Bedrijf) met wie hij samen Aan Tafel Junior verder ontwikkeld heeft.

Dit jaar zijn ook Lotte Verweij Kunsteducatie, met haar poule van beeldend kunstenaars aangehaakt om met het project 'Het Voedselmonster' deel te nemen op de scholen. Als derde partij hebben we ook jeugdtheatergezelschap BonteHond weer gevraagd een schoolproject te ontwikkelen. Dit jaar is de voorstelling 90's vs 20's, welke ook als voorstelling op het festival geprogrammeerd stond, uitgewerkt tot educatief project voor basisscholen. De drie projecten zullen in deze verantwoording achtereenvolgens elk worden omschreven, evenals hun bereik en kostenoverzicht.

BEREIK	aantal scholen	aantl klassen	aantal workshops	aantal kinderen
Schooltraject BonteHond 90's vs 20's	4	36	36	998
Schooltraject Lotte Verweij Kunsteducatie Het Voedselmonster	5	31	31	695
Schooltraject Het Vijfde Bedrijf/Ferry Hogeboom Aan Tafel Junior	2	30	30	770
TOTAAL	11	97*	97	2463

*Er was een school die per ongeluk te veel klassen had opgegeven. Op het laatste moment konden we op een andere school wat extra workshops geven, maar net niet genoeg om de 100 klassen weer vol te maken.

FINANCIEN GEREALISEERD	
KOSTEN	
Projectkosten 90's vs 20's	€ 10.000,00
Projectkosten Het Voedselmonster	€ 6.670,00
Projectkosten Aan Tafel Junior*	€ 16.370,00
Overheadkosten Betovering (PR, verblijfskosten)	€ 250,00
Overheadkosten Personeel Betovering Team	PM
TOTAAL	€ 33.290,00
BATEN	
Eigen bijdrage BonteHond	€ -
Eigen bijdrage Lotte Verweij Kunsteducatie	€ -
Eigen bijdrage Het Vijfde Bedrijf / Ferry Hogeboom	€ -
Eigen bijdrage Betovering financieel	€ 33.290,00
Eigen bijdrage Betovering personeel team	PM
TOTAAL	€ 33.290,00
SALDO	€ -

*de projectkosten van Aan Tafel Junior zijn hoger dan €10.000, omdat we de voorstelling ook als regulier hebben laten spelen tijdens het festival

JEUGDTHEATERGEZELSCHAP BONTEHOND

90's vs 20's

HET PROJECT

EEN ODE AAN DE (WAN)SMAAK

De muziek waar je ouders naar luisteren is per definitie slecht. Maar dat komt omdat zij oud zijn, daar kunnen ze niks aan doen. En dat zij niet snappen dat de muziek waar jij naar luistert het beste is dat er ooit gemaakt is, vergeef je ze ook. Zolang het binnenshuis blijft. Zodra je vader op een verjaardag gaat meezingen met 2 Unlimited en je moeder laat zien dat ze nog precies weet hoe je de Macarena danst, moet er ingegrepen worden.

Het is tijd voor de battle van de eeuw. Suzan en Freek nemen het op tegen Twarres en Snelle gaat de strijd aan met MC Hammer. Elsa staat tegenover Pocahontas en van Flippo's versus Squeezies.

Een voorstelling over wederzijds onbegrip tussen ouders en kinderen, dat zich blijft herhalen. Over nostalgie, trends, guilty pleasures en het missen van eerste keren. 90's vs 20's laat zien dat het onvermijdelijk is om net als je ouders te worden, ook al roep je nog zo hard van niet. En dat is ook oké.

Een live DJ, drie spelers, oneindig veel hitjes en een hoop gênante momenten dit is 90's vs 20's: een muzikale battle, waarin iedereen toch al weet wie er gaat winnen.



De makers komen naar school om in de klas workshops van 75min te verzorgen en kinderen hun eigen smaak te laten ontdekken en hen klaar te stomen voor de Grote Dance Battle tijdens festival de Betovering. Ga maar vast oefenen en dan zien wij je daar! 90's vs 20's, één groot muzikaal feest der herkenning, zowel voor ouders als kinderen! Dit wil je niet missen. De Grote Dance Battle heeft plaatsgevonden in de foyer van Theater aan het Spui, als voorprogramma van de voorstelling 90's vs 20's op dinsdag 25 oktober 2022.

MEENEMEN VOOR DE TOEKOMST

De workshops op school waren zeer geslaagd; alles was goed afgestemd op de leeftijdscategorieën per klas en de docenten stuk voor stuk goed. Deelname aan het project buiten schooltijd blijft een lastige, dat merken we ieder jaar weer en ook al worden alle registers opengetrokken, het blijft lastig om alle kinderen in een vakantie naar het festival te krijgen vanuit een schoolproject. Desalniettemin zijn we erg tevreden met de opkomst en proberen we het volgende jaar weer net iets gestructureerder aan te pakken in het stukje communicatie met ouders.

HET VIJFDE BEDRIJF & FERRY HOGEBOOM –

AAN TAFEL JUNIOR

HET PROJECT

Denk eens aan eten. Wat vind je lekker? Van welke smaken houd je en wat heb je liever niet op je bord? Denk nu eens aan thuis? Wat ruik je dan? Stinkt het naar spruitjes? Of ruikt het juist heerlijk naar huisgemaakte appelmoes?

Aan Tafel Junior is een film diner over de smaak van thuis. Je neemt samen plaats aan een lange tafel en in plaats van een placemat ligt er een televisiescherm voor je neus. Naast kijken en luisteren is dit scherm ook je bord waar je vanaf mag eten. Je ziet, hoort, ruikt én proeft verhalen van stads- en klasgenoten.

OP SCHOOL

Het is geen kunst om te vertellen hoe het er thuis uit ziet. Het antwoord op de vraag hoe thuis smaakt is een stuk minder makkelijk. Smaak is een belevenis waarbij niet alleen gaat over het eten dat je thuis op je bord krijgt. Bij de smaak van thuis horen ook alle herinneringen die je daarbij hebt, de beelden die je daarbij ziet, de geluiden die je daarbij hoort. Ieder kind heeft een eigen unieke smaakbeleving bij thuis, een eigen verhaal. Tijdens het project “Hoe smaakt jouw thuis?” begeleiden we kinderen om hun verhaal te concretiseren. Met de tastbare elementen maken we de multimediale diner voorstelling AAN TAFEL Junior. Het resultaat is een interactieve voorstelling met unieke filmportretten, live speeches van kinderen en natuurlijk hapjes waarmee je leert hoe thuis bij jou en bij anderen smaakt.

Twee weken voorafgaand aan De Betovering bezoekt een team van professionals 30 klassen op basisscholen in de regio Den Haag. In de klas krijgen de kinderen een workshop van deze professionals en de aanwezige begeleiders. De kinderen worden geholpen in het omzetten van hun antwoord op de vraag hoe thuis smaakt in beelden, muziek of teksten.

Specifieke uitwerking workshops:

1. Theatervormgeving (hoe zet ik denkbeelden bij een smaakverhaal om naar een fysieke weergave)
Voor het vormgevingsdeel staat het maken van een stilleven met levensmiddelen centraal. De smaak van thuis moeten ze vangen in een kunstwerk. Het stilleven wordt gefilmd en zal tijdens de voorstelling kort te zien gaan zijn.
2. Theaterteksten (welke woorden kies ik om mijn smaakverhaal te kunnen vertellen en hoe dragen verschillende woorden bij aan het verhaal)
Voor de tekstuele invulling van de stukken gaan kinderen met de docent hun verhaal opschrijven. Dit kan in speechvorm, in dichtvorm of als monoloog. De voordracht wordt gefilmd en kan live of gefilmd in de voorstelling gebruikt worden.
3. Soundscaping (welke muziek, welke instrumenten, welke klanken vatten een smaakverhaal samen)
Voor het muzikale deel werken we met een componist/pianist die met de kinderen aan de slag gaat om de inloopmuziek en uitloop muziek van de voorstelling te componeren. Eetgeluiden zoals bestek, smaken, borden, boeren vormen de basis.

Samenvattend worden er 30 workshops gegeven door een inleider, een begeleidend team studenten en drie vakspecialisten. De workshop start met een gezamenlijke inleiding over het thema, gevolgd door de “uitwerking” van de verhalen in ofwel tekst (voor de openingsmonoloog en speeches in voorstelling), in beeld (het gefilmde stilleven) of muziek (de smaak ouverture).

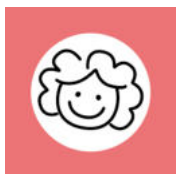
Met alle workshops hebben we de benodigde ingrediënten voor handen en kunnen we de voorstelling gaan (voor)bereiden. Uit de 30 workshops wordt materiaal vervaardigd dat in twee dagen moet worden bewerkt, geëdit, geknipt en geïntegreerd om de voorstelling AAN TAFEL Junior op de eerste en de tweede dag van het festival steeds drie maal te spelen.

Vanuit de workshops komen onder andere de films waarin kinderen hun speeches, of openingsmonologen delen. Daarnaast zijn er natuurlijk de verschillende opnames van de gecreëerde stillevens en tenslotte zijn er de losse muzikale fragmenten. Naast deze elementen komen uit de workshops ook individuele opnames van kinderen voort waarin zij als headshots zijn vastgelegd met de tekst “mijn thuis smaakt naar...”. Eveneens maakt iedere klas een video waarin zij het zogenaamde ‘afwasmoment’ opnemen.

Met de integratie van alle individuele beelden, het herschrijven van het script en het afronden en monteren van de smaak ouverture, is de spreekwoordelijke tafel gedekt en staat alles in de potten te pruttelen om opgediend te worden.

In het festival hart van De Betovering wordt het decor, een ware dinertafel met geïntegreerde digitale beeldschermen, geplaatst. De voorstelling wordt gespeeld door Annemarie de Bruijn en zij wordt daarin bijgestaan door een groep gastacteurs die tevens zorgen voor de begeleiding van de deelnemende kinderen.

De bezoekers worden uitgenodigd aan tafel en beleven daar een interactieve voorstelling waarin zij teksttheater, beeldreportages, speeches, muziek en natuurlijk ook echte hapjes elkaar afwisselen. Kinderen die aan de workshops hebben deelgenomen kunnen ofwel een actieve bijdrage leveren door hun smaakverhaal aan tafel te delen, danwel deelnemen aan de voorstelling en zichzelf in de montage herkennen.



LOTTE VERWEIJ KUNSTEDUCATIE - HET VOEDSELMONSTER

HET PROJECT

Op een dag ben je lekker thuis aan het spelen... maar dan wordt je geroepen: 'Aaaaaan tafel! Ik heb je lievelingseten gemaakt!'. Je voelt dat je begint te kwijlen en je ruikt het allerlekkerste eten ooit...!

Er komt een grote glimlach op je mond en je buik begint te borrelen.

Je volgt met je neus de lekker geur van het eten. Het lijkt bijna alsof je vliegt!

Maar... wat zie je daar! Vanaf je bord kijken boze ogen je aan!

Brrrr... op het bord zit een monstertje. Het monster ziet eruit alsof hij is gemaakt van jouw minst favoriete eten. Hier heb je helemaal geen zin in.

'Proef me maar!', zegt het monster. 'Ik smaak naar suikerspin!'

Maar je gelooft het monster niet. 'Je ziet er anders helemaal niet lekker uit! Ik hou helemaal niet van spruitjes.'

Het monster geeft boos toe: 'Oké, oké, ik heb al dat lekkere eten zelf opgegeten. Ik was jaloers! Waarom wil je niet kwijlen en lachen en vliegen en borrelen als je mij ziet liggen op je bord? Als je mij ziet kijk je er heeeel vies bij! Ik protesteer! Voortaan eet ik al jouw lekkere eten op tot je mij gaat waarderen!'

Oei, het is wel heel vervelend als er voortaan alleen maar Voedselmonsters op onze borden liggen, in plaats van al het lekkers. Ik heb misschien wel een idee: wat als we de Voedselmonsters nu eens in het zonnetje zetten? Het monster klinkt zo boos. Zou het hem opvrolijken als we hem gaan waarderen en aan heel veel mensen laten zien?

Laten we allemaal ons eigen Voedselmonster maken en op een plek ophangen waar iedereen hen kan zien! Helpen jullie mee?

Alle voedselmonster-makers zijn uitgenodigd voor de opening van de Voedselmonster-expositie in Amare:

Deze week heb je op school een spannend voedselmonster gemaakt, weet je nog?

Alle voedselmonsters zijn naar het centrum van Den Haag gekropen om een week lang bezoekers van Festival de Betovering te laten griezelen in een (on)smakelijke expositie.

De expositie is de hele Betovering week gratis te zien geweest op het Kunstenplan van Amare en op de laatste zaterdag hebben alle makers de kans gekregen om hun eigen monster weer op te halen en mee naar huis te nemen.

MEENEMEN VOOR DE TOEKOMST

We willen graag de Cultuurankers in Den Haag betrekken bij de terugkom dag tijdens het festival. Omdat deze ankers in de wijken liggen, zou dit als meer drempelverlagend kunnen werken dan een groot onbekend theater in de binnenstad. Zo zouden we de Culturele Spelen als een grote olievlek kunnen laten verspreiden over de stad.

GEZAMENLIJK SLOT TIJDENS FESTIVAL DE BETOVERING

HET PROJECT

Op zaterdag 22 oktober vond het slot van de Culturele Spelen plaats, de eerste zaterdag van het festival. Ook dit jaar in het nieuwste theater van De Haag: Amare en op het vernieuwde Spuiplein in onze eigen Botsbaan. Alles wat de kinderen tijdens de workshops op school hebben ontdekt, geleerd en gemaakt kwam samen tijdens het festival.

Aan Tafel Junior heeft 3 uitverkochte voorstellingen met kinderen van school gespeeld, waar ze hun eigen gemaakte verhalen terugzagen op het beeld in de tafel, waarvan ze het eten letterlijk konden proeven waarover gesproken werd.

Het Voedselmonster van Lotte Verweij was tot leven gekomen op Kunstenplein, waar 6000 voedselmonsters, gemaakt door kinderen op school, samenkwamen in een grote monster-expositie.

90's vs 20's van BonteHond heeft hun terugkom-dag gekoppeld aan de voorstelling die op dinsdag 25 oktober speelde in Theater aan het Spui. Daar hebben de schoolkinderen, samen met hun ouders, een ware Dance Battle opgevoerd als voorprogramma in de foyer.

We hebben met deze drie projecten wederom een brug geslagen tussen kunst op school naar kunst in de vrije tijd en hebben de kinderen de kans geboden om zelfs nog meer te zien dan alleen hun eigen project. We merken ieder jaar dat de deelname van kinderen in de vrije tijd steeds een beetje toeneemt. Nog niet in de getale die wij wensen, maar het vordert gestaag en dat biedt hoop voor de toekomst!



MEENEMEN NAAR DE TOEKOMST

De keuze om de terugkomdag van de Culturele Spelen tijdens het festival naar het eerste weekend te halen is een goede keuze geweest. Dit is een keuze die we vast blijven houden, want de kinderen hebben de deelname op school dan nog vers in het geheugen en brengen hun enthousiasme meteen over op hun ouders. Daarnaast blijven we inzetten op een nog betere communicatie met de ouders van de kinderen, om steeds meer kinderen naar het festival te krijgen na deelname op school; dit blijft een belangrijk punt voor ons!



CULTURELE SPELEN - EDITIE 2022

CONCLUSIE

De Culturele Spelen 2022 waren op school wederom een groot succes. Sterke inhoudelijke partners, overdonderend animo vanuit de scholen, tevreden scholen, leuke locatiepartners tijdens het festival en een inmiddels ervaren en gedegen organisatie die de Spelen steeds preciezer goed vorm weet te geven. We zijn enthousiast over wat we gerealiseerd hebben op de scholen en gaan het activeren van de kinderen en hun ouders tijdens het festival de komende editie weer een stapje hoger tillen. Hiervoor gaan we kijken naar een alternatieve inzet van de Culturele Spelen-projecten in de cultuurankers tijdens het festival en het verdiepen van de verbinding met de deelnemende scholen.

Dit biedt een goed perspectief voor de toekomst en onze wens om nog meer kinderen uit Den Haag via school te helpen om hun weg te vinden naar, en hun keuzes te maken binnen de kunsten in de vrije tijd.

In het kader van “Iedereen Welkom” startten we dit jaar een project in samenwerking met woningbouwvereniging Haag Wonen, die veel woningen beheert in het stadsdeel Escamp (150.000 inwoners). Om de drempel te verlagen en de bewoners naar ‘buiten te halen’ is er voor gekozen om twee dagen lang (zaterdag 22 oktober en zondag 23 oktober) op twee verschillende locaties, namelijk twee door lage flats omsloten binnentuinen, een minifestival te organiseren.

Het programma werd zo samengesteld dat het gratis en voor een zo breed mogelijk publiek toegankelijk was. De programmering bestond voornamelijk uit kunstzinnige workshops. Kinderen konden o.a. met twee kunstenaars hun eigen dieren timmeren, een graffiti-tekening maken onder begeleiding van een docent van het Haags HipHop-centrum, een eigen kunstwerk fietsen, circusworkshops volgen van Circaso, chocolade tatoeages laten zetten en op gesprek gaan bij Dr. Choc. Laatstgenoemde is een dokter die voor elk probleem dezelfde oplossing had, namelijk; chocolade. Dit alles werd omlijst met originele straattheaterachtige muziekinstallaties en een heuse DJ.

Een win-win situatie was dat de binnentuinen in de weken naar aanloop van het festival grondig werden schoongemaakt en opgeruimd. Er werd meer dan vierhonderd kilogram afval en rommel uit gehaald, de ganzenpoep waar de tuinen besmeurd mee waren werden met speciale stofzuigers gereinigd, het geheel kreeg een frisse aanblik. Op de dagen zelf werden banners geplaatst, vlaggetjes opgehangen en tenten neergezet wat er voor zorgde dat de twee binnentuinen twee dagen waren omgetoverd tot een aantrekkelijk en kunstzinnig mini-festivalterrein.

In aanloop naar het festival is er veel gedaan om de bewoners te betrekken, een aantal bewoners heeft mee geholpen met opbouwen en afbreken. Maar er is veel meer gedaan om het Binnentuinen-project tot een succes te maken; de taken tussen Haag Wonen en De Betovering werden contractueel zo verdeeld dat Haag Wonen verantwoordelijk was voor de productionele kant en de promotie in de wijken en De Betovering voor het samenstellen van het programma en de bredere promotie in het stadsdeel Escamp.

Mede door de goede publiciteit, promotie, wijkflyers, posters, brievenbus-aankondiging en het onverwacht lekkere weer zijn beide binnentuinen op beide dagen zeer goed bezocht door mensen uit omliggende flats. Ook mensen uit andere wijken waren nieuwsgierig naar dit bijzondere initiatief en kwamen langs. Van tevoren werd geschat (en gehoopt) op ongeveer honderd kinderen per binnentuin per dag. Harde cijfers zijn er niet, maar bijvoorbeeld door het bijhouden van het aantal chocoladetatoeages (meer dan tweehonderd per dag), het aantal getimmerde dieren en de schatting van de workshopleiders en de artiesten kan geconcludeerd worden dat er minimaal vierhonderd mensen (per dag per binnentuin) de binnentuinen hebben bezocht. Dit heeft het samenwerkingsproject tussen Haag Wonen en De Betovering tot een boven verwachting groot succes gemaakt. We kunnen niet alles in cijfers uitdrukken, maar de tevreden gezichten, de positieve commentaren, het enthousiasme van de wijkbewoners is al voldoende om dit bijzondere project een vervolg te geven.

In het verlengde van het binnentuinen-project was er in samenwerking met theater Dakota in het winkelcentrum aan de Leyweg op zaterdag 22 oktober gratis straattheater in de vorm van de mobiele installatie Airlines van het gezelschap Actic. Tijdens deze ‘rondrit’ werden de bezoekers op een originele manier vermaakt. Omdat het winkelcentrum in de buurt van de Binnentuinen ligt hebben we een vrijwilliger van de Betovering flyers laten uitdelen om promotie te maken voor de binnentuinen. Uit evaluatie is gebleken dat deze vorm van straattheater goed aanslaat, omdat het publiek er zelf aan deel kan nemen. Bovendien is er gelijk aandacht gevestigd op andere culturele activiteiten die er in de wijk en in theater Dakota te beleven waren.



BETOVERING TV ALGEMEEN

De wens was om het festival ook via andere dan de traditionele podia en locaties zichtbaar te maken, hiervoor zijn er op papier en online elementen aan het festival toegevoegd, waar BetoveringTV er één van is. Voor de festival editie van 2022 maakten we acht uitzendingen met het thema 'eten' die te zien zijn via YouTube.

BetoveringTV is de plek waar theatermakers en musea/beeldend kunstenaars de kans krijgen specifiek voor dit medium iets te maken. We geloven in een meerwaarde hiervan voor kinderen t.o.v. bijvoorbeeld het tonen van registraties of livestreams van voorstellingen die eigenlijk voor het podium gemaakt zijn. BetoveringTV kan een versterking blijven voor De Betovering, met het oog op inclusiviteit en promotie.

HET ONDERZOEK

Voor de eerste editie van BetoveringTV is uitgebreid onderzoek gedaan en zijn diverse experts bevroegd.

Voor deze editie hebben we de tips die daaruit naar voren kwamen weer ter harte genomen.

- We blijven online.
- We proberen meer een vast format te ontwikkelen, door middel van het werken met terugkerende items.
- We werken vanuit een vast thema, voor 2022 was het thema eten.
- We laten de verschillende items door dezelfde programmamaker draaien in verband met de uniformiteit.

De gezelschappen en partners hebben we deze editie niet betrokken bij de afleveringen. Wel hebben we de partners (theatergezelschappen, podia, musea, bibliotheken ect.) gevraagd filmpjes aan te leveren die ze al hadden gemaakt of in de tussentijd hebben gemaakt om het kanaal verder mee te vullen.

HET RESULTAAT

Het resultaat is een YouTube kanaal met eigen content dat aangevuld is door diverse partners. Er zijn slechts drie partners geweest die extra content hebben aangeleverd voor het kanaal. We hebben omwille van de actualiteit een aantal filmpjes verwijderd, maar een aantal andere filmpjes en playlists hebben we laten staan, zoals Knutselen met doe opdrachten, Korte video's van een minuutje, Achter de schermen en Voor de allerkleinsten.

SEIZOEN 2: BETOVERING TV Alles afspelen



Zelf hebben we acht afleveringen BetoveringTV gemaakt met daarin een aantal rubrieken die vast of iets minder vast terugkomen:

'Kitchen Princess', recepten op een sprookjesachtige manier verteld.

'Drive by cooking', cruisen met Mo langs Haagse restaurants.

'Mo & Sem in de keuken', een kookprogramma met Sem en Mo met eten en (filosofische en praktische gesprekken) over eten.

Afgewisseld met beeldmateriaal van het lopende festival.

Mo is als vaste presentator betrokken en ook Hannah en Sem zijn toegevoegd als 'vaste' gezichten van dit seizoen. Alle afleveringen zijn hier terug te zien: [BetoveringTV - YouTube](#)

Diverse kunst disciplines kwamen aan bod, en de kracht van de verbeelding was dit seizoen meer aanwezig dan het vorige seizoen. De humor en verwondering ontbreken ook zeker niet in de nieuwste afleveringen.



BEHAALDE DOELSTELLINGEN EN KANSEN

We hebben voor de zomer een aantal meetings gehouden met het tv-team. Het festival stond in het teken van het thema eten, een dankbaar thema vanuit BetoveringTV mee te werken. Er waren veel ideeën, zoveel dat er nog wel een aantal seizoenen te vullen zijn met dit thema. Waar we tegenaan liepen is de productionele haalbaarheid van diverse ideeën. Desondanks zijn er een aantal mooie items gedraaid en zit er een zeker consistentie in de afleveringen.

Met Sem als theatermaker en docent was het idee om meer theatrale elementen toe te voegen aan de afleveringen. Dit is gedeeltelijk gelukt, door de opnames met Sem en Mo in de keuken. Ook het item 'Kitchen Princes' met Hannah Hentenaar brengt de gewenste theatraaliteit naar voren.

Drie weken van tevoren zijn de eerste foto's van achter de schermen gedeeld en in de week voorafgaand aan het festival is er een trailer online gezet. Een verbetering in de communicatie ten opzichte van vorig jaar.

1. Thuiskunst voor kinderen

Met de afleveringen BetoveringTV en de filmpjes die dit seizoen met name aangeleverd zijn door theatergezelschap BonteHond hebben we kinderen mogelijk laten kennismaken met verschillende kunstvormen en uitgenodigd om zelf creatief bezig te zijn.

2. Een extra podium voor de culturele sector

Er is dit seizoen nauwelijks gebruik gemaakt van de mogelijkheid voor partners van het festival om filmpjes aan te leveren.

Voor een eventuele volgende editie proberen we gezelschappen wel bij BetoveringTV te betrekken door niet alleen te vragen om filmpjes aan te leveren, maar ze ook te benaderen met een concrete vraag voor het maken van een (kort) filmpje dat te maken heeft met het thema. Voor de eerste editie konden de gezelschappen niet uit de voeten met de breedte van de vraag. Nu het concept van BetoveringTV wat duidelijker is kunnen wij ook beter een vraag formuleren richting de gezelschappen waar ze op kunnen reageren. Op deze manier kunnen we partners een podium bieden, maar ook in aanloop naar het festival de veelkleurigheid en veelstemmigheid laten zien.



3. Participatiebevordering van Festival de Betovering

Ook dit seizoen hebben we via een appgroep het hele team laten fotograferen/filmen tijdens het festival en diverse afleveringen een tip toegevoegd voor de volgende dag. Naar wens van vorig seizoen is, er begin oktober beeldmateriaal in de vorm van foto's achter de schermen, online gezet. Daarnaast is er ook een trailer gemaakt die een week voor het festival online is gezet.

We hebben een dag gedraaid op het festival, maar dit bracht niet echt veel bruikbaar materiaal op. We hadden wellicht iets mee moeten nemen, zoals vorig jaar de deuren, om mensen nieuwsgierig te maken en te bevragen. Het maken van een fotobooth/babbelbox/achterwerk in de kast bleek productioneel niet haalbaar.

4. Inclusiviteit

De wens was om de afleveringen te ondertitelen en om mogelijk te experimenteren met een gebarentolk. Doordat de tijd tussen productie en online zetten relatief kort is, is dit niet gelukt.

Wel is er meer gebruik gemaakt van tekst in beeld door de editor, waardoor de afleveringen toegankelijker zijn dan vorig seizoen.

Het ondertitelen met YouTube is mogelijk, maar dan zouden de afleveringen eigenlijk een week eerder klaar moeten zijn en dat lukt met de manier waarop we het nu produceren niet. YouTube geeft een standaard ondertiteling, maar om die per aflevering aan te passen zijn er een aantal uur nodig.

Experimenteren met een gebarentolk vraagt voor nu te veel van de productionele capaciteit. Alleen, in dit geval, acht afleveringen bedenken in concept, opnemen, editen en online zetten is al voldoende uitdaging om in te plannen. Neemt niet weg dat we blijven zoeken naar mogelijkheden en dat we voor het ondertitelen wellicht iemand in kunnen schakelen die niet tijdens het festival actief is.

Er hebben 274 mensen naar de afleveringen gekeken.

HOE GAAN WE VERDER

Bestuur en directie van De Betovering gaan zich beraden op de toekomst van Betovering TV, de ervaringen en bevindingen van de afgelopen twee edities Betovering TV meenemend.

- Naar aanleiding van het thema van het festival bedenken we in maart/april op welke manier we BetoveringTV willen invullen.
- We denken dan in elk geval meer in items en vlogs dan in afleveringen.
- We bedenken welke mensen hiervoor nodig zijn artistiek/inhoudelijk en productioneel en gaan mensen vragen. Jongeren maken deel uit van dit team en mogelijk ook kinderen.
- We betrekken gezelschappen met een concrete vraag naar aanleiding van het thema.
- Het idee om vlogs vanaf het festival en vlogs vanuit partners te gaan verwezenlijken. Gemaakt door bijvoorbeeld middelbare scholieren die voorafgaand een workshop/masterclass volgen.
 - We plaatsen ongeveer drie weken voor het festival de eerste content online.
 - We zorgen ervoor dat de content die voorafgaand aan het festival wordt geplaatst in ieder geval ondertiteld is, dit kan zeker met kortere filmpjes.





Bijlage 5 – Code Diversiteit en inclusie

Naleving Code Diversiteit en Inclusie bij De Betovering

In dit jaarverslag is op diverse plaatsen de diversiteit en inclusie in onze activiteiten besproken. We houden ons aan de Code Diversiteit en Inclusie en streven er continu naar dat een steeds breder deel van de samenleving zich welkom en gerepresenteerd voelt bij De Betovering. Samenvattend kan naleving van de code door De Betovering als volgt worden samengevat:

Programma

Omdat hoge kwaliteit een kernwaarde is van De Betovering zijn wij ervan overtuigd dat divers programmeren ons festival verrijkt en de kwaliteit ten goede komt. Onder diversiteit verstaan wij dat het festival een open houding heeft, onze programmering een weerspiegeling is van de culturele diversiteit van de stad en dat wij zoveel als mogelijk een plek geven aan perspectieven en verhalen van gemarginaliseerde en geminoriseerde stemmen en makers. We zijn er nog niet, maar we vinden wel steeds vaker programmering die dit doel dient. Door ook uit het buitenland op de Haagse podia te programmeren, wordt de gemiddelde kwaliteit van ons aanbod hoger.

Publiek

De Betovering is een publieksfestival. We bereiken een breed scala van 0 t/m 12-jarigen, uit alle lagen van de bevolking. Kinderen van cultuurminnaars, van expats en van ouders voor wie cultuurdeelname minder vanzelfsprekend is, van Nederlandse en van een andere herkomst, bewoners van het centrum, de wijken en van buiten de stad; iedereen is meer dan welkom! We investeerden met onze gerichte publiciteit en met het programma 'Iedereen Welkom' in het bereiken van een divers publiek. Dat vinden we belangrijk. Binnen deze groep richtten we ons afgelopen jaar op kinderen met een beperking en op families met andere culturele of financiële achtergronden in Escamp met het project Binnentuinen. Ook de lage entreprijzen (veelal 7,50 euro, Ooievaarspas 50% korting), het gratis (en) toegankelijke straattheater en de gratis (en) toegankelijke voorstellingen in de (wijk-)bibliotheken, dragen bij aan het wegnemen van mogelijke drempels voor een zeer divers publiek. Vaak was het gesproken woord niet of van ondergeschikt belang bij de voorstellingen uit het buitenland. Hiermee zijn de internationale voorstellingen ook interessant voor hen die de Nederlandse taal (nog) niet beheersen; migranten, expats en ook slechthorenden.

Personeel

Het vrijwilligersbestand suggereert met namen en herkomsten zichtbaar een cultureel diverse achtergrond. Voor deze editie is er in samenwerking met de organisaties Superkracht en Middin gezocht naar vrijwilligers met een licht verstandelijke en/of fysieke beperking. Het is gelukt om 8 deelnemers een plekje te geven in het festival. Bij het kantoorteam is de diversiteit en inclusie minder zichtbaar. Ons beleid bij het aannemen van nieuwe teamleden is wel om minderheden evenveel of zelfs meer kans te geven in het sollicitatieproces, omdat we het belangrijk vinden dat ook ons team een afspiegeling van de huidige samenleving is. Tot 2022 waren alle kernteamleden vrouw, daarin hebben we in 2022 verandering kunnen brengen.. Om onze teamkennis te verdiepen volgden twee teamleden de masterclass 'Creatieve toegankelijkheid: inclusieve oplossingen', georganiseerd door Possibilize.

Bestuur

We streven ernaar om het bestuur, qua culturele diversiteit, een goede afspiegeling te laten zijn van de samenleving, door hier expliciet op te wijzen in wervingsadvertenties en door de advertenties ook te publiceren in gremia als Binoq Atana. Twee van onze bestuurders associëren zich ook met een andere dan de Nederlandse achtergrond, namelijk Marokkaans. Één van hen werd via een traineeship van Atana in 2022 opgenomen in het bestuur van De Betovering. Het Traineeship maakt deel uit van het programma Divers en Inclusief aan de Top en biedt Atanezen de mogelijkheid om een jaar mee te lopen in een bestuur of raad van toezicht, bij een Haagse culturele instelling. Op deze manier werken organisaties enerzijds aan het diverser en inclusiever maken van de eigen organisatie en dragen zij anderzijds bij aan het creëren van een nieuwe diverse pool bestuurders/ toezichthouders. Dit bestuur geeft veel vertrouwen voor een stabiele toekomst met meer kansen voor diversiteit. Drie van de vijf bestuursleden zijn vrouw.

Partners

De diversiteit van de locatiepartners (ruim 50 culturele instellingen) biedt ook een grote culturele diversiteit. Na jarenlang deze sector, makers en gezelschappen gevolgd te hebben, weten we steeds beter te voorspellen welke producties ons publiek aanspreken, welke het meest geschikt zijn voor welke locatie en hoeveel publiek er naar onze inschatting op afkomt.

De met ingang van 1 januari 2019 ingegane aangepaste Governance Code Cultuur bevat acht principes, die uitgaande van het bestuursmodel directie/bestuur, door de Betovering als volgt worden nageleefd.

1. [De organisatie realiseert haar maatschappelijke doelstelling door culturele waarden te creëren, over te dragen en/of te bewaren.](#)

De Betovering heeft ten doel het organiseren van activiteiten waardoor kunstuitingen van en voor kinderen [2-12 jaar] gestimuleerd en gepresenteerd worden. Het jaarlijkse negendaagse kunstfestival in de herfstvakantie, gehouden in ongeveer 50 locaties in de stad, heeft een breed samengestelde doelgroep en omvat kinderen en hun [groot]ouders uit alle delen van de stad en regio, uit alle lagen van de divers samengestelde bevolking. De vier kernwaarden van de Betovering zijn: kwaliteitsprogrammering, de kinderen in de vrije tijd als uitgangspunt, internationaal en cultuur divers en samenwerking en spreiding in de stad.

De Betovering realiseert haar maatschappelijke doelstelling op een zo veel mogelijk duurzame en bedrijfsmatig verantwoorde wijze en is zich ervan bewust dat de maatschappelijke omgeving divers is en streeft ernaar om bij de realisatie van de doelstelling zorgvuldig en op evenwichtige wijze met de verschillende belangen om te gaan.

2. [De organisatie past de principes van de Governance Code Cultuur toe en licht toe hoe zij dat heeft gedaan. De organisatie volgt de aanbevelingen op en wijkt daar alleen gemotiveerd van af.](#)

De Betovering heeft de intentie de Code integraal toe te passen. Waar nodig wordt rekening gehouden met de beperkingen die bij deze kleine organisatie passen. Jaarlijks wordt de naleving van de Code geëvalueerd en wordt hierover gerapporteerd in het jaarverslag dat ook op de website wordt geplaatst. Het verslag van het bestuur gaat – voor zover aan de orde – in op onderwerpen betreffende de governance.

3. [Directie en bestuur zijn onafhankelijk en handelen integer. Zij zijn alert op belangenverstrengeling, vermijden ongewenste belangenverstrengeling en gaan op een transparante en zorgvuldige wijze om met tegenstrijdige belangen.](#)

De bestuurders zijn onafhankelijk. Er is geen sprake van tegenstrijdige belangen. Relevante nevenfuncties van de directeur en de bestuursleden worden vooraf gemeld en goedgekeurd door het bestuur. Integriteit is een kernwaarde voor de Betovering en daarmee een continu aandachtspunt voor directie en bestuur.

4. [Directie en bestuur zijn zich bewust van hun eigen rol en de onderlinge verdeling van taken, verantwoordelijkheden en bevoegdheden en handelen daarnaar.](#)

Gekozen is voor bestuur-directiemodel. Statutair is bepaald dat binnen het bestuur de functies van voorzitter en plaatsvervangend voorzitter moeten worden ingevuld. Daarnaast is een bestuurslid aangesteld als penningmeester. Werkaangelegenheden worden waar nodig door de directie met het bestuur besproken. Dat geldt ook voor aangelegenheden met betrekking tot de goede omgang met externe partners, waaronder belangrijke subsidiënten. Een bestuurs- en directieprofiel zijn in 2021 opgesteld.

5. [De directie is verantwoordelijk voor de algemene en dagelijkse leiding, het functioneren en de resultaten van de organisatie.](#)

De eenhoofdige directie handelt steeds vanuit het perspectief van de maatschappelijke doelstelling van de Betovering en weegt daarbij de artistieke en zakelijke belangen van de organisatie en die van de interne en externe belanghebbenden op zorgvuldige en evenwichtige wijze af. Elke vier jaar wordt een meerjarenbeleidsplan inclusief meerjarenbegroting opgesteld dat mede dient als onderbouwing voor het verkrijgen van structurele exploitatiesubsidie van de gemeente Den Haag. Vervolgens wordt jaarlijks, mede op basis van de toegekende structurele subsidie, een activiteitenplan en een begroting opgesteld die worden goedgekeurd door het bestuur.

6. [De directie gaat zorgvuldig en verantwoord om met de mensen en middelen van de organisatie](#)

De directie is verantwoordelijk voor het artistieke en zakelijke beleid, voor de naleving van wet- en regelgeving, waar onder de subsidievoorwaarden, en het beheersen van de aan de activiteiten verbonden risico's.

De Betovering heeft geen personeel in dienst en werkt met zzp-ers, stagiairs en vrijwilligers. De jaarlijks toegekende beloningen worden op voorstel van de directie door het bestuur goedgekeurd.

7. [Het bestuur voert zijn toezichthoudende, adviserende en werkgeversrol op een professionele en onafhankelijke wijze uit.](#)

De toezichthoudende taak van het bestuur heeft onder meer betrekking op:

- De realisatie van de doelstellingen;
- De strategie, identiteit en continuïteit;
- De verhouding met de gemeente en overige partners;
- De dialoog met de interne en externe belanghebbenden;
- De naleving van wet- en regelgeving inclusief subsidievoorwaarden;
- De bedrijfsvoering, het risicobeheer en het zakelijke beleid.

Het bestuur bespreekt jaarlijks de te onderscheiden risico's met aandachtspunten voor:

- Imago
- Organisatorisch
- Financieel
- Juridisch
- Politiek
- Bestuurlijk
- Continuïteit

Statutair is bepaald dat het bestuur een accountant opdracht geeft tot onderzoek van de jaarrekening. De accountant Lucro Accountancy BV verstrekt sinds 2017 een controleverklaring bij de jaarrekening en, waar nodig, bij bijdragen van fondsen en subsidiënten. De schriftelijke rapportage van de accountant wordt jaarlijks besproken met de directie en de penningmeester die vervolgens verslag uitbrengen aan het bestuur.

De adviserende taak van het bestuur komt tot uitdrukking in het gevraagd en ongevraagd adviseren, zowel anticiperend als reflecterend op beslissingen.

De werkgeversrol bestaat onder meer uit de werkzaamheden verbonden aan het functioneren van de directeur. Jaarlijks wordt door het bestuur het functioneren met de directeur besproken. Over het jaarlijks toegekende honorarium, dat een variabele component kan bevatten, zijn afspraken gemaakt.

Het bestuur beoordeelt jaarlijks het eigen functioneren waarbij ook het oordeel van de directie wordt betrokken. Dit geschiedt aan de hand van een vooraf door iedereen ingevulde vragenlijst. Een evaluatie met externe begeleiding is tot nu toe niet nodig geacht. Het bestuur rapporteert over de eigen werkzaamheden in het jaarverslag.

8. [Het bestuur is verantwoordelijk voor zijn samenstelling en waarborgt daarbij deskundigheid, diversiteit en onafhankelijkheid.](#)

Het bestuur bestaat uit 5 tot 6 onafhankelijke leden. De samenstelling voldoet aan de gewenste diversiteit:

Bestuurslid	Benoemdatum	Datum van aftreden
Anja Overhoff van der Lem (voorzitter)	10-09-2015	Ntb datum in 2023
Michiel Hendrix (penningmeester)	28-06-2018	28-06-2024 NB herbenoembaar voor 3 jaar
Maurice Haak (vice-voorzitter)	18-09-2014	18-09-2023
Fouzia Outmany	28-06-2018	28-06-2024 NB herbenoembaar voor 3 jaar
Latifa Dardou	04-07-2022	04-07-2025 NB herbenoembaar voor 3 jaar



AGENDA

Hoe gaat het?

Resultaten van 2022

Focus aankomende periode

Tips

DE BETOVERING

Juli t/m Oktober 2022

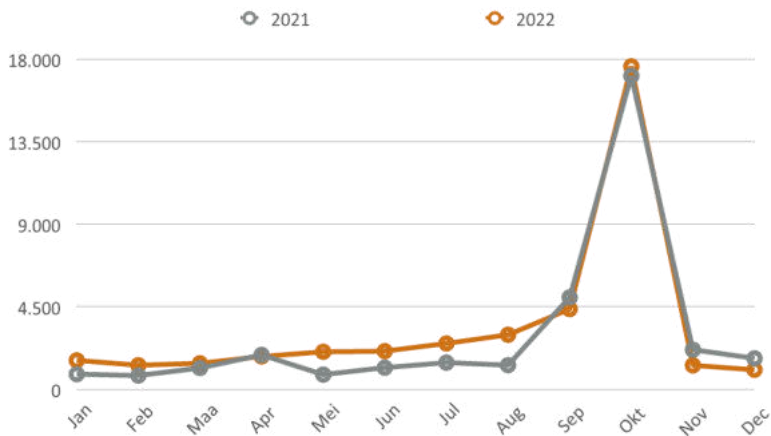


intk

WEBSITE BEZOEKEN

+18% ONLINE BEZOEKEN

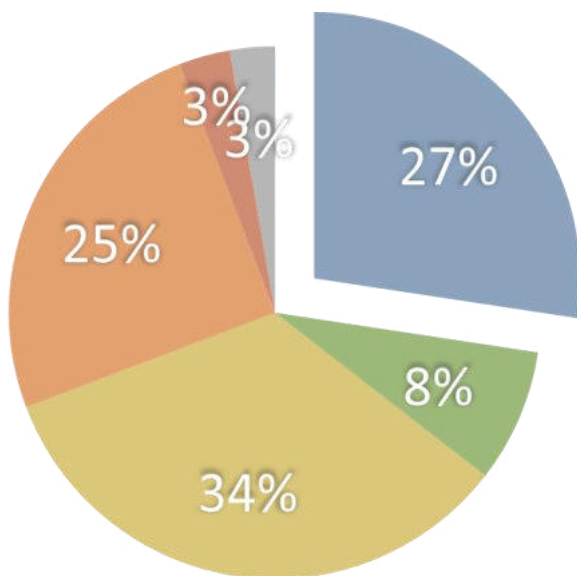
2022 t.o.v. 2021



WAAR KOMEN BEZOEKERS VANDAAN?

In 2022 kwam 27% van de online bezoeken via Google Ads.

Google Ads was het grootste marketingkanaal waar je invloed op hebt.



- Google Ads
- Google
- Email
- Overig
- Referral
- Direct
- Social

WAAR KOMEN BEZOEKERS VANDAAN?

In 2022 kwam 27% van de online bezoeken via Google Ads.

Google Ads was het grootste marketingkanaal waar je invloed op hebt.

BENCHMARKING

↑ Google Ads: gemiddeld tussen de 5-15%



▶ Social Media: gemiddeld tussen de 1-3%



▶ Organisch & Direct samen: 60-75%



↓ Email: gemiddeld tussen de 5-10%



TOP TIEN PAGINA'S

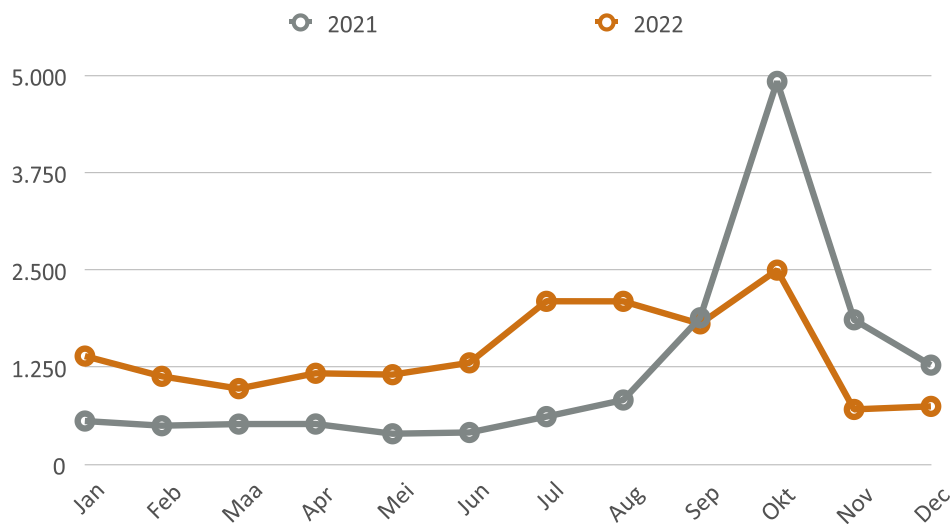
Pagina	Bezoeken	Via Google Grants
Home	34.100	2.490
Programma Overzicht	29.900	1.520
Kleuren en Knutselen	7.390	7.040
Overzicht 26-10-2022	6.170	210
Overzicht 24-10-2022	6.020	160
Overzicht 25-10-2022	4.580	160
Overzicht 27-10-2022	4.230	90
Overzicht 22-10-2022	4.170	110
De Taartrovers Speeltuim	4.030	110
Overzicht 23-10-2022	3.910	60

GOALS CONVERSIONS

Goal	Bezoeken	Via Google Grants
Bedanktpagina nieuwsbrief	200	5
Bezoek algemene info pagina	55	50
Wishlist bezoeken	510	10
Toegankelijkheid pagina	190	180

GOOGLE ADS 2022

BEZOEKEN VIA GOOGLE ADS



>127.080 Impressies

>18.190 BEZOEKEN via Google Ads

+27% KLIKKEN 022 t.o.v. 2021

TOP 5 CAMPAGNES

Campagne	Clicks	Impressions
Doe opdrachten voor thuis	3.010	17.440
Den Haag met Kinderen	2.200	13.790
Herfstvakantie	1.150	12.090
Kleurplaten	6.920	33.380
[2022] Festivalcentra & locaties	590	9.010

TOP 25 ZOEKWOORDEN

- kleurplaten printen
- leuke opdrachten voor
- herfstvakantie 2022 thuis
- kleurplaten gratis
- kind met autisme
- den haag met kinderen
- leuke doe opdrachten
- den haag kinderen
- kidsproof den haag
- kleurplaten uitprinten
- de betovering
- kleurplaten online
- autistische kinderen
- events in oktober
- kind met add
- kinderuitjes den haag
- leuke kleurplaten
- doe opdrachten
- online kleuren
- adhd kinderen
- free colouring pages

TOEKOMST en nabije toekomst

TIPS

Installeren GA4 voor juli 2023

SEO: titel te lang (max. 65 karakters)

Title  Internationaal kunstfestival voor de jeugd - Den Haag | De
69 characters Betovering

SEO: H1 titel mist op de homepage

H1	H2	H3	H4	H5	H6
0	14	7	0	0	0

LANDINGPAGES

Interessante onderwerpen voor specifiekere landingspagina's (indien mogelijk):

Pagina per 'beperking' (of ADD, Autisme, ADHD)

Doen in Den Haag

Kinderactiviteiten Den Haag

Tip: belangrijkste keywords in URL en Page title

GOALS

Vergroot naamsbekendheid.

Promoot festival in oktober.

Vergoot het aantal nieuwsbrief aanmeldingen.



Festival De Betovering

Publieksanalyse rapport

Culturele instelling

Festival de Betovering

Type instelling

Festival

Jaar van rapportage

2022

The **Hague.**

& Partners

Inleiding

The Hague & Partners heeft van de gemeente Den Haag als opdracht gekregen om te onderzoeken hoe we (de culturele instellingen in Den Haag) gezamenlijk meer inwoners van Den Haag kunnen bereiken. Dat doen we onder meer door vraag en aanbod voor kunst en cultuur in kaart te brengen met behulp van Whize*. The Hague & Partners voert dit onderzoek uit.

In dit kader ontvangt u hierbij de publieksanalyse van uw eigen instelling. In de publieksanalyse per instelling zoomen we in op de analyse van de Haagse bezoekers. Dit plaatje vormt de basis voor het sector overstijgende gesprek dat onder leiding van The Hague & Partners gevoerd zal worden. Daarnaast ontvangt elke instelling ook inzichten in publieksbereik in de regio, de rest van Nederland en het totaalbeeld van het bezoekersprofiel. Tevens vindt u in de rapportage inzicht in de herkomst van de bezoekers: hoeveel bezoekers er uit Den Haag, de regio en rest van Nederland komen.

De instelling is verantwoordelijk voor het aanleveren van postcodes plus huisnummer en toevoeging van een representatieve steekproef van hun (Nederlandse) bezoekers. Dit kan met behulp van ticketingdata of publieksonderzoek (online of ter plekke uitvragen). The Hague & Partners kan de instelling adviseren op het gebied van een goede steekproeftrekking en het representatief maken van de data.

Waar zegt dit rapport niets over?

Buitenlandse bezoekers vallen buiten de scope van dit onderzoek. Over de aantallen van zowel de buitenlandse bezoekers als de bezoekers in het kader van educatie geldt dat culturele instellingen hierover zelf richting de gemeente kunnen rapporteren. Bovendien is het belangrijk om te vermelden dat het model indeelt op huishoudniveau. In een huishouden kunnen meerdere mensen wonen, daar biedt het model geen inzicht in.

*Whize (voorheen Mosaic) is een consumentensegmentatiesysteem. Whize deelt alle huishoudens in op basis van gemeenschappelijke kenmerken, voorkeuren en gedrag. Dit gebeurt met de hulp van meer dan 330 bronnen (demografische, sociografische, lifestyle, financiële, woning, enquête, mediagebruik, merkvoorkeur gegevens en nog veel meer). Waarom segmenteren? Om beter te leren begrijpen wie er precies komt. Met het zogeheten Cultuurmodel, hebben we alle huishoudens in Nederland gesegmenteerd in elf personas/doelgroepen op basis van hun cultuurbezoek.

Zie voor meer informatie over de doelgroepen in dit segmentatiemodel de meegestuurde Haagse doelgroepenbrochure.

Vergelijking eigen publiek met bevolking Den Haag

Onderstaand een inzicht in de samenstelling van het publiek binnen Den Haag.

De tabel toont de verdeling over de Culturele doelgroepen van de bezoekers van De Betovering uit Den Haag, afgezet tegen alle huishoudens in Den Haag.

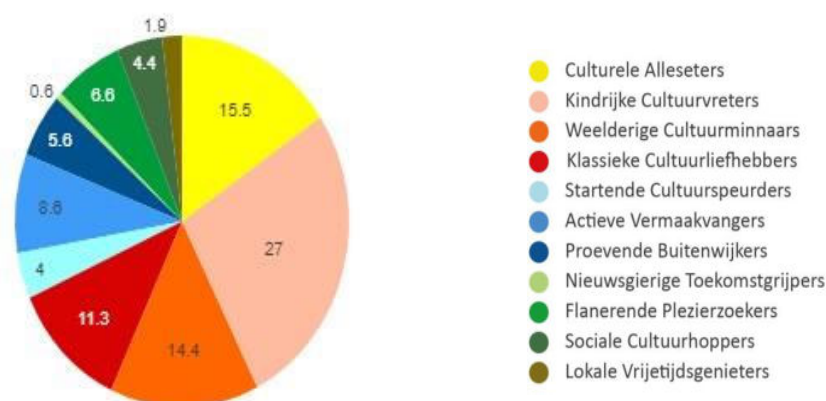
De laatste kolom toont de index van de bezoekers versus de huishoudens. Een index boven de 120 geeft een sterke oververtegenwoordiging van de groep aan. Een index onder de 80 geeft een sterke ondervertegenwoordiging aan. Indien een indexcijfer zwart is, dan is de groep niet significant meer of minder aanwezig dan je zou verwachten op basis van hun aanwezigheid in de stad.

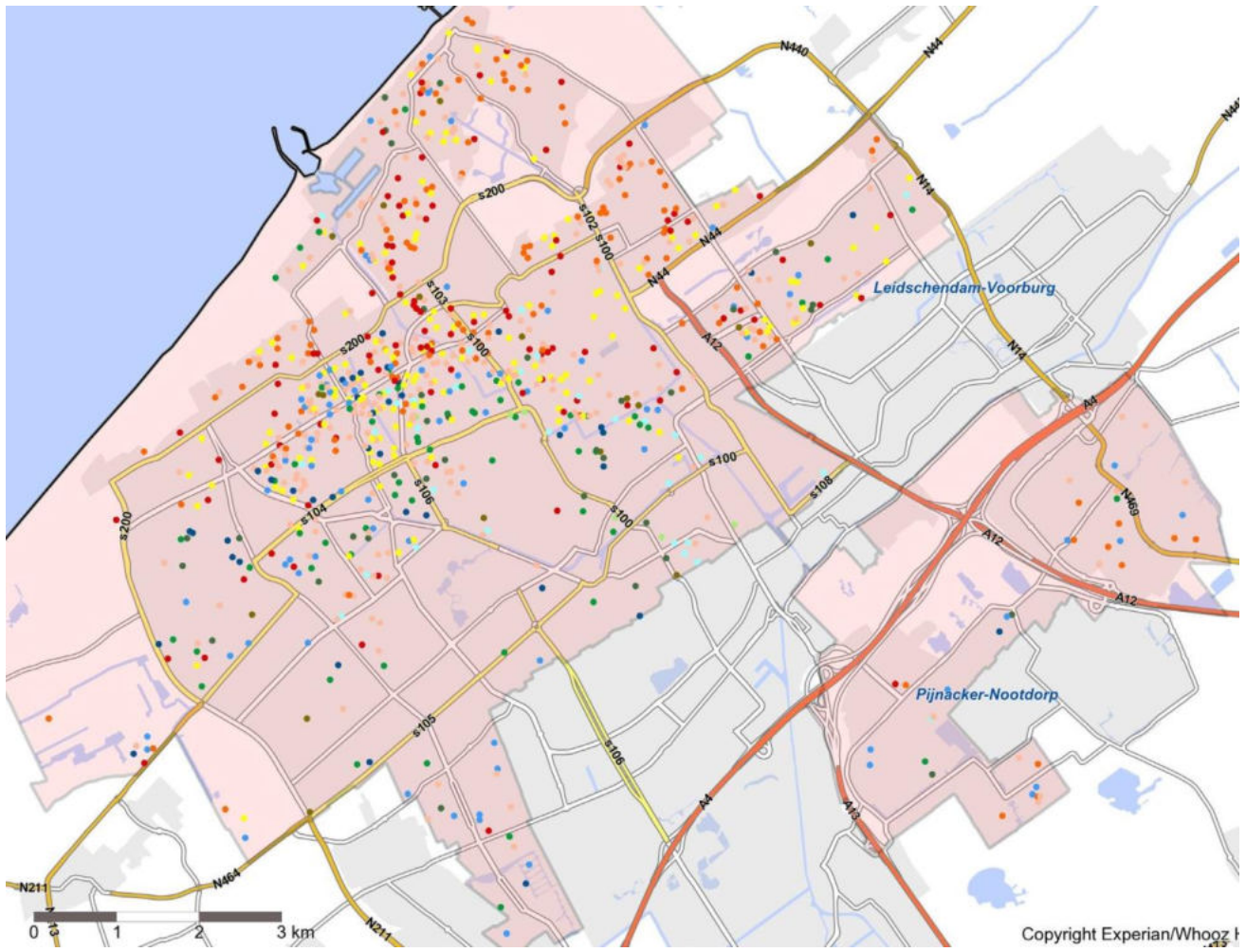
Culturele doelgroepen	Bezoekers	% Bezoekers	Huishoudens	% Huishoudens	Index
Culturele Alleseters	152	15,5%	31.612	11,8%	131
Kindrijke Cultuurvreterers	265	27,0%	19.616	7,3%	369
Weelderige Cultuurminnaars	141	14,4%	13.904	5,2%	277
Klassieke Cultuur liefhebbers	111	11,3%	34.114	12,7%	89
Startende Cultuurspeurders	39	4,0%	33.847	12,6%	32
Actieve Vermaakvangers	84	8,6%	7.433	2,8%	309
Proevende Buitenwijkers	55	5,6%	13.454	5,0%	112
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	6	0,6%	12.514	4,7%	13
Flanerende Plezierzoekers	65	6,6%	32.895	12,3%	54
Sociale Cultuurhoppers	43	4,4%	28.885	10,8%	41
Lokale Vrijetijdsgenieters	19	1,9%	39.478	14,7%	13
Totaal	980	100,0%	267.752	100,0%	

Toelichting: Kijken we naar Den Haag, dan zien we een oververtegenwoordiging van de Kindrijke Cultuurvreterers, de Actieve Vermaakvangers, de Weelderige Cultuurminnaars en de Culturele Alleseters. Deze zijn onder het publiek van De Betovering significant meer aanwezig dan dat zij procentueel aanwezig zijn in Den Haag. Kortom: voor hen is het aanbod van De Betovering bovengemiddeld aantrekkelijk.

Ook de Proevende Buitenwijkers zien we iets meer onder het publiek van De Betovering dan in Den Haag, maar dit verschil is (nog) niet significant.

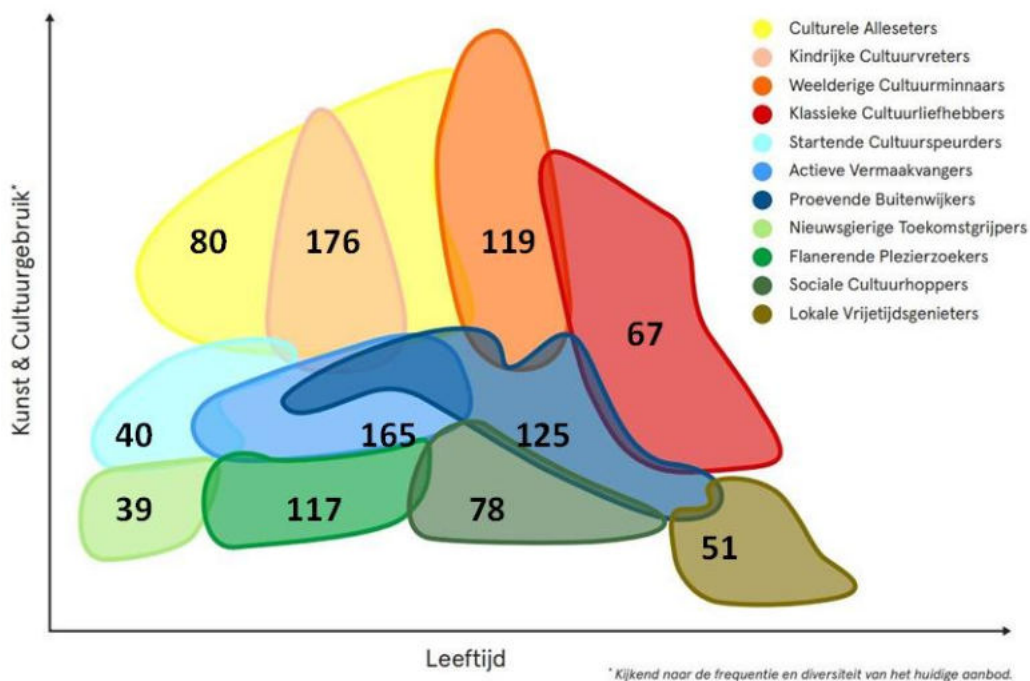
De grootste groep onder het publiek van De Betovering in Den Haag vormen de Kindrijke Cultuurvreterers(ongeveer 27% van de bezoekers).





- - Culturele Alleseters
- - Kindrijke Cultuurvreters
- - Weelderige Cultuurminnaars
- - Klassieke Cultuur liefhebbers
- - Startende Cultuurspeurders
- - Actieve Vermaakvangers
- - Proevende Buitenwijkers
- - Nieuwsgierige Toekomstgrijpers
- - Flanerende Plezierzoekers
- - Sociale Cultuurhoppers
- - Lokale Vrijtijdsgenieters
- Den Haag

Het publiek van De Betovering komt binnen Den Haag vooral uit de wijken Valkenboskwartier (83 bezoekers), Bomen- en Bloemenbuurt (82 bezoekers) en Bezuidenhout (58 bezoekers).



Vergelijking eigen publiek met publiek eigen sector

We vergelijken hieronder de bezoekers van De Betovering met de bezoekers van alle festivals in Den Haag.

De gegevens voor de festivals zijn gebaseerd op alle bij The Hague & Partners aangeleverde bezoekersbestanden van de Haagse cultuurplaninstellingen binnen deze categorie. De meetperiode is september 2021 tot september 2022. Er is gewogen naar de bezoekersaantallen van de verschillende instellingen, dus een instelling met relatief veel bezoekers telt zwaarder mee dan een kleinere instelling.

Onderstaande tabel toont het aantal bezoekers per culturele doelgroep, aangevuld met een procentuele verdeling van de bezoekers en een procentuele verdeling van het publiek van alle festivals. Door deze percentages met elkaar te vergelijken en uit te drukken in een index, krijgen we een beeld welke groepen bovengemiddeld en ondergemiddeld De Betovering bezoeken ten opzichte van alle festivals in Den Haag.

Culturele doelgroepen	Bezoekers	% Bezoekers	% Totale sector	Index tov Totale sector
Culturele Alleseters	152	15,5%	19,0%	82
Kindrijke Cultuurvreterers	265	27,0%	9,2%	294
Weelderige Cultuurminnaars	141	14,4%	11,7%	123
Klassieke Cultuurliefhebbers	111	11,3%	22,5%	50
Startende Cultuurspeurders	39	4,0%	10,5%	38
Actieve Vermaakvangers	84	8,6%	3,4%	250
Proevende Buitenwijkers	55	5,6%	5,1%	109
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	6	0,6%	1,8%	33
Flanerende Plezierzoekers	65	6,6%	5,1%	130 73
Sociale Cultuurhoppers	43	4,4%	6,0%	35
Lokale Vrijetijdsgenieters	19	1,9%	5,6%	
Totaal	980	100,0%	100,0%	

Toelichting: Kijken we naar alle festivals in Den Haag, dan zien we een oververtegenwoordiging van de Kindrijke Cultuurvreterers, de Actieve Vermaakvangers en de Weelderige Cultuurminnaars onder de bezoekers van De Betovering ten opzichte van het totale publiek van de festivals.

Onder de bezoekers van De Betovering, zijn de Proevende Buitenwijkers en de Flanerende Plezierzoekers oververtegenwoordigd ten opzichte van het totale publiek van de festivals, maar dit verschil is (nog) niet significant.

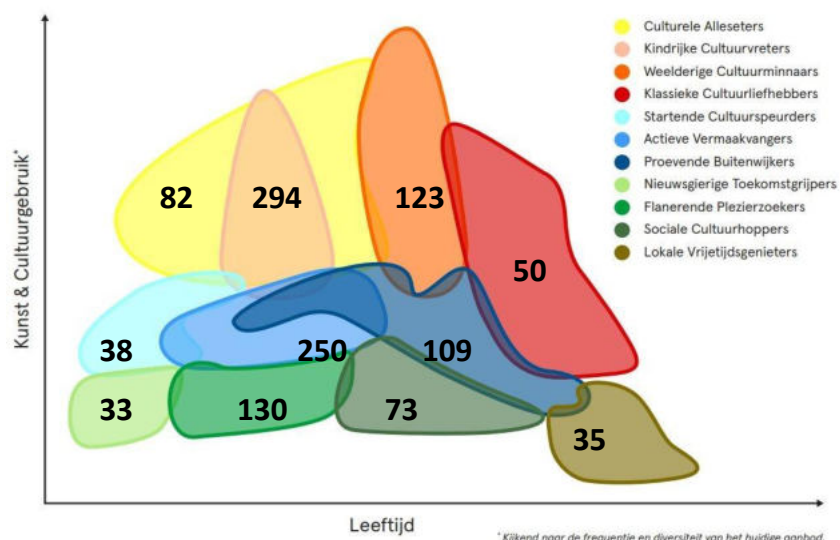
Vergelijking eigen publiek met publiek totale Haagse culturele sector

We vergelijken hieronder de bezoekers van De Betovering met de totale culturele sector in Den Haag.

De gegevens voor de totale culturele sector zijn gebaseerd op alle bij The Hague & Partners aangeleverde bezoekersbestanden van de Haagse cultuurplanningen. De meetperiode is september 2021 tot september 2022. Er is gewogen naar de bezoekersaantallen van de verschillende instellingen, dus een instelling met relatief veel bezoekers telt zwaarder mee dan een kleinere instelling.

Onderstaande tabel toont het aantal bezoekers per culturele doelgroep, aangevuld met een procentuele verdeling van de bezoekers en een procentuele verdeling van de totale culturele sector. Door deze percentages met elkaar te vergelijken en uit te drukken in een index, krijgen we een beeld welke groepen bovengemiddeld en ondergemiddeld De Betovering bezoeken ten opzichte van cultuurlievend Den Haag.

Culturele doelgroepen	Bezoekers	% Bezoekers	% Totale sector	Index tov Totale sector
Culturele Alleseters	152	15,5%	19,0%	82
Kindrijke Cultuurvreters	265	27,0%	9,2%	294
Weelderige Cultuurminnaars	141	14,4%	11,7%	123
Klassieke Cultuurliefhebbers	111	11,3%	22,5%	50
Startende Cultuurspeurders	39	4,0%	10,5%	38
Actieve Vermaakvangers	84	8,6%	3,4%	250
Proevende Buitenwijkers	55	5,6%	5,1%	109
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	6	0,6%	1,8%	33
Flanerende Plezierzoekers	65	6,6%	5,1%	130 73
Sociale Cultuurhoppers	43	4,4%	6,0%	35
Lokale Vrijtijdsgenieters	19	1,9%	5,6%	
Totaal	980	100,0%	100,0%	



Toelichting: Kijken we naar de totale culturele sector in Den Haag, dan zien we een oververtegenwoordiging van de Kindrijke Cultuurvreters, de Actieve Vermaakvangers en de Weelderige Cultuurminnaars onder de bezoekers van De Betovering ten opzichte van het totale publiek van de culturele instellingen.

Onder de bezoekers van De Betovering, zijn de Flanerende Plezierzoekers en de Proevende Buitenwijkers oververtegenwoordigd ten opzichte van het totale publiek van de culturele instellingen in de gemeente Den Haag, maar dit verschil is (nog) niet significant.

Vergelijking eigen publiek met bevolking Regio Haaglanden excl. Den Haag

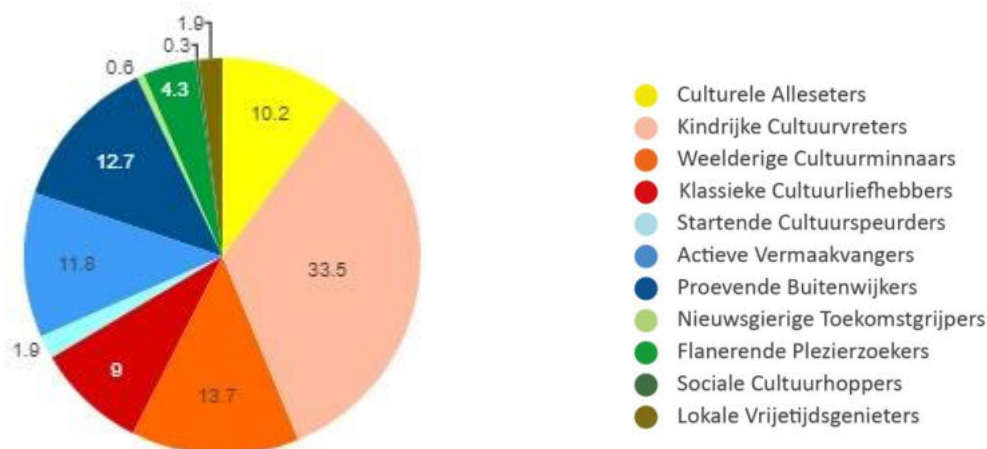
Onderstaand een inzicht in de samenstelling van het publiek binnen de regio Haaglanden excl. Den Haag. De tabel toont de verdeling over de Culturele doelgroepen van de bezoekers van De Betovering uit de regio Haaglanden excl. Den Haag, afgezet tegen alle huishoudens in de regio Haaglanden excl. Den Haag.

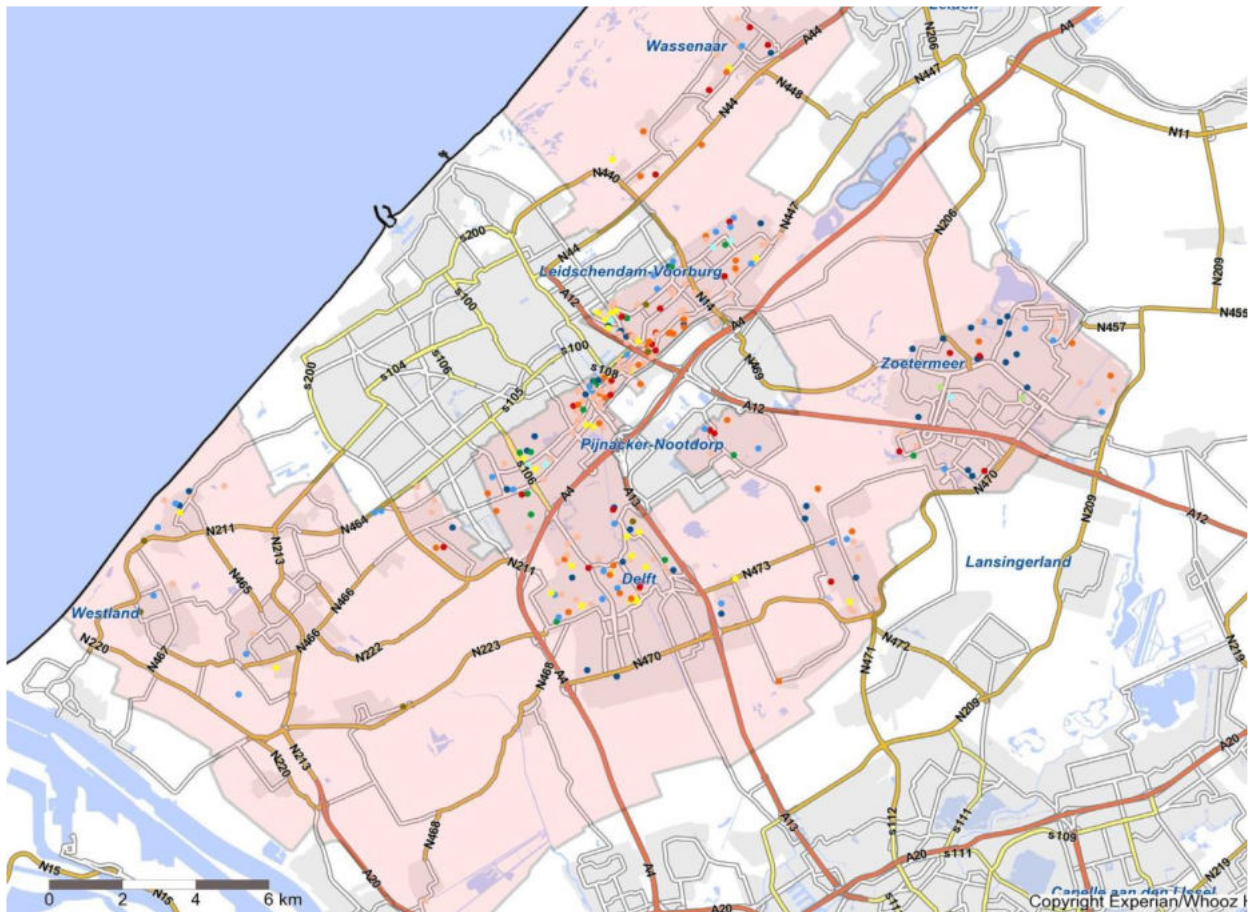
Culturele doelgroepen	Bezoekers	% Bezoekers	Huishoudens	% Huishoudens	Index
Culturele Alleseters	33	10,2%	20.876	7,9%	129
Kindrijke Cultuurvreter	108	33,5%	16.110	6,1%	547
Weelderige Cultuurminnaars	44	13,7%	18.983	7,2%	189 50
Klassieke Cultuurliefhebbers	29	9,0%	18.370	7,9%	27
Startende Cultuurspeurders	6	1,9%	19.052	7,0%	163
Actieve Vermaakvangers	38	11,8%		7,3%	
Proevende Buitenwijkers	41	12,7%	27.268	10,4%	123
Nieuwsgierige	2	0,6%	6.537	2,5%	25
Toekomstgrijpers	14	4,3%	23.218	8,8%	49
Flanerende Plezierzoekers	6	0,3%	37.795	10,5%	3
Sociale Cultuurhoppers		1,9%		14,4%	13
Lokale Vrijtijdsgenieters					
Totaal	322	100,0%	262.780	100,0%	

Toelichting: Kijken we naar de regio Haaglanden excl. Den Haag, dan zien we een oververtegenwoordiging van de Kindrijke Cultuurvreter, de Weelderige Cultuurminnaars en de Actieve Vermaakvangers. Deze zijn onder het publiek van De Betovering significant meer aanwezig dan dat zij procentueel aanwezig zijn in de regio Haaglanden excl. Den Haag. Kortom: voor hen is het aanbod van De Betovering bovengemiddeld aantrekkelijk.

Ook de Culturele Alleseters en de Proevende Buitenwijkers zien we iets meer onder het publiek van De Betovering dan in de regio Haaglanden excl. Den Haag, maar dit verschil is (nog) niet significant.

De grootste groep onder het publiek van De Betovering in de regio Haaglanden excl. Den Haag vormen de Kindrijke Cultuurvreter (ongeveer 34% van de bezoekers).





- - Culturele Alleseters
- - Kindrijke Cultuurvreters
- - Weelderige Cultuurminnaars
- - Klassieke Cultuurliefhebbers
- - Startende Cultuurspeurders
- - Actieve Vermaakvangers
- - Proevende Buitenwijkers
- - Nieuwsgierige Toekomstgrijpers
- - Flanerende Plezierzoekers
- - Sociale Cultuurhoppers
- - Lokale Vrijtijdsgenieters
- 📍 Regio Haaglanden excl. Den Haag

Het publiek van De Betovering komt binnen de regio Haaglanden excl. Den Haag vooral uit de gemeenten Leidschendam-Voorburg (106 bezoekers), Rijswijk (63 bezoekers) en Delft (40 bezoekers).

Vergelijking eigen publiek met Nederlandse bevolking excl. Regio Haaglanden

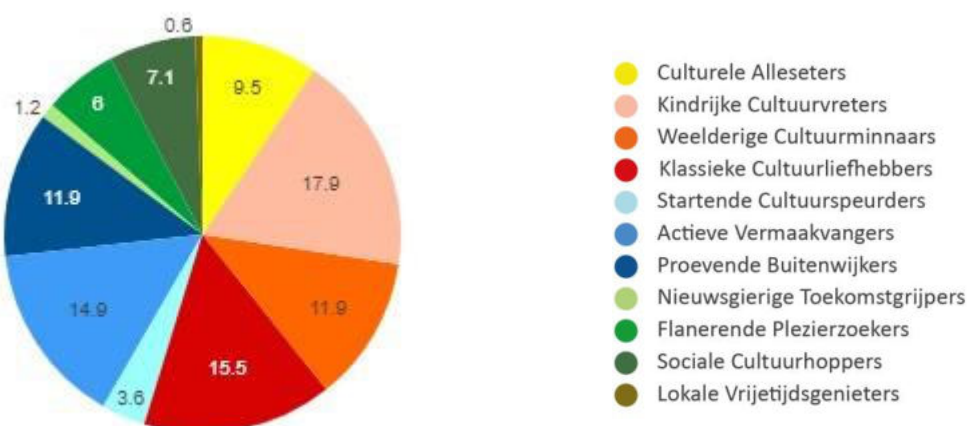
Onderstaand een inzicht in de samenstelling van het publiek binnen Nederland excl. Regio Haaglanden (totaal). De tabel toont de verdeling over de Culturele doelgroepen van de bezoekers van De Betovering uit Nederland excl. Regio Haaglanden, afgezet tegen alle huishoudens in Nederland excl. Regio Haaglanden.

Culturele doelgroepen	Bezoekers	% Bezoekers	Huishoudens	% Huishoudens	Index
Culturele Alleseters	16	9,5%	484.783	6,5%	146
Kindrijke Cultuurvreters	30	17,9%	295.103	4,0%	451
Weelderige	20	11,9%	481.733	6,5%	184
Cultuurminnaars	26	15,5%	1.220.238	16,4%	95
Klassieke	6	3,6%	402.808	5,4%	66
Cultuurliefhebbers	25	14,9%	581.980	7,8%	191
Startende Cultuurspeurders					
Actieve Vermaakvangers					
Proevende Buitenwijkers	20	11,9%	1.477.698	19,8%	60
Nieuwsgierige	2	1,2%	79.422	1,1%	112
Toekomstgrijpers	12	6,0%	704.480	9,5%	63
Flanerende	1	7,1%	777.065	10,4%	69
Plezierzoekers		0,6%	947.768	12,7%	5
Sociale Cultuurhoppers					
Lokale Vrijetijdsgenieters					
Totaal	168	100,0%	7.453.078	100,0%	

Toelichting: Kijken we naar Nederland excl. Regio Haaglanden, dan zien we een oververtegenwoordiging van de Kindrijke Cultuurvreters, de Actieve Vermaakvangers en de Weelderige Cultuurminnaars. Deze zijn onder het publiek van De Betovering significant meer aanwezig dan dat zij procentueel aanwezig zijn in Nederland excl. Regio Haaglanden. Kortom: voor hen is het aanbod van De Betovering bovengemiddeld aantrekkelijk.

Ook de Culturele Alleseters en de Nieuwsgierige Toekomstgrijpers zien we iets meer onder het publiek van De Betovering dan in Nederland excl. Regio Haaglanden, maar dit verschil is (nog) niet significant.

De grootste groep onder het publiek van De Betovering in Nederland excl. Regio Haaglanden vormen de Kindrijke Cultuurvreters (ongeveer 18% van de bezoekers).





- - Culturele Alleseters
- - Kindrijke Cultuurvreters
- - Weelderige Cultuurminnaars
- - Klassieke Cultuurliefhebbers
- - Startende Cultuurspeurders
- - Actieve Vermaakvangers
- - Proevende Buitenwijkers
- - Nieuwsgierige Toekomstgrijpers
- - Flanerende Plezierzoekers
- - Sociale Cultuurhoppers
- - Lokale Vrijtijdsgenieters
- - Nederland excl. Regio Haaglanden

Het publiek van De Betovering komt binnen Nederland excl. Regio Haaglanden vooral uit de gemeenten Leiden (21 bezoekers), Rotterdam (17 bezoekers) en Amsterdam (14 bezoekers).

Vergelijking tweede meting met eerste meting Den Haag

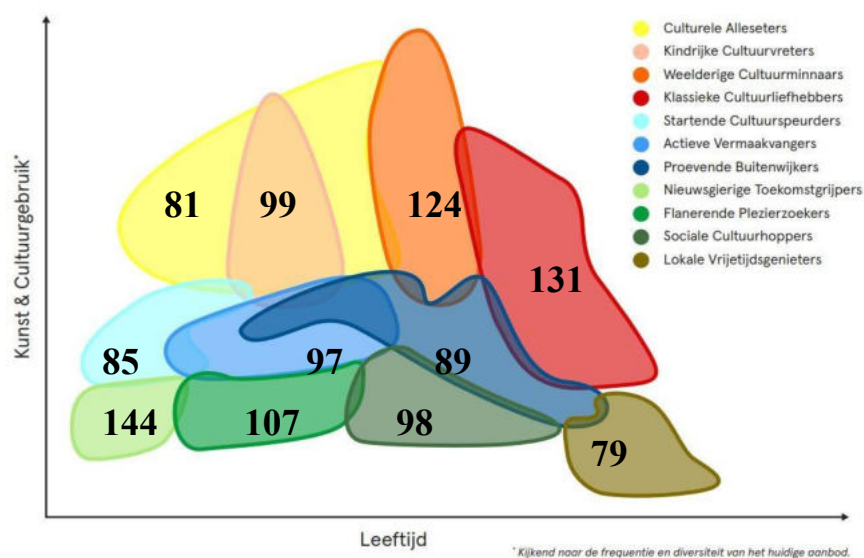
We vergelijken het profiel van de bezoekers van De Betovering uit Q4 2021 t/m Q3 2022 met het profiel van de bezoekers van De Betovering uit Q4 2019 t/m Q4 2020. De steekproefgroottes zijn als volgt:

Steekproef eerste meting: 939

Steekproef tweede meting: 980

Onderstaande tabel toont het huidige aantal bezoekers per culturele doelgroep in absolute aantallen en als percentage van het totaal aantal bezoekers. Deze percentages vergelijken we met de percentages van de eerste meting van dit onderzoek. Door deze percentages met elkaar te vergelijken en uit te drukken in een index, krijgen we een beeld welke groepen deze meting relatief meer en welke groepen relatief minder De Betovering bezochten ten opzichte van de vorige meting.

Cultuurgroep	Bezoekers	% Bezoekers	% Vorige meting	Index t.o.v. vorige meting
Culturele Alleseters	152	15.5%	19.1%	81
Kindrijke Cultuurvreter	265	27.0%	27.4%	99
Weelderige Cultuurminnaars	141	14.4%	11.6%	124
Klassieke Cultuurliedhebbers	111	11.3%	8.6%	131
Startende Cultuurspeurders	39	4.0%	4.7%	85
Actieve Vermaakvangers	84	8.6%	8.8%	97
Proevende Buitenwijkers	55	5.6%	6.3%	89
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	6	0.6%	0.4%	144
Flanerende Plezierzoekers	65	6.6%	6.2%	107
Sociale Cultuurhoppers	43	4.4%	4.5%	98
Lokale Vrijtijdgenieters	19	1.9%	2.4%	79
Totaal	980	100.0%	100.0%	



Toelichting: Vergeleken met de vorige meting zien we een significante oververtegenwoordiging van de Klassieke Cultuurliedhebbers onder de bezoekers van De Betovering.

Er is deze meting een oververtegenwoordiging van de Nieuwsgierige Toekomstgrijpers, de Weelderige Cultuurminnaars en de Flanerende Plezierzoekers ten opzichte van de vorige meting, maar deze oververtegenwoordiging is statistisch gezien niet significant.

Vergelijking tweede meting met eerste meting Nederlandse bevolking

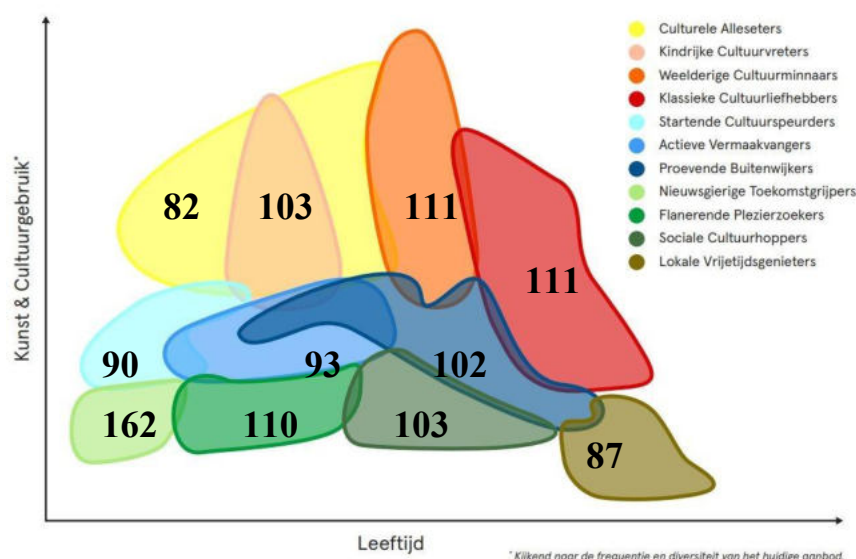
We vergelijken het profiel van de bezoekers van De Betovering uit Q4 2021 t/m Q3 2022 met het profiel van de bezoekers van De Betovering uit Q4 2019 t/m Q4 2020. De steekproefgroottes zijn als volgt:

Steekproef eerste meting: 1,430

Steekproef tweede meting: 1,470

Onderstaande tabel toont het huidige aantal bezoekers per culturele doelgroep in absolute aantallen en als percentage van het totaal aantal bezoekers. Deze percentages vergelijken we met de percentages van de eerste meting van dit onderzoek. Door deze percentages met elkaar te vergelijken en uit te drukken in een index, krijgen we een beeld welke groepen deze meting relatief meer en welke groepen relatief minder De Betovering bezochten ten opzichte van de vorige meting.

Cultuurgroep	Bezoekers	% Bezoekers	% Vorige meting	Index t.o.v. vorige meting
Culturele Alleseters	201	13.7%	16.6%	82
Kindrijke Cultuurvreter	403	27.4%	26.6%	103
Weelderige Cultuurminnaars	205	13.9%	12.5%	111
Klassieke Cultuurliefhebbers	166	11.3%	10.2%	111
Startende Cultuurspeurders	51	3.5%	3.8%	90
Actieve Vermaakvangers	147	10.0%	10.7%	93
Proevende Buitenwijkers	116	7.9%	7.8%	102
Nieuwsgierige Toekomstgrijpers	10	0.7%	0.4%	162
Flanerende Plezierzoekers	89	6.1%	5.5%	110
Sociale Cultuurhoppers	56	3.8%	3.7%	103
Lokale Vrijtijdsgenieters	26	1.8%	2.0%	87
Totaal	1,470	100.0%	100.0%	



Toelichting: vergeleken met de vorige meting, zien we geen groepen die deze meting significant meer vertegenwoordigd zijn.

Er is deze meting een oververtegenwoordiging van de Nieuwsgierige Toekomstgrijpers, de Weelderige

Cultuurminnaars, de Klassieke Cultuurliefhebbers, de Flanerende Plezierzoekers, de Kindrijke Cultuurvreter, de Sociale Cultuurhoppers en de Proevende Buitenwijkers ten opzichte van de vorige meting, maar deze oververtegenwoordiging is statistisch gezien niet significant.

Mogelijke Haagse culturele samenwerkingspartners

Tips voor samenwerkingspartners op basis van overeenstemming in publiekssamenstelling en samenwerkingspartners voor het bereiken van nieuw publiek

Profiel versterken: tips voor samenwerkingspartners op basis van overeenstemming in publiekssamenstelling Festival De Betovering is binnen Den Haag vooral aantrekkelijk voor Kindrijke Cultuurvreeters en Culturele Alleseters.

Er kan gekozen worden voor partners die een gelijksoortig publiek trekken om daarmee het huidige profiel verder te versterken. Een gelijk profiel betekent immers niet dat de samenwerkingspartner precies dezelfde mensen aantrekt. Het kan gaan om mensen die in een andere wijk wonen of die op een andere manier van elkaar afwijken.

Samenwerking met de volgende partners kan het huidige publiekprofiel versterken:

Het profiel van Louwman Museum is vergelijkbaar, maar trekt nog iets meer Startende Cultuurspeurders en Klassieke Cultuurliefhebbers.

Verder werkt De Betovering momenteel al met zoveel verschillende Haagse partners samen dat het erg moeilijk wordt om hier nog een andere instelling te noemen, een goed voorbeeld voor de rest van de culturele sector!

Partners voor het bereiken van nieuw publiek

Het kan een alternatieve strategie zijn om samenwerkingspartners te zoeken die juist goed zijn in het aantrekken van nog ontbrekende doelgroepen om zo tot een meer gedifferentieerde samenstelling te komen.

1. Musicon doet het van alle Haagse culturele instellingen het beste onder Nieuwsgierige Toekomstgrijpers, ook Proevende Buitenwijkers en Sociale Cultuurhoppers zijn relatief goed vertegenwoordigd onder de bezoekers. 2. Nest Foundation heeft een relatief hoog aandeel jongeren met veel Startende Cultuurspeurders en Nieuwsgierige Toekomstgrijpers.

Meer inzicht in de verschillende doelgroepen

Naast samenwerkingen kan het publieksbereik ook vergroot worden door het wegnemen van drempels, slim aanspreken van motieven of d.m.v. andere communicatievormen. Wil je meer weten over drempels, motieven, interesses of mediagebruik van de vier doelgroepen met het laagste cultuurgebruik? Bekijk de resultaten van het meegeleverde kwalitatieve onderzoek dat ter aanvulling recent in Den Haag is uitgevoerd.

Toelichting van de steekproef

De analyse in deze rapportage is gebaseerd op online ticketing data die is verzameld door theaters waar voorstellingen van De Betovering plaatsvonden tijdens de editie van oktober 2021.

De door De Betovering aangeleverde adressen van de bezoekers zijn verrijkt met de culturele doelgroepen. Hieronder een overzicht van de verrijkte aantallen.

	Aantal
Totaal Aantal records	1.834
Ontdubbelde records	1.658
Huishouden-match	1.470
Zakelijk adres match	22
Niet-verrijkt	166

Bij 88,7% van de 1.658 ontdubbelde records is er een match op huishoudniveau.

Er dient bij het interpreteren van de resultaten altijd rekening gehouden te worden met de minimale voorwaarden van een steekproef. Het totale aantal bezoekers waar de steekproef voor staat is tenminste geschat op 15.473 en de totale verrijkte

steekproef is 1.470. Op basis hiervan zijn er voldoende registraties voor een betrouwbaar rapport. Zie ook de tabel met richtlijnen aan het einde van dit hoofdstuk.

Onderstaande tabel toont de verrijkte aantallen per gebied:

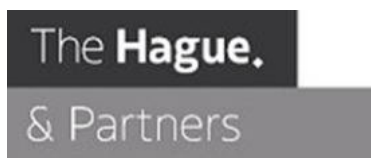
Gebied	Huishouden match	Percentage herkomst
Nederland	1.470 67	100% 5%
Nederland (excl. Zuid-Holland)		
Nederland (excl. Regio Haaglanden)	168	11%
Zuid-Holland (excl. Den Haag)	423	29%
Regio Haaglanden (excl. Den Haag)	322	22%
Den Haag	980	67%

Voor de uitdraai van losse analyses per gebied geldt een absolute ondergrens van 70. Als de aantallen daaronder komen dan wordt het beeld te onbetrouwbaar geacht en wordt deze niet weergegeven. Voor een optimaal en volledig representatief beeld dienen echter de aantallen zoals in de tabel hieronder aangehouden te worden. Tussen de 70 en de ideale situatie noemen we het beeld indicatief: het geeft al wel een richting aan, maar de afwijkingen zullen groter zijn dan 5% (standaard in marktonderzoek). Er moet daarom wel enige slag om de arm gehouden worden. Hogere aantallen zijn altijd beter, aangezien hiermee de foutmarge verder verkleind wordt.

Minimale voorwaarden voor een goede steekproef (per gebied):

Totale aantal bezoekers	Steekproefgrootte bij steekproefmarge 5%
500	217
1.000	278
5.000	357
10.000	370
30.000	379
50.000	381
100.000	383
300.000	384

Het is belangrijk zorg te dragen voor een goede spreiding bij het verzamelen van de data, zodat alle verschillende typen activiteiten goed vertegenwoordigd zijn.



Analyse van de website www.debetovering.nl

Gemeten in Analytics en Business Manager

Door: Malou Visser

Datum: 18 november 2022

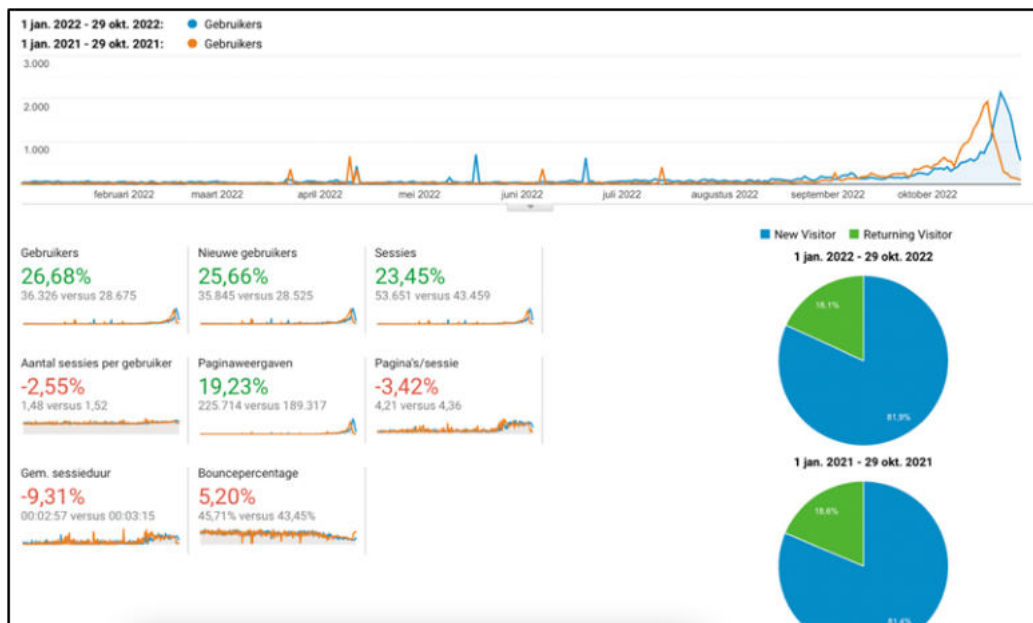
Periode 1 jan - 29 oktober 2022

Website

De website www.debetovering.nl is gemeten middels Google Analytics in de periode van 1 januari-29 oktober 2022.

- In 2022 waren er **36.326 gebruikers** op de website. Met **53.651 sessies**.
- Ten opzichte van 2021 zijn er **30,5%** meer gebruikers op de website en **27%** meer sessies geweest. Het aantal nieuwe gebruikers is gestegen met **29%** en laten terugkomende gebruikers een stijging van **25%** zien.
- Het aantal pagina's per sessie en sessieduur per gebruiker is in 2022 gedaald met **11%**. Het aantal paginaweergaven is gestegen met **20,5%**.

Overzicht	2022	2021	Vershil
Gebruikers	36.326	27.835	+30,50%
Sessies	53.651	42.262	+26,95%
Nieuwe gebruikers	35.745	27.694	+29,43%



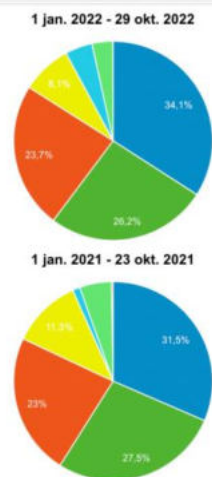
Gebruikerstype ?	Acquisitie		
	Gebruikers ? ↓	Nieuwe gebruikers ?	Sessies ?
	30,50% ↑ 36.326 versus 27.835	29,39% ↑ 35.864 versus 27.717	26,95% ↑ 53.651 versus 42.262
1. New Visitor			
1 jan. 2022 - 29 okt. 2022	36.169 (81,86%)	35.864 (100,00%)	35.864 (66,85%)
1 jan. 2021 - 23 okt. 2021	27.798 (81,28%)	27.717 (100,00%)	27.717 (65,58%)
Wijzigingspercentage	30,11%	29,39%	29,39%
2. Returning Visitor			
1 jan. 2022 - 29 okt. 2022	8.014 (18,14%)	0 (0,00%)	17.787 (33,15%)
1 jan. 2021 - 23 okt. 2021	6.401 (18,72%)	0 (0,00%)	14.545 (34,42%)
Wijzigingspercentage	25,20%	0,00%	22,29%

Kanalen

De verdeling van het totaal aantal gebruikers op de kanalen is als volgt:

	2022		2021		Groei/daling
Totaal gebruikers	36.326		27.835		
Paid search	12627	34%	9106	31,5%	+2,5%
Organic search	9685	26%	7942	27,5%	+1,5%
Direct	8792	24%	6661	23%	+1%
Social	1249	3,5%	1500	5%	-1,5%
Referral (verwijzing)	3015	8%	3278	11,5%	-3,5%
E-mail	1645	4,5%	352	1%	+3,5%

	1 jan. 2022 - 29 okt. 2022	1 jan. 2021 - 23 okt. 2021
1. Paid Search		
1 jan. 2022 - 29 okt. 2022	12.627	34,09%
1 jan. 2021 - 23 okt. 2021	9.106	31,49%
2. Organic Search		
1 jan. 2022 - 29 okt. 2022	9.685	26,15%
1 jan. 2021 - 23 okt. 2021	7.942	27,46%
3. Direct		
1 jan. 2022 - 29 okt. 2022	8.792	23,74%
1 jan. 2021 - 23 okt. 2021	6.661	23,03%
4. Referral		
1 jan. 2022 - 29 okt. 2022	3.015	8,14%
1 jan. 2021 - 23 okt. 2021	3.278	11,34%
5. Email		
1 jan. 2022 - 29 okt. 2022	1.645	4,44%
1 jan. 2021 - 23 okt. 2021	352	1,22%
6. Social		
1 jan. 2022 - 29 okt. 2022	1.249	3,37%
1 jan. 2021 - 23 okt. 2021	1.500	5,19%
7. (Other)		
1 jan. 2022 - 29 okt. 2022	22	0,06%
1 jan. 2021 - 23 okt. 2021	79	0,27%



Per kanaal zit de meeste groei bij: email, paid, organisch en direct.

Een overzicht verkeer naar de website per kanaal:

Kanalen:	2022	2021	Stijging /daling
Paid search	12727	9106	+39
Organic search	9685	7942	+22%
Direct	8792	6661	+32%
Social	1249	1500	-17%
Referral	3015	3278	-8%
E-mail	1645	352	+367%

Paid search

De advertenties voor paid search hebben ook dit jaar weer specifiek ingezet op verschillende landingspagina's voor diverse doelgroep segmenten zoals de stoere jongens pagina. Ook is er dit jaar weer aandacht besteed aan de doe-opdrachten.

Organic search

Het aantal gebruikers vanuit organic search is gestegen met **22%**. We hebben de website aangepast en SEO verbeterd om deze stijging mogelijk te maken.

Default Channel Grouping	Acquisitie			Gedrag		
	Gebruikers ↓	Nieuwe gebruikers	Sessies	Bouncepercentage	Pagina's/sessie	Gem. sessieduur
	30,50% ▲ 16.325 versus 27.835	29,39% ▲ 35.864 versus 27.717	26,95% ▲ 53.651 versus 42.262	7,38% ▲ 43.713 versus 42,57%	5,06% ▲ 4,21 versus 4,43	11,28% ▲ 00:02:57 versus 00:03:20
1. Paid Search						
1 jan. 2022 - 29 okt. 2022	12.627 (34,09%)	12.386 (34,54%)	13.867 (35,83%)	72,49%	1,73	00:00:46
1 jan. 2021 - 23 okt. 2021	9.106 (31,49%)	9.016 (32,53%)	10.102 (33,95%)	73,84%	1,91	00:00:52
Wijzigingspercentage	38,67%	37,38%	37,27%	-1,83%	-9,38%	-12,57%
2. Organic Search						
1 jan. 2022 - 29 okt. 2022	9.685 (26,15%)	9.092 (25,33%)	18.404 (48,30%)	27,25%	6,57	00:04:52
1 jan. 2021 - 23 okt. 2021	7.942 (27,48%)	7.351 (26,52%)	14.338 (39,91%)	27,56%	6,64	00:05:24
Wijzigingspercentage	21,95%	23,68%	28,36%	-1,09%	-1,16%	-9,74%
3. Direct						
1 jan. 2022 - 29 okt. 2022	8.792 (23,74%)	8.758 (24,42%)	13.585 (35,92%)	43,19%	4,04	00:03:09
1 jan. 2021 - 23 okt. 2021	6.661 (23,03%)	6.584 (23,79%)	10.191 (26,11%)	45,03%	4,15	00:03:15
Wijzigingspercentage	31,99%	33,02%	33,30%	-4,08%	-2,56%	-2,87%
4. Referral						
1 jan. 2022 - 29 okt. 2022	3.015 (8,14%)	2.786 (7,77%)	4.517 (11,42%)	31,68%	4,25	00:02:41
1 jan. 2021 - 23 okt. 2021	3.278 (11,34%)	2.926 (10,55%)	5.169 (13,23%)	17,08%	4,23	00:02:52
Wijzigingspercentage	-8,02%	-4,78%	-12,61%	85,45%	0,54%	-6,87%
5. Email						
1 jan. 2022 - 29 okt. 2022	1.645 (4,44%)	1.605 (4,45%)	1.766 (4,62%)	83,30%	1,30	00:00:29
1 jan. 2021 - 23 okt. 2021	352 (1,22%)	289 (1,04%)	625 (1,63%)	38,88%	5,67	00:05:26
Wijzigingspercentage	367,33%	455,36%	182,56%	114,24%	-77,13%	-91,02%
6. Social						
1 jan. 2022 - 29 okt. 2022	1.249 (3,37%)	1.216 (3,31%)	1.485 (3,92%)	45,66%	2,98	00:01:36
1 jan. 2021 - 23 okt. 2021	1.500 (5,19%)	1.475 (5,32%)	1.734 (4,50%)	49,02%	2,58	00:01:31
Wijzigingspercentage	-16,73%	-17,56%	-14,36%	-6,86%	15,77%	4,95%
7. (Other)						
1 jan. 2022 - 29 okt. 2022	22 (0,06%)	21 (0,05%)	27 (0,07%)	29,63%	3,44	00:02:56
1 jan. 2021 - 23 okt. 2021	79 (0,27%)	76 (0,27%)	103 (0,26%)	15,53%	6,13	00:05:07
Wijzigingspercentage	-72,15%	-72,37%	-73,79%	90,74%	-43,78%	-42,57%

Default Channel Grouping	Gebruikers ↓
	30,50% ▲ 36.326 versus 27.835
1. Paid Search	
1 jan. 2022 - 29 okt. 2022	12.627 (34,09%)
1 jan. 2021 - 23 okt. 2021	9.106 (31,49%)
Wijzigingspercentage	38,67%
2. Organic Search	
1 jan. 2022 - 29 okt. 2022	9.685 (26,15%)
1 jan. 2021 - 23 okt. 2021	7.942 (27,46%)
Wijzigingspercentage	21,95%
3. Direct	
1 jan. 2022 - 29 okt. 2022	8.792 (23,74%)
1 jan. 2021 - 23 okt. 2021	6.661 (23,03%)
Wijzigingspercentage	31,99%
4. Referral	
1 jan. 2022 - 29 okt. 2022	3.015 (8,14%)
1 jan. 2021 - 23 okt. 2021	3.278 (11,34%)
Wijzigingspercentage	-8,02%
5. Email	
1 jan. 2022 - 29 okt. 2022	1.645 (4,44%)
1 jan. 2021 - 23 okt. 2021	352 (1,22%)
Wijzigingspercentage	367,33%
6. Social	
1 jan. 2022 - 29 okt. 2022	1.249 (3,37%)
1 jan. 2021 - 23 okt. 2021	1.500 (5,19%)
Wijzigingspercentage	-16,73%
7. (Other)	
1 jan. 2022 - 29 okt. 2022	22 (0,06%)
1 jan. 2021 - 23 okt. 2021	79 (0,27%)
Wijzigingspercentage	-72,15%

Social media

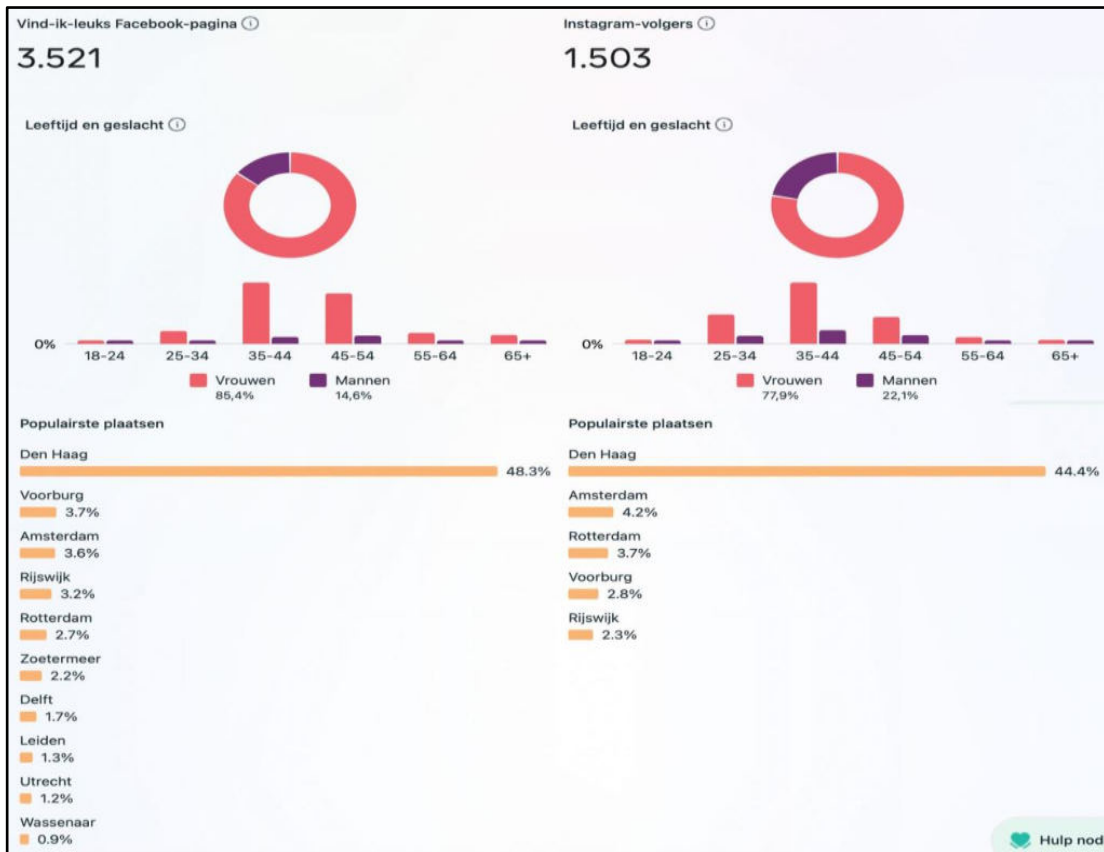
Ook op de social media hebben we met de posts verwezen naar de website. We hebben gerichte advertenties (feed, story) ingezet om nieuwe gebruikers te bereiken op Facebook en Instagram. Ook de enquête hebben hiermee geboost.



Doelgroep

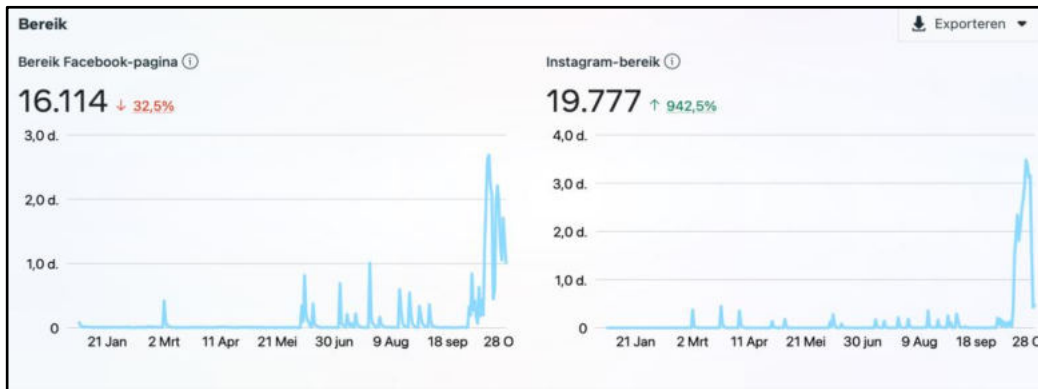
Het aantal volgers voor zowel Facebook (**8%**) als Instagram (**10%**) steeg met enkele honderden volgers over een periode van twee maanden actieve aanwezigheid op de kanalen.

Volgers	2022	2021	Stijging/daling
Facebook	3522	3373	+149
Instagram	1503	1228	+275



Organisch bereik

Het aantal unieke accounts dat een van onze berichten of verhalen ten minste één keer heeft gezien is 35.891. Dit bereik is verdeeld over 16.114 unieke accounts op Facebook en 19.777 unieke accounts op Instagram.



De berichten zijn voor ieder kanaal verschillend van inhoud. Het Facebook-kanaal haalde met name veel bereik met het bericht van dat het nieuwe programma online staat en we opzoek waren naar vrijwilligers. Het Instagram-kanaal kreeg net zoals in 2021 veel bereik met onze actie rondom de enquête met betrekking tot het festival. Veruit de meeste betrokkenheid wordt getoond op Facebook.

Recente inhoud	Type	Bereik	Vind-ik-leuks e...
Geef je mening & help Festival D... Maandag 24 oktober 7:00	Bericht	1.083	
Wat was het een fantastische op... Zaterdag 22 oktober 3:49	Reels	664	
#nieuws Directeur van De Betove... Dinsdag 22 maart 5:44	Bericht	591	
Het festival is VOL aan de ... Dinsdag 25 oktober 7:00	Bericht	502	
Kom dinsdag 8 maart naar @... Woensdag 2 maart 2:03	Bericht	489	
Heb jij nog inspiratie nodig... Maandag 15 augustus 1:38	Bericht	476	
Ken jij de Cargoroo buurtbakiets... Zaterdag 22 oktober 0:00	Bericht	406	

Recente inhoud	Type	Bereik	Vind-ik-l...
Festival De Betovering Woensdag 29 juni 12:11	Promotie niet beschikt	7.623	
Woohoo!! #DeBetovering2022 is ... Zaterdag 22 oktober 3:21	Promotie niet beschikt	1.765	
Alle handjes helpen Ee... Maandag 9 oktober 8:11	Promotie niet beschikt	1.390	
Het is zomervakantie & er is geno... Maandag 25 juli 2:00	Promotie niet beschikt	1.351	
Volop activiteiten voor kleuters tij... Zondag 23 oktober 4:31	Promotie niet beschikt	1.299	
Kom elke wo, za en zo van... Donderdag 9 juni 3:55	Promotie niet beschikt	1.264	
Festival De Betovering is voor... Maandag 24 oktober 0:00	Promotie niet beschikt	1.105	

Betaald bereik

In totaal hebben we voor de ad campagnes **€191,14** uitgegeven waarmee we **40.316 unieke accounts** bereikt hebben waarvan **727 uiteindelijke website bezoekers (CTR 1,92%)**. Dit komt neer op **€0,25** cent per klik.

In totaal krijgen de posts 60 reacties (likes), werden ze 11 keer gedeeld en 1 keer opgeslagen.



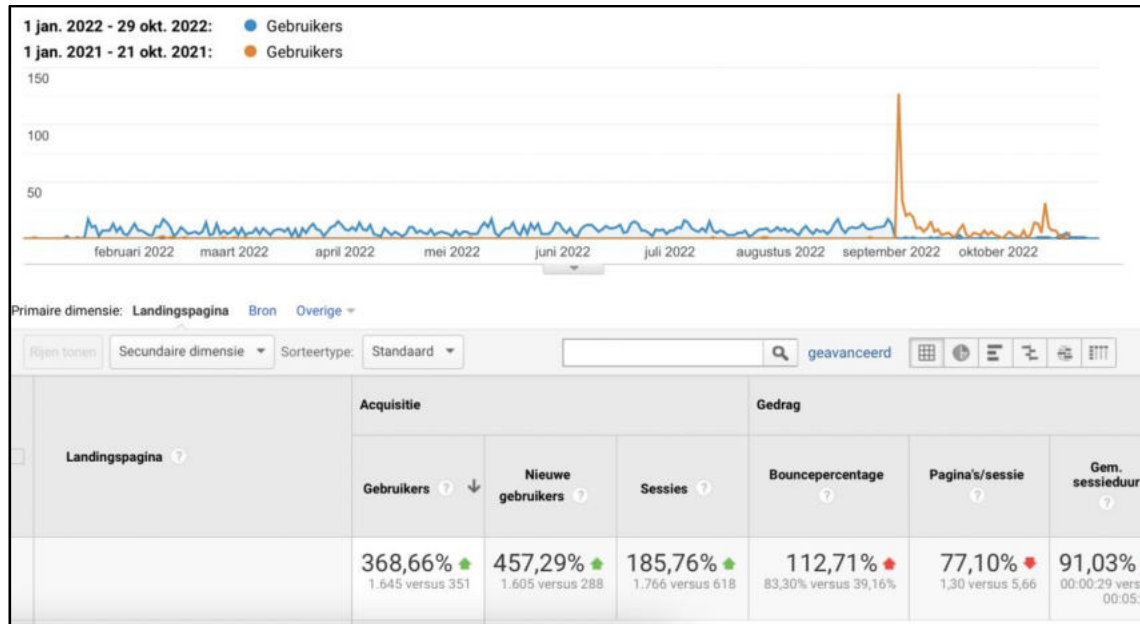
Instagrampagina 2022

Instagrampagina 2021



E-mail

Verkeer naar de website vanuit e-mail is gestegen met **368%**. Er is een stijging van **185%** doorklikratio naar sessies vanuit de mailingen. De stijging is te verklaren dat we dit jaar een nieuw mailsysteem gebruiken waardoor de doorklikratio beter gemeten kan worden.



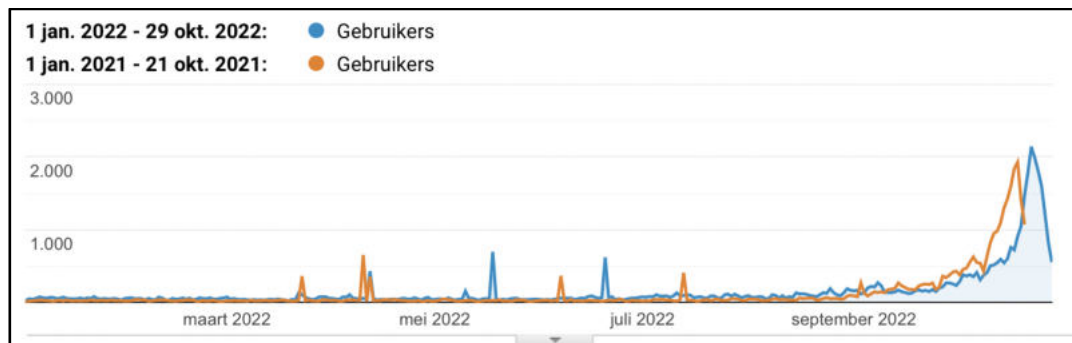
Referral

De top 10 verwijzingen komen vanuit:

1. debetovering.nl
2. kidsproof.nl
3. hnt.nl
4. linktr.ee
5. theaterfestival.info
6. amare.nl
7. mamaliefde.nl
8. vakantie-met-kinderen.com
9. uitzinnig.nl
10. korzo.nl

Mobiel

Het totaal aantal bezoekers is met 35% gestegen. Ook dit jaar kunnen we concluderen dat mobiel gebruik vooral geconcentreerd is tijdens het festival. Mobiel gebruik is met 1% gedaald en desktop gebruik met 1% gedaald.



Apparaatcategorie	Gebruikers	Gebruikers	Bijdrage aan totaal:
		35,27% ▲ 36.326 versus 26.854	35,27% ▲ 36.326 versus 26.854
1. ■ mobile			<p>1 jan. 2022 - 29 okt. 2022</p> <p>1 jan. 2021 - 21 okt. 2021</p>
1 jan. 2022 - 29 okt. 2022	19.687	54,34%	
1 jan. 2021 - 21 okt. 2021	14.817	55,11%	
2. ■ desktop			
1 jan. 2022 - 29 okt. 2022	15.888	43,86%	
1 jan. 2021 - 21 okt. 2021	11.429	42,51%	
3. ■ tablet			
1 jan. 2022 - 29 okt. 2022	651	1,80%	
1 jan. 2021 - 21 okt. 2021	639	2,38%	

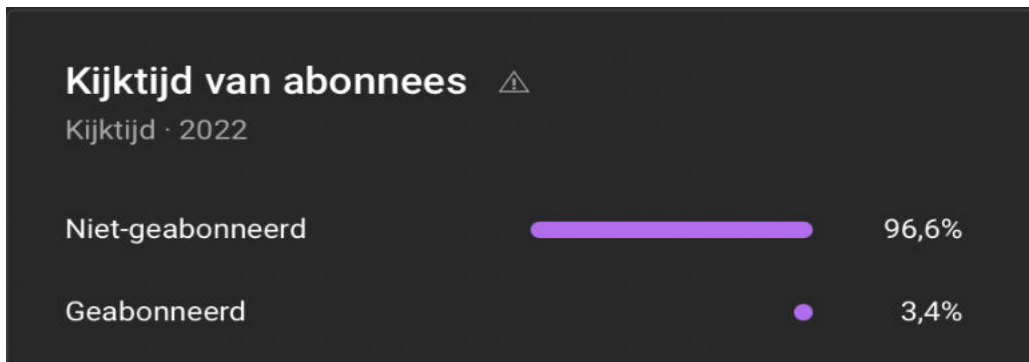
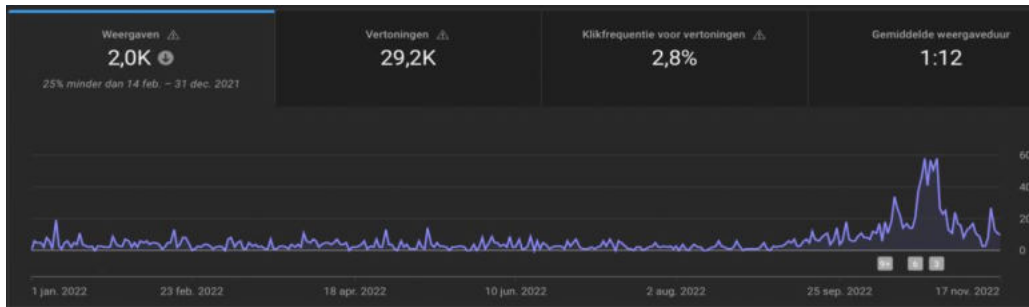
Pagina's

De pagina's van de website die het meeste zijn bekeken zijn het programma en de homepagina. De bestemmingspagina's zijn de pagina's waar de gebruiker op 'binnenkomt' op de website. Naast de homepagina en het programma zijn de volgende tien bestemmingspagina's het meest bezocht:

Pagina	Weergaven
/kleuren-en-knutselen	7.373
/doe-opdrachten	2.155
/over-ons/over-het-festival	1985
/bezoek/welkom-in-den-haag	1938
/programma/locaties	1713
/bezoek/iedereen-is-welkom	763
/over-ons/organisatie	566
/kleurplaten	558
/nieuwsbrief/user/modify	364
/en/coloring-and-crafts	471

Betovering TV

Betovering TV kreeg in 2022 29,2K vertoningen en totaal 1.958 weergaven. Het kanaal heeft **15** meer abonnees dan 2021. De meeste kijkers zijn met **96,6%** niet-geabonneerd.



De top tien best gepresteerde video's zijn grotendeels de video's van seizoen 2 van Betovering TV. De overige video's vallen binnen de 'Doe opdrachten' video's zoals een Handpop maken. Aflevering 5 van Betovering TV Seizoen 2 is met 4.208 vertoningen de best lopende video van het kanaal in 2022.

Content	Vertoningen	Klikfrequentie voor vertoningen	Weergaven	Gemiddelde weergaveduur	Kijktijd (uur)
AFL 5: Vraag het je Paprika, M...	4.208	0,9%	46 2,4%	0:42	0,5 1,4%
AFL 2: De 10 geborden, Mo liv...	2.454	1,7%	52 2,7%	1:06	1,0 2,5%
AFL 3: Cruising met Mo, vraag...	2.404	0,9%	31 1,6%	1:06	0,6 1,5%
Een HANDPOP maken van je SOKI?!	1.544	6,0%	436 22,3%	1:53	13,8 35,1%
TUTORIAL: ACHTERUIT leren NIEZE...	1.244	5,0%	116 5,9%	0:41	1,3 3,4%
AFL 1: Opensing Betovering me...	1.125	4,0%	56 2,9%	1:24	1,3 3,4%
AFL 7: Haring, Dive by Mo en r...	945	0,6%	10 0,5%	0:54	0,2 0,4%
AFL 6: Fluffy, Royal Cat-Food, ...	782	1,2%	10 0,5%	0:43	0,1 0,3%
AFL 8: We hebben een bell...	687	1,2%	10 0,5%	1:12	0,2 0,5%
DANSEN hoe doe je dat? Deel 3 // 8...	551	0,9%	12 0,6%	0:24	0,1 0,2%

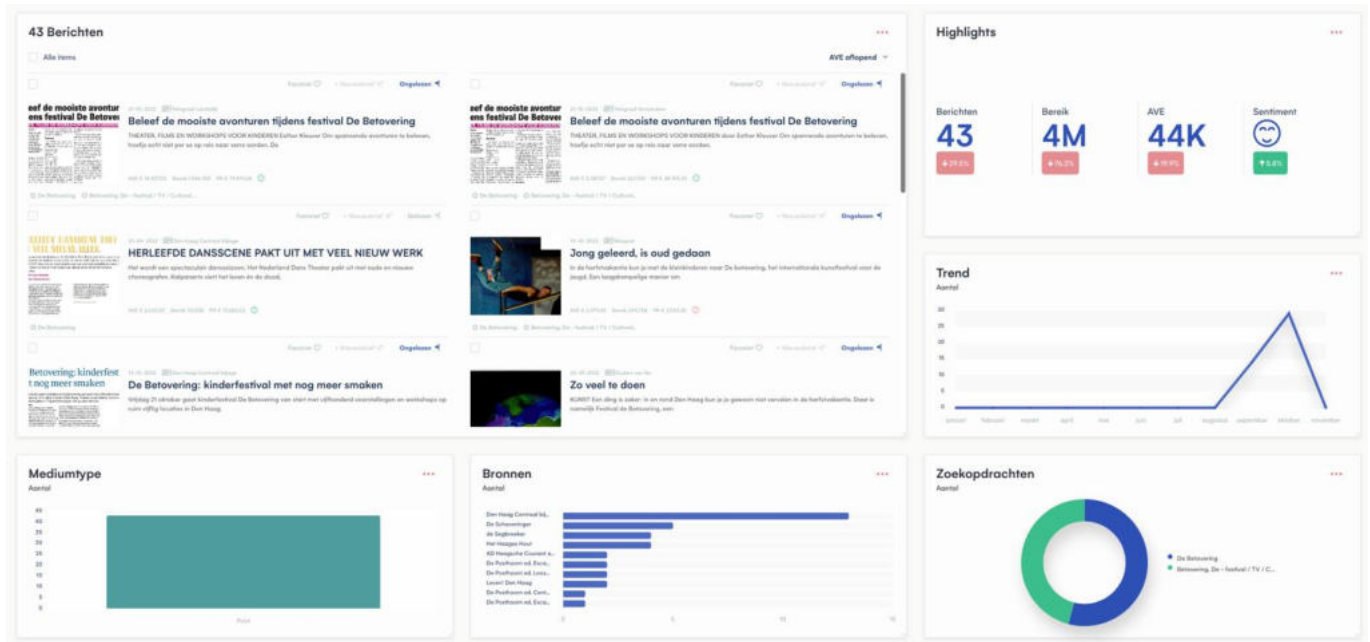


Bijlage 10 - Pers en mediabereik

Print:

Er zijn in totaal 43 print artikelen verschenen over De Betovering. Dit zijn er 12 meer dan in 2021. Waarvan 4 landelijke print artikelen. Het print totaal bereik van **4.026.318** en AVE van **€46.269,88** en pr waarde van €216.617,60.

Van online artikelen en RTV is de mediawaarde niet gemeten. Er zijn 16 online artikelen verschenen.



Type	Categorie	Bron	Publicatie datum	AVE	Oplage	Bereik	PR-waarde	Titel
Print	Huis Aan Huis Bladen	De Posthoorn ed. Centrum Laak	28 sep 2022	€ 322,25	66700	160080	€ 1.635,90	Feestmaand voor kinderen in bibliotheek
Print	Huis Aan Huis Bladen	De Posthoorn ed. Escamp Oost	26 okt 2022	€ 371,75	37500	90000	€ 381,42	De Betovering in Escamp
Print	Huis Aan Huis Bladen	De Posthoorn ed. Escamp West	28 sep 2022	€ 125,50	22000	52800	€ 629,55	Bibliotheek Den Haag roept oktober uit tot feestmaand voor kinderen
Print	Huis Aan Huis Bladen	De Posthoorn ed. Escamp West	26 okt 2022	€ 251,00	22000	52800	€ 257,53	De Betovering in Escamp
Print	Huis Aan Huis Bladen	De Posthoorn ed. Leidschenveen/Ypenburg	26 okt 2022	€ 49,94	17600	42240	€ 266,31	Voorstelling voor kinderen
Print	Huis Aan Huis Bladen	De Posthoorn ed. Loosduinen	19 okt 2022	€ 285,25	25000	60000	€ 1.521,10	Proef De Betovering deze herfstvakantie
Print	Huis Aan Huis Bladen	De Posthoorn ed. Loosduinen	19 okt 2022	€ 285,25	25000	60000	€ 1.521,10	Rabarber trapt theatersizoen af met Keizer zonder kleren
Print	Huis Aan Huis Bladen	De Scheveninger	27 sep 2022	€ 146,13	26000	62400	€ 715,36	Kunsthuis voor kinderen in de herfstvakantie
Print	Huis Aan Huis Bladen	De Scheveninger	27 sep 2022	€ 73,06	26000	62400	€ 389,59	Feestmaand voor kids
Print	Huis Aan Huis Bladen	De Scheveninger	11 okt 2022	€ 292,25	26000	62400	€ 1.558,42	Kinderboekfeestijn
Print	Huis Aan Huis Bladen	De Scheveninger	18 okt 2022	€ 292,25	26000	62400	€ 1.558,42	Laat je betoveren deze herfstvakantie
Print	Huis Aan Huis Bladen	De Scheveninger	25 okt 2022	€ 292,25	26000	62400	€ 1.558,42	Festival De Betovering feestelijk van start
Print	Huis Aan Huis Bladen	de Segbroeker	14 sep 2022	€ 143,75	25200	60480	€ 766,55	Jeugdfestival De Betovering
Print	Huis Aan Huis Bladen	de Segbroeker	28 sep 2022	€ 143,75	25200	60480	€ 703,71	Kunsthuis voor kinderen in de herfstvakantie
Print	Huis Aan Huis Bladen	de Segbroeker	28 sep 2022	€ 71,88	25200	60480	€ 383,30	Feestmaand voor kids
Print	Huis Aan Huis Bladen	de Segbroeker	12 okt 2022	€ 287,50	25200	60480	€ 1.533,09	Kinderboekfeestijn in de bie
Print	Huis Aan Huis Bladen	Den Haag Centraal bijlage	01 sep 2022	€ 2.625,00	12500	30000	€ 13.682,52	HERLEEFDE DANSSCENE PAKT UIT MET VEEL NIEUW WERK
Print	Huis Aan Huis Bladen	Den Haag Centraal bijlage	01 sep 2022	€ 1.166,55	12500	30000	€ 6.220,63	DE BETOVERING: KINDERFESTIVAL VOOR HELE GEZIN
Print	Huis Aan Huis Bladen	Den Haag Centraal bijlage	01 sep 2022	€ 109,38	12500	30000	€ 295,33	Festival De Betovering
Print	Huis Aan Huis Bladen	Den Haag Centraal bijlage	13 okt 2022	€ 2.187,50	12500	30000	€ 11.664,84	De Betovering: kinderevenement met nog meer smaken
Print	Huis Aan Huis Bladen	Den Haag Centraal bijlage	20 okt 2022	€ 875,00	12500	30000	€ 4.665,94	Vrijdag 21 oktober
Print	Huis Aan Huis Bladen	Den Haag Centraal bijlage	20 okt 2022	€ 875,00	12500	30000	€ 4.665,94	Zaterdag 22 oktober
Print	Huis Aan Huis Bladen	Den Haag Centraal bijlage	20 okt 2022	€ 875,00	12500	30000	€ 4.665,94	Donderdag 27 oktober
Print	Huis Aan Huis Bladen	Den Haag Centraal bijlage	20 okt 2022	€ 875,00	12500	30000	€ 4.665,94	Zondag 23 oktober
Print	Huis Aan Huis Bladen	Den Haag Centraal bijlage	20 okt 2022	€ 437,50	12500	30000	€ 2.332,97	Maandag 24 oktober
Print	Huis Aan Huis Bladen	Den Haag Centraal bijlage	20 okt 2022	€ 437,50	12500	30000	€ 2.332,97	Dinsdag 25 oktober
Print	Huis Aan Huis Bladen	Den Haag Centraal bijlage	20 okt 2022	€ 437,50	12500	30000	€ 2.332,97	Woensdag 26 oktober
Print	Huis Aan Huis Bladen	Den Haag Centraal bijlage	27 okt 2022	€ 1.312,50	12500	30000	€ 6.998,91	Zaterdag 29 oktober
Print	Huis Aan Huis Bladen	Den Haag Centraal bijlage	27 okt 2022	€ 1.166,55	12500	30000	€ 6.220,63	Vrijdag 28 oktober
Print	Huis Aan Huis Bladen	Het Haagse Hout	28 sep 2022	€ 126,13	22100	53040	€ 617,45	Kunsthuis voor kinderen in de herfstvakantie
Print	Huis Aan Huis Bladen	Het Haagse Hout	28 sep 2022	€ 63,06	22100	53040	€ 336,27	Feestmaand voor kids
Print	Huis Aan Huis Bladen	Het Haagse Hout	12 okt 2022	€ 252,25	22100	53040	€ 1.345,12	Kinderboekfeestijn in de bie
Print	Huis Aan Huis Bladen	Het Haagse Hout	26 okt 2022	€ 252,25	22100	53040	€ 1.345,12	Festival De Betovering feestelijk van start
Print	Huis Aan Huis Bladen	het Nieuwe Stadsblad	28 sep 2022	€ 337,25	37200	89280	€ 1.798,39	Assepoester De Musical in Schiedam
Print	Landelijke Dagbladen	Telegraaf Landelijk	21 okt 2022	€ 14.907,00	435875	1046100	€ 79.491,58	Beleef de mooiste avonturen tijdens festival De Betovering
Print	Lifestyle	Leven! Den Haag	30 sep 2022	€ 200,00	15000	36000	€ 540,00	OKTOBER 2022
Print	Lifestyle	Leven! Den Haag	30 sep 2022	€ 533,28	15000	36000	€ 2.843,72	Betoverend LEUK
Print	Lifestyle	Margriet	19 okt 2022	€ 2.479,00	122816	294758	€ 2.543,45	Jong geleerd, is oud gedaan
Print	Lifestyle	Ouders van Nu	25 okt 2022	€ 1.720,50	35950	86280	€ 9.044,39	Zo veel te doen
Print	Regionale Dagbladen	AD Haagsche Courant ed. Den Haag Stad (incl. 3 doorplaatsingen)	10 sep 2022	€ 303,21	65417	157000	€ 391,07	Festival de Betovering
Print	Regionale Dagbladen	AD Haagsche Courant ed. Den Haag Stad (incl. 3 doorplaatsingen)	07 okt 2022	€ 303,21	65417	157000	€ 391,07	Feest op Spuiplein
Print	Regionale Dagbladen	Telegraaf Amsterdam (incl. 2 doorplaatsingen)	21 okt 2022	€ 7.676,82	161959	388700	€ 28.193,30	Beleef de mooiste avonturen tijdens festival De Betovering
Print	Regionale Dagbladen	Telegraaf Rotterdam	26 okt 2022	€ 302,18	25500	61200	€ 1.611,37	Bezoekertjes bij Knol d'Amour
				€ 46.269,88	1677634	4026318	€ 216.617,60	

Online artikelen

Online artikelen - bron:

dagblad070.nl/Den%20Haag%20&%20Regio/festival-de-betovering-neemt-bezit-van-spuiplein-in-den-haag

dagblad070.nl/Den%20Haag%20&%20Regio/miriam-duiker-nieuwe-directeur-festival-de-betovering

dagblad070.nl/Den%20Haag%20&%20Regio/spuiplein-dit-jaar-weer-festivalhart-van-de-betovering

dagjeweg.nl/nieuwsredactie/26535/Kunsthof-festival-De-Betovering-is-vakantieplezier-voor-ieder-kind

denhaagfm.nl/dhfm/4642824/uittips-den-haag-50-jaar-paard-halloween-in-drievliet-en-divali

denhaagfm.nl/dhfm/4643620/in-beeld-festival-de-betovering-van-start-in-koninklijke-schouwburg

indebuurt.nl/denhaag/doen/6-x-gratis-uitjes-tijdens-de-herfstvakantie-in-den-haag~243521/

kidsweek.nl/nieuws-voor-ouders/vijf-topuitjes-voor-de-herfstvakantie

museumtijdschrift.nl/tentoonstellingen/project10101010/

omroepwest.nl/nieuws/4639591/koude-oorlog-meemaken-vluchten-voor-zombies-of-ridders-kijken-in-herfstvakantie-kan-het

telegraaf.nl/entertainment/997863805/beleef-de-mooiste-avonturen-tijdens-festival-de-betovering

theaterkrant.nl/recensie/gratis-chips/compagnie-barbarie/

voorburstdagblad.nl/Den%20Haag%20&%20Regio/festival-de-betovering-neemt-bezit-van-spuiplein-in-den-haag

voorburstdagblad.nl/Den%20Haag%20&%20Regio/miriam-duiker-nieuwe-directeur-festival-de-betovering

voorburstdagblad.nl/Den%20Haag%20&%20Regio/spuiplein-dit-jaar-weer-festivalhart-van-de-betovering

stappenindenhaag.nl/2022/10/06/spuiplein-dit-jaar-weer-festivalhart-van-de-betovering/

RTV

- 2x Den Haag FM
- NOS enkele seconden
- Omroep West

Overige publicaties

- Ooievaarspas nieuwsbrief
- HNT, Amare (2x) en Mauritshuis nieuwsbrief
- Speciale Kidsproof nieuwsbrief
- Kidsweek nieuwsbrief
- ThisistheHague Nieuwsbrief
- NS Onderweg
- Nouvelle Media
- Div. Social media

Publicaties

HERNEDING

DE BEVOERING: KINDERFESTIVAL VOOR HELE GEZIN

De Bevoering is een festival voor het hele gezin. Het is een feest van muziek, dans, theater en kunst. Het is een feest van samen zijn en van plezier. Het is een feest van ontdekken en van leren. Het is een feest van... (text continues)

KINDER ENKELE HET BEVOERING DEN HAAG



Eerste voorstellingen bekend Festival De Betovering

Deel al je jaar kind Festival De Betovering. De eerste voorstellingen zijn bekend. Het is een feest van muziek, dans, theater en kunst. Het is een feest van samen zijn en van plezier. Het is een feest van ontdekken en van leren. Het is een feest van... (text continues)

Zijn 50 locaties in Den Haag worden omgevormd, in de theaters, musea, bij winkels, op straten en pleinen vinden voorstellingen en workshops plaats. De eerste voorstellingen zijn bekend. Het is een feest van muziek, dans, theater en kunst. Het is een feest van samen zijn en van plezier. Het is een feest van ontdekken en van leren. Het is een feest van... (text continues)

- 505 korting
- Overnameprijs tussen €2,25 - €3,75 voor voorstellingen, workshops en films
- 22 tot 28 oktober 2022 van 10:00 uur tot 18:00 uur
- Op 15 locaties in heel Den Haag - o.a. Theaters, Rinkhuis, culturele instellingen en bibliotheken
- Heel veel websites en de gratis voor het volledig programma of bij de overnameprijs
- www.debetovering.nl

Kunsthof voor kinderen in de herfstvakantie

21 oktober tot 1 november. Het is een feest van muziek, dans, theater en kunst. Het is een feest van samen zijn en van plezier. Het is een feest van ontdekken en van leren. Het is een feest van... (text continues)



Auto VANUIT HET HART

FEESTELIK TINTJE

JUMP PLAY PARTY

Belovend LEUK

80 MILJOEN JAAR OUD

Aap & Mol

Samen OP AVONTUUR

De Betovering: kinderfestival met nog meer smaken

DEN HAAG Feest op Spuillein

07-10-2022 AD Haagse Courant ed. Den Haag Stad

DEN HAAG Het Spuillein is van 22 tot en met 29 oktober het toneel van kinderfestivals via De Betovering. Buiten op het plein en binnen bij Amare, The... (text continues)

AVE € 145,00 Bereik 31.250

6 x gratis uitjes tijdens de herfstvakantie in Den Haag

Gratis in een vliegtuig

Spuillein dit jaar weer festivalhart van De Betovering

22 oktober

Uitlips Den Haag: 50 jaar PAARD, Halloween in Drie-vliet en Divali

Beleef de mooiste avonturen tijdens festival De Betovering

Vrienden door dik en dun

LACHEN OM VERDORVEN SMEERLAPPEL!

IN BEELD: Festival De Betovering van start in Koninklijke Schouwburg

De Koninklijke Schouwburg is op 29 oktober de locatie voor de start van het internationale kinderfestival De Betovering. Het festival wordt georganiseerd door de Haagse Gemeente en de Haagse Cultuurliggingen. Het festival wordt georganiseerd door de Haagse Gemeente en de Haagse Cultuurliggingen.

De Betovering in Escamp

Kinders van 0 tot 12 jaar kunnen tijdens de liefdevolste proeven van allerlei smaken, kunst en theater. Festival De Betovering biedt in de hartstikke locatie in Den Haag een pakketprogramma met bij je ogen, handen en zelfs een mond te kort komt. Dit jaar is het thema 'Prins of de Betovering'. Naast internationale voorstellingen, bijzondere theaterpremières en ludiek straattheater staan er veel activiteiten in het teken van samen spelen en ontdekken. In Escamp kwam Kinderkunstfestival de Betovering vromerom langs. Afgelopen weekend stonden er al allerlei activiteiten in de wijck op het programma. Donderdag was er ook de nieuwvondende voorstelling Bully Bull van Maartje van der Zien in Theater Dakota. Daarin was te zien wat een prober en de gezinsde vromedier met elkaar prouwen hebben, samen dan te dansen! Middags was er een 70 acten komedie vol muziek, glitters en glans. Van Huisman & The Stars gaat over optikeren maar iemand en diegene blind volgen. Het vromend werd afgedrukt met een groot doekbord op het Spuiplaats in Den Haag.

West
Maatschappij | Team West | Cultuur | Meer | Diversiteit | Postcode | Samen met
Er zijn activiteiten, maar voorstellingen en muziek voorstellingen.

Theater en cultuur voor kinderen
Kunnen die dit zijn cultuur en theater kunnen deze herfstvakantie samen of een vromer in Den Haag in de Betovering. Op 29 oktober zijn voorstellingen te vromer met kinderen tot en met leeftijd van 12 jaar. Het thema is 'Prins of de Betovering'. Naast internationale voorstellingen, bijzondere theaterpremières en ludiek straattheater staan er veel activiteiten in het teken van samen spelen en ontdekken. In Escamp kwam Kinderkunstfestival de Betovering vromerom langs. Afgelopen weekend stonden er al allerlei activiteiten in de wijck op het programma. Donderdag was er ook de nieuwvondende voorstelling Bully Bull van Maartje van der Zien in Theater Dakota. Daarin was te zien wat een prober en de gezinsde vromedier met elkaar prouwen hebben, samen dan te dansen! Middags was er een 70 acten komedie vol muziek, glitters en glans. Van Huisman & The Stars gaat over optikeren maar iemand en diegene blind volgen. Het vromend werd afgedrukt met een groot doekbord op het Spuiplaats in Den Haag.

Festival De Betovering neemt deel van Spuiplaats in Den Haag

De Haagse Gemeente en de Haagse Cultuurliggingen organiseren het internationale kinderfestival De Betovering. Het festival wordt georganiseerd door de Haagse Gemeente en de Haagse Cultuurliggingen.

DE SCHIJVENRIGER

Festival De Betovering feestelijk van start

Althans vromer 29 oktober ging de 12e editie van het internationale kinderfestival De Betovering feestelijk van start. Het festival wordt georganiseerd door de Haagse Gemeente en de Haagse Cultuurliggingen. Het festival wordt georganiseerd door de Haagse Gemeente en de Haagse Cultuurliggingen.

Zo veel te doen

KUNST Een ding is zeker: in en rond Den Haag kun je je gezin met vromer in de herfstvakantie. Daar is namelijk Festival de Betovering, een vromer...
AVG 4.1.2022 | Ruimte 20.860

A scene from the festival showing a tent and people sitting on the ground.

This is The Hague

Tijdens de herfstvakantie van 22 t/m 30 oktober 2022 staat Den Haag in het teken van Festival De Betovering. Kids t/m 12 jaar kunnen zich helemaal onderdompelen theater- en dansvoorstellingen, films, muziek, workshops en straattheater.

Bekijk hier het programma.

Festival De Betovering
121 lok en met 29 oktober, diverse locaties

Festival De Betovering is het internationale kinderfestival voor de jeugd op meer dan 55 locaties in en buiten Den Haag. Kinderen tot en met 12 jaar kunnen zich vromer dagen lang onderdompelen in theater- en dansvoorstellingen, films, muziek, workshops en straattheater. Kinderen worden uitgenodigd zich te laten vromer en vromer te vromer, op het vromer van hun vromer te vromer, zichzelf te vromer en vromer met samen en hun fantasie op vromer vromer te vromer. Voorstellingen en workshops vromer apart worden vromer. Naast vromer (2022), het vromer vromer te vromer, vromer (2022) de workshops.

VIJF TOPUITZES VOOR DE HERFSTVAKANTIE

De Betovering is het internationale kinderfestival voor de jeugd op meer dan 55 locaties in en buiten Den Haag. Kinderen tot en met 12 jaar kunnen zich vromer dagen lang onderdompelen in theater- en dansvoorstellingen, films, muziek, workshops en straattheater. Kinderen worden uitgenodigd zich te laten vromer en vromer te vromer, op het vromer van hun vromer te vromer, zichzelf te vromer en vromer met samen en hun fantasie op vromer vromer te vromer. Voorstellingen en workshops vromer apart worden vromer. Naast vromer (2022), het vromer vromer te vromer, vromer (2022) de workshops.

KIDSPROOF SPECIAL
Festival de Betovering

Onze favorieten tijdens Festival de Betovering!
Deze herfstvakantie brukt het in Den Haag weer van kindervoorstellingen, films en workshops tijdens Festival de Betovering! Op meer dan 55 locaties binnen en buiten kunnen kinderen terecht voor te gekke activiteiten. Wie hebben de vromer en onze favorieten hier geweest? Tip: reserveer vast je kaartjes, dan ben je zeker van een plekje!

Laat je betoveren! Tamara & Jantine

Mr. Haagenbecks Universum
Dapperen opper! Pak je kans en het Wonderbaarlijk Universum van Menner Haagenbeck te zien! Escamp gepresenteerd door wereldreiziger Karl Haagenbeck, samen met assistente Lady

Een leuk avondje uit! | 8+
Huisdier ziek, broek zit niet goed... het leven zit vol vromerom. In deze jeugd musical met glitters en glans krijgen emoties als poot, vromer en angst hun eigen shownummer. Op 24

Nieuwsbrieven:

NIEUWSBRIEVEN 2022 naar:	Bereik
Betovering nieuwsbrief ontvangers *	1696
Kidsproof nieuwsbrief ontvangers	6713
Kidsweek nieuwsbrief ontvangers	34251
Nieuwsbrief diverse podia	divers
Nieuwsbrief diverse deelnemene locaties	divers

* Door het gebruiken van een ander mailsysteem in 2022 is er een daling in de gebruikers te zien. Dat heeft als reden dat de ontvanger i.v.m. AVG technische redenen opnieuw actief moest aangeven een nieuwsbrief te willen ontvangen.