



**Meerjarenbeleidsplan  
Cross Comix  
2021-2024**

Aimée de Jongh © uit getekende reportage voor NRC over vluchtelingenkampen op Lesbos

**Stichting Cultureel Plan Bureau Rotterdam (C.P.B.R.)**

Bezoekadres: Batavierhuis, Pieter de Hoochweg 108, 3024 BH Rotterdam  
Postadres: Torenlaan 16, 3043 BS Rotterdam  
Mailadres: [info@crosscomix.nl](mailto:info@crosscomix.nl)  
Website: [www.crosscomix.nl](http://www.crosscomix.nl)  
Bank: IBAN NL30 TRIO 0391 1938 05, BIC TRIONL2U  
KvK: 66230713 Rotterdam

## Samenvatting

Stichting Cultureel Planbureau Rotterdam (CPBR) presenteert met het festival Cross Comix verrassende en eigenzinnige combinaties van het beeldverhaal met de actualiteit en andere hedendaagse kunstdisciplines. Niet alleen door deze te tonen, maar vooral door ze in aanwezigheid van makers en publiek tot stand te brengen.

Zo leveren we een bijzondere bijdrage aan het verhalende klimaat in Nederland. In vier jaar tijd hebben we een binding ontwikkeld met een breed samengesteld publiek: divers in leeftijd en (culturele) achtergrond, maar bovenal nieuwsgierig. Deze potentie willen we graag uitbouwen, zowel inhoudelijk als organisatorisch.

### *Inhoudelijke plannen*

In de komende vier jaar willen we als organisatie het bestaande festival uitbouwen, zowel in publiksaantallen als in reputatie. Er is geen gebrek aan thema's om aan te snijden. Enkele indicatieve mogelijkheden:

- Landen. Turkije en Brazilië, bijvoorbeeld, hebben een bloeiende stripcultuur die zowel inhoudelijk relevant als grafisch vernieuwend is.
- Actualiteiten. Verhalen van vluchtelingen zijn zowel door henzelf als door professionals als strip uitgewerkt. Beeldverhalen helpen met het verwerken van trauma's, maar brengen ook de realiteit indringend over.
- Doelgroepen. Het stripboek 'Naasten' (2019) bracht onderzoek naar mantelzorg in de laatste levensfase in beeld. [Graphic medicine](#) is een internationale ontwikkeling voor de (educatieve) inzet van strips in de gezondheidszorg.

Het is met deze zwaartepunten dat we ons hoofddoel nastreven, namelijk het betrekken van nieuwe doelgroepen bij het beeldverhaal. Daarnaast wil het festival uiteraard de vaste achterban uitbreiden met een breed programma dat naast informatieve componenten ook educatieve en puur ontspannende elementen kent. Het blijft tenslotte een festival.

### *Organisatorische plannen*

Cross Comix is in vier jaar uitgegroeid van een kunstenaarsinitiatief tot een goedlopend meerdaags festival op verschillende locaties. Er is een verscheidenheid aan vormen (films, interviews, muziek, stadswandelingen, tentoonstellingen, masterclasses, enzovoort), met alle productionele complicaties van dien. Er zijn internationale gasten, er is een dozijn samenwerkingsverbanden. Met andere woorden, Stichting CPBR heeft organisatorisch bewezen een complex festival te kunnen programmeren, produceren en marketen.

In de periode 2021-2024 wil Stichting CPBR graag een professionaliseringsslag maken, met name door de Cultural Governance en Fair Practice codes te implementeren. Dit betekent dat de operationele taken bij het bestuur worden weggehaald en ondergebracht bij een festivalmanager en externe boekhouder en accountant. Scheiden van uitvoering en toezicht is immers een belangrijke component van zorgvuldige governance.

# 1 Inleiding

Stichting Cultureel Planbureau Rotterdam zoekt met het festival Cross Comix verrassende en eigenzinnige combinaties van het beeldverhaal met de actualiteit en met andere hedendaagse kunstdisciplines. Niet alleen door die te tonen, maar vooral door die in aanwezigheid van makers en het publiek tot stand te brengen.

Zo leveren we een bijzondere bijdrage aan het verhalende klimaat in Nederland. In vier jaar tijd hebben we een binding ontwikkeld met een breed samengesteld publiek: divers in leeftijd en (culturele) achtergrond, maar bovenal nieuwsgierig. Deze potentie willen we graag uitbouwen, zowel inhoudelijk als organisatorisch.

## 1.1 Missie, visie en strategie

### *Missie*

Het beeldverhaal als kunstzinnige discipline maakt gouden tijden mee. Meer dan ooit maken velerlei genres van het medium gebruik, of het nu literaire, journalistieke, wetenschappelijke of informatieve uitingen zijn. Het beeldverhaal (strips en graphic novels) heeft van nature een overlap met andere disciplines, zoals film, literatuur en beeldende kunst. Stichting CPBR zoekt die overlap met graagte op.

We willen een significante bijdrage leveren aan de waardering voor, de zichtbaarheid van en de kennis over het beeldverhaal, door zowel makers als liefhebbers aan te spreken. De missie is het beeldverhaal naar een breder publiek te brengen. Er zijn, bijvoorbeeld, inmiddels de nodige vrouwelijke makers, maar het bereik onder vrouwen is nog beperkt. De opmars van het beeldverhaal is een wereldwijd fenomeen, maar het publiek in Nederland is nog niet zo divers. Er is, met andere woorden, veel onbenutte potentie voor deze kunstvorm, die zowel laagdrempelig als complex kan zijn.

### *Visie*

Stichting Cultureel Planbureau Rotterdam organiseert het festival Cross Comix om het brede palet aan middelen te laten zien waarmee een verhaal valt over te brengen. Het gaat om het overbrengen van indrukken aan een visueel ingesteld publiek. Het beeldverhaal staat daarbij centraal, maar kijkt voorbij zijn eigen grenzen. Ook voor bijvoorbeeld animatie en street art heeft Cross Comix plaats.

De brede insteek uit zich in de programmering van Cross Comix. Er zijn zowel masterclasses voor makers als publieksevenementen. Nieuwe makers kunnen hun portfolio pitchen, maar er zijn ook workshops voor het publiek (groot en klein). Er is minimaal één langer lopende expositie en er zijn evenementen, variërend van interviews tot live tekensessies – of een gesprek dat gepaard gaat met ter plekke getekend commentaar.

### *Strategie*

Door iedere editie van het festival een inhoudelijke focus mee te geven die zicht richt op een bepaald publiek, zorgt Cross Comix dat het iedere keer naast een kernpubliek ook een nieuw publiek wordt aangeboord. We borgen deze strategie in het programmateam door telkens gastprogrammeurs uit te nodigen die het betreffende publiek kennen.

## 1.2 Terugblik

Cross Comix is in 2016 gestart door Hanco Kolk en Robert van der Kroft, beiden winnaar van de Stripschapsprijs, samen met grafisch vormgever Erik de Graaf. Toen het concept aansloeg, hebben zij het overgedragen aan de nieuw opgerichte Stichting Cultureel Planbureau Rotterdam, omdat zij als makers zichzelf eerder als inhoudelijke aanjagers dan als organisatoren zien.

Inmiddels heeft Cross Comix vier keer plaatsgevonden met als hoofdlocatie de Rotterdamse Schouwburg. In 2019 was het uitgegroeid tot een vijfdaags evenement dat over de stad uitwaaierte, met onder andere betekende winketalages in het centrum, masterclasses in het theater van Donner en een presentatie bij het Nieuwe Instituut. Het gemiddelde aantal actieve bezoekers is ongeveer 1000 per editie. Daarnaast zijn er kijkers in de stad, die niet zijn geteld. Een impressie van de vierde editie (2019) is [te zien bij Open Rotterdam](#).

Enkele hoogtepunten, in willekeurige volgorde:

- In het kader van Cross Comix 2018 maakte graffiti-kunstenaar Diana Kusuma voor het Natuurhistorisch Museum Rotterdam de tentoonstelling [Het leven van Doodkonijn](#). Museumdirecteur Kees Moeliker gaf vervolgens tijdens het festival een lezing over zoogdiergeraamte, terwijl Kusuma live bij de lezing tekende.
- De gelauwerde Britse auteur Posy Simmonds vertelde tijdens de editie van 2019 over haar manier van werken en haar bestseller [Cassandra Darke](#), als onderdeel van een programmaonderdeel dat vrouwelijke stripmakers in de schijnwerpers zette.
- Vier Rotterdamse politici gingen in 2017 met elkaar in debat over het thema 'De toekomst van de jeugd in de stad'. Simultaan illustreerden drie tekenaars hun visies en het debat. Verhelderend voor het publiek én de politici, die live konden meemaken welke punten uit het gesprek werden opgepikt en hoe die werden geïnterpreteerd.
- Tijdens de Portfolio Pitch en Masterclasses (2019) kwamen studenten en pas afgestudeerde professionals in contact met gerenommeerde auteurs om kennis uit te wisselen: sprankelende bijeenkomsten die overliepen van enthousiasme.
- Op uitnodiging van Cross Comix 2018 ging de Amerikaan [Joe Sacco](#) op het podium in gesprek met journalist Joris Luyendijk over zijn werk. Sacco staat bekend om zijn getekende reportages uit onder andere de Gaza-strook en Bosnië. Ook gaf Sacco een masterclass aan de Willem de Kooning academie.
- Beeldmaker en filmregisseur [Vincent Bal](#) (o.a. Minoes) gaf in 2017 doorlopend de workshop 'Shadowlogy' over zijn unieke manier om verhalen te vertellen met alledaagse voorwerpen, licht en schaduw.
- De presentatie 'Indische wortels' (12 tekenaars maakten een kort beeldverhaal naar de verhalen van Nederlanders met Indische wortels, waaronder Mei-Li Vos en Reggie Baay) gaf tijdens de editie van 2019 een bijzonder inzicht in het maakproces van het beeldverhaal als documentaire vertelstijl.

---

*“Comics zijn een belangrijke bron voor mij. Vanaf een jonge leeftijd was het als brandstof voor mijn kunstenaarschap. Op Cross Comix was er ruimte om het daar over te hebben. Iets wat het festival uniek in z'n soort maakt.”*

*Auteur Brian Elstak over de editie van 2017*

---



# Creatieveling in Hollywood

**Dit verhaal gaat over een Rotterdamse jongetje dat naar Hollywood ging.** Rotterdammer Wilbert Pijnaar spuwt er in hoog tempo deen. En met succes.

Alle foto's: Wouter van der Vliet / De Persgroep Media



## 2 Inhoudelijk en organisatorisch beleid

### 2.1 Inhoud

In de komende vier jaar willen we als Stichting Cultureel Planbureau Rotterdam het bestaande festival uitbouwen, zowel in publieksaantallen als in reputatie. Er is geen gebrek aan thema's om aan te snijden. Enkele indicatieve mogelijkheden:

- Landen. Turkije en Brazilië, bijvoorbeeld, hebben een bloeiende stripcultuur die zowel inhoudelijk relevant als grafisch vernieuwend is.
- Actualiteiten. Verhalen van vluchtelingen zijn zowel door henzelf als door professionals als strip uitgewerkt. Beeldverhalen helpen met het verwerken van trauma's, maar brengen ook de realiteit indringend over. Denk bijvoorbeeld aan de beeldreportage die Aimée de Jongh, ambassadeur van Cross Comix, maakte in een vluchtelingenkamp op Lesbos. Tekenaars mogen vaak nog wel komen op plekken waar camera's niet zijn toegestaan, zoals de rechtszaal.
- Doelgroepen. Het stripboek 'Naasten' (2019) bracht onderzoek naar mantelzorg in de laatste levensfase in beeld. [Graphic medicine](#) is een internationale ontwikkeling voor de (educatieve) inzet van strips in de gezondheidszorg.

Het is met deze zwaartepunten dat we ons hoofddoel nastreven, namelijk het betrekken van nieuwe doelgroepen bij het beeldverhaal. Daarnaast wil het festival uiteraard de vaste achterban uitbreiden met een breed programma dat naast informatieve componenten ook educatieve en puur ontspannende elementen kent.

Cross Comix wil nadrukkelijk een cultureel festival zijn. Dat wil zeggen dat de nadruk ligt op het beeldverhaal als eigentijdse kunstvorm in plaats van op de commercie. Daarmee nemen we een unieke plaats in het Nederlandse striplandschap, waar festivals vrijwel altijd aangeklede beurzen zijn. Ook op Europees niveau zijn we hierin een voorloper.

We willen een toonaangevend festival zijn voor *visual storytelling*, met als basis de beste graphic novels en beeldverhalen van eigen bodem, maar ook met muziek, beeldende kunst en literatuur. Publiek én professionals doen mee aan een divers programma met interviews, exposities, artist talks, masterclasses en workshops. Zo ontstaat een laagdrempelige atmosfeer waar publiek en makers elkaar ontmoeten, inspireren, van elkaar leren en hun enthousiasme en passie voor beeldcultuur en beeldverhalen met elkaar delen.

#### *Netwerken*

**Rotterdam.** Stichting Cultureel Planbureau Rotterdam is geworteld in de Rotterdamse stripscene. Veel toonaangevende auteurs wonen hier. Dat leidt tot ideeënrijkdom: aan creatieve input is geen gebrek. Er zijn ook banden met literaire organisaties als Rotown Magic, dat lange tijd het (toen nog Rotterdamse) striptijdschrift Zone 5300 uitgaf, en met meer beeldgerichte organisaties als IFFR en BNO IMG Lab. In de afgelopen jaren hebben allerlei minder voor de hand liggende samenwerkingsprojecten vorm gekregen, onder meer met het Rotterdam Philharmonisch Orkest, Cinerama en het Natuurhistorisch Museum Rotterdam. Cross-over-producties vormen tenslotte een essentiële component van het festival.

**Landelijk.** De lijnen naar andere stripfestivals (Stripdagen Haarlem, Stripfestival Breda) en uitgeverijen (Harmonie, Scratch en Concerto Books) zijn kort. Een van de doelen in de komende jaren is ook banden aan te gaan met partijen die op andere manieren bij het beeldverhaal betrokken zijn, zoals het Radboud UMC in Nijmegen die het genoemde stripboek 'Naasten' entameerde. Er bestaat geen

professioneel platform voor mensen die zoeken naar niet-traditionele manieren om strips te maken. Cross Comix hoopt voor hen een centrale rol in Nederland te gaan vervullen.

**Internationaal.** Het aangaan van banden met organisaties in Vlaanderen ligt voor de hand. Er zijn al ad hoc contacten, bijvoorbeeld met uitgeverij Bries en St. Lukas Hogeschool, maar geen structurele relaties. Daarnaast hebben we verschillende stripmakers in de gelederen met dusdanig goede internationale contacten (collega's en uitgeverijen), dat deze als *entry point* kunnen dienen om actuele internationale ontwikkelingen op het spoor te komen.

---

*Met Cross Comix geeft Nederland Vlaanderen eveneens het nakijken op stripfestivalgebied.*

*Journalist Geert De Weyer in De Morgen (26-9-2018) over hoe de 'Hollanders' het stripstokje overnemen van België*

---

**Onderwijs.** Sinds enige jaren kent Nederland een hbo-opleiding tot striptekenaar, [aan ArtEZ in Zwolle](#). Een van de docenten, Hanco Kolk, is tevens initiatiefnemer van Cross Comix. In de thuisbasis Rotterdam heeft Cross Comix goede banden met de Willem de Kooning Academie, maar ook met de kunstacademies in Breda en Brussel onderhouden we goede relaties. Er is, met andere woorden, een goed netwerk naar de nieuwe generaties stripauteurs en beeldvertellers.

### *Programming*

De netwerken worden aangesproken om nieuwe (internationale) trends rondom het beeldverhaal in kaart te brengen. Zo inventariseren we mogelijke thema's en maken daar een keuze uit. Naast een vaste kern breiden we het programmeringsteam voor iedere editie uit met één of twee mensen die inhoudelijk thuis zijn in het thema en de relevante doelgroepen kennen.

Voor het driedaagse centrale publiekelement is de totaalbeleving belangrijk. We zullen altijd een locatie met meerdere zalen hebben voor interviews en optredens, en een ruime foyer waar mensen elkaar kunnen ontmoeten, en waar makers hun werk kunnen verkopen. Dit laatste is inherent aan de stripcultuur: veel makers produceren boeken en ander materiaal in eigen beheer, en brengen het direct naar het publiek. De beurs is daarmee niet alleen een commercieel zij-evenement, maar brengt makers en liefhebbers met elkaar in contact.

Op de podia streven we een mix van informatie en entertainment na. Er zijn diepgaande interviews over zowel het maakproces als de inhoud van het festivalthema. Er wordt live getekend. Er is ruimte voor comedy en muziek.

Daarnaast waaieren we uit door de stad. Met tentoonstellingen in etalages en andere plekken die direct vanaf de straat zichtbaar zijn. Met gratis evenementen op plekken waar al publiek is, zoals boekhandel Donner, waar we in 2019 een masterclass organiseerden met onder andere Wilbert Plijnaar, de Rotterdamse stripauteur die sinds de jaren '90 met veel succes als storyartist werkt voor de grote filmstudio's in Hollywood.

De educatieve onderdelen van Cross Comix omlijsten het centrale element. Deze zijn met name gericht op hbo-studenten, die in contact komen met (internationale) professionals voor masterclasses en

*itches* om hun werk te tonen en te leren van de feedback. Als de educatieve onderdelen tot producties leiden, landen die uiteraard op het festival zelf.

Tot slot is een ambitie die we willen realiseren de totstandkoming van een professionele community rond het festival. Cross Comix neemt met zijn brede visie op het beeldverhaal ook een unieke plaats in de (Nederlandse) stripwereld in. Het zou, naast een publieksevenement, ook het jaarlijkse ontmoetingsmoment moeten zijn voor professionals die het beeldverhaal naar een hoger plan willen tillen. Cross Comix als platform voor het beeldverhaal.

---

*“Ik ging uit mijn dak van vreugde toen Cross Comix mij benaderde voor een samenwerking. En het resultaat is geweldig. Woord en muziek zijn onlosmakelijk verbonden. Muziek is voor mij een beeld.”*

*Zangeres Wende in Metro (15-11-2018) over de verstripping van haar album Mens*

---

## 2.2 Organisatie

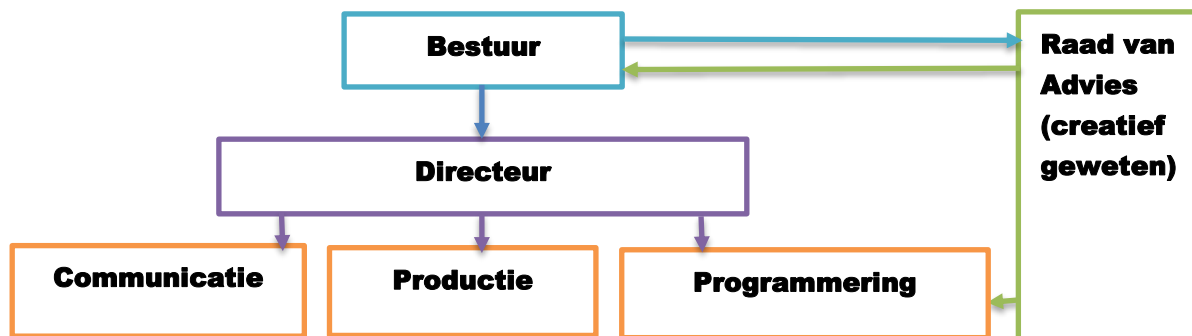
Cross Comix is in vier jaar uitgegroeid van een kunstenaarsinitiatief tot een goedlopend meerdaags festival op verschillende locaties. Er is een verscheidenheid aan vormen (films, interviews, muziek, stadswandelingen, tentoonstellingen, masterclasses, enzovoort), met alle productionele complicaties van dien. Er zijn internationale gasten, er is een dozijn samenwerkingsverbanden. Met andere woorden, Cross Comix heeft organisatorisch bewezen een complex festival te kunnen programmeren, produceren en marketen.

Dat komt omdat er een team staat dat het klappen van de zweep kent. Alle medewerkers hebben hun sporen verdiend bij andere culturele organisaties. Ze doen dit niet voor het eerst. De motivatie is groot en daarmee de bereidheid om vrijwilligerswerk te verrichten. Het huidige bestuur werkt onbezoldigd mee door onder meer de boekhouding en de marketingcoördinatie te verzorgen.

In de periode 2021-2024 wil Stichting CPBR graag een professionaliseringsslag maken, met name door de Cultural Governance en Fair Practice codes te implementeren. Dit betekent dat de operationele taken bij het bestuur worden weggehaald en ondergebracht bij een directeur en externe boekhouder en accountant. Scheiden van uitvoering en toezicht is immers een belangrijke component van zorgvuldige governance. Festivalmanager Monique van Gool coördineert op dit moment nog de zakelijke leiding van Cross Comix, terwijl Theo Seesing als coördinator van het programma de artistieke leiding bewaakt. We willen naar een directeursfunctie waar de (strategische) beheerkant van de stichting is belegd, alsook de coördinatie tussen de drie aspecten van het festival: programmering, productie en communicatie.

Naast een bestuur op meer afstand willen we een Raad van Advies inrichten, waarin we een deel van ons netwerk (zoals de oprichters) een formele rol geven om ons gevraagd en ongevraagd van adviezen te voorzien, met name op inhoudelijk gebied. Het organogram komt er dan als volgt uit te zien:





Stichting Cultureel Planbureau Rotterdam heeft artiesten en andere direct uitvoerenden altijd fair betaald, maar dit geldt niet voor de kernorganisatie, waartoe naast de bestuursleden ook de festivalcoördinator en het programmeringsteam behoren. De bedoeling is dit in de loop van de periode 2021-2024 recht te trekken, zoals blijkt uit de begroting in hoofdstuk 4.

### 2.3 Prestatieraster

Stichting CPBR stelt zich tot doel Cross Comix in de komende vier jaar te doen groeien naar gemiddeld 1500 bezoekers per editie, waarvan tachtig procent betalende bezoekers. Daarin zijn niet meegeteld de mensen die in de stad met het festival in aanraking komen, bijvoorbeeld door tentoonstellingen te bezoeken, betekende etalages te bekijken of straatperformances bij te wonen.

Aantallen edities en bezoekers in 2020 vergeleken met 2018			
	Aantal edities (2018)	Bezoekers (2018)	Betalende bezoekers (2018)
Festival	1 (1)	1500 (1000)	1200 (800)

Herkomst van bezoekers	
Rotterdam	800
Regio Rotterdam	200
Nederland	500
Buitenland	pm



## 3 Aansluiting bij beleid

### 3.1 Inclusiviteit

Het beeldverhaal is een relatief laagdrempelige kunstvorm. Het is niet voor niets dat beeldverhalen vaak worden ingezet om zaken uit te leggen aan mensen die minder leesvaardig zijn. Dat maakt een festival rond het beeldverhaal bij uitstek geschikt om mensen bij letterencultuur te betrekken die anders een hoge drempel zouden ervaren. Nu het festival binnen haar traditionele doelgroep van stripliefhebbers een begrip geworden is, is het moment gekomen om gericht andere doelgroepen te benaderen. Zoals in paragraaf 2.1 besproken is het hanteren van thema's de manier om op doelgroepen te focussen.

#### *Beoogd bereik*

Tijdens Cross Comix 2017 verrichte bureau R2 publieksonderzoek. Daaruit bleek dat van de bezoekers 53 procent vrouw was. Driekwart was hoger opgeleid. Ruim een derde (39%) van de bezoekers kwam uit Rotterdam, 14% uit de regio en 47% uit de rest van het land. Een kwart (23%) van de bezoekers was jonger dan dertig jaar, 47% tussen de dertig en vijftig en de rest (29%) daarboven. Zij waardeerden het festival met een 7,5. Eén op de drie bezoekers gaf aan het festival bij vrienden en bekenden te zullen aanraden.

Uit het onderzoek viel helaas niet goed te halen welke doelgroepen volgens het Mosaic model bereikt werden. We willen ons er specifiek op richten meer en jongere Rotterdammers te bereiken. Dat past in de missie van de stichting en is volgens ons ook haalbaar gegeven het programmatische aanbod. Concreet gaat het om deze doelgroepen:

Stadse alleseters	Dit is de enige doelgroep waarvan uit het R2-onderzoek bleek dat we die bereiken. Continuatie ligt voor de hand
Actieve families	Van de bezoekers in het onderzoek was 5% onder de 18 jaar. We konden ook waarnemen dat er de nodige kinderen aanwezig waren, met name bij de onderdelen waar 'zelf doen' centraal stond. Dat zullen we uitbreiden.
Digitale kijkers	We zien inhoudelijke raakvlakken met de games, video's en andere aspecten van beeldcultuur die deze doelgroep belangrijk vindt. Via programmering en uitgekiende online marketing moet het mogelijk zijn deze groep te bereiken.
Stedelijke toekomstbouwers	Dit is voor ons de meest uitdagende doelgroep waarop we ons willen richten. We zullen hiervoor actiever de buitenruimte moeten opzoeken en aansluiting zoeken bij beeldelementen van de straatcultuur, zoals graffiti.

### 3.2 Innovatie

Cross Comix is intrinsiek een innovatief evenement, in de zin dat het voor iedere editie nieuwe samenwerkingspartners en cross-over cultuuruitingen zoekt. We kijken daarbij over de grenzen van disciplines heen, maar ook de maatschappij in.

De samenwerking met het Grafisch Lyceum Rotterdam en verschillende hogescholen (o.a. Willem de Kooning Academie, AKV St. Joost en ArtEZ Academie) is expliciet gericht op talentontwikkeling in het kader van beroepsperspectief. We brengen jonge talenten in contact met gevestigde makers, onder andere in de vorm van materclasses. Daarmee dragen we bij aan versterking van de creatieve industrie.

### 3.3 Interconnectiviteit

Om bij te dragen aan een levendig letterenklimaat in Rotterdam heeft Stichting Cultureel Planbureau Rotterdam zich aangesloten bij het initiatief om te komen tot een gezamenlijke agenda op dit vlak (zie kader). Daarnaast onderhoudt de organisatie contacten met andere culturele instellingen in de stad, zoals muziekpodium Rotown, het Nieuwe Instituut en Theater Rotterdam. We zoeken zelf partners voor specifieke producties en staan ook open om bij te dragen aan andermans activiteiten.

Een concreet voorbeeld van samenwerking buiten de cultuursector is het project om etalageruimte tijdelijk te betekenen. Meerdere winkels in het centrum van Rotterdam werkten hieraan mee. Wanneer bijvoorbeeld *graphic medicine* het festivalthema wordt, proberen we uiteraard een partnerschap tot stand te brengen met zorginstellingen in de stad (en waar van toepassing daarbuiten). Daarnaast werken we intensief samen met onderwijsinstellingen om jong talent binnen ons programma een rol te geven (zie paragraaf 2.1).

### 3.4 Instrumentarium

#### 3.4.1 Ondernemerschap en bedrijfsvoering

Stichting Cultureel Planbureau Rotterdam streeft een begroting na die ruwweg in drie gelijke delen gedekt wordt door subsidie, fondsen en donaties, en directe inkomsten uit recette en samenwerkingsverbanden. Volgens ons biedt dit een goede mix die enerzijds zorgt voor een stabiele financiële basis, terwijl er tegelijkertijd voldoende prikkels blijven om nieuwe inkomstenbronnen aan te boren en de publieksinkomsten te verhogen. De stripwereld is voor een belangrijk deel commercieel gedreven, dus denken in rendabele (deel)projecten zit in ons DNA.

De bedrijfsvoering is relatief eenvoudig, omdat er geen grote investeringen gepleegd worden of langjarige verplichtingen aangegaan. De bestaande en gewenste situatie is in paragraaf 2.2 besproken. Het belangrijkste risico zit in de publieksinkomsten, omdat die als enige onbekend zijn op het moment dat de financiële verplichtingen worden aangegaan.



## Agenda voor letteren en debat in Rotterdam 2021-2024

De Rotterdamse letteren en debat hebben de afgelopen jaren een explosie aan activiteit gezien, zoals nieuwe festivals, poëzieclubs en tal van spoken word initiatieven. Er wordt veel samengewerkt, maar weinig gecoördineerd. Daarom hebben enkele organisaties in dit veld in de aanloop naar de nieuwe cultuurplanperiode met elkaar contact gelegd om tot een gezamenlijke agenda te komen, dat wil zeggen een samenhangend aanbod van literaire en debatactiviteiten in de stad. Daarnaast zullen we ons inspannen om lacunes in de agenda, met name in de zomer, en voor uiteenlopende mogelijke publieksgroepen aan te vullen.

In eerste instantie doen we dit in overleg tussen de partners uit bijgaande tabel, die met elkaar gemeen hebben dat ze een aanvraag doen voor structurele ondersteuning. De stad is evenwel rijk aan initiatieven, vaak zeer kleinschalig, ieder met eigen publieksgroepen. Het Rotterdamse letteren- en debatklimaat verdient het om gekoesterd en ondersteund te worden, bijvoorbeeld om te zorgen dat talenten kunnen doorgroeien. In de komende jaren zullen de banden tussen de vele initiatieven aangetrokken worden en onderzocht worden hoe “gevestigde” en nieuwe initiatieven elkaar wederzijds kunnen versterken. De agenda is een begin.

Organisatie	Programma	Jan	Feb	Mrt	Apr	Mei	Jun	Jul/Aug	Sep	Okt	Nov	Dec
Poetry International	Poetry International Festival						Meerdaags					
Frontaal	Frontaal	Meerdaags	Meerdaags	Meerdaags	Meerdaags	Meerdaags	Meerdaags		Meerdaags	Meerdaags		
Spraakuhloos	Spraakuhloos		Meerdaags		Meerdaags				Meerdaags			Meerdaags
	L'urbain festival						Meerdaags					
Woordnacht	Woordnacht									Meerdaags		
Stichting CPBR	Cross Comix Festival										Meerdaags	
Rotown Magic	Boek & Meester		Meerdaags	Meerdaags	Meerdaags	Meerdaags			Meerdaags	Meerdaags	Meerdaags	Meerdaags
	Rotterdam Late Night	Meerdaags	Meerdaags	Meerdaags	Meerdaags	Meerdaags	Meerdaags		Meerdaags	Meerdaags	Meerdaags	Meerdaags
Arminius	Denkcafé	Meerdaags							Meerdaags	Meerdaags	Meerdaags	Meerdaags
	Draad		Meerdaags	Meerdaags	Meerdaags	Meerdaags			Meerdaags	Meerdaags	Meerdaags	Meerdaags
	Vers Beton Live	Meerdaags			Meerdaags		Meerdaags					
	Arminius Fellows & Academy		Meerdaags	Meerdaags	Meerdaags	Meerdaags			Meerdaags	Meerdaags	Meerdaags	Meerdaags
	Arminius X Erasmus	Meerdaags		Meerdaags		Meerdaags			Meerdaags		Meerdaags	Meerdaags
	Rotterdams Boekenbal			Meerdaags								
	Overige activiteiten	Meerdaags	Meerdaags	Meerdaags	Meerdaags	Meerdaags	Meerdaags		Meerdaags	Meerdaags	Meerdaags	Meerdaags
De Dépendance	Twaalf debatten	Meerdaags	Meerdaags	Meerdaags	Meerdaags	Meerdaags	Meerdaags		Meerdaags	Meerdaags	Meerdaags	Meerdaags
<b>Legenda</b>	Meerdaags	Dag										
Letteren		Meerdaags										
Debat		Dag										

### 3.4.2 Code Culturele Diversiteit

#### Visie

Beeldverhalen worden overal verteld. Anders dan bij 'gewone' literatuur is de vertaaltraditie nog beperkt. Nederland kent vanouds Europese strips en Amerikaanse comics. Meer recent is daar Japanse manga bijgekomen. Werk uit andere stripculturen bereikt Nederland slechts bij uitzondering. Er ligt dus een veld open om het beeldverhaal cultureel diverser in Nederland te vestigen, zowel op het gebied van *programming* als bereik van *publieksgroepen*.

Wat betreft het eigen *personeel* zoeken we aansluiting bij de nieuwe doelgroepen die we willen bereiken. Dat is noodzakelijk om de inhoudelijke doelen te halen. Hetzelfde geldt voor de *partnerschappen* die we aangaan. Die moeten bijdragen aan de missie van stichting, het vergroten van de reikwijdte van het beeldverhaal als kunstvorm.

#### Ambitie

Onze ambitie is enerzijds de bestaande beeldverhaalcultuur in Nederland toegankelijk te maken voor een breder en meer divers publiek, en anderzijds de mondiale beeldverhaalcultuur in de programming onder de aandacht te brengen.

De Raad van Advies houdt het bestuur en het festivalteam scherp. Dit is de eerste plek waar diversiteit in personele zin zichtbaar moet worden, gevolgd door het festivalteam zelf.

#### Concrete aanpak

Cultureel diversifiëren van de programming vergt pionieren, omdat er in Nederland beperkt kennis aanwezig is over andere dan westerse vormen van beeldverhaal. Logische partners zijn representanten van verwante cultuurvormen (literatuur, film, beeldende kunst) waar al wel cultureel diverse connecties bestaan.

Diversiteit in het publieksbereik komt deels voort uit keuzes in de programming, deels (en misschien merendeels) door het publiek op te zoeken, onder meer in de openbare ruimte.

We willen de Raad van Advies, nu vooral afkomstig uit de stripwereld, uitbreiden om beter een afspiegeling van de stad te vormen. Dat betekent deels mensen die zich al in het netwerk bevinden sterker naar ons toe trekken. Bij de uitbreiding van het festivalteam ligt de nadruk op aansluiting bij het jaarthema.

### 3.4.3 Fair Practice Code

Stichting Cultureel Planbureau Rotterdam heeft aan de optredende artiesten en andere niet-direct betrokkenen vanaf de eerste editie een marktconform honorarium betaald. Voor de eigen medewerkers geldt dat niet. Het festivalteam heeft, uit liefde voor het onderwerp, veel meer uren gemaakt dan waarvoor het betaald kreeg. Het bestuur heeft marketing en boekhouding onbezoldigd naar zich toe getrokken, omdat er geen budget was dit tegen een enigszins acceptabele vergoeding in de markt te zetten.

Deels is hier sprake van een keuze. Extra budget werd omgezet in extra programming voor het festival, niet in betere betaling van de medewerkers (die overigens volop achter deze keuze stonden). Investeren hoort nu eenmaal bij de start van een nieuwe onderneming en als er geen kapitaal aanwezig is, gebeurt dat in de vorm van uren.

Inmiddels is echter wel het moment gekomen om de pas naar volledig naleven van de Fair Practice Code te nemen. We beogen daarom in 2021 programmatisch een stap op de plaats te maken en de gehoopte financiële speelruimte in te zetten om medewerkers meer zekerheid te bieden. Dat geeft in

de jaren daarna weer de ruimte om inhoudelijk verder te groeien. Er is immers een grens aan het niveau dat te bereiken valt op basis van (semi-)vrijwilligerswerk. We denken dus niet dat fair pay ten koste zal gaan van de output. Het is een stap die genomen moet worden om de output kwalitatief te versterken.

### 3.4.4 Governance Code Cultuur

Binnen de beperkingen van een jonge organisatie met een meewerkend bestuur probeert Stichting Cultureel Planbureau Rotterdam zoveel mogelijk de principes van de Governance Code Cultuur toe te passen. De verschillende *checks and balances* bestaan wel, maar ze zijn nog niet formeel vastgelegd. Er is een vier-ogen-principe op de financiële administratie. De oprichters maken deel uit van een Raad van Advies die in de praktijk ook toezicht houdt op de inhoudelijke kwaliteit van het festival. Het bestuur werkt mee, maar doet dat strikt onbezoldigd, zodat ze alleen een inhoudelijk belang heeft bij het slagen van het evenement.

Het bestuur is zich ervan bewust dat professionalisering van de organisatie gepaard dient te gaan met formalisering van rollen en verhoudingen. Daartoe is een concept bestuursreglement opgesteld. De bedoeling is dit in de loop van 2020 vast te leggen zodra er meer duidelijkheid bestaat over het toekomstperspectief van het festival. Als de groeicurve langzamer is dan gehoopt, zal ook de rol van het bestuur minder snel veranderen.

#### Bestuurssamenstelling

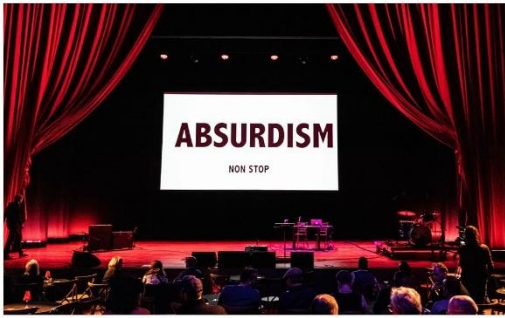
	Ingrid Huijsman	Danielle de Kruijff	José Greweldinger
Geboortedatum	24-09-1969	24-08-1962	11-03-1964
Bestuursfunctie	Voorzitter	Penningmeester	Secretaris
Maatschappelijke functie	Zelfstandig communicatiespecialist cultuursector (o.a. Winternachten)	Zelfstandig financieel specialist cultuursector	Directie-assistent Theater Rotterdam
Profiel	Redactie en communicatie, bestuurlijke ervaring	Financiën	Rotterdams netwerk, strategisch denken
Datum aantreden	13-6-2016	13-6-2016	13-6-2016
Datum herbenoeming	13-6-2020	13-6-2020	13-6-2020

#### Profielschets

Het huidige bestuur is met name geworven op inhoudelijke affiniteit met het beeldverhaal. In de nabije toekomst zal in elk geval uitbreiding nodig zijn het bestuur uit te breiden met twee personen, met name om de continuïteit te borgen. Dat moet gepaard gaan met verjonging en verkleuring.

Behalve aan de voorzitter en de penningmeester stelt Stichting Cultureel Planbureau Rotterdam geen specifieke eisen aan het profiel van individuele bestuursleden. Het gaat erom dat een aantal functies in het bestuur als geheel geborgd zijn. Het gaat om:

- Netwerk in diverse sectoren van de Rotterdamse samenleving, met name cultuur, politiek en stedelijke/maatschappelijke ontwikkeling
- Visie op literatuur en samenleving (inclusief educatie)
- Kennis van communicatie en marketing
- Additioneel voor de voorzitter: ervaring met het besturen van (culturele) organisaties en omgaan met politieke situaties
- Additioneel voor de penningmeester: ervaring met langjarige begrotingen en kennis van accountancyprocedures





## 4 Financiën

De meerjarenbegroting 2021-2024 is gebaseerd op de resultatenrekening van 2019, die een omzet van 110.000 euro liet zien – een forse groei dus ten opzichte van het jaar 2018, met name door een betere opbrengst uit particuliere fondsen. Ten opzichte van 2019 voorzien we een groei van twintig procent, met name met het oog op de gewenste professionalisering (de omzet van 2018, die conform de inrichtingseisen als vergelijkingsmateriaal is bijgevoegd, is niet maatgevend voor de huidige omvang van het festival).

De begroting rust aan de inkomstenkant in vrijwel drie gelijke delen op directe inkomsten, particuliere donaties/fondsen en subsidie. De subsidie zorgt voor basiszekerheid en de private fondsen voor vooraf bekende inkomsten die de basis verbreden, terwijl de publieksinkomsten moeten stabiliseren naar mate de vaste kern van belangstellenden steviger wordt. We denken niet dat de mogelijkheden voor eigen inkomsten in bijgaande begroting zijn uitgeput, maar we willen ook niet meer beloven dan we met enige zekerheid denken te kunnen waarmaken.

Aan de uitgavenkant is invoering van de fair practice code zichtbaar in de verhoging van de personele lasten. Daarin is ook meegenomen dat bestuursleden hun operationele taken neerleggen. Ten opzichte van 2018 stijgen de materiële lasten ook aanzienlijk<sup>1</sup>, maar deze groeistap heeft al in 2019 zijn beslag gekregen, met name dankzij toezeggingen van o.a. het Nederlands Letterenfonds, Pictoright en het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie.



---

<sup>1</sup> De productiekosten staan voor 2018 op nul, omdat we erin geslaagd waren alle zaalhuur, techniek en materialen gesponsord te krijgen. Dat was een eenmalige *lucky shot*, waar we niet duurzaam op willen rekenen.

	Begroting 2021-2024	Jaarrekening 2018
<b>A Eigen Inkomsten (subtotaal)</b>	<b>83.000</b>	<b>45.675</b>
A.1 Publieksinkomsten		
* Kaartverkoop	20.000	13.004
* Uitkoopsommen		250
* Merchandise	2.000	1.241
A.3 Overige directe inkomsten		
* Samenwerkingsprojecten	20.000	16.397
A.5 Overige bijdragen		
* Particuliere donaties	9.000	6.283
* Private fondsen	32.000	8.500
<b>B. Subsidies (subtotaal)</b>	<b>48.000</b>	<b>34.000</b>
B.3 Cultuurplan Rotterdam	48.000	
B.5 Overige subsidies uit publieke middelen		34.000
<b>Som der baten</b>	<b>131.000</b>	<b>79.675</b>
<b>C. Beheerslasten (subtotaal)</b>	<b>13.000</b>	<b>5.646</b>
C.1 Beheerslasten personeel		
* Directie/zakelijke leiding	5.000	2.250
* Boekhouder, accountant	2.000	500
* Fondsenwerving	3.000	2.000
C.2 Beheerslasten materieel		
* Algemene kantoorkosten	1.000	896
* Huur kantoorlocaties	2.000	
<b>D. Activiteitenlasten (subtotaal)</b>	<b>118.000</b>	<b>73.885</b>
D.1 Activiteitenlasten personeel		
* Festivalleiding	8.000	4.750
* Programmering/redactie	8.000	1.400
* Productie	10.000	6.299
* Marketing	10.000	6.850
D.2 Activiteitenlasten materieel		
* Organisatiekosten	10.000	6.479
* Programmeringskosten	50.000	37.904
* Productiekosten	7.000	0
* Marketing	15.000	10.203
<b>Som der lasten</b>	<b>131.000</b>	<b>79.531</b>
<b>Saldo</b>	<b>0</b>	<b>144</b>