

projectplan

FESTIVAL DE BETOVERING 2020

De betoverde stad...

Een stad met een profiel als Den Haag kan niet anders dan een gezond cultureel klimaat voor kinderen bieden. Kunst zet de ramen van geest en hart bij mensen open. Misschien wel een eerste noodzakelijke menselijke voorwaarde voor vrede, recht en kwaliteit van leven. En daar begin je zo vroeg mogelijk mee. Bij zoveel mogelijk kinderen van alle pluimage: uit de Schilderswijk, een Vinexwijk, een expatbuurt en het centrum.

Internationaal KUNSTFESTIVAL VOOR DE JEUGD

16 t/m 24 okt. 2020

9 dagen, 54 locaties, herfstvakantie,
2 t/m 12 jaar, theater, dans, beeldend,
muziek, workshops, straattheater, film,
museumbezoek, festivalcentra en meer...

DEN HAAG



www.debetovering.nl

Voorwoord

Als we een rijke voedingsbodem willen bieden om kunst een plaats te geven in het hart van ieder kind, om zo een waardevolle bijdrage te leveren aan zijn of haar ontwikkeling, zijn inspanningen nodig. Daarvoor doen we een beroep op u. De vraag van onze doelgroep is groter dan ons huidige aanbod aankan, dus de kansen liggen voor het grijpen. Juist voor kinderen moet je alles uit de kast halen om hen te laten deelnemen aan kunst en cultuur, ook buiten schooltijd. Als we die groep bereiken, is er veel gewonnen. Wanneer kinderen de leeftijd van 12 jaar bereiken hebben ze vaak heel andere zaken aan hun hoofd. Als we ze voor die tijd waardevolle bagage meegeven, hebben ze daar de rest van hun leven plezier van. Onze samenleving heeft de creatieve talenten van de kinderen van nu later hard nodig. Durf er met ons voor te blijven kiezen dat kinderen het beste verdienen als het om kunst en cultuur gaat.

“A little magic can take you a long way.”

- Roald Dahl -



1.	Algemene informatie	pag. 4
1.1	Gegevens	
1.2	Inleiding	
1.3	Motivatie	
1.4	Ambities 2020	
1.5	Een cijfermatig beeld van de ontwikkeling van het festival	
2.	Artistieke visie, programmering en publieksbereik	pag. 9
2.1	Programmeringsprofiel in relatie tot onze vier kernwaarden	
2.2	Programmaopbouw en programmering 2020	
2.3	Publieksbereik	
3.	Positionering en ondernemerschap	pag. 17
3.1	Positionering	
3.2	Bedrijfsvoering: organisatie en financiën	

1. Algemene gegevens

1.1 Gegevens

Gegevens van de aanvrager	
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:	Suzanne Verboeket
Functie contactpersoon:	Directeur
Telefoonnummer contactpersoon:	070 -364 22 02 / 06 - 29 02 60 09
Email contactpersoon:	s.verboeket@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:	Suzanne Verboeket
In functie sinds:	2005
Benoemingstermijn(en):	Zzp, jaarcontracten

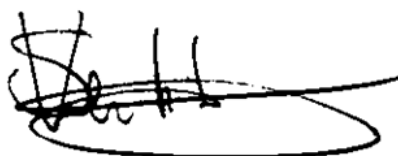
Samenstelling Bestuur				
Functie	naam	aangetreden sinds	treedt af* op	NB
Voorzitter	Anja Overhoff van der Lem	10-sep-15	10-sep-21	herbenoembaar voor 3 jaar
Penningmeester	Jan Helderman	12-feb-13	12-feb-22	niet herbenoembaar
Vice voorzitter	Maurice Haak	18-sep-14	18-sep-20	herbenoembaar voor 3 jaar
Algemeen lid	Fouzia Outmany	28-jun-18	28-jun-21	herbenoembaar voor 2 x 3 jaar
Algemeen lid	Michiel Hendrix	28-jun-18	28-jun-21	herbenoembaar voor 2 x 3 jaar
Algemeen lid	Shervin Nekuee	28-jun-18	28-jun-21	herbenoembaar voor 2 x 3 jaar

* volgens geldend rooster van aftreden

Totale omvang exploitatie	
Totale omvang jaarlijkse exploitatie:	€ 564.000
Huidige meerjarige subsidies	
Gemeente Den Haag, Kunstenplan (2017 t/m 2020):	€ 113.696*
Fonds Podiumkunsten (2019 & 2020):	€ 39.375 per jaar
Ondertekening	
Hierbij verklaart ondergetekende, daartoe statutair bevoegd, dit formulier naar waarheid en zonder voorbehoud te hebben ingevuld.	
Naam:	Suzanne Verboeket
Functie:	Directeur
Plaats:	Den Haag
* niveau 2019	

Datum: 31 maart 2020

Handtekening:



1.2 Inleiding

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. De nadruk ligt op de podiumkunsten. Dit negendaags festival vindt plaats tijdens de herfstvakantie. De doelgroep van het festival is breed samengesteld en omvat kinderen (en (groot) ouders) uit het hele land en 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 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.

1.3. Motivatie

Kunst draagt bij aan de ontwikkeling van het gevoel voor esthetiek, persoonlijkheid, visie op de maatschappij en van talenten. In de leeftijd tussen 2 en 9 jaar moet een stevige basis worden gelegd voor latere cultuurparticipatie. Cultuureducatie is een groot goed, waarmee veel kinderen, begeleid via school, kennismaken met de rijkdom van allerlei vormen van cultuur. Cultuurdeelname buiten schooltijd is een essentiële aanvulling hierop. 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 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 jeugdaanbod van het moment tijdens de leukste herfstvakantie voor alle kinderen. Dat is De Betovering. 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.

1.4 Ambities 2020

We blijven ook de komende editie prioriteit geven aan onderstaande onderdelen van onze meerjarige strategie:

- Programmering en bereik: we blijven kiezen voor kwaliteit, toegankelijkheid & internationalisering, en we blijven ons inzetten voor kinderen met lage cultuurparticipatie en kinderen van niet-Nederlandse afkomst, ook in de wijken, ook met relaxperformances;
- B2B marketing: het vinden en behouden van partners die de groei mee mogelijk maken, cultureel ondernemend denken.

Onze concrete ambities voor 2020 zijn:

- Een programmering samenstellen die het publiek met een rapportcijfer van minimaal een 8 beoordeelt. Bij het programmeren blijven we trouw aan ons doel, artistieke visie en aan onze kernwaarden;
- De omvang van het programma telt tussen de 250 tot 300 voorstellingen en 260 tot 310 workshops;
- De programmering bevat meer dan 15 verschillende internationale programmaonderdelen;
- De programmering bevat minimaal 3 prikkelarme relax-performances met bijhorende randvoorwaarden;
- Een zaalbezetting van de binnen-programmering van rond de 80%;
- Tussen de 22.500 en 25.000 bezoekers voor de binnen-programmering;
- Meer dan 50 locatiepartners;
- En groei in de aantallen bezoekers die een niet-Nederlandse achtergrond hebben (niet-westers/ westers);

En verder, nieuw in 2020:

- In 2020 zijn Festival de Betovering en De Krakeling Amsterdam organisator en curator van de Nederlandse showcase jeugdtheater voor internationale programmeurs. De showcase vindt op 18 en 19 oktober plaats in Den Haag en op 16 en 17 oktober in Amsterdam. Met dank aan Dutch Performing Arts en Assitej NL;
- We gaan met enkele culturele partners onderzoeken of we de inhoud van onze festivalcentra verder kunnen ontwikkelen en daarbij sterker en meer cultureel divers kunnen maken;
- We nemen een voorschot op de plannen van '21-'24 en gaan aan de slag met enkele van de adviezen uit de duurzaamheid-scan. We gaan bijvoorbeeld op zoek naar podia in de regio om onze internationale gezelschappen in de toekomst meer te kunnen laten doorspelen in de regio, en willen voor de festivalcentra investeren in duurzame aankleding die meerdere jaren gebruikt kan worden;
- We brengen de Culturele Spelen een stap verder en integreren de marketing ervan in die van de Betovering;
- We gaan dit jaar aan de slag met een volledige Engelstalige website;
- Gaan we een stap maken richting fair practice.

We bouwen de komende jaren verder aan onze doelstelling om zoveel mogelijk kinderen in hun vrije tijd kennis te laten maken met kwalitatief hoogwaardig en toegankelijk werk van professionele kunstenaars uit zowel binnen- als buitenland en hen zo de kracht van de verbeelding te laten ervaren. Dit doen we door de artistieke kwaliteit te borgen en te ontwikkelen, door intensief te communiceren met onze partners en ons publiek, en door goed cultureel ondernemerschap. Door ook in de wijken en op straat te programmeren weet De Betovering vele kinderen te bereiken die beperkt tot geen contact hebben met podia en musea. Stichting De Betovering wil hiermee bijdragen aan het genieten van kunst en cultuur door, en aan de ontwikkeling van, een zo breed mogelijk samengestelde groep kinderen.

1.5 Een cijfermatig beeld van de ontwikkeling van het festival

Cijfers in beeld	2011	2013	2015	2017	2019	Groei in 4 jaar
Totaal bezoekers binnen programmering	14800	20723	22852	20777	24785	8%
Totaal bezoekers buiten programmering		PM**	PM**	PM**	PM**	
A) aantal kinderen	9867	13552	15053	13613	16523	10%
A) aantal volwassenen	4933	7171	7799	7164	8262	6%
Gemiddeld aantal bezoeken	2	2,7	2,8	3	2,8	0%
Aantal locaties	40	36	50	53	54	8%
Aantal voorstellingen en workshops *	218	296	423	548	553	31%
A) voorstellingen	122	185	214	295	279	30%
A) waarvan <i>internationale</i> producties	10	12	14	18	20	43%
A) aantal <i>internationale</i> speelbeurten	34	49	59	93	71	20%
B) workshops en overige activiteiten	96	111	209	253	274	31%
Bezetting	81%	80%	80%	71%	81%	1%
Niet-Nederlandse achtergrond	2516	3316	4518	6649	9666	114%
Niet-Nederlandse achtergrond (niet-Westerns)	1628	1865	2811	2909	4213	50%
Niet-Nederlandse achtergrond (Westerns)	888	1451	1707	3740	5453	219%
Van buiten de gemeente Den Haag	5032	8082	7313	8726	9914	36%
Komt buiten de Betovering niet (nul keer) in een theater met kinderen			3553	2078	1239	-65%
Komt buiten de Betovering 0 tot 2 keer per jaar in een theater met kinderen			11821	11220	11649	-1%
Komt buiten de Betovering niet (nul keer) in een museum met kinderen			3940	2078	1735	-56%
Komt buiten de Betovering 0 tot 2 keer per jaar in een museum met kinderen			10165	9557	9914	-2%

* De 553 programmaonderdelen bestonden uit 279 voorstellingen, 247 workshops en 27 overige activiteiten.

De 27 overige activiteiten zijn als volgt geteld: 1x het ALL ALIENS (welcome) AFTERPARTY, 1x de Kick-off van de Zapp Kinderjury; 1x Nansi In Space, 2x installatie De Takkeknikkerbaan en 22 x festivalcentra met een doorlopende programma in Theater aan het Spui (8 dagen), in Theater Dakota (5 dagen), Korzo Theater (5 dagen) in De Nieuwe Regentes (3 dagen) en in Muzee Scheveningen (1 dag).

** Het aantal bezoekers aan het straattheater is moeilijk meetbaar. Het aantal mensen dan toevallig aanwezig is in het straattheatergebied, en daar geconfronteerd wordt met het straattheater is natuurlijk enorm groot. Het deel dat vervolgens blijft staan om te kijken is iets kleiner, maar nog steeds groot. Het aantal autonome bezoekers dat echt actief op zoek gaat naar het straattheater is weer kleiner. We weten dat sommige mensen bij de Betovering enkel het gratis straattheaterprogramma zoeken, en we weten dat veel Betoveringbezoekers hun betaald bezoek combineren met 'ook het straattheater opzoeken'.





2. Artistieke visie, programmering en publieksbereik

2.1 Programmeringsprofiel in relatie tot onze vier kernwaarden

Kwaliteitsprogrammering

Artistiek profiel. De Betovering is verantwoordelijk voor de kwaliteit van de programmering. Kwaliteit kan zich uiten in vakmanschap en zeggingskracht, in de speelstijl, themabehandeling, vormgevings- keuzes, integratie van disciplines en meer. Wij kiezen voorstellingen waarbij kinderen niet 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 we daadwerkelijk die impact op ons publiek maken, die we met onze programmering ambiëren.

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. Zoals de dans- voorstelling Forever, vol met macabere humor van de Zwitserse choreograaf Tabea Martin. In Forever confronteert ze het publiek met vragen over leven, dood en onsterfelijkheid. Tegenover volwassenen, die zich vastklampen aan wetenschap, religie en spiritualiteit, plaatst ze kinderen die fantaseren over de dood en het leven erna. Ook het Vlaamse Compagnie Barbarie met Gratis chips - een voorstelling over feminisme voor kleuters - kan voor een deel van ons publiek nog een brug te ver zijn. Toch geloven we 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 sommige makers is het daarom interessant om bij ons mogelijkwerwijs 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.

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 kinderen tot en met 12 jaar, 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, bewoners van het centrum, de wijken en van buiten de stad.

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 verschijnings- jaar van een voorstelling, maar de verwachte impact op ons publiek is onze leidraad. Het publiek beoordeelde de programmering 2019 met een 8,6.

Festival de Betovering wil dat alle kinderen mee kunnen doen en zoekt naar mogelijkheden voor kinderen waarbij bewegen, stilzitten, horen, zien, betalen, prikkels verwerken, of een kunstinstelling bezoeken, niet zo vanzelfsprekend is. Hierover leest u meer in de paragraaf 'Programma bereik bijzonder gewenst publiek en gerichte publiciteit'.

Primeur voor De Betovering én voor Nederland zijn de relax-performances waarnaar we in 2017 onderzoek deden en die we sinds 2018 structureel opnamen in ons programma. Dit zijn reguliere voorstellingen die aangepast worden voor kinderen die niet goed tegen prikkels kunnen. Lichteffecten, stroboscooplicht en harde geluiden worden verzacht of eruit gehaald. Ook wordt het zaallicht een beetje aangelaten. 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, kinderen met een stoornis in het autistisch spectrum, een aandoening in het ad(h)d- of het hoog sensitieve spectrum.

Deze programmering wordt omkaderd met prikkelarme zones 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 podia buiten De Betovering. We zijn er trots op dat ons initiatief een spin-off binnen de sector tweeebrengt. Via social media en e-mail krijgen we enthousiaste publieksreacties op dit programma. Bijvoorbeeld:

"ADAM EN IK GINGEN VANDAAG EVEN NAAR DE STAD EN NAAR KINDERFESTIVAL DE BETOVERING IN DEN HAAG. ER WAS EEN AARDIGE VROUW BIJ DE ACT DIE ZELF ALVERTELDE DAT DEZE VOORSTELLING NON-VERBAAL IS EN VAST LEUK WAS VOOR ADAM. ER KWAMEN NOG WAT ANDERE KINDEREN MET OUDERS AAN DIE ÓÓK IN HETZELFDE TENTJE WILDEN. DAT WERD ADAM TEVEEL. HIJ WILDE NIET MEER. IK MOEST MIJN TRANEN WEGSLIKKEN. AL ZÓ VAAK GEBEURD. IK VIND ZOVEEL KINDERDINGEN (PRETPARKEN, VOORSTELLINGEN ZO NIET LEUK OM TE DOEN MET ADAM OM DEZE REDEN. HEEFT HIJ ER LAST VAN? IK WEET HET NIET, MAAR IK VIND HET ECHT NIET LEUK DAT HIJ VAAK BIJ VOORBAAT AL UITGESLOTEN IS. GOED. WIJ WEG. ADAM WAS OOK GEWOON MOE (DAT LIGT NIET AAN WIENS INCLUSIVITEIT DAN OOK. IEDEREEN WEET: BERG JE GEWOON VOOR KINDEREN DIE MOE ZIJN). IETS LATER WILDEN WE NAAR HUIS EN TOEN IK ZAG DAT ER NIEMAND BIJ HET TENTJE WAS, GINGEN WE ALS VANZELF TOCH. DIE TRANEN KWAMEN OPEENS ZONDER AANKONDIGING ALSNOG EN NA UITLEG HADDEN ZE BINNEN ENKELE MINUTEN EEN PRIVÉ-ACT VOOR ADAM SAMENGESTELD. HOE LIEF! ADAM WILDE ZIJN GEIT IN DE "HELIKOPTER". DAT WAS DAN OVERIGENS OOK HET ENIGE WAAR HIJ VERVOLGENS AANDACHT VOOR HAD, MAAR NA AFLOOP SPRONG EN GEBAAARDE HIJ IN IEDER GEVAL HEEL BLIJ." – Een bezoeker met een doof en niet sprekend kindje



Trip Tout Petit, de act waar de bezoeker met een niet-sprekend kindje een bezoek aan bracht

Evaluaties met ons publiek en onze partners zijn essentieel. Al jarenlang worden onder het volwassen publiek ongeveer 1.000 enquêtes afgenomen. Deze onder- zoeken 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 veranderingen in de (culturele) achtergrond, de cultuurparticipatie van ons publiek, over hun beleving van het door ons geprogrammeerde en de effectiviteit van de verschillende publiciteitsuitingen. Uit de enquêtes blijkt onder andere dat het boeken van kaarten voor het publiek dat naar meer dan één activiteit wil, erg omslachtig is. De kaarten worden namelijk verkocht via de locaties. Het niet hebben van toegang tot de data van onze bezoekers beperkt daar- naast onze marketingmogelijkheden en mogelijkheden om fundamenteel publieksonderzoek te doen. Het is onze wens hier verandering in aan te brengen door ooit een eigen kaartverkoopsysteem te verkrijgen. Ook toetsen wij bij sleutelfiguren (zoals begeleiders van bezoekende buurt/kind-centra) of we datgene wat we met onze programmering ambiëren, ook realiseren. Dat blijkt veelal het geval. Daarnaast evalueren we jaarlijks inhoudelijk met de deelnemende locaties over de publiekssamenstelling en publiekservaring.

Internationaal, cultureel divers

Via de inzet in de verschillende wijken, het kiezen van diversiteit bij onze partners, 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 migratie-achtergrond: 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 (2019) 39%, zich met een niet-of-meer-dan-alleen-Nederlandse nationaliteit: 17% niet-Westers, 22% Westers. Een deel van ons publiek is de Nederlandse taal niet machtig.

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. De voorstellingen die we van buiten het Nederlands taalgebied programmeren, met een kleine rol voor het gesproken woord, zijn interessant voor hen die de Nederlandse taal (nog) niet beheersen: migranten, expats maar ook voor slechthorenden, allemaal bijzonder gewenst publiek. Indien beschikbaar en van geschikte kwaliteit gaven we voorrang aan voorstellingen die passen bij de culturele diversiteit van de maatschappij.

De Betovering zoekt naar kwaliteitsvoorstellingen met helden en verhalen uit alle windstreken, met een gemeenschappelijk verhaal als een verbindend element waar onze diverser wordende samenleving nood aan heeft. Deze keuze is echter altijd ook gebaseerd op kwaliteit en niet op enkel op het thema of de (etnische) herkomst van de makers en/of spelers. Met bijvoorbeeld de hiphopvoorstelling **Tori** van HNTjong naar het gelijknamige boek van grafisch en beeldend kunstenaar Brian Elstak; met een **GilGAMESj** van Urban Myth waarin oude en niet-westerse verhalen in een game-vorm aan het publiek worden gepresenteerd; of een **Wijzer** van Maas met dansers Patrick Karijowidjojo en Remses Rafaela op de vloer. Laatstgenoemde, tevens de choreograaf van deze voorstelling, mixt invloeden vanuit de Afro-Caribische dans, zoals salsa en calypso, met acrobatiek, hiphop en moderne dans in zijn werk. West-Afrikaanse en Zuid-Amerikaanse verhalen worden traditiegetrouw in Theater de Vaillant verteld en gecombineerd met passende workshops.

Bij het programmeren ervaren we dat onze vraag naar cultureel diverser 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 Theatr Malego Widza, goed Pools aanbod naar Den Haag, dat naast ons regulier publiek ook de Poolse gemeenschap in Den Haag aantrekt.

De bovengemiddeld goed bezochte buitenlandse voorstellingen geven een artistieke meerwaarde aan het festival. Dit aanbod is gemaakt binnen andere kunstwerelden en 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. We geloven dat internationale uitwisseling van kunst en creativiteit ook kan bijdragen aan het behalen van sommige Sustainable Development Goals. Relevant, zeker voor onze doelgroep. De voorstellingen uit het buitenland genereren ook 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. Tijdens het festival is het regelmatig ook mogelijk om internationale producties tussen de Haagse locaties te laten reizen, dit is redelijk uniek en maakt het, door de met meerderen gedeelde reiskosten, financieel nog aantrekkelijker voor theaters om hiervoor te kiezen. Ons bestuurslidmaatschap van Assitej NL (de Nederlandse afdeling van het internationale jeugdtheaternetwerk) 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. Zo is het gelukt om voor een door ons uitgenodigd Chileens gezelschap ook een tournee langs acht andere grote zalen in Nederland te organiseren. We ontwikkelen ons steeds meer als een expertisecentrum.

Samenwerking en spreiding in de stad - programmeren met en op vijftig locaties

Het bijzondere aan De Betovering is de verbinding. De Betovering voert de regie van een bijzonder samenwerkingsverband van zo'n zeventig Haagse partners: ca. vijftig culturele instellingen, de welzijnssector, winkels, bedrijven, scholen en organisaties voor kinderopvang. Via intensieve, langdurige samenwerkingsverbanden proberen we een brug te slaan tussen kwalitatieve kunst en kinderen. In de herfstvakantie is het jeugdtheater tot in de vezels van de stad voelbaar.

De Betovering werkt samen met de locaties bij het samenstellen van het programma, waarbij De Betovering verantwoordelijk is voor de kwaliteit en de samenhang van de programmering. Het team van De Betovering stuurt, bewaakt, programmeert, organiseert, zorgt en stimuleert. Via factsheets houden we partners betrokken en op de hoogte van de gezamenlijke focus en successen. Dit samenwerkingsverband is sterk en vruchtbaar.

Een voorstelling of workshop kan alleen in het Betovering-programma terechtkomen als zowel de betreffende locatie als de festivalorganisatie erachter staan. Beide partijen hebben een vetorecht in 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 en marketingapparaat. De eindregie ligt bij De Betovering, als organisator en eigenaar van het festival.

We zien zelf, in vergelijking tot onze collega's, erg veel voorstellingen door het jaar heen. Zo hebben we een duidelijk beeld van de ontwikkelingen en weten wat we willen programmeren. In de praktijk gaat de programmering als volgt. De Betovering heeft een gesprekje met elk van de locaties (theaters, musea, bibliotheken en ondernemers in winkelgebieden) om te toetsen of de ambities van het podium nog hetzelfde zijn. Denk hierbij aan genres, beleid publieksbereik en omvang van deelname. De Betovering doet de podia (theaters, bibliotheken en ondernemers) vervolgens programmeringsvoorstellen gebaseerd op de overlap van de ambities van de locatie en die van de Betovering. Dit programmeringsvoorstel is voorzien van informatie over de inhoud, doelgroep, technische voorwaarden, kosten en verwacht publieksbereik. De locatie kiest uit dit aanbod. Incidenteel (<5%) vraagt een podium ons om een bepaalde voorstelling in overweging te nemen. Denk hierbij aan een Nationaal Theater die graag een eigen voorstelling in het festival ziet.

Of een podium dat zo graag eens die éne bijzondere voorstelling in huis wil hebben, die normaliter niet haalbaar is, maar tijdens de Betovering wél zou kunnen, omdat dan het financiële risico wordt gedeeld en de publiciteit verdubbeld. Soms deelt een van de programmeurs iets moois met ons dat niet in hun eigen huis, maar binnen de Betovering elders wellicht mooi zou passen. Dit soort voorstellen worden ook door ons onderzocht.

Ze kunnen, mits ze in ons artistiek profiel passen en bijdragen aan de balans van ons totale programma, ook in de programmering terechtkomen. De programmering in de musea en het Filmhuis gaat veelal juist andersom. Wij vertellen aan de musea en het Filmhuis globaal onze ambities. Zij doen programma-voorstellen aan ons, waar wij weer een keuze uit maken. Incidenteel (<5%) vragen wij aan een locatie om een bepaalde workshop in overweging te nemen. Als zij daarmee akkoord gaan, dan komt die workshop ook in het programma. Een voorstelling of workshop kan dus alleen 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 waardevolle programmeringskennis, ervaring met publieksmotivaties en hun marketingapparaat. We weten 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. Elk programmaonderdeel programmeren we op de meest passende plaats. De Betovering is, als organisator en eigenaar van het festival, eindverantwoordelijk voor de kwaliteit en de samenhang van de programmering.

Door het grote aantal locaties kunnen we overkoepelend beter, slimmer en ondernemender programmeren. Het programmeren op ruim vijftig locaties geeft ruim gelegenheid om elk programmaonderdeel op de meest passende plaats te programmeren, zowel inhoudelijk, technisch als qua verwachte publieksomvang. De vijftig verschillende speellocaties verdeeld over Den Haag zijn ook gunstig bij het bereiken van een breed publiek. We kunnen steeds beter voorspellen welke producties ons publiek op de door ons gewenste manier aanspreken, welke het meest geschikt zijn voor welke locatie en hoeveel en welk publiek erop afkomt. Soms wordt er zelfs iets geprogrammeerd waarvan we verwachten dat maar een heel klein publiek het aandurft om ernaar toe te gaan, maar waarvan we vinden dat dit toch in Nederland of in Den Haag getoond moet worden. Dan kost het wel eens meer tijd om een locatiepartner hiervoor te vinden. Tegelijkertijd voeden de deelnemende theaters en musea ons met waardevolle input. Hierdoor, door de inhoudelijke, financiële en publicitaire samenwerking biedt het collectief op meerdere fronten een enorme gezamenlijke kracht.

De afgelopen jaren hebben we in de programmering ook met ondernemers samengewerkt. Zo zijn er partijen die belang hebben bij en iets over hebben voor een buitenprogrammering die de binnenstad verlevendigt. Samenwerking met ondernemers bij de programmering heeft voor beiden publicitaire voordelen en draagt bij aan de economische spin-off in de stad. De omringende ondernemersverenigingen dragen bijvoorbeeld bij aan het straattheaterprogramma. Dit is, net als bij de meeste theaters, circa 50% van de uitkoopsommen. Publicitair wordt er ook samen opgetrokken met de betrokken winkeliers. Dit is voor ons heel prettig. Door de samenwerking liggen onze flyers ineens heel vanzelfsprekend op hun toonbanken en onze affiches in hun etalages. De organisatorische verantwoordelijkheid van het straattheater ligt sinds 2017 bij onze (locatie)partner Marketing Haagse Binnenstad. De Betovering behoudt de artistieke verantwoordelijkheid.

Met Kinderopvang DAK is er al jarenlang een publicitaire en inhoudelijke samenwerking. DAK kindercentra krijgt van ons als eerste de brochures en hun kunstvakdocent mag, na onze inhoudelijke goedkeuring, een gratis toegankelijke activiteit aanbieden in het festivalcentrum met zichtbaarheid voor henzelf.

Bovenstaand zijn voorbeelden van ondernemers en organisaties waarmee we de afgelopen jaren in de programmering hebben samengewerkt. Hieronder een overzicht van de samenwerkingspartners tijdens de vorige editie in 2019. Andere vormen van samenwerking worden later beschreven.

We geloven in krachtenbundeling en samenwerking, dat zit in ons bloed.

Samenwerkingspartners 2019		De in dit overzicht 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 <i>(Inhoudelijk, financieel & publicitaire samenwerking)</i>				
PODIA * Club Lourdes (Lourdeskerk) * De Nieuwe Regentes * Diamant Theater * Filmhuis Den Haag * Koninklijke Schouwburg * Kooman's Poppentheater * Korzo * Laaktheater * Theater aan het Spui * Theater Dakota * Theater de Vaillant * Theater Ludens * Theaterschool Rabarber * Vadercentrum Adam * Zuiderstrandtheater	BIBLIOTHEKEN * Bibliotheek Bomenbuurt * Bibliotheek Centrum * Bibliotheek Escamp * Bibliotheek Haagse Hout * Bibliotheek Laakkwartier * Bibliotheek Leidschenveen * Bibliotheek Loosduinen * Bibliotheek Nieuw Waldeck * Bibliotheek Scheveningen * Bibliotheek Schilderswijk * Bibliotheek Segbroek * Bibliotheek Transvaalkwartier * Bibliotheek Wateringse Veld * Bibliotheek Ypenburg	MUSEA & GALERIES * Atrium Stadhuis * Grafische Werkplaats * Haags Historisch Museum * Kunstmuseum Den Haag * Mauritshuis * Museon * Museum Beelden aan Zee * Museum Bredius * Museum de Gevangenpoort * Museum Meermanno * Muzee Scheveningen * Nationaal Archief * Nest	WORKSHOPLOCATIES * Boekhandel De Vries Van Stockum * Haag Hip Hop Centrum * In het Koorenhuis * Kilkenny School of Irish Dance * Klooklup Kids in De Kinderwerkplaats * Koninklijk Conservatorium * Muziekacademie Den Haag * Nederlands Dans Theater * New Dance Center * Pathé Spuimarkt Den Haag * HNT Studio's	STRAATTHEATER LOCATIES * Grote Marktstraat * Spuistraat * Passage * Vlamingsstraat * De Grote Markt * Spuipleintje * Leyweg (een <i>additionele locatie i/vm bijzonder gewenst publiek</i> - Niet opgenomen in het boekje)
SUBSIDIËNTEN & FONDSSEN SUBSIDIËNTEN * Fonds Podiumkunsten * Gemeente Den Haag – OC&W * Gemeente Den Haag – DSO PRIVATE FONDSSEN * Fonds 1818 * VSBfonds * Fonds 21 * Prins Bernhard Cultuurfonds * Stichting Madurodam kinderfonds * Mr. August Fentener van Vissingen Fonds * M.A.O.C. Gravin van Bylandt Stichting * Janivo Stichting * Stichting Sint Nicolaas Gasthuis * Stichting Zabawas	COMMERCIEËLE PARTNERS SPONSORING * DAK Kindercentra * Pathe Spuimarkt Den Haag FACILITEREN RELATIES BEDRIJFSLEVEN * Marketing Haagse Binnenstad COMMERCIEËLE LOCATIEPARTNERS <i>inhoudelijk, financieel & publicitaire samenwerking</i> * Ondernemersvereniging Grote Marktstraat * Pathe Spuimarkt Den Haag * BIZ City Center (Spuistraat, Vlamingsstraat Venestraat & Wagenstraat) * De Passage * Ondernemersvereniging Spuimarktcomplex * Stichting Popdistrict * Spuiplein Programmering	SOCIALE PARTNERS - Gezamenlijke doelgroepenbenadering PARTNERS BIJZONDER GEWENST PUBLIEK <i>(overkoepelende) organisaties</i> Escamp * Wijkcentrum Bouwlust * Wijkcentrum Moerwijk * Stichting Bewoners platform Wateringse Veld * De Kinderwinkel * Stichting MOOI / Morgenstond * Escampade * De Burendag Centrum * Buurtschool 03 * Buurthuis de Mussen * Wijkcentrum de Octopus * Buurthuis de Barjo * Jeugdwerk Samsam * Buurthuis de Sprong	PUBLICITEITSPARTNERS * Den Haag Marketing * Scènes Theater * NS * Kidsweek * RailTV * Stadsschermen Nouvelle Media. * Den Haag FM * Radio West * Kidsproof DISTRIBUTIE BROCHURE * Alle basisscholen in Den Haag * Veel basisscholen in de randgemeenten * Relevante HBO-opleidingen * Buitenschoolse opvang * Vrije tijdsinstellingen * Inburgering- en taalinstututen * Expatorganisaties * Buurthuizen	

2.2 Programma-opbouw en programmering 2020

Het festivalprogramma van De Betovering bestaat uit een **kernprogramma** met voorstellingen en workshops en een **randprogramma** waar sinds de succesvolle pilot in 2018 ook de Culturele Spelen toebehoren.

Kernprogramma

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. 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 een voorstelling of aan begeleid museum- of galeriebezoek. Ze zorgen voor verdieping en reflectie.

De Betovering programmeert uitsluitend voorstellingen van professionele makers. Ook de workshops worden gegeven onder leiding van professionele kunstenaars of kunstvakdocenten. Ten behoeve van een onderscheidende programmering kan het interessant zijn om eigen professionele producties te maken. Hiervoor kiezen we niet. Wij programmeren liever voorstellingen (van gezelschappen) die zich al bewezen hebben, dan dat we het experiment aangaan door zelf nieuwe professionele voorstellingen te laten maken voor het festival. Wij besteden tijd en geld liever aan het zoeken naar goed aanbod in binnen- en buitenland en aan het slaan van een brug tussen hen en een groter publiek. Er wordt één uitzondering gemaakt op het professionaliteitscriterium. Dit betreft de jaarlijkse voorstelling van Jeugdtheaterschool Rabarber.

In 2020 continueren we het programmeren van meer aanbod voor de oudere kinderen (8+). Dit is risicovol omdat voorstellingen voor deze doelgroep in de vrije tijd, in de regel veel minder goed bezocht worden dan voorstellingen voor jongere kinderen. Toch gaan we de uitdaging aan, vertrouwen gekregen na de bemoedigende resultaten op dit gebied in 2019.

Over de volgende voorstellingen zijn we in gesprek met de makers en/of impresariaten ten behoeve van de programmering 2020 (en 2021):

titel	gezelschap	land	leeftijd	Nb
Do Re Mi Ka Do	De Stilte	Nederland	2+	Dutch Showcase
Lepeltje Lepeltje	De Dansers	Nederland	4+	Dutch Showcase
Wijzer	Maas theater en dans	Nederland	4+	Dutch Showcase
Echte vrouwen joggen in regenpak	Artemis	Nederland	6+	Dutch Showcase
Tori	HNTjong	Nederland	6+	Dutch Showcase
Verloren dingen	Het Filaal	Nederlands	7+	Dutch Showcase
GilGAMESj	Urban Myth	Nederland	8+	Dutch Showcase
De Klimaatpiraat	Helden Inc.	Nederland	8+	Dutch Showcase
Het laatste koekje	Ministerie van Onverrichter Zaken	Nederland	3+	reg Nederlandse programmering
De Grote Waaromshow	Tg Winterberg	Nederland	4+	reg Nederlandse programmering
Vreemde eend	SALLY Maastricht & het Laagland	Nederland	4+	reg Nederlandse programmering
Sticks	Jaski & Percossa	Nederland	4+	reg Nederlandse programmering
Pakketje Met	Sonnevanck	Nederland	4+	reg Nederlandse programmering
De Nachtfantast	Theatergroep Knars	Nederland	4+	reg Nederlandse programmering
Mannetjes van de tijd	Theater Jaski & Percossa	Nederland	5+	reg Nederlandse programmering
Buurman's keukenparade	Plan D-	Nederland	5+	reg Nederlandse programmering
Suza's wereld	David Middendorp	Nederland	7+	reg Nederlandse programmering
Van Hamelen & The Rats	Lennart Monaster / Stip Theaterproducties	Nederland	7+	reg Nederlandse programmering
Het verhaal van anders	Aya danstheater	Nederland	8+	reg Nederlandse programmering
Ali & Nino	Witte Raaf i.s.m. Theater Zuidplein	Nederland	8+	reg Nederlandse programmering
De Tantes	Toneelmakerij	Nederland	8+	reg Nederlandse programmering
Ik eh ... ik	Het Houten Huis/Nordland Visual Theatre (NO)	Nederland	8+	reg Nederlandse programmering
Specht	Klankennest	Belgie	4mdn - 1,5jr	internationaal
Wolk / Lam van Jan	4hoog	Belgie	3+	internationaal
Stick by me	Andy Manley	United Kingdom	3+	internationaal
Diorama	Hanafubuki	Belgie	3+	internationaal
Zoom dada / Jongle	Bascule Theatre	Frankrijk	3+	internationaal
Gratis chips	Compagnie Barbarie	Belgie	5+	internationaal
Pareidolia	La Llave Maestra	Chili	5+	internationaal
Papierstück	Tanzfuchs	Duitsland	2+	internationaal
Sol Bemol	Dirque & Fien	Belgie	6+	internationaal - opening
Limites	Collectif ZOU	Belgie (Wallonie)	7+	internationaal
Forever / Voor Altijd	Compagnie Tabea Martin	Zwitserland	8+	internationaal

Randprogramma

De randprogrammering bestaat uit het buitenprogramma, de festivalcentra, de Culturele Spelen en incidentele overige activiteiten. De randprogrammering is er voor de festivalsfeer en de zichtbaarheid in de stad. Ze is deels gratis en biedt voorbijgangers en voorzichtig geïnteresseerden een zeer laagdrempelige ingang richting het kernprogramma. Daarnaast biedt het randprogramma ruimte voor additionele programmaonderdelen die qua artistiek profiel meer bij de kernprogrammering passen, maar door hun vorm beter in een festivalcentrum of op straat tot hun recht komen, zoals installaties, performances en korte acts.

Het buitenprogramma bestaat met name uit straattheater maar ook uit beeldende interventies op straat en voorstellingen bij bedrijven. In 2019 hebben we zes totaal verschillende buitenacts per dag geprogrammeerd. Van betoverend tot imposant, bestaande uit walking acts, installaties en een heuse hightech Virtual Reality rollercoaster. Dat leverde een rijk palet aan verwondering, ontregeling en glimlachen op. Op straat was De Betovering echt voelbaar en zichtbaar, op een heel positieve manier kon niemand er meer omheen dat dit de week van De Betovering was. Die ambitie hebben we voor 2020 weer!

De festivalcentra van De Betovering zijn de plekken waar in een doorlopend programma naar hartenlust wordt gebouwd, verzonnen en gemaakt. Om het festivalgevoel te spreiden kent De Betovering meerdere festivalcentra. Van de vijf festivalcentra staat er nu twee (Spui en Korzo) in het centrum en staan er drie (Muzee, Dakota en de Regentes) in de wijken: Scheveningen, Escamp en in het Regentessenkwartier.

Op die plekken kan het publiek meerdere dagen doorlopend terecht voor een doorlopend programma en een drankje. In meerdere (satelliet)centra wordt aan een vergelijkbaar of gezamenlijk project gewerkt. We willen steeds meer de verbinding leggen tussen de verschillende delen van de stad. Die satellieten komen tijdens of aan het eind van het festival samen. Dat kan op verschillende manieren, bijvoorbeeld met een overkoepelend thema, bij elkaar informatie ophalen of een gezamenlijke optocht.

De Culturele Spelen, de culturele equivalent van de sportieve Koningsspelen, is een initiatief van De Betovering in samenwerking met CultuurSchakel. De ambitie is om zoveel mogelijk kinderen te enthousiasmeren voor kunst en cultuur in hun vrije tijd via school. Door gezamenlijk de laatste schooldag (donderdag of vrijdag) voor de herfstvakantie, in Den Haag een logische overgangsdag richting kunst in de vrije tijd, te wijden aan het vieren van de kunsten.

2.3 Publieksbereik en prijsstelling

Generieke publiciteit

Om het grote publiek te bereiken voeren we een generieke marketing- en publiciteitscampagne waarbinnen de verspreiding van onze programmaboekjes, vooral via scholen, en onze website de belangrijkste instrumenten zijn. Voor onze 21^e verjaardag hebben we onze vormgever gevraagd onze huisstijl eens goed op te frissen en kijken hoe we de marketing van de Culturele Spelen hierin kunnen integreren.

Binnen Den Haag: dat alle basisscholen in Den Haag bereid waren om het programmaboekje te verspreiden onder hun leerlingen is bijzonder en waardevol. Ook citydressing heeft een belangrijke rol bij het wakker maken van ons grote potentieel publiek. Dit jaar is de reguliere citydressing aangevuld met baniertorens in de binnenstad en rugzakjes met Betoveringvlaggen bij het straattheater. Pathé, de bioscoop aan het Spui, toonde kosteloos, vanaf 10 dagen voor het festival, het Betovering Reclamefilmpje op het witte doek, voorafgaand aan alle kinderfilms. Ook de lokale media hielpen ons: Den Haag FM besteedde zelfs dagelijks aandacht aan het festival. Deelnemende locaties en vaste publiciteitspartners als Den Haag Marketing en de VVV zetten hun eigen marketingapparaat in voor De Betovering. Tot slot spelen onze aanwezigheid op een aantal kinderevenementen en stadsschermen een additionele publicitaire rol. Dit zijn zaken die ons niet alleen helpen bij het bereiken van meer en divers publiek, maar ons ook helpen bij onze B2B marketing. We gaan in 2020 op zoek naar meer duurzame citydressing.

Buiten Den Haag is online marketing essentieel voor onze generieke campagne. In 2018 hebben we extern expertise ingehuurd om, met succes, een boost te geven aan de online-marketing van het festival; een freelance marketeer hielp ons met het formuleren van een strategie, met de bijbehorende social-media acties en met corresponderende nieuwe landingspagina's voor onze website. Het INTK maakte voor ons bijpassende Google-ads, tekst-gebaseerde zoekadvertenties, die we via Google Grants sponsoring kosteloos kregen. Wij kochten daarnaast pre-rolls in bij Ster&Cultuur Junior. Deze werden uitgezonden op Uitzendinggemist.nl, voorafgaand aan programma's zoals het Jeugdjournaal en Het Klokhuis. Deze programma's worden ook vaak op school klassikaal teruggekeken, de pre-rolls hebben daardoor een extra groot bereik. Rail-tv gunde ons gratis uitzendingen van een reclamefilmpje op de perrons van alle Nederlandse treinstations. Landelijk kregen we meer gratis publiciteit, bijvoorbeeld via de Etos-zomerfestival-actie en we zijn tweemaal met een spread opgenomen in de Kidsweek. We gaan dit jaar aan de slag met een mobiele website en een Engelstalige website.

Programma bereik bijzonder gewenst publiek en gerichte publiciteit

De Betovering wil dat álle kinderen mee kunnen doen. We zien de kinderen en ouders voor wie theater- of museumbezoek in de vrije tijd minder vanzelfsprekend is als specifiek gewenste doelgroep. Dit publiek bereiken we met het programma 'bereik bijzonder gewenst publiek' en met gerichte publiciteit.

We zijn al jaren, in samenwerking met verschillende organisaties, bezig met het steeds meer toegankelijk maken van ons festival. Inmiddels hebben we netwerk opgebouwd van welzijnsinstellingen, belangenorganisaties, scholen, wijkcentra en (buurt)verenigingen waar we ons 'bijzonder gewenst publiek' beter leren kennen en kunnen bereiken. Jaarlijks pakken we de reeds gelegde contacten en lopende samenwerkingen op, en vinden we nieuwe ingangen om meer bijzonder gewenst publiek aan het festival te binden. We hopen binnen een aantal jaar ook een samenwerking op poten te kunnen zetten met de jeugdsportvereniging. Maar in 2020 gaan we verder met onderstaande punten.

- 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 lichamelijke beperking
 - Communiceren wij middels gerichte persberichten, en via onze eigen website over de toegankelijkheid van onze locaties voor mensen met een beperking, zoals de aanwezigheid van rolstoeltoiletten, reliëftegels, ringleidingen, speciale zitplaatsen of de wijze waarop hulphonden gefaciliteerd worden;
 - communiceren wij middels 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. Ook de mogelijkheid van de inzet van een gebarentolk wordt via de brochure en persberichten gecommuniceerd;
 - wordt de bewegwijzering in het festivalcentrum in hoogte en kleurstelling aangepast om deze beter leesbaar te laten zijn voor slechtzienden en rolstoelgebruikers;
 - vragen we aan onze locaties om informatie over hun toegankelijkheid duidelijk zichtbaar te maken, ook bij hun kassa's, en geven hen tools hiervoor. Drempels worden zoveel mogelijk weggehaald;
 - maken we onze medewerkers en vrijwilligers bewust van bejegening-normen;
 - blijven we, onderzoekend en wervend, in gesprek met organisaties die werken met kinderen met een lichamelijke beperking zoals het speciaal onderwijs, MuteSounds, Komt het Zien! En Wattelt!;
- Ook informeren we scholen en organisaties die werken met kinderen met een verstandelijke handicap. Samen met Middin zoeken we naar extra mogelijkheden en zijn er bijvoorbeeld enkele vrijwilligers met een verstandelijke beperking ingezet in onze festivalorganisatie. Zo willen we zichtbaar het signaal afgeven dat ook kinderen met een verstandelijke beperking erbij horen;
- Er is extra aandacht voor kinderen uit de wijken Schilderswijk en 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 twee wijken wordt elk een eigen wijkflyer gemaakt en gedistribueerd met het festival-aanbod in de betreffende wijk en een plattegrond van de wijk. Daarnaast wordt deze groep actief, en op persoonlijk 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;
- Relatief nieuw is de aandacht voor kinderen met bepaalde vormen van autisme, AD(H)D of binnen het hoog sensitieve spectrum. Onze opgedane ervaring m.b.t. relax-programmering in het buitenland resulteerde tijdens festivaleditie 2018 in het programma met relax-performances, prikkelarme ruimtes en fotoboekjes waarmee het theaterbezoek thuis kan worden voorbereid. Met een gericht persbericht, informatie hierover in onze brochure en op de website én via onze aangestelde projectmedewerker die communiceert met de sleutelorganisaties die ons hierin kunnen helpen, proberen we ook deze kinderen en hun ouders te bereiken.
- Voor anderstaligen (migranten en expats) 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. Deze 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.
- Via de Culturele Spelen bereiken ook via de scholen een breed samengestelde groep kinderen, die we op hun school verleiden om te gaan onderzoeken wat er buitenschools toe doen is aan cultuur.

Prijsstelling

We weten uit publieksonderzoek dat de lage entreeprijzen 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 entreeprijs rekenen. Daarom hanteren we een gedifferentieerd prijsbeleid. Voor de meeste producties en workshops hanteren we in een standaardprijs van 7,50 euro. Voor enkele dure (internationale) producties, een meerdaags workshoptraject worden hogere prijzen gerekend. Voor bezoekers van de wijkbibliotheken in de minder welgestelde wijken is de entreeprijs een heel belangrijk criterium om te kunnen komen. De toegang daar is gratis. Dat is ook te verantwoorden omdat de publieksomstandigheden er het minst gunstig zijn.

3. Positionering en ondernemerschap

3.1 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 t.o.v. 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. In 2019 kwam 40% van onze bezoekers van buiten Den Haag.

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 gezeene 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 reden 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 heeft De Betovering bij theatermakers en collega-festivals het imago van een belangrijk 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. Het wordt door vakgenoten in veel opzichten als het belangrijkste kunstfestival voor de jeugd erkend. KijkUit/ Podiumkids installeert sinds 2017 de jury van de Z@ppTheaterprijs/Podiumkids-prijs tijdens De Betovering. 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, programmering bespreken en delen is zowel inhoudelijk als financieel waardevol. Zulke samenwerkingen zijn echter alleen duurzaam als beide partijen gelijkwaardig en afwisselend initieënd zijn. Zo zoeken partners elkaar uit en ontstaat een zeer relevant netwerk. Gezelschappen ervaren spelen op De Betovering als een weg naar (inter)nationale speelbeurten. Nederland exporteert veel meer jeugdtheater dan het importeert. De Betovering levert met haar uitnodigingsbeleid een bijdrage aan het in balans brengen van de internationale samenwerking en daarmee aan het verduurzamen ervan. Deze functie is relevant voor het Nederlandse theaterbestel.

Andere belangrijke spelers in dit veld zijn onze collega festivals 2Turven Hoog in Haarlem/Almere, 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 doel- groep. 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.

Steeds vaker worden we, ook buiten Den Haag, gevraagd om mee te denken. Bij opkomende festivals, door ambassades of DPA om individuele internationale programmeurs verder te helpen binnen het Nederlands jeugdtheaterlandschap ook buiten De Betovering om, Nederlandse collega-programmeurs die ons om programma-advies vragen, of bij het ontwikkelen van nieuwe subsidieregelingen. Daar geven we graag gehoor aan, maar het moet wel kunnen. We zouden onze expertisecentrumrol graag verder ontwikkelen.

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 traden we toe tot het bestuur van Assitej. In 2019 vond een Assitej-expertmeeting met aangesloten jeugdtheatergezelschappen tijdens ons festival plaats. Voor 2020 is De Betovering uitgenodigd om, samen met de Krakeling in Amsterdam, de tweejaarlijkse Nederlandse Showcase Jeugdtheater voor internationale programmeurs te cureren en hosten. De showcase, geïnitieerd en gefinancierd door Dutch Performing Arts, vindt achtereenvolgens twee dagen in Amsterdam en twee dagen in Den Haag plaats. Wij hebben, als publieksfestival, de voorwaarde gesteld dat er in Den Haag uitsluitend voorstellingen worden getoond die ook binnen ons artistieke profiel passen. Zo kunnen wij, met gegarandeerd al een halfvolle zaal aan professioneel publiek, meer programmeren en ons reguliere publiek meer keuze bieden met minder financieel risico. De aanwezigheid van veel programmeurs is ook voor veel makers fijn en goed voor de ontwikkeling van het festival.

3.2 Bedrijfsvoering: organisatie en financiën

Organisatie

Het festival wordt georganiseerd in samenwerking met ruim 50 kunst- en cultuurinstellingen in Den Haag. De vaste kern van Stichting De Betovering die het hele jaar door aan het festival werkt bestond begin 2020 uit 2 fte. Sinds eind 2019 werkt deze vaste kern veelal met de scrum methode. Vier maanden rondom het festival wordt het kernteam bijgestaan door ca. 0,5 fte aan freelancers. We verwachten daarnaast zo'n vijftig vrijwilligers te betrekken bij de organisatie en de uitvoering van het festival.

De dynamiek van een festival als De Betovering vraagt om een efficiënte en flexibele bedrijfsvoering. De Betovering heeft geen personeel in dienst. De directie werkt op contractbasis en huurt de andere teamleden in. Het gehele team werkt op freelance basis. Dit geeft ons de mogelijkheid om de formatie aan te passen aan de actualiteit. Dit kan omdat alle medewerkers, buiten de drukste fase, ook voor andere culturele organisaties werken. Dit draagt bij aan het uitwisselen van expertise en versterking van netwerken. Bij alle voorbereidende en uitvoerende taken kijken we kritisch naar de prijs/kwaliteitverhouding van het kernteam. Afhankelijk van de taak, beschikbare budgetten en werkomvang werkt het kernteam meer of minder uren en kunnen taken gedelegeerd worden aan vrijwilligers of juist aan specialistische freelancers.

Fair Practice

In 2018 en 2019 werkten we aan de Fair Practice Code. Allereerst door de fysieke arbeidsomstandigheden van de medewerkers aan te pakken: het kantoor is verbouwd en we hebben een opslag- en een werkruimte erbij gehuurd. In 2019 zijn ook eerste stappen genomen om ruimte te geven aan training/bijscholing en het gedeeltelijk uitbetalen van overuren van enkele medewerkers. Met ingang van 2019 is de salaristabel van de CAO theater en dans gebruikt om de hoogte van honoraria van het kantoorteam te toetsen op eerlijkheid en zijn er, met deze CAO als richtlijn, al enkele aanpassingen gemaakt richting fair pay. We blijven jaarlijks de naleving van de Code agenderen en beschrijven in ons jaarverslag.

We willen een actieve bijdrage leveren aan het inzichtelijk maken van het verschil tussen de huidige manieren van honorering en fair pay, om zo de lobbyisten handvatten te geven bij het genereren van meer financiële middelen voor de (podium)kunstensector en zelf ook mee lobbyen daar waar mogelijk. We willen een actieve bijdrage leveren aan het debat met en onderzoek van collega-instellingen (onder andere via het directieoverleg Haagse podia en festivals) over hoe we kunnen groeien naar een fair practice realiteit, en definiëren wat we daaronder verstaan.

We willen op zoek naar extra middelen om de meerkosten te kunnen dekken, zodat de ontwikkeling van ons festival mogelijk blijft, mét fair practice in zicht. We willen in 2020 enerzijds intern steeds iets meer het maximumaantal 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 en er een eerlijkere zzp-factor op berekenen. Het is ook aannemelijk dat we soms iets meer zullen gaan betalen aan de programmering met het oog op fair practice.

Bestuur

functie	Naam [geboortejaar]	geslacht	uiterste jaar aftreden	kennisgebieden
voorzitter	Anja Overhoff [1953]	vrouw	2024	theater/openbaar bestuur
plv. voorzitter	Maurice Haak [1975]	man	2024	marketing/kunsten
penningmeester	Jan Helderman [1949]	man	2022	financiën/podia
lid	Fouzia Outmany [1980]	vrouw	2027	sociologie/antropologie
lid	Michiel Hendrix [1982]	man	2027	beleid/politiek/internationalisering
lid	Shervin Nekuee [1968]	man	2027	sociologie/niet-westerse kunst/ literatuur
Bestuursleden worden voor drie jaren benoemd en zijn tweemaal herbenoembaar voor drie jaren.				
In 2019 waren er geen mutaties in het bestuur.				

Bestuur en directie werken zo veel mogelijk overeenkomstig de Governance Code Cultuur. De Governance Code Cultuur wordt nageleefd en verantwoord. In 2015 zijn de statuten aangepast zodat ook deze Governance “proof” zijn. Binnen het bestuur en de directie wordt jaarlijks opnieuw aandacht aan dit onderwerp gegeven.

Financiële toelichting

De opbouw van onze financiën bestaat uit circa:

- 28% inkomsten van publiek en sponsors (o.m. ondernemersverenigingen en Dak kindercentra);
- 37% uit subsidies (van de gemeente Den Haag en het Fonds Podiumkunsten);
- 35% uit private fondsen (waarvan de belangrijkste het VSB Fonds, Fonds 1818 en Fonds 21 zijn).

De Betovering kent een hoog percentage eigen inkomsten. Daarnaast is er nog ‘verborgen sponsoring’ van product- en dienstensponsoring, zoals de inzet van vrijwilligers, de hotelkamers die we bij het Novotel tegen kostprijs krijgen, gratis publiciteit via Pathé en gratis Adwords via Google Grants. Deze vormen van sponsoring zijn niet in de jaarrekeningen terug te vinden maar bedragen tienduizenden euro’s per jaar. We zullen blijven zoeken naar nieuwe financiële partners en het vergroten van onze eigen inkomsten. We hebben de Culturele ANBI-status, wat ruimte geeft voor fiscaal aantrekkelijke giften. De veilige spreiding van inkomsten vergt arbeidstijd en is tegelijkertijd een kracht.

Het jaar 2019 is financieel goed afgesloten. Na toevoeging van het voordelige resultaat van € 14.103, - bedraagt het eigen vermogen € 72.745, -. Dit vermogen is bedoeld als buffer voor tegenvallende resultaten. De baten en lasten van 2019 waren lager dan die van 2018. Dit was voorzien, aangezien we in 2018 € 75.000 aan eenmalige baten ontvingen (van DSO Plein Lange Poten, Stichting Stad aan Zee en Stichting Exploitatie Appel Theater) waarmee toen ook een aantal eenmalige activiteiten zijn gerealiseerd. De extra middelen in 2018 en de bijbehorende mogelijkheden waren heel fijn. Tegelijkertijd vormde het ook een uitdaging voor 2019. Niet alles wat we in 2018 van dit geld deden, hoefde ook in 2019 te gebeuren. Maar sommige zaken zoals de Culturele Spelen, de marketingslag, de relax-performances en het hebben van een opslag wilden we wel graag continueren. Hiervoor hebben we in 2019 beperkte additionele incidentele dekking gevonden. In 2020 zullen we dit opnieuw doen, in opmars naar 21-24 waarbinnen we een aantal van deze zaken mogelijk met meerjaren-subsidie structureler kunnen financieren.

Een aantal onderdelen van ons dekkingsplan is al schriftelijk toegekend. Stichting De Betovering ontvangt structurele subsidie van ca € 111.000 per jaar van de gemeente Den Haag in het kader van het Meerjarenbeleidsplan Kunst en Cultuur 2017-2020 en ze ontvangt € 39.375 via de festivalregeling (2019-2020) van het Fonds Podiumkunsten.

Risicobeheersing

We maken jaarlijks een analyse van risico’s vanuit verschillende invalshoeken zoals imago, organisatie, financieel, juridisch, politiek en bestuurlijk. Vanuit deze invalshoeken kunnen risico’s worden 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 als 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.

Investeringsen

Er staan geen investeringen gepland in 2020.

**“Dit is mijn eerste keer Betovering.
Lijkt me leuk vaker te zien.
Jullie doen veel voor onze kinderen.”**
festivalbezoeker Betovering 2019

