

# Projectplan Stukafest Utrecht

2021-2022



Stichting StuKaFest Utrecht

Augustus 2021

Door het bestuur van Stichting Stukafest Utrecht: Silke Kamp (locatie-coördinator), Eleanor Crick (PR-coördinator), Yop Coolen (programmeur), Bibi Boudewien Bijleveld (penningmeester), Rieke Buitendijk (secretaris-acquisiteur), Karijn van der Wijk (voorzitter)

# Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Project	3
Wat is Stukafest Utrecht?	3
Wat maakt Stukafest Utrecht uniek?	4
Missie & Visie	4
Missie	4
Visie	4
Programma	4
Doelstellingen	5
Organisatiestructuur	6
Planning	7
Doelgroep	8
Marketingplan	9
Financiën	10
De begroting	10
COVID-19	11

# Voorwoord

Na meer dan een jaar stilgezeten te hebben, lijkt de samenleving weer langzaam van het slot te gaan. De culturele sector is de afgelopen maanden hard getroffen door de COVID-19-pandemie. Door het sluiten van de musea, theaters en poppodia hebben publiek en artiest elkaar lang niet kunnen ontmoeten.

Stukafest Utrecht wil graag helpen met het terug op de kaart zetten van deze sector door op een laagdrempelige manier mensen weer in contact te brengen met het culturele hart van Utrecht en omstreken. Stukafest is een jaarlijks terugkerend festival waarbij studentenkamers in twaalf verschillende studentensteden worden omgetoverd tot podia voor optredens uit diverse kunstdisciplines. Op 10 februari 2022 vindt de veertiende editie van Stukafest Utrecht plaats. Gedurende het festival heeft de bezoeker de mogelijkheid om drie verschillende acts te bekijken op drie verschillende locaties. Na de laatste ronde start het Stukafeest, ofwel Stukanacht, waar alle artiesten, vrijwilligers en bezoekers samenkomen om met een laatste optreden het festival feestelijk af te sluiten.

Stukafest Utrecht dient als opstap voor opkomende en beginnende artiesten, en brengt eveneens kunstdisciplines als theater, literatuur, muziek, dans, cabaret, poëzie, film en beeldende kunst onder de aandacht bij het Utrechtse publiek. Onder dit publiek vallen zowel studenten, starters als mensen die geïnteresseerd zijn in kunst en cultuur met een kleine portemonnee.

## Project

### Wat is Stukafest Utrecht?

Stukafest staat voor studentenkamerfestival en is een jaarlijks evenement voor iedereen met een hart voor cultuur. Het vindt plaats in februari en bestaat uit een avondprogramma, opgedeeld in drie rondes. In februari is het culturele aanbod marginaal; om de kunstsector het hele jaar toegankelijk en interessant te houden, draagt Stukafest Utrecht graag bij aan een vergroting van het culturele aanbod in de wintermaanden op een laagdrempelige manier met een diverse en uitdagende programmering. We streven naar diverse, inclusieve en gelijkwaardige samenstelling van de acts, zowel bij het festival als bij de randprogrammering in de maanden vooraf aan het festival. Op de avond van Stukafest zelf is tijdens iedere ronde een voorstelling van 30 minuten te zien waarbij bezoekers vooraf de keuze kunnen maken welke acts zij willen bezoeken. De voorstellingen worden gehouden in studentenkamers van minimaal 18 vierkante meter. De kamers liggen allemaal op maximaal 10 minuten fietsen van de Domtoren, zodat iedereen tussen de rondes voldoende tijd heeft om zich te verplaatsen naar de volgende locatie.

Een avond Stukafest ziet er samengevat als volgt uit:

- Ronde 1: 20:30-21:00
- Ronde 2: 21:30-22:00
- Ronde 3: 22:30-23:00
- Eindfeest: 23:30-02:00

Om cultuur toegankelijk te maken voor studenten hanteert Stukafest een lage ticketprijs. Tijdens de 14e editie van Stukafest Utrecht zijn de toegangsprijzen als volgt:

Eén losse ronde: €6,-

Drie rondes: €15,-

Drie rondes + Eindfeest: €18,-

Eindfeest: €5,-

Stukafest Utrecht zal in 2022 op 10 februari plaatsvinden.

## Wat maakt Stukafest Utrecht uniek?

- Stukafest is multidisciplinair: muziek, theater, dans, cabaret, literatuur, poëzie, film, spoken word en beeldende kunst worden allemaal vertegenwoordigd. Op één avond krijgen bezoekers de kans om drie totaal verschillende optredens te ervaren;
- In februari is het festivalaanbod in Utrecht duidelijk minimaal. Stukafest Utrecht draagt bij aan het cultureel aanbod in de wintermaanden met een gevarieerd cultureel festival en intrigerende bij-evenementen of randprogrammering;
- Stukafest Utrecht brengt het publiek en de artiest letterlijk dicht bij elkaar binnen de intieme setting van studentenkamers. Ook de interactieve (rand-)programmering van het festival zorgt voor een bijzondere ervaring voor bezoekers;
- Stukafest is een kwalitatief goed en duurzaam festival dat tegelijkertijd zeer betaalbaar is voor studenten en overige geïnteresseerden met een kleiner budget;
- Optredens bij Stukafest Utrecht duren slechts dertig minuten. Dit verlaagt de drempel voor bezoekers om buiten hun comfortzone te stappen en stimuleert om iets nieuws te leren kennen.

## Missie & Visie

### Missie

Stukafest heeft als doel om op een laagdrempelige en aansprekende manier studenten kennis te laten maken met verschillende vormen van kunst en cultuur en de doelgroep te verbinden aan de artiesten in studentenhuisen. Door deze kamers te gebruiken, richt Stukafest zich vooral op een persoonlijke en intieme sfeer, waardoor publiek en artiest letterlijk dicht bij elkaar worden gebracht. Hierbij scheppen wij voor de artiest een bijzondere mogelijkheid om op te treden op een kleinschalige manier. Voor studenten biedt het de mogelijkheid om voor een lage prijs nieuwe vormen van cultuur te ontdekken.

Daarnaast behoudt Stukafest haar toegankelijke karakter doordat alle kamers zich op maximaal 10 minuten fietsafstand van de Dom bevinden. Hiermee willen we ook een lokale stempel op ons festival drukken: Stukafest Utrecht moet duidelijk de identiteit van Utrecht uitdragen, maar deze ook aanvullen.

### Visie

Stukafest Utrecht biedt bij uitstek de mogelijkheid om de waarde van kunst en cultuur in haar stad te onderstrepen, vanwege haar laagdrempelige en toegankelijke karakter. De intieme setting van de studentenkamers creëren een vertrouwde omgeving voor het publiek en maakt tevens één op één contact mogelijk tussen toeschouwer en artiest, wat een nieuwe en bijzondere ervaring teweegbrengt. Door het publiek te laten fietsen van kamer tot kamer en het gebruik van hard cups in plaats van plastic bekers willen we het festival verduurzamen. We zorgen bovendien dat de sponsors goed aansluiten op zowel publiek als het festival door te kijken naar lokale bedrijven en de interesses van de doelgroep. Naast het waarborgen van de laagdrempeligheid en toegankelijkheid van het festival willen we dit jaar ook focussen op het genereren van naamsbekendheid onder Utrechtse studenten en -inwoners. Hoe groter de naamsbekendheid van Stukafest, des te meer we kunnen betekenen voor de ontwikkeling van opkomende artiesten en het verbinden van artiest en publiek. Door een groter publiek te bereiken dragen we eveneens bij aan een grotere sociaal-culturele ontwikkeling van Utrechtse studenten en -inwoners.

## Programma

De programmering van Stukafest moet een representatie zijn van het diverse culturele landschap van Utrecht. Door maximaal 40% muziek te programmeren, is er meer dan de helft ruimte voor andere kunstvormen, waaronder theater, film, dans en spoken word. Om onze programmering te concretiseren, hebben we de vier

onderstaande doelstellingen opgesteld. Er is gestreefd naar uitdagende en meetbare doelstellingen om zo het beste voor Stukafest 2022 te creëren.

## Doelstellingen

### Doelstelling 1: Utrechtse identiteit

Om de culturele sector in Utrecht te stimuleren, zal er voor de programmering voornamelijk gekeken worden naar lokale artiesten, om zo de Utrechtse identiteit te laten weerklinken. Bovendien wordt er samengewerkt met lokale ondernemingen, culturele instellingen en organisaties zoals Café Hofman, Stichtse Taveerne, Café Theater Festival Utrecht en Plato. Momenteel is er een lopende samenwerking met Café Hofman in de vorm van een sponsoring. Bovendien zullen we onder andere deze locatie gebruiken voor de Stukasessies, waarbij bandjes in een kleinschalige setting de kans krijgen om hun muziek aan de (café)bezoekers te laten horen. Ook hebben we contact met de Uitalage, een culturele pop-up winkel met een culturele ervaring. Hier gaan we ook een Stukasessie mee organiseren.

Door een samenwerking aan te gaan met lokale en kleinere tenten, steunt Stukafest de kleine ondernemer die hard getroffen is door de corona-crisis. Omdat Stukafest niet alleen een culturele bijdrage wil doen aan Utrecht maar ook een maatschappelijke, maken we ons hier hard voor.

### Doelstelling 2: Inclusiviteit

Ook dit jaar zullen we verder streven naar een inclusieve, diverse en gelijkwaardige samenstelling van het festival. Vorig jaar was hier een quotum van 40% aan vrouwelijke artiesten voor opgesteld, die we dit jaar opschroeven naar 50%. Ook willen we graag de onder-gerepresenteerde groepen in Utrecht de kans geven om Stukafest en het publiek te verrijken en de cultuursector een beetje inclusiever te maken. Ook vinden we het belangrijk dat artiesten eerlijk betaald krijgen. De Fair Practice Code en het Fair Pay principe staat bij ons dan ook hoog in het vaandel.

Afsluitend willen we samenwerkingen aangaan met (non profit) organisaties die staan voor de verbinding tussen vluchtelingen die in Utrecht wonen, zoals stichting 'Welkom in Utrecht'. Deze samenwerking bewerkstelligt diversiteit onder onze artiesten, publiek en vrijwilligers. Zo willen we een laagdrempelige manier aanbieden om in contact te komen met de kunst en cultuur in Utrecht. Ook willen we een samenwerking aangaan met U-pas, zij maken culturele activiteiten mogelijk voor mensen met een uitkering.

### Doelstelling 3: Toegankelijkheid

Een andere belangrijke pijler dit jaar is het garanderen en vergroten van de toegankelijkheid van het festival. Eerdere edities hebben we de toegankelijkheid weten te vergroten door het aangeven van de zogenoemde *Language No Problem* acts. Dit zetten wij voort en breiden we uit door ten minste drie acts te programmeren waarbij niet het audio-, maar het visuele aspect centraal staat, zodat Stukafest ook een geschikt programma voor doven/slechthorenden kan aanbieden of mensen die de Nederlandse taal niet verstaan.

Ook willen we graag een route aanbieden die rolstoeltoegankelijk is. In de praktijk houdt dit in dat de deuren groot genoeg moeten zijn om er een rolstoel doorheen te laten passen, dat de afstanden te doen zijn voor iemand in een rolstoel of dat er ander vervoer gefaciliteerd moet worden, en dat de locatie van de act op de begane grond is. Door dit te faciliteren wordt Stukafest Utrecht letterlijk een laagdrempelig festival voor iedereen.

### Doelstelling 4: Naamsbekendheid

Om echt een bijdrage te kunnen leveren aan de kunst- en culturele sector en de socio-culturele ontwikkeling van Utrechtse studenten en -inwoners, is het van belang dat Stukafest een algemeen bekend begrip wordt. Op verschillende manieren willen we meer naamsbekendheid genereren. Tijdens de Utrechtse Introductie Tijd 2021 hebben we bijvoorbeeld de nieuwe lichte studenten van 2021-2022 kennis laten maken met Stukafest Utrecht op de Informatiemarkt, door het uitdelen van flyers en stickers en het vertellen over Stukafest in het algemeen. Door de bewuste keuze van een stand op de Informatiemarkt in plaats van de Culturele markt, hebben we studenten bereikt die doorgaans niet of minder in aanraking zouden komen met culturele evenementen, wat

bijdraagt aan het vergroten van de naamsbekendheid en daarmee het publiek van Stukafest. De vervolgstappen omtrent het genereren van (meer) naamsbekendheid zijn opgenomen en te lezen in het communicatieplan.

## Organisatiestructuur

Het bestuur van Stukafest Utrecht bestaat dit jaar uit de volgende zes leden:

### Voorzitter – Karijn van der Wijk

Karijn zal tijdens de 14e editie van Stukafest Utrecht de voorzitter zijn van het festival. Zij zal eindverantwoordelijk zijn voor het festival en het bestuur. Karijn zit de vergaderingen voor, onderhoudt contact met het Landelijk Bestuur Stukafest en anderen en coördineert het bestuur.

Karijn is derdejaars student Taal- en Cultuurstudies aan de Universiteit Utrecht en specialiseert zich in Theater en Dans. Haar ervaring met besturen komt voort uit een bestuursjaar bij haar studievereniging en verschillende commissies, ook werkt ze bij Tivoli Vredenburg.

### Programmeur - Yop Coolen

Yop is dit jaar de programmeur van Stukafest Utrecht. Hij zal de artiesten en acts programmeren en het contact onderhouden, ook stelt hij de contracten op en zorgt hij dat er duidelijke afspraken worden gemaakt. Verder zorgt hij dat het quotum en de diversiteit van de artiesten gewaarborgd wordt.

Yop is derdejaars student Muziekwetenschappen aan de Universiteit Utrecht. Hij is werkzaam bij Tivoli Vredenburg als supervisor. Yop heeft eerder een bestuursjaar gedaan bij zijn studievereniging als penningmeester

### Secretaris-Acquisiteur - Rieke Buitendijk

Rieke neemt dit jaar de taak als secretaris-acquisiteur op zich. Zij houdt zich bezig met de acquisitie van het festival en is daardoor verantwoordelijk voor de fondsenwerving, het aangaan van samenwerkingen en sluiten van sponsordeals met (lokale) organisaties en bedrijven. Bovendien beheert Rieke de mailbox en zorgt dat het mailcontact in goede banen verloopt.

Rieke is derdejaars student Liberal Arts & Sciences aan de Universiteit Utrecht met een specialisatie in de richting Humanistiek. Eerdere bestuurservaring heeft zij opgedaan binnen haar studievereniging als penningmeester van de kunstcommissie.



### Locatie-coördinator - Silke Kamp

Silke zal dit jaar de locatie-coördinator zijn. Zij zorgt ervoor dat er genoeg kamers worden gevonden waar de acts in kunnen plaatsvinden en zal daarbij letten op de grootte van de kamer, afstand tot de Utrechtse Dom en veiligheidsmaatregelen, zoals brandveiligheid en EHBO-voorzieningen. Ook is Silke BHV'er. Tevens zal zij het contact onderhouden met de vrijwilligers van Stukafest Utrecht.

Silke is vierdejaars student Taal- en Cultuurstudies aan de Universiteit Utrecht. Ze heeft eerder een bestuursjaar gedaan bij haar studievereniging en is vrijwilliger bij verschillende performing arts festivals.

### Penningmeester - Bibi Boudewien Bijleveld

Bibi is de penningmeester zijn van Stukafest Utrecht. Zij zal zich bezighouden met het financiële aspect van het festival. Dit houdt onder andere in de begrotingen opstellen, de rekeningen betalen en de belastingaangifte doen. Bovendien zal ze zorgen dat Stukafest Utrecht financieel gezond blijft.

Bibi is vijfdejaars student en studeert Liberal Arts & Sciences aan de Universiteit Utrecht. Eerdere bestuurservaring heeft Bibi opgedaan als commissaris extern bij haar studievereniging en als secretaris bij Studie Verenigingen Overleg (SVO) Geesteswetenschappen.

### PR-functionaris - Eleanor Crick

Eleanor is onze PR-Functionaris. Zij is verantwoordelijk voor de online promotie van Stukafest Utrecht en onderhoudt de sociale media-kanalen. Ook stelt ze een communicatieplan op en regelt ze de posters en flyers, en onderhoudt contact met de pers.

Eleanor werkt bij de gemeente Utrecht als online redacteur en newsroom analist. Hier maakt en redigeert ze content voor de gemeente op de online kanalen. Ook monitort ze als newsroom analist wat er speelt in de stad Utrecht.

## Raad van Advies Stukafest Utrecht

Stukafest Utrecht heeft een Raad van Advies (RVA), waar het huidige bestuur met oude besturen kan overleggen als het ergens bij vastloopt. De RVA en Stukafest Utrecht zien elkaar twee keer per jaar om te evalueren op de organisatie van het festival. Door dit adviesorgaan in te bouwen, creëert Stukafest Utrecht een stevigere basis als organisatie.

## Stukafest Nederland

De in totaal twaalf Stukafest-steden staan onder begeleiding van het orgaan Stukafest Nederland. Stukafest Nederland ondersteunt en helpt de lokale besturen bij de organisatie van hun Stukafest-edities. Zij zorgen voor

kwaliteit en continuïteit, en staan klaar om onze vragen te beantwoorden. Naast Stukafest Nederland is er een Raad van Toezicht. Bij hen kunnen de besturen terecht wanneer zij er met het landelijke bestuur niet uitkomen. Naast deze twee organen hebben wij ook regelmatig contact met de besturen van de andere steden. We wisselen ideeën uit en helpen elkaar onderling.

## Planning

### Jaarplanning

Mei - juli 2021	Begin nieuw bestuur
Juli - september 2021	<i>Vorbereidende fase</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Projectplan opstellen</li> <li>- Marketing plan opstellen</li> <li>- Begroting opstellen</li> <li>- Fondsen benaderen</li> </ul>
September - december 2021	<i>Organiserende fase (1)</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sponsors en samenwerkingen</li> <li>- Artiesten boeken</li> <li>- Locaties vaststellen</li> <li>- Start marketing</li> </ul>
December - februari	<i>Organiserende fase (2)</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Draaiboeken opstellen</li> <li>- Vrijwilligers aannemen en betrekken (vrijwilligersavond)</li> <li>- Ticketverkoop</li> <li>- Promotie Stukafest hoofdevenement</li> </ul>
December 2021	Pop-up Evenement
Januari 2022	Pop-up Evenement
Februari 2022	<i>Uitvoerende fase</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Stukafestmaand</li> <li>- Stukafest Utrecht op 10-02-2022</li> </ul>
Maart 2022	<i>Afrondende fase</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>- evaluatie en afronding bestuursjaar 2021-2022</li> </ul>
April 2022	Nieuw bestuur zoeken en aannemen
Mei 2022	Overdracht nieuw bestuur

### De organiserende fase (1 en 2)

De voorbereidingsfase is van start gegaan in juli 2021. Daarop volgt de organiserende fase. Deze duurt tot en met 10 februari 2022, wanneer Stukafest plaatsvindt. Tijdens deze fase staan de volgende werkzaamheden centraal:

- Het organiseren van een dagprogramma voor de Utrechtse Introductie Tijd;
- Het vinden van twintig studentenkamers die op maximaal tien minuten fietsafstand van de Dom liggen en minimaal 18 vierkante meter zijn;
- Het vinden van diverse artiesten (professioneel en semi-professioneel) uit verschillende disciplines voor de twintig kamers en het Stukafeest;
- Het organiseren van drie Stukasessies op drie verschillende locaties in de binnenstad;
- Het organiseren van de Slag om Stukafest en de Silent Disco als laatste toevoegingen aan de programmering van het festival;
- Het werven van vrijwilligers die de organisatie ondersteunen voor en tijdens het festival;
- Het vinden van een passende locatie voor de Stukanacht;
- Het plannen en organiseren van de kaartverkoop;
- Het benaderen en werven van sponsors, fondsen en overheden;
- Het opstellen van de draaiboeken;
- Uitgebreide marketingacties voeren om Stukafest zo meer bekendheid te geven bij een grote groep potentiële bezoekers.

### De uitvoerende fase

In december begint tegelijkertijd met alle andere Stukafest steden in Nederland de voorverkoop van de kaarten. De kaarten zullen online worden verkocht in verschillende vormen, namelijk:

- een los kaartje per ronde
- een passe-partout kaartje voor drie rondes
- een passe-partout kaartje voor drie rondes en het Stukafeest
- een los kaartje voor het Stukafeest

Tijdens het festival zal het bestuur opgesplitst naar verschillende acts gaan en klaarstaan om ergens bij te springen wanneer dat nodig is. Bij alle kamers zijn minstens twee gastheren of -vrouwen aanwezig. Daarnaast zijn er vrijwilligers die helpen bij de openingsact en het Stukafeest. Tot slot zijn er ook tijdens het festival technische vrijwilligers die artiesten en gastheren helpen bij het voorbereiden van de acts.

### De afrondende fase

Na afloop van het festival zal er binnen het bestuur van Stukafest uitgebreid geëvalueerd worden. Daarnaast zullen aparte evaluaties worden gehouden met de vrijwilligers, de artiesten en de gastheren en -dames. Ook zullen er gedurende de avond enquêtes uitgedeeld worden aan de bezoekers van Stukafest Utrecht 2022. Dit doen we om het jaarverslag op te stellen en om Stukafest 2023 tot een nog groter succes te maken. De uitkomsten van deze enquêtes, onze aanpak van het festival en het behalen van de door ons gestelde doelstellingen zullen dan ook worden verwerkt in het uiteindelijke jaarverslag en worden later uitgebreid teruggekoppeld aan het nieuwe bestuur. Het nieuwe bestuur (voor Stukafest 2023) zal geworven en geselecteerd worden in dezelfde periode.

## Doelgroep

De eerste doelgroep die we willen bereiken zijn studenten. Deze doelgroep valt weer onder te verdelen in een aantal subgroepen. Allereerst zijn er de universiteitsstudenten. Uit afgelopen edities is gebleken dat Stukafest Utrecht vooral studenten van de faculteit geesteswetenschappen trekt. Dit jaar letten we extra op de promotie van Stukafest bij andere faculteiten, door promotiemateriaal te verspreiden onder verschillende faculteitsgebouwen.



De tweede subgroep die we willen bereiken zijn de HBO-studenten. Hier is in voorgaande jaren ook al aandacht aan besteed en dat willen we dit jaar nog nadrukkelijker gaan doen door te flyeren op de Hogeschool Utrecht en de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht. Om nieuwe studenten van het HBO en WO direct kennis te laten maken met Stukafest, hebben we tijdens de Utrechtse Introductie Tijd (UIT) met een studentenkamerkraam op de Informatiemarkt gestaan.

Als laatste subgroep zullen we dit jaar aandacht besteden aan het betrekken van MBO-studenten bij Stukafest Utrecht. Naast dat we het bezoek van MBO-studenten aan Stukafest Utrecht willen stimuleren, zien we ook kansen in een samenwerking met betrekking tot de verzorging van licht, geluid en fotografie tijdens het festival. De gehele doelgroep 'studenten' willen we ook bereiken door verscheidene bij-evenementen te organiseren.

De tweede doelgroep die wij willen bereiken zijn onder-gerepresenteerde groepen in de kunsten, zoals vrouwen, mensen binnen de LHBTQ+ gemeenschap of mensen met een niet-westerse migratieachtergrond. Door artiesten uit deze groepen te programmeren voor Stukafest Utrecht verwachten we ook een diverser publiek te bereiken en daarmee bij te dragen aan een rijk en representatief beeld van Utrecht.

De derde doelgroep waar we op ons willen focussen zijn mensen met een lichamelijke beperking. Dit willen we realiseren door middel van een rolstoeltoegankelijke route tussen een aantal verschillende kamers en door een eventuele samenwerking met Sencity Festival (een belevingsfestival geïnspireerd op het niet of minder kunnen horen van muziek).

## Marketingplan

Dit jaar willen we met Stukafest Utrecht onze zichtbaarheid en vindbaarheid vergroten, zowel online als offline. Onze promotiecampagne bestaat voor een deel uit algemene promotie: het verspreiden van posters door de stad (in horeca, culturele instellingen, onderwijsgebouwen, etc.), het rondsturen van de nieuwsbrief, berichtgeving op onze sociale mediakanalen en via de lokale pers.

Onze Facebookpagina heeft inmiddels 3537 vind-ik-leuks, op Twitter hebben we 935 volgers, en ons Instagramaccount is het snelst groeiende kanaal met inmiddels 828 volgers. Ook hebben we een Spotify-account waar te zijner tijd updates over het programma op geplaatst zullen worden. Met betrekking tot de online promotie is ons doel om wekelijks een post te delen op Facebook en Instagram. Daarnaast is vorig jaar de nieuwsbrief gelanceerd, die wordt verspreid naar onze oud-bezoekers, oud-kamerhosts en andere geïnteresseerden die zich hebben ingeschreven.

Net als voorgaande jaren worden in aanloop naar het festival een aantal promotionele evenementen georganiseerd: een studentenkamer op de Informatiemarkt van de Utrechtse Introductie Tijd (UIT), Stukasessies (maandelijks in Café Hofman) en Slag om Stukafest (bands en comedy editie). Dit jaar willen we hier nog enkele evenementen aan toevoegen, zoals een Silent Disco in een Utrechtse club.

Verder willen we dit jaar meer gebruik maken van (online) winacties – een ludieke manier om mensen te betrekken bij Stukafest en onze volgers te belonen. Dit kan gerealiseerd worden met bijvoorbeeld een samenwerking met Pakje Kunst, waarbij je voor vier euro een pakje uit de automaat haalt met een uniek kunstwerk erin. Overigens willen we de kracht van mond-tot-mond reclame niet onderschatten. Met onze winacties hopen we nieuwe potentiële bezoekers te bereiken, doordat winnaars van onze winacties hun omgeving wellicht enthousiasmeren voor Stukafest. Om verder de zichtbaarheid van Stukafest in de stad te vergroten, willen we naar aanloop van het festival een waslijn spannen boven de drukbezochte Nobelstraat met iconische Stukafest-sokken.

Onder de lokale pers wil Stukafest Utrecht onder andere Indebuurt Utrecht, UITagenda Utrecht, Culturele Zondagen, DUB, Cultuurpromotie Utrecht, DUIC, Ublad, OnsUtrecht, CJP, Check Dit FF, 3voor12 Utrecht, RTV Utrecht, Citymarketing Utrecht en 030 Magazine benaderen. Bovendien gaan we kijken naar samenwerkingen met andere culturele evenementen in Utrecht, zoals Café Theater Festival, Popronde Utrecht en Le Guess Who?.

Hetzelfde geldt voor samenwerkingen met bijvoorbeeld Tivolivredenburg, maar ook de HKU en de Herman Brood Academie.

Om onze grootste doelgroep – studenten – te bereiken gaan we specifieke promotionele acties uitvoeren op de locaties van onderwijsinstellingen (WO, HBO, MBO), posters ophangen en flyereren in de bibliotheek van de HU en UU.

Voor het werven van vrijwilligers (waaronder fotografen) en kamerhosts willen we ons bestaande netwerk aanspreken (oud-kamerhosts en fotografen van eerdere edities), gebruikmaken van ons persoonlijke netwerk (vrienden en studiegenoten) en onze sociale media-kanalen inzetten. Ook willen we, zoals eerder genoemd, contact leggen met de organisatie Welkom in Utrecht, zodat vluchtelingen met een hart voor cultuur ook een kans krijgen mee te werken aan ons festival.

Meer informatie met betrekking tot promotie is te vinden in het communicatieplan van Stukafest Utrecht 2021-2022.

## Financiën

### De begroting

#### STUKAFEST UTRECHT 2021-2022

LASTEN		BATEN	
Productiekosten	2.765,00 €	Directe inkomsten	5.500,00 €
Programmakosten	8.099,65 €	Subsidies	0,00 €
Marketingkosten	1.170,00 €	Fondsen	8.700,00 €
Kantoorkosten	305,00 €	Sponsoring	1.766,97 €
Bestuurkosten	3.127,32 €	Donaties	0,00 €
Onvoorzien	500,00 €	<b>TOTAAL Baten</b>	<b>15.966,97 €</b>
<b>TOTAAL Lasten</b>	<b>15.966,97 €</b>	<b>RESULTAAT</b>	<b>0,00 €</b>

### Kosten en opbrengsten

Onze begroting voor Stukafest Utrecht 2021-2022 is gebaseerd op verschillende kosten en opbrengsten. Hier lichten wij een aantal belangrijke posten toe.

Als na Stukafest Utrecht 2022 blijkt dat onze kosten lager of onze inkomsten hoger uitvallen, willen wij het overschot gebruiken voor de uitbetaling van onze artiesten.

#### *Programmakosten*

De programmakosten bestaan uit de kosten voor acts op Stukafest, de kosten voor de artiesten op het feest na Stukafest (Stukanacht) en andere evenementen die georganiseerd worden door Stukafest (de zogeheten bij-events). Ook is er een post 'overige programmakosten', deze bestaat uit onze kosten voor de UIT afgelopen september en de BUMA (een organisatie die bemiddelt in muziekrechten voor artiesten). Er is voor de acts op Stukafest €5.500,00 begroot met het idee dat het festival dit jaar fysiek door zal kunnen gaan. Wij houden ons als festival aan de Fair Pay Code en we zijn van plan onze artiesten, zeker na afgelopen jaar, genoeg te betalen. Bovendien is ons jaarlijkse podium op de Utrechtse Introductie Tijd dit jaar weggevallen, waardoor er meer budget is voor de bij-evenementen die Stukafest eerder in het jaar op de kaart zetten.

### *Productiekosten*

De productiekosten bestaan uit een paar grote kosten, zoals zaalhuur voor Stukanacht en het huren van apparatuur, en een paar minder grote kosten, zoals de catering van artiesten en kosten voor brandblussers.

### *Marketingkosten*

Deze kosten worden gemaakt voor de design en promotie van ons festival. Hierbij kan gedacht worden aan het inhuren van professionals voor design, het drukken van posters, het laten verspreiden van posters door Utrecht en het inkopen van promotiemateriaal. Na een jaar waarin de culturele sector op een laag pitje heeft moeten branden, willen we dit jaar goed inzetten op promotie.

### *Bestuurskosten*

Onder bestuurskosten vallen zaken zoals onze evenementenverzekering, kosten voor de bestuursoverdracht en een vrijwilligersvergoeding. De vrijwilligersvergoeding wordt jaarlijks uitgekeerd aan de zes bestuursleden van Stukafest Utrecht en fungeert als een onkostenvergoeding voor bijvoorbeeld gemaakte telefoonkosten, eventuele reiskosten en vergaderkosten. De vergoeding bedraagt €200,00 per bestuurslid. Bij een onverwacht tekort op de eindbalans zal deze kostenpost indien nodig worden herzien.

### *Directe opbrengsten*

Directe opbrengsten bestaan uit kaartverkoop (zowel bij Stukafest als Stukanacht), garderobe en verkoop van Stukafest merchandise. We gaan uit van 90% van het totaal te verkopen kaarten. Omdat onze bij-evenementen vooral dienen voor promotie én COVID-19 het onduidelijk maakt of alle bij-evenementen door kunnen gaan, willen we niet mikken op inkomsten uit deze evenementen.

### *Indirecte opbrengsten*

Onze indirecte opbrengsten zijn voornamelijk afkomstig uit fondsen en sponsors. Wij hopen dit jaar, naast onze vertrouwde sponsors, een sponsordoel van €850,00 te halen met onze zogenoemde sponsorpakketten. Dit zijn sponsordeals met een vaststaand bedrag, bijvoorbeeld de sponsoring van een kamer.

## **COVID-19**

Vanwege COVID-19 heeft Stukafest Utrecht 2021 helaas niet kunnen plaatsvinden op de manier waarop zij de jaren ervoor is bedacht en georganiseerd. In plaats van een fysiek festival met verschillende locaties verspreid door het centrum van de stad, werd het afgelopen jaar omgevormd tot een online festival met een livestream vanuit de Stayokay Utrecht. Gezien de laatste ontwikkelingen rondom de corona-maatregelen gaan we ervan uit Stukafest dit jaar weer in haar originele vorm te kunnen organiseren. We zullen echter rekening moeten houden met eventuele nieuwe maatregelen die vanuit het RIVM aan de evenementenbranche worden opgelegd. Momenteel is het organiseren van eendaagse festivals toegestaan, met regels omtrent het tonen van coronatoegangsbewijzen, of het houden van anderhalve meter afstand. Gezien de continue verandering van de corona-maatregelen is het moeilijk te zeggen op welke manier zij de uitvoering van Stukafest Utrecht 2022 zullen beïnvloeden. Wij zullen daarom de updates vanuit het RIVM goed in de gaten houden en hier onze plannen op aanpassen. Daarnaast hebben we contact met Stukafest Nederland en zullen we een corona clause opnemen in de contracten die wij afsluiten met artiesten en anderen. Hierin zullen afspraken staan over de annuleringsvoorwaarden en de betalingsregeling die dan getroffen wordt, mocht COVID-19 ervoor zorgen dat evenementen niet door kunnen gaan.