



STUKAFEST

Jaarverslag 2021-2022

Algemene gegevens

Het landelijke bestuur van Stukafest is bij de Kamer van Koophandel bekend onder de volgende gegevens:

- Naam: Stichting Stukafest
- KvK-nummer: 09157251
- Statutair doel: Een bijdrage te leveren aan de sociaal culturele, educatieve vorming van studenten

Missie

Stukafest Nederland zet zich in om bij te dragen aan een toegankelijke en diverse culturele sector waar jongeren zich in vrijheid kunnen ontwikkelen. Cultuur draagt bij aan de vorming van je identiteit. Dit is vooral relevant voor jonge mensen die aan het ontdekken en definiëren zijn wie ze zijn. Cultuur moet een open en gastvrije ruimte zijn waar iedereen kan nadenken over zijn eigen rol in de samenleving. Om mensen in staat te stellen in vrijheid zich te ontwikkelen, moet cultuur voor iedereen toegankelijk zijn, ongeacht hun situatie. Hier ligt het belang van een culturele sector die bestaat uit culturele professionals die zich inzetten voor diversiteit en toegankelijkheid.

Visie

Stukafest Nederland streeft deze missie na door bij te dragen aan de ontwikkeling van opkomende culturele professionals. Wij geloven dat, om impact te hebben op de culturele sector, we eerst impact moeten hebben op de mensen die de sector maken. Onze ambitie is dat de aanstormende cultuurmanagers die deelnemen aan ons talentontwikkelingsprogramma een positieve impact hebben op de culturele sector van de toekomst. Als jonge culturele professionals leren een toegankelijk en divers festival te organiseren binnen het Stukafest-ecosysteem, kunnen ze in de toekomst diverse en toegankelijke ruimtes creëren.

Inleiding

Ondanks de onzekere start van dit Stukafest jaar, hebben onze steden zich door deze onduidelijke tijden heen weten te slaan. Al onze 11 steden hebben een prachtig Studentenkamer Festival weggezet, al dan niet op een studentenkamer! Vanwege de COVID-19 maatregelen die in december bekend werden gemaakt, zijn al onze steden flexibel omgegaan met hun originele plannen voor het festival. Bijvoorbeeld Stukafest Leiden, zij hebben hun festival op de geplande datum van 13 februari plaats laten vinden. Zij vonden een samenwerking met European City of Science Leiden 2022 en maakten samen een festival die liet zien dat kunst en wetenschap prachtig met elkaar verweven zijn. De rest van de steden hadden besloten hun festivals uit te stellen en deels aan te passen. Dit hield in: grotere locaties waar 1.5 meter afstand gewaarborgd kon worden. Deze locaties waren soms geen Studentenkamers, maar wel locaties waar de ambiance van Stukafest terugkwam. Met veel opluchting van de besturen konden vele steden hun originele plannen doorzetten na de opheffingen van de COVID-19 maatregelen. Door al deze snelle veranderingen in plannen, hebben onze besturen aanvullend veel ervaring en organisatorische flexibiliteit opgedaan en leerden ze hoe ze later in hun carrière een cultureel festival kunnen organiseren, ook in snel veranderende tijden. Ze hebben geleerd hoe ze snel de knoop moesten doorhakken en de nieuwe plannen moesten doorzetten. De meeste plannen van de steden hebben door hun inzet hierdoor kunnen plaatsvinden.

De ambitie van Stukafest Nederland om te professionaliseren is minder goed gelukt. In juli 2021 begon een incompleet team van drie aan het project, onder de veronderstelling dat er budget was voor betaald werk. In oktober kwam een nieuwe fondsenwerver in het team en al snel bleek dat de begroting niet haalbaar was. Hierdoor vielen na een paar maanden twee teamleden weg. De overgebleven teamleden bleven hard werken om de steden te adviseren en hen te helpen bij hun organisatie. Uit de evaluatie bleek dat de steden dankbaar waren voor de begeleiding die aangeboden werd.

Activiteiten 2021-2022

Stukafest is een cultureel festival, verspreid door heel Nederland. In 2020-2021 vond het festival plaats in 11 steden. Zoals eerder besproken, heeft een groot aantal steden hun festival uitgesteld. Door dit uitstel konden zij hun festival laten plaatsvinden zoals van plan was, tot op zekere hoogte. Een aantal steden vonden nieuwe locaties, maar velen konden hun festival zoals gepland laten plaatsvinden. Steden hadden als plan om een divers en bereikbaar festival te organiseren.

Stukafest Nederland had twee bootcamps op de planning. Bootcamps zijn dagen waar alle besturen samenkomen om vele workshops te volgen. Het eerste bootcamp vond plaats op 25 juli. De tweede bootcamp vond plaats op 13 september. Tijdens de bootcamps waren workshops over fondsenwerving, vrijwilligerscoördinatie en boekhouden.

De steden gaven op het tweede bootcamp aan dat ze graag nog een bootcamp zouden willen. Stukafest Nederland luisterde naar hun wensen en organiseerde een derde bootcamp op 7 november. Op dit bootcamp vond een paneldiscussie plaats met Stukafest Alumni, hierbij lag de focus op het bespreken van Stukafest specifieke zaken. Besturen konden vragen stellen aan de panelleden die al ervaring hebben met het organiseren van Stukafest. Op alle bootcamps was het belangrijk voor de besturen om contact te maken met de andere steden, om zo hun netwerk te verbreden. Besturen die contact hadden gelegd op bootcamps waren naderhand meer geneigd om aan hun Stukafest collega's hulp te vragen wanneer ze problemen hadden. Zo hebben wij die drempel verlaagd.

Hiernaast gaf het team ook gespecialiseerd advies aan de steden. Dit houdt in dat bepaalde steden meer begeleiding nodig hadden bij verschillende uitdagingen. Leeuwarden had bijvoorbeeld erg intensieve begeleiding nodig bij hun fondsenwerving, terwijl Leiden dit nodig had bij hun marketing. Hiernaast heeft elke stad meerdere sessies gehad over hun begroting, fondsenwerving, boekhouding, programmering en marketing. Verder zijn er ook nog extra advies-sessies gehouden, zoals een presentatie over BTW-aangiften.

Evaluatie

Uit onze survey bleek dat het grootste deel (28%) 21 jaar, vrouw (70%) en aan de universiteit studeert (72%) . Bijna alle (94%) bestuursleden wonen in de stad waar ze Stukafest organiseren. Na het organiseren van Stukafest, is 64% van de deelnemers van plan hun carrière in de culturele sector door te zetten.

Uit onze evaluatie bleek dat het grootste deel van de besturen een goede samenwerking hadden in hun team. Een enkele stad had problemen met bestuursleden die hun taken niet verrichtten, of het team verlieten. De steden apprecieerden de steun die vanuit Stukafest Nederland werd gegeven rondom deze situaties, maar ook het protocol die was opgesteld voor conflicten. Toch voelden sommige steden een drempel om ons te contacteren met bepaalde problemen die zij ondervonden: bij bepaalde uitdagingen dachten ze niet aan het nationale team om hen te hulp te schieten. Het merendeel van de steden had baat bij de begeleiding die zij ontvingen. Ook bleek dat ons communicatieplatform, Basecamp, minder werd gebruikt dat wij hadden verwacht, daarom hebben we de keuze gemaakt om dit abonnement stop te zetten.

Partners

Dit jaar had Stukafest een aantal samenwerkingspartners, waarmee de Stukafest besturen in contact zijn gebracht. Tapas Theater en Camaretten zijn partners van Stukafest, zij helpen de steden met hun programmering. De besturen mochten naar de verschillende voorstellingen komen om de artiesten daar te scouten. Naderhand gingen zij in gesprek met de programmeur van de organisaties om vragen te stellen over programmeren voor festivals en andere relevante zaken. Tapas Theater en Camaretten hielp de steden vervolgens om de acts te programmeren, een aantal steden hadden hier dankbaar gebruik van gemaakt.

We Are Public was dit jaar een nieuwe partner van Stukafest. Zij bieden een maandelijks abonnement waarbij hun klanten kaarten voor culturele voorstellingen kunnen boeken met een hoge korting. De steden waarin WAP actief is, zijn kaarten voor Stukafest gereserveerd. Deze tickets zijn vergoed aan de steden. Door deze samenwerking heeft Stukafest een nieuw publiek bereikt dat normaal gesproken niet in contact zou zijn gekomen met ons festival.

Studentendrukwerk is een commerciële partner van Stukafest. Doordat onze doelgroepen overeen komen, zijn wij tot een akkoord gekomen waarbij onze Stukafest steden een kortingscode kregen van 25%.