



STUKAFEST

BELEIDSPLAN

INLEIDING

Sinds 2001 neemt Stukafest op verschillende data in februari de woonkamers van studenten in steden door heel Nederland over. Na de eerste edities die in Nijmegen plaatsvonden namen al snel meer steden in Nederland het initiatief om Stukafest te organiseren. In 2006 ontstond uit dit initiatief de landelijke stichting van Stukafest die als doel heeft om de stedelijke besturen te ondersteunen in de organisatie van het festival, maar ook als doel heeft om Stukafest te laten groeien en te onderhouden als een belangrijk cultureel festival in het Nederlandse culturele landschap.

Tijdens Stukafest worden studentenkamers omgetoverd tot mini theaters waarin een jong en nieuwsgierig publiek in aanraking kan komen met de meest uiteenlopende disciplines: van singer-songwriters, jazz en klassieke muziek tot bijvoorbeeld toneel, kleinkunst, dans, lezingen, poëzie, film, workshops en installatiekunst. Voor maximaal €15 trakteert de bezoeker van Stukafest zichzelf op drie culturele activiteiten van een half uur, fietsend van studentenkamer naar studentenkamer vindt de bezoeker zichzelf elk uur in een compleet nieuwe sfeer en ziet een andere performance.

Stukafest slaat een brug tussen het studentenleven en de kunstwereld. De locaties zijn leuk en uniek, de prijs van Stukafest is laag en de acts, bekend óf opkomend, zijn van hoge kwaliteit. Op deze manier biedt Stukafest op laagdrempelige wijze cultuur aan in studentensteden in heel Nederland.

Onder Stukafest valt het overkoepelende, landelijke, bestuur (verder te noemen Stukafest Nederland) en de stedelijke besturen.

De besturen die stedelijk werken zijn verantwoordelijk voor de organisatie van hun eigen Stukafest en zoeken kamers, waar Stukafest plaats zal vinden, stellen een eigen, per stad unieke, programmering samen en zoeken naar sponsoren en partners binnen de regio. Stukafest Nederland waarborgt de continuïteit van Stukafest op landelijk niveau door, de vaak onervaren stedelijke besturen, te ondersteunen, te voorzien van training en faciliteiten aan te reiken.

INHOUDSOPGAVE

INLEIDING 2

MISSIE & VISIE 4

STRATEGIE 5

DOELSTELLINGEN 7

DOELGROEP 9

STAKEHOLDERS & POSITIONERING 11



Foto: Mr. Weazley, Stukafest Nijmegen 2019

MISSIE & VISIE

Kunst en cultuur laten je nadenken. Over jezelf, de maatschappij en de wereld. Na de middelbare school hoeven studenten hier geen vakken meer over te volgen, waardoor sommigen de band met cultuur verliezen. Dat is jammer, want juist in de studentensteden valt er zoveel moois te ontdekken.

In je studententijd maak je herinneringen voor het leven, een unieke kennismaking met cultuur kan daarom op geen beter moment komen. Bezoeken aan theater of het poppodium kunnen echter duur zijn voor studenten en bij de institutionele podia zijn studenten zelden kind aan huis. Stukafest biedt op een laagdrempelige manier cultuur door kunst de studentenkamer in te trekken. Een cabaretier onder je hoogslaper, een singer-songwriter op een bierkratje of een poëzievoordracht tussen de vieze sokken maken dat Stukafest de studenten over de cultuurdrempel helpt.

Na een onvergetelijke culturele ontdekking houdt de missie van Stukafest niet op. Vanuit de rol van vrijwilliger, kamer host of beginnend lokaal artiest is er de doorgroeimogelijkheid naar een bestuursfunctie in eigen stad. Bij Stukafest krijgen studenten op die manier de mogelijkheid om hun eerste stappen te maken binnen de culturele wereld. Zelf een festival organiseren laat je gelijk met alle facetten van evenementenorganisatie kennismaken. Sommige groeien na deze ervaring door in functies bij grote culturele instanties, het Stukafest Nederland bestuur of nemen hun bestuurservaring mee in andere sectoren. Stukafest is een leuke en leerzame stap om je weg in de wereld te vinden.

*„In ‘t algemeen slechts kan men weten, dat kunst de allerindividueelste expressie van de allerindividueelste emotie moet zijn.”
- Willem Kloos, 1890/1891*

STRATEGIE

Stukafest Nederland wil jonge culturele professionals begeleiden bij hun eerste stappen in het werkveld. De stedelijke besturen wisselen elk jaar waardoor er elk jaar een nieuwe lichter culturele professionals ontstaat. De stedelijke bestuurders hebben gemeen dat ze allemaal enthousiast zijn over cultuur en een festival neer willen zetten voor hun leeftijdsgenoten. De stedelijke besturen verschillen echter allemaal qua achtergrond en in de ervaring met het organiseren van een festival. Stukafest Nederland begeleidt de stedelijke besturen het gehele jaar om ze op te leiden tot startende culturele professionals.

De steden doorlopen gedurende het jaar/theaterseizoen het gehele organisatie proces van een festival: van subsidies aanvragen en artiesten scouten tot vrijwilligerscoördinatie. Voor elk aspect zijn ze zelf verantwoordelijk. Binnen dit proces lopen de besturen tegen problemen aan en moeten ze oplossingen verzinnen. Hierdoor leren ze en doen ze relevante ervaring op. Stukafest Nederland is er om de stedelijke besturen te begeleiden in dit proces.

We geven de juiste handvatten zodat ze niet in het diepe vallen.

Kick-off

Het jaar wordt gestart met een kick-off. Tijdens deze fysieke bijeenkomst leren de besturen ook elkaar kennen. Zo kunnen ze elkaar ook makkelijk bereiken gedurende het jaar om te sparren of gezamenlijk acties op te zetten.

Begeleiding & Netwerk

Stukafest Nederland stelt gedurende het jaar haar kennis en haar netwerk beschikbaar. Zowel de directeur-bestuurder als de Raad van Toezicht hebben ruime ervaring in de culturele sector, daarnaast kan het netwerk van stukafest alumni worden aangesproken. Binnen de Stukafest community is een breed net werk in de culturele sector beschikbaar. Stukafest onderhoudt een groot netwerk aan Stu ka-alumni (al dan niet werkend in de

culturele sector) en vrienden van Stukafest in verschillende culturele organisaties in het hele land. Dit netwerk wordt aangevuld met elke lichter bestuurders die van Stukafest een feest maakt. Dit netwerk heeft een enorme schat aan kennis en ervaring en kan door de stedelijke

besturen maar ook door het landelijk bestuur worden ingezet voor advies en kennisoverdracht.

We hechten veel waarde eraan dat de lokale besturen meedenken over de kwaliteit van de begeleiding en de gang van zaken. Daarom worden er drie evaluatiemomenten ingepland gedurende het jaar. Deze vinden

plaats in oktober (wanneer de besturen net geïnstalleerd zijn), eind november (na de belangrijkste deadlines, maar voor de drukte van het festival) en maart (na afloop van het festival). Hierbij wordt gesproken over het verloop van de organisatie, het samenwerken binnen het stedelijk bestuur maar ook de functie en werking van het landelijk bestuur.

De evaluatie met de stedelijke besturen wordt verwerkt in het beleid van het jaar erna, hulpdocumenten, het projectplan en gaat naar de Raad van Toezicht. Zo leiden we de stedelijke besturen niet alleen op, maar laat Stukafest Nederland ze ook hun invloed uitoefenen op het beleid. Stukafest Nederland is namelijk ook nog lang niet uitgeleerd.

“Stukafest liet mij dingen toepassen die ik in mijn dagelijkse studie niet tegenkwam, maar heel nuttig waren.”

- Abel Matser, Bestuurslid Stukafest Delft 2019

DOELSTELLINGEN

Stukafest Nederland streeft de eigen missie na door het toegankelijk maken van cultuur voor studenten en jongeren. Wij geloven dat, om mensen te laten participeren aan cultuur, ze er op laagdrempelige manier kennis mee moeten maken. Onze ambitie is dat de bezoekers die via Stukafest in aanraking komen met verschillende cultuuruitingen, daarna gemakkelijker de stap zetten naar een voorstelling in de schouwburg of een concert in het concertgebouw.

Stukafest Nederland stelt daarom specifieke kaders voor de ontwikkeling van alle Stukafesten. De 3 pijlers waar iedere Stukafest editie voor moet werken zijn: Toegankelijkheid, Multidisciplinariteit en Talentontwikkeling.

Toegankelijkheid

Alle festivals moeten erop gericht zijn jongeren verder te interesseren voor cultuur, met name voor die kunstdisciplines waar ze minder gewend aan zijn. Dit wordt gedaan, in eerste instantie, door een festival te organiseren waarvoor de drempel laag is. Stukafest brengt cultuur letterlijk de studentenhuisen in, dit voor een relatief lage ticketprijs en een uniek tijdschema waar ruimte wordt gegeven voor ontdekking. Iedereen moet zich welkom en geaccepteerd voelen bij elke Stukafest editie, ongeacht opleiding, inkomen, genderidentiteit, afkomst, seksuele geaardheid, beperking of andere kenmerken. De intimiteit van studentenkamers creëert veilige ruimtes waar mensen zich prettig voelen. Bovendien is een programma bestaande uit diverse artiesten die actuele maatschappelijke thema's aansnijden aantrekkelijk voor meerdere communities.

Stukafest Nederland heeft verder de fysieke toegankelijkheid van het festival hoog in het vaandel staan en stimuleert de Stukafest besturen te denken aan hoe deze toegankelijkheid te verbeteren. Dit resulteert bijvoorbeeld in routes die geschikt zijn voor rolstoelgebruikers en mensen die slecht ter been zijn, Language No problem programma's en locaties die prikkelarm zijn.

Multidisciplinariteit

In de programmering wordt de bewuste keuze gemaakt om de focus niet te leggen op populaire cultuuruitingen, zoals popmuziek en cabaret, maar wordt juist de ruimte gegeven aan disciplines die jongeren minder snel bezoeken.

Talentontwikkeling

De artiesten en makers moeten hoofdzakelijk worden gevonden onder

de opkomende artiesten die in Stukafest een kans vinden om podiumervaring op te doen. Hierdoor stimuleren we niet alleen het publiek tot ontdekking maar creëren we ook een omgeving waar artiesten ervaring op kunnen doen en kunnen experimenteren.

Om deze artiesten te vinden heeft Stukafest Nederland partners in de culturele sector die talentontwikkeling stimuleren. Zo werkt Stukafest Nederland samen met organisaties als Café Theater Festival, Tapas theater, Delft Fringe Festival en Cameretten.

Festivalformat

De traditionele structuur van Stukafest wordt in alle festivals behouden. Het '3-timeslots-systeem' stimuleert het publiek om naar een diversiteit aan optredens te komen kijken en dus ook naar een diversiteit aan artistieke disciplines. Door Stukafest in studentenkamers te organiseren verlagen we de drempel voor het publiek door cultuur, vrij letterlijk, naar de doelgroep te brengen.



Foto: Entrée Filmmuziek quiz, Stukafest Amsterdam 2019

DOELGROEP

Stukafest Nederland telt twee soorten doel groepen, die zowel direct als indirect gezien kunnen worden.

De stedelijke bestuurders

De eerste doelgroep zijn de stedelijke bestuurders. De participatie verschilt van studenten die een culturele opleiding volgen tot young professionals die met Stukafest een mooie toevoeging aan hun CV hebben en jongeren met een lichte interesse voor cultuur en die Stukafest als een extra (curriculaire) ervaring zien.

Elk stedelijke bestuur is verantwoordelijk voor de werving van een nieuw bestuur voor het volgende jaar. Vanuit Stukafest Nederland stimuleren we hen om een campagne te ontwikkelen die uiteenlopende bevolkingsgroepen aantrekt. Een divers bestuur maakt een toegankelijk festival.

Stukafest streeft naar stedelijke besturen die divers zijn en een brede groep mensen kunnen vertegenwoordigen. Voornamelijk heeft Stukafest een doelgroep voor de besturen op het oog, bestaande uit jongeren en studenten tussen 20 en 25 jaar oud. Verder moet er, om een breed publiek te trekken, ook een brede organisatie zijn die de eigen ervaringen kan delen en kan laten gelden in het beleid. Daarom richt Stukafest zich binnen de doelgroep op een verder gebalanceerde gendermix, bestuurders met een biculturele achtergrond, uit de LHBTI+ gemeenschap of met een beperking. Door een grote diversiteit binnen de besturen te bewerkstelligen blijft Stukafest zich ontwikkelen als een toegankelijke organisatie en een toegankelijk festival.

De festivalbezoekers

De tweede doelgroep zijn de festivalbezoekers. Stukafest focust zich voornamelijk op jongeren die een studie volgen binnen het MBO, HBO of WO, maar jongvolwassenen van 25+ zijn ook zeker welkom bij ons. Stukafest TV, tijdens corona, was bijvoorbeeld een mooie mogelijkheid om een nieuw publiek aan te trekken. In de enquête die wij naderhand naar de bezoekers van Stukafest TV hebben gestuurd, bleek dat 31% van de bezoekers ouder was dan 25 jaar. Een verrassend resultaat, maar ook een mooie realisatie dat Stukafest niet alleen voor studenten is. Jongeren blijven alsnog de grootste doelgroep met 69%. Daarom moedigen wij de stedelijke besturen aan om ook in hun marketingcampagnes diversiteit en inclusie naar voren te laten komen.

Marketing

Wat Stukafest Nederland als overkoepelende organisatie biedt aan de stedelijke besturen willen wij ook uitrusten naar de (potentiële) bezoekers toe. Tevens willen we duidelijk maken een organisatie te zijn

die professioneel maar toegankelijk is. Dit wordt vertaald naar het volgende: alle bezoekers van Stukafest door heel Nederland kunnen bij (de platformen van) Stukafest Nederland terecht voor nieuws over alle stedelijke besturen, festivals, overige evenementen en nieuwe vacatures. Zo wordt het netwerk voor de steden verder verbreed. In conclusie willen wij overal de impressie geven hoe het is om bij Stukafest te zijn, zowel als bezoeker als stedelijk bestuurder, zodat zowel de festivals als ons talentontwikkelingsprogramma wordt gepromoot.

Daarnaast willen wij onze ogen open houden voor vernieuwingen binnen de marketing. Zo wordt er gekeken naar het vernieuwen en verbeteren van de website, zodat de positionering en branding van Stukafest sterker en beter naar voren komt. Verder kijken wij naar nieuwe mogelijkheden in de marketingwereld, zoals het starten met YouTube en TikTok en trends zoals guerrillamarketing.



Foto: Nico Dijkshoorn, Stukafest Leiden 2019

STAKEHOLDERS & POSITIONERING

Stichting Stukafest heeft te maken met een reeks aan verschillende stakeholders; van betrokken regionale besturen tot pers en media contacten. Deze belanghebbende kunnen opgedeeld worden in twee groepen; de interne stakeholders en de externe stakeholders. In de tabel op de volgende pagina is een overzicht te vinden waarin de verschillende stakeholders ingedeeld staan op basis van relatie.

Om de interne stakeholders zo goed mogelijk te betrekken bij de werkzaamheden van Stukafest Nederland worden er op meerdere momenten in het jaar momenten gepland waarbij we samen evalueren, reflecteren en adviseren op elkaar, onze samenwerking en op de toekomst.

Om de marketingdoelstelling, eerder omschreven in hoofdstuk Doelstellingen, te kunnen realiseren in de aankomende edities zal er een sterke focus liggen op de stakeholders die landelijke samenwerkingen met culturele media instanties kunnen realiseren. Dit zal parallel lopen aan de culturele samenwerkingen, aangezien deze partijen ook met een landelijk bereik Stukafest zullen promoten. Zowel offline als online zal Stukafest haar focus leggen op naamsbekendheid, het logisch visualiseren van onze visie en missie en bezoekers zo goed mogelijk informeren over de verwachte belevenis.

We zetten een verdere stap in de professionalisering van onze organisatie, programmering en het talentontwikkelingsprogramma. Wij positioneren ons als een organisatie die een onmiddellijke, maar ook een langdurige impact heeft in de culturele sector.

Stukafest Nederland positioneert zich als een professionele organisatie. Ons team bestaat uit culturele professionals, ieder met een aantal jaar aan ervaring in hun vakgebied binnen de culturele en creatieve sector.

Naast dat de stedelijke besturen meer van het landelijk bestuur kunnen leren, zetten wij ook de deur open naar de kennis die buiten de muren van Stukafest ligt. Binnen het Stukafest netwerk zit een veelheid van culturele professionals met waardevolle kennis. Stukafest Nederland wil daarom partnerschappen aangaan met andere culturele organisaties zodat we samenwerkingen kunnen vormen rondom het organiseren van de festivals. Hiermee verbindt Stukafest zich actief met andere culturele organisaties en de culturele sector. De kennis van ons netwerk wordt gedeeld in workshops die worden gegeven tijdens onze bootcamps. Ons netwerk, bestaande uit organisaties als Delft Fringe Festival, Oerol Festival, Het Nationale Theater en Voordekunst, stellen zich ook open om benaderd te worden voor vragen vanuit de stedelijke besturen.

Wij streven ernaar om met meer culturele organisaties samen te werken om het netwerk van kennis en informatie te vergroten. Binnen de sector willen we bekendstaan door de taak die we hebben om bij te dragen aan de ontwikkeling van de nieuwe generatie culturele professionals. We willen gezien worden als een waardevolle ervaring bij het zetten van de eerste stappen in cultureel management.

Dat willen we doen door samen te werken met andere culturele en educatieve organisaties.