

Het  
Markttheater  
Jaarverslag  
2022



# INHOUDSOPGAVE

1. Activiteitenverslag	4
1.1 TERUGBLIK	4
1.2 PRODUCTIES	5
DE PIEPLESHOW 1	5
1.3 PRESTATIEOVERZICHT	7
1.4 PUBLIEK	7
2. Het bestuursverslag	10
2.1 BESTUUR & DIRECTIE	10
2.2 ORGANISATIE	11
2.3 FINANCIËN & BEDRIJFVOERING	11
2.4 RISICOANALYSE	13
2.5 VERANTWOORDING CODESCULTUURSECTOR	15
2.6 ONDERTEKENING BESTUUR & DIRECTIE	17
3. Jaarrekening	



# 1. Het activiteitenverslag

## 1.1 TERUGBLIK

Er valt op genoeg terug te kijken. 2022 was een jaar met pieken, uitdagingen en een nieuwe koers voor Het Markttheater. Allereerst tekent het jaar zich door het versoepelen van de coronamaatregelen. In de winterperiode troffen we voorbereidingen om eindelijk weer de markt te kunnen betreden. Dat was een verademing. Om eindelijk weer oog in oog te staan met zoveel mensen en burens. Om urgente maatschappelijke thema's bespreekbaar te maken op de markt. We hadden – net als veel andere gezelschappen – een pittige periode achter de rug door de coronamaatregelen, waarin het lastig was om aan onze missie te werken: nieuw leven blazen in het theater op de markt. Na lange tijd konden we eindelijk weer handen schudden met de visboer en met bewoners.

Wij, Het Markttheater, zijn een gezelschap dat theater op de markt nieuw leven inblaast. De markt is ons thuis en de plek waar we willen spelen omdat we hier de gehele samenleving ontmoeten. Deze publieke ruimte is voor ons de aangewezen plek om een nieuw en relevant volktheater te ontwikkelen voor alle lagen in de samenleving. We spelen onze voorstellingen midden op het marktplein, met opvallende decors, een open publieksoptelling en een warm welkom van ons ensemble en onze partners. Sinds ons bestaan hebben we twee evoluties doorgemaakt, en daarmee drie totaal onderscheidende artistieke fases. De eerste twee jaar programmeerden we voorstellingen van andere gezelschappen op markten. De vertaalslag van het theater naar de weerbarstige omgeving van de markt en haar diverse publiek bleek vaak erg groot. Daarom werd in 2019 de keuze gemaakt om op projectbasis zelf voorstellingen te produceren met externe makers en spelers. In 2019 ontwikkelde Het Markttheater de voorstelling *Sores in de City* over de keerzijde van gentrificatie. Deze voorstelling sloeg aan op de Dappermarkt, en liet zien welke richting we op moesten gaan. Tegelijkertijd ontstond de wens om toneelspelers en theatermakers langdurig te betrekken om zo een eigen werkwijze te kunnen ontwikkelen die gericht is op de markt. Daarom is na de corona-periode in 2022 de basis gelegd voor een zelfstandig gezelschap met een vaste artistieke kern en een betrokken ensemble. De artistieke kern bestaat momenteel uit Sean Hauser en Justin van der Veen. Sinds 2022 is de Dappermarkt ons thuis, waar we ook kantoor houden en sinds kort zelfs een anti-kraak ruimte beheren. Daarnaast zijn we geregeld te vinden op de Sunday Market en de Binnenrotte Markt. Alle drie onderscheidende markten die we graag bespelen.

Dit jaar waren er ook belangrijke ontwikkelingen achter de schermen. Vanuit het werken op projectbasis met diverse wisselende makers zette Sean Hauser de stap om toe te bouwen naar een collectieve kern. Om van een 'ik' een 'wij' te maken. Community maker Lars Kommers sloot zich in het najaar van 2021 aan als kernlid. Met zijn komst zijn in 2022 belangrijke stappen gezet om onze community in Amsterdam Oost rond de Dappermarkt op te bouwen en participatieve trajecten rond de projecten te ontwikkelen. Vervolgens sloot Justin van der Veen zich aan. Justin is een bevlogen theatermaker, acteur en docent die ervaring heeft met collectieve werkmethodes. Hij heeft affiniteit met onze missie en brengt expertise mee in het spelen en maken met een Amsterdamse branie, die noodzakelijk is voor het diverse publiek dat wij bedienen. Ook Justin besloot al zijn vrije tijd te investeren in het vormen van dit collectief en hij wist al snel de connectie te vinden met het spelen op de markt. De aanvulling in het team was niet alleen van grote betekenis voor Sean Hauser, maar vooral voor de organisatorische en artistieke ontwikkeling van Het Markttheater. De kern is gelegd voor een collectieve kern en een betrokken ensemble dat vanuit een artistieke eigenheid een relatie opbouwt met de markt.

Vanaf april besloten we om elke week kantoor te houden op de Dappermarkt. De markt waar iedereen zich meteen thuis voelt. Het wekelijks samen komen was belangrijk in verschillende opzichten. Het maakte structureel contact mogelijk met bewoners en ondernemers. En we konden nieuwe makers meteen op de markt uitnodigen en kennis laten maken met de sfeer. In samenwerking met de buurtmakelaars van Stadsdeel Oost ontwikkelden we een co-creatie plan voor het Dapperplein. Tot op zekere hoogte is het goed gelukt om bewoners te betrekken, maar er is meer tijd nodig om dit plan echt handen en voeten te geven.

Na weken van kantoorhouden en broeden op nieuwe plannen met het nieuwe kernteam, besloten we om de originele plannen voor 2020 in de kast te leggen, en vanuit een frisse blik een nieuw voorstellingsplan te ontwikkelen voor de zomer van 2022. Vanuit de behoefte om te experimenteren en montage-theater te maken, ontstond het concept voor *De Piepleshow 1*. Na lange tijd speelden we vanaf eind augustus eindelijk weer op de markt. We begonnen met een reeks voorstellingen op de Dappermarkt. Het was ook bijzonder om weer op de Sunday Market te spelen. 2022 tekende zich ook door het uitbreiden van de steden waar we mee samenwerken. Voor het eerst verlieten we de ring van Amsterdam om in Rotterdam te spelen op de

Afrikaandermarkt en Oogstmarkt. Wij hadden met andere uitdagingen vandoen dan de gezelschappen in de theaterzaal, waar het publiek nog niet in grote getalen terugkwam. Op de markt moet bepaalde publiek nog aan ons wennen, op sommige markten in de positie nog niet ideaal, en hebben we nog te maken met beperkte budgetten voor communicatie. Echter zien we veel potentie, raken bepaalde publieksgroepen steeds meer betrokken. Die kijken eerst van een afstand, maar wagen het bij speeldag drie om te komen zitten. Theater kan (en is) voor vele mensen een ver van hun bed-show. Dat ervaren wij zeer direct op de markt, maar door vol te houden en een open uitnodiging te blijven geven, groeit het vertrouwen dat het publiek ons stap voor stap aan het waarderen is op de markt. Ook bij veel ondernemers zien we dit proces. Het beeld dat sommige hadden van ons, dat van subsidie sleurpers en lulakken, veranderd steeds meer in oprechte waardering en samenwerking.

Ongeacht de uitdagingen en het beperkte budget, is 2022 een belangrijk jaar geweest voor de groei van Het Markttheater. We kijken terug met een trots gevoel en zijn optimistisch over de toekomst.

## 1.2 PRODUCTIES

### De Piepleshow 1

#### Publiciteittekst

*De Piepleshow 1* is wervend theater voor jong en oud. Zoals je van ons kan verwachten, midden op de markt. In een potpourri aan verkleedpartijen, liedjes, sketches, actietheater, gesprekken en satire brengen we verschillende werelden samen. Van oud-Mokum tot Molière, van Monty Python tot Buena Vista Social Club. We nemen je mee door de krochten van de stad en gaan we met de actualiteit aan de haal. Verwacht elke week verschillende acteurs en versgebakken scènes. Voor de acteurs van Het Markttheater is *De Piepleshow 1* een plek om op nieuw materiaal te broeden en de buurt te ontmoeten.

#### Evaluatie

We kijken tevreden terug op het proces en het resultaat van *De Piepleshow 1*. Het project werd geboren vanuit de nieuwe kern van het Markttheater. Al snel besloten we om niet *De Levende Kranten DE OOGST 1* verder te ontwikkelen, maar kozen we voor een concept waarmee we op laagdrempelige wijze collectief werken konden onderzoeken. We konden nieuwe makers ontmoeten, en een montagevoorstelling van acts ontwikkelen die zich continue aan de wetten van de markt meet. Vanuit onze transparante en open maak- en speelwijze onderzochten we welke scènes werkten op de markt, in de open lucht en voor een divers publiek.

Het proces begon bij ons op het Marktterras waar we in een paar dagen tijd met een aantal van de ensembleleden (waaronder Kathlyn Wuyts, Semna Segal, Edo Stolk, Sannah Aukes en Emma Remmelts) een lijst van scènes ontwikkelden. Daarvanuit ontstond een volgorde en een dramaturgie voor de voorstelling. Het uitgangspunt was: experimenteren, breed onderzoeken wat er werkt op de markt. Dat geldt voor elk project, maar in *De Piepleshow 1* maakten we daar veel ruimte voor door montage, waar verschillende verhalen en thema's naast elkaar kunnen bestaan. Justin van der Veen leidde de troepen, en zorgde voor de coördinatie van de spelersgroep. Met zijn ervaring lukte het goed om het vertrouwen op te wekken bij de spelersgroep, om in korte tijd geschikte scènes te maken en als ensemble de markt te bespelen.

Voor *De Piepleshow 1* taptten we uit bestaand werk, onder andere van de Franse komedieschrijver Molière, de Britse komediegroep Monty Python en maakten we muzikale vertalingen van Natalia Lafourcade en Buena Vista Social Club. Daarnaast ontwikkelen de spelers zelf nieuwe liedjes en dialogen geïnspireerd op ontmoetingen op de markt. Het geheel aan scènes werd vervolgens op een dynamische manier aan elkaar geregen. *De Piepleshow 1* hanteert dezelfde dramaturgische logica als genres zoals vaudeville of de revue; de scènes zijn over het algemeen kort, verrassend en hoog van tempo, en iedere scène contrasteert in hoge mate met de vorige. Daardoor ontstaat een dynamiek die niet alleen vrolijk en energiek is, maar ook de aandacht trekt en de concentratie van publiek weet vast te houden. De voorstellingen (we spreken van meervoud omdat *De Piepleshow 1* elke dag net anders kon zijn) beginnen steevast met een informele proloog, waarin het publiek ongedwongen wordt verteld wat het kan verwachten. Ook hebben we een balans gezocht tussen universele en absurdistische scènes en scènes die zich meer toespitsen op de locatie en het leven in de stad. Naast de tekstuele scènes heeft de voorstelling veel fysieke, beeldende en muzikale kwaliteit gekregen. De artistieke zoektocht naar het juiste materiaal laat zich sterk dicteren door de praktijk: onze werkwijze is wat dat betreft verwant aan die van stand-up comedians, die hun voorstellingen eerst ontwikkelen door try-outs en grappen uitproberen op een publiek. Het bijzondere aan *De Piepleshow 1* is dat een veelvoud van thema's, sferen en vormen naast elkaar kunnen bestaan. Daardoor is het in de vorm een spiegel van de markt, waar ook een grote variëteit van gesprekken, mensen en gebeurtenissen naast elkaar bestaan.

Voor de voorbereiding konden we dit jaar slechts drie dagen uittrekken. Het was een duik in het diepe, steunend op improvisatie, maar het was voldoende. In de toekomst zetten we in op meer repetitietijd voor meer artistieke verdieping. Een goed voorbeeld hiervan is de scenografie. Scenograaf Thomas Maas wist – in samenwerking met de groep – in rap tempo een effectieve scenografie te maken, alleen kan de beeldtaal van de voorstelling veel rijker worden als de scenograaf meer tijd had en kon reflecteren op het gemaakte materiaal.

De voorstelling ontwikkelde zich naarmate de speeldagen vorderden, doordat we als groep al doende op elkaar raakten ingespeeld. We beheersten scènemateriaal steeds meer en konden geraffineerder parade maken. In parade maken begeven we ons over de markt en op de speellocatie voor aanvang, om het publiek te betrekken. We omarmen deze procesmatige en lerende manier van maken, we geloven dat je geen ‘af’ product kunt creëren vanuit een repetitielokaal. Zeker niet als er op de markt wordt gespeeld in plaats van in het theater. Zoiets zou ook zorgen voor een discrepantie tussen de voorstelling en de markt zelf. Doordat *De Piepleshow 1* altijd in ontwikkeling is, blijft er ruimte voor nieuwe vondsten en ontdekkingen en raakt de voorstelling vanzelf verbonden met de markt. Zo ontstaat er een artistiek laboratorium waar nieuwe samenwerkingen kunnen worden onderzocht, en we ruimte kunnen geven voor verse inbreng, zowel van onszelf als van de buurt. Het is een werkhouding die een bepaalde onzekerheid met zich meebrengt en waarbij je het risico neemt dat er soms wel eens iets mislukt, maar we vertrouwen erop dat deze invalshoek op de lange termijn altijd haar vruchten afwerpt. Zeker wanneer we in 2023 meer voorbereidingstijd hebben, we als collectief verder zijn gegroeid en we gerichte begeleiding integreren in het maakproces.

In 2023 ontwikkelen we *De Piepleshow 2*, waarvoor gaan samenwerken met welzijnsorganisatie Dynamo, diverse bewoners en een hecht ensemble. We ontwikkelen het concept verder, het is artistiek laboratorium en voorstelling ineen, waarmee urgente maatschappelijke thema's bespreekbaar worden gemaakt op de markt.

Het participatie traject is een nieuwe stap die ons veel zal bieden in het aangaan van nieuwe verbindingen met buurtbewoners. In 2022 zetten we een eerste stap. Op organische wijze heeft Melanie Brown (jonge bewoner van het Dapperplein) meegespeeld: een danstalent dat verknocht raakte aan ons, elke week bij ons aanschoof op Het Marktterras en meewerkte in het parade maken. Het bijzondere is dat we haar zullen blijven ontmoeten en zo langere relaties opbouwen met buurtbewoners.

## Credits

**Van, met, door** | Justin van der Veen, Kathlyn Wuyts, Edo Stolk, Semna Segal, Martijn Huisman, Emma Remmelts, Sean Hauser, Lars Kommers, Sannah Aukes, Mathieu Wijdeven, e.a. **Muziek** | Edo Stolk **Scenografie** | Thomas Maas **Participatie** | Lars Kommers **Marketing** | Fleur Cecile **Grafisch ontwerp** | Isabel Valstar **Campagnebeeld** | Sabine Rovers

**Met dank aan:** Jaïr Stranders, Dick Hauser, Roy Flantua, Reggie Hoogvliets, Wouter Stoeken, Romano Mormon, Marktbureau Amsterdam, Dappermarkt, Sunday Market, Afrikaander markt, Oogstmarkt

**Première** 27 augustus

**Speelperiode** 27 augustus t/m 5 november

**Speelburten** 18

**Locaties** Dappermarkt, Sunday Market, Afrikaandermarkt, Oogstmarkt



## 1.3 PRESTATIEOVERZICHT

datum	titel	locatie	regio	totaal bezoekers	waarvan vrij	waarvan gereserveerd
27 aug	De Piepleshow 1	Dappermarkt	Amsterdam	95	92	3
3 sept	De Piepleshow 1	Dappermarkt	Amsterdam	130	130	0
4 sept	De Piepleshow 1	Sunday Market	Amsterdam	178	170	8
10 sept	De Piepleshow 1	Dappermarkt	Amsterdam	115	112	3
17 sept	De Piepleshow 1	Afrikaandermarkt	Rotterdam	35	35	0
23 sept	De Piepleshow 1	Dappermarkt	Amsterdam	85	80	5
1 okt	De Piepleshow 1	Dappermarkt	Amsterdam	122	115	7
2 okt	De Piepleshow 1	Dappermarkt	Amsterdam	180	175	5
5 nov	De Piepleshow 1	Oogstmarkt	Rotterdam	144	144	0
3 dec	De Piepleshow 1	Oogstmarkt	Rotterdam	175	175	0
4 dec	De Piepleshow 1	Sunday Market	Amsterdam	165	165	0
	<b>36 voorstellingen/ 12 speeldagen</b>	<b>TOTAAL BEZOEKERS</b>		<b>1424</b>		
	<b>2 geannuleerd</b>	<b>TOTAAL BEZOEKERS VRIJ</b>			<b>1393</b>	
		<b>TOTAAL BEZOEKERS GERESERVEERD</b>				<b>31</b>

## 1.4 PUBLIEK

### Publieksaantallen

Nu de coronacrisis voorbij is, konden we weer zonder beperkingen publiek ontvangen op de markt. In 2022 hebben we in totaal 1393 bezoekers bereikt tijdens 36 speelbeurten, met een gemiddelde van 38 bezoekers per voorstelling. Dit bezoekersaantal lag lager dan het gemiddelde van voor de coronacrisis (85 bezoekers per voorstelling). Van een bezettingsgraad spreken we niet bij Het Markttheater. We reflecteren niet op de bezettingsgraad, omdat we per markt reageren op het publiek dat zich aansluit. We beginnen met een kleine publieksofstelling en voegen daar stoelen en staanplaatsen aan toe. Dit lagere gemiddelde komt mede doordat er minder is gespeeld op de Sunday Market, waar het meeste publiek wordt ontvangen, maar ook omdat we op de andere markten nieuwe speelplekken hebben ontwikkeld. En daarnaast is er minder ingezet op marketing, en was het publieksaantal op de markten zelf ook nog lager doordat publiek in minder grotere, dan voor de coronacrisis, op de markten kwam. Toch zijn we tevreden met het publieksaantal, ook in verhouding tot de lage bezoekerscijfers in het reguliere theatercircuit in deze periode.

We halen vanzelfsprekend onze publieksbereikdoelstelling voor dit jaar (6720 gemiddeld bij diverse fondsen) niet. Mogelijk moeten we het doel van 85 bezoekers per voorstelling (op basis van 2019) voor nu terugschalen om een realistischer beeld te scheppen van het huidige publieksbereik. We hadden natuurlijk postcorona gehoopt dat de voorstellingen vol bezet zouden zijn op alle markten waar we speelden. Dat miljoenen publiek hopen we in 2023 wel te bereiken. We zijn ervan overtuigd dat er een grotere groep op de marktlocaties te bereiken is waar we mee samenwerken. De theaters lijken het de komende tijd moeilijk te hebben met het bereiken van het breed publiek. Wij doen ons best om dat publiek op de markt te bereiken. Dit gaat lukken door:

1. Artistiek meer aansluiting te vinden bij de diverse groep
2. Betrokkenheid van sleutelfiguren uit de buurt en door participatie
3. Intensievere communicatiecampagne
4. Centraler op de markt te kunnen gaan spelen.



Toch zien we dat we een divers publiek hebben bereikt. De samenstelling van ons publiek is erg divers. Op alle markten zien we mensen terug uit verschillende lagen van de samenleving. We spreken veel mensen die aangeven dat ze nooit naar theater gaan. Dat geeft zoveel kracht en motivatie om te spelen op de markt. We ontvangen veel mooie reacties van buurtbewoners in Amsterdam Oost die het van belang vinden dat er theater op de markt is. We raakten onder andere veel in contact met bewoner Naomi Brown die midden op het Dapperplein woont.

*“Kunst en cultuur zijn een educatief onderdeel waarvan je kan leren. Door deze shows stimuleert het Markttheater zoveel mogelijk mensen om kennis te maken met kunst en cultuur. Ook is het prachtig om te zien hoe het wordt uitgevoerd in de vorm van zang en dans. Daarnaast is het een leuke bijeenkomst waar je bij elkaar komt in deze open vrije ruimte op het Dapperplein en leuke verhalen worden uitgebeeld voor zowel voor jong en oud. Er is veel belangstelling in de open ruimte hiervoor waar eenieder zich op zijn gemak voelt.”*

Naomi Brown (Bewoner Dapperbuurt)

Haar reactie laat zien dat veel bewoners geïnteresseerd zijn in theater, vooral wanneer dat op een plek plaatsvindt waar ze zich thuis en op hun gemak voelen.

## Spreiding

Het Markttheater is zich ervan bewust dat ze niet bijdraagt aan regionale spreiding van het theateraanbod. In 2021 speelden we in Amsterdam en Rotterdam: steden die in de Randstad liggen waar veel cultuuraanbod is. We zetten het gesprek voort met partner Centrale Vereniging voor Ambulante Handel. Er liepen gesprekken met de marktcommissies van de markten in Den Bosch, Middelburg en Groningen. De markten zijn momenteel nog aan het bijkomen van corona en hebben te dealen met een slinkende omzet door de energiecrisis. De bovengenoemde markten willen momenteel niet in zee met Het Markttheater. Er lopen nu wel gesprekken met warenmarkt in Delft die wil samenwerken. Het heeft vooralsnog tijd nodig om nieuwe samenwerkingen met markten in andere regio's te realiseren. Het Markttheater blijft zich oriënteren, want er liggen nog veel kansen in andere regio's. Maar voor nu vestigen we vooral de aandacht op Amsterdam en Rotterdam, de steden die ons omarmen.



## Campagnes

### De Piepleshow 1

Er zijn bescheiden stappen gezet om *De Piepleshow 1* te promoten aan een breed publiek. Deze keuze is dit jaar gemaakt om postcorona – met een beperkte repetitietijd – in alle rust te maken en onderzoeken. Met een beperkt budget hebben we ons vooral gericht op mond-tot-mond reclame en een kleine flyeractie op en rond de markten. Daarnaast gebruikten we diverse social mediakanalen om de voorstelling te promoten. Hierin is de ondersteuning van een marktpartner zeer belangrijk, zij hebben een groot bereik op social media. Zij stomen als het ware het publiek al warm om naar de markt te komen wanneer Het Markttheater er ook is.

Er is soms het idee dat Het Markttheater alleen spontaan mensen bereikt, maar dit jaar toonde aan dat er ook speciaal mensen naar de markt komen om onze voorstellingen te bezoeken. We hebben buurtbewoners en andere doelgroepen welkom geheten, waarvan sommige voor het eerst ook reserveerden. We zagen dat mond-tot-mond reclame goed werkt, omdat we over een lange periode actief zijn op de Dappermarkt. Waar veel theatergezelschappen na een of twee dagen al naar het volgende theater gaan, geven wij het publiek de gelegenheid om weken later te komen kijken als het nieuws zich heeft rondgezongen in de buurt.

Het campagnebeeld was eenvoudig, volks, gezellig, en geschoten op de Dappermarkt. Met huisfotograaf Sabine Rovers kozen we voor een portretfoto met ensembleleden en betrokkenen uit de omgeving, waaronder buurtwerkers en ondernemers. Dit zorgde al voor een goede buzz op de markt en in de omgeving.

We kozen ervoor om voor de eerste editie van *De Piepleshow 1* geen pers te benaderen. De voorstelling is in een aantal dagen gemaakt, en we wisten niet goed of het resultaat goed genoeg zou zijn. We zijn uiteindelijk tevreden met het resultaat, maar ook blij dat er geen pers is uitgenodigd. We willen ons hiermee eveneens hard maken voor het maken en presenteren van onderzoeksmateriaal. En zelfs zonder persaandacht garandeert Het Markttheater publiek.

## Reacties op het werk

*“Het Markttheater is geen zaak voor later. Het behoort tot een behoefte. Op de plaats waar wij allen onze eerste levensbehoefte doen, de markt, is Het Markttheater een belangrijke schakel voor verbinding.”*

Roel Sardjoe (Sardjoe's Bara & Beer)

*“Het Markttheater op het Dapperplein vervult het verlangen naar de vrije ruimte. Vrije ruimte waar, los van economische belangen, gezegd kan worden wat anders onbesproken blijft. Een ruimte om te spelen, uit te dagen, uit te drukken, verbindingen tot stand te brengen. Het Markttheater verzorgt een essentieel deel van deze programmering voor het Dapperplein en de Dapperbuurt. Dat is veel meer dan een daalder waard.”*

Luca van der Putten (Stadsingenieur, bewoner Dapperbuurt)

*“Ik heb Het Markttheater nu een keer gezien. Ik vond De Piepleshow 1 geweldig!”*

Habiba Bouanan (oprichter Prachtvrouwen, bewoner Dapperbuurt)

*“Wat ik leuk vond aan De Piepleshow 1 was de veelzijdigheid en de locatie. De Dappermarkt is van iedereen en je vindt er ook iedereen, vanuit alle lagen, hoeken en gaten van de bevolking. Een mooie plek dus voor ontmoeting. Daarnaast ben ik altijd enthousiast over kunst met een maatschappelijke doelstelling en in de openbare ruimte. Niet elitair, maar voor iedereen! Mijn kinderen zitten op school in de buurt van de Dappermarkt en ik vind het leuk als ze in aanraking komen met theater op een heel natuurlijke en low-profile manier. Ik hoop dat jullie met jullie theatergroep op deze manier kinderen bereiken die niet vaak naar theater gaan en mensen even uit hun normale leven kunnen trekken en vrolijkheid bezorgen, maar mogelijk ook een nieuwe gedachte of ingeving!”*

Iwanna Swart (buurtbewoner, Dapperbuurt)

# Het Bestuursverslag

## 2.1 BESTUUR & DIRECTIE

### Bestuur

De samenstelling van het bestuur is in 2022 niet veranderd. Echter gaan we in 2023 wel op zoek naar nieuwe bestuursleden die de functie van voorzitter en penningmeester overnemen. Momenteel wordt er een nieuwe secretaris gezocht, aangezien Freek Janssens moest opstappen. We zijn een stichting en werken volgens het bestuur+directie-model. Daarin bepaalt de directie het beleid in samenspraak met het bestuur, het bestuur stelt het beleid vervolgens vast en de directie voert het uit. We onderschrijven de richtlijnen van de Governance Code Cultuur en toetsen deze regelmatig. Het bestuur telt twee personen. Het bestuur is samengesteld op basis van haar inhoudelijke expertise; fondsenwerving, financieel management en bestuurlijke kennis. Zij hebben in 2022 tweemaal vergaderd.

Samenstelling bestuur gedurende 2019:

Namen	Functie	Start termijn	Einde termijn
J. Francisco	Voorzitter	13-03-2017	13-03-2022 (hernoembaar)
N. Duijf	Penningmeester	13-03-2017	13-03-2022 (hernoembaar)

*Jarrod Francisco, voorzitter*

Primaire functie: Algemeen directeur Likeminds  
Nevenfuncties: Lid Raad van Toezicht ArtEZ  
Bestuurslid Summer Dance Festival

*Nora Duijf, penningmeester*

Primaire functie: Zakelijk leider MaxTak  
Nevenfuncties: Stichting Largo (Karel van Laere)

### Directie

De directie bestaat uit artistiek directeur Sean Hauser en de nieuwe zakelijk directeur Emma Hilde Fuchs die in februari 2023 begint. De directieleden functioneren nevensgeschikt met ieder een eigen takenpakket en verantwoordelijkheden, gebaseerd op delegatie door het bestuur. Gezamenlijk zijn de directieleden verantwoordelijk voor de dagelijkse gang van zaken.

*Sean Hauser, artistiek directeur*

Nevenfuncties: Freelance dramaturg, o.a. bij O. Festival en De Nationale Opera

*Emma Hilde Fuchs, zakelijk directeur*

Nevenfuncties: geen

De salarissen komen bij lange na niet in de buurt van de WNT-norm. Een specificatie van de beloningen van bestuur en directie zijn te vinden in de jaarrekening.

## 2.2 ORGANISATIE

### Artistieke organisatie

Het Markttheater wordt artistiek geleid door Sean Hauser, Justin van der Veen en Lars Kommers. In 2022 zijn nieuwe stappen gezet om de artistieke kern te vormen en een betrokken ensemble te ontwikkelen.

De komst van Justin van der Veen en Lars Kommers heeft gezorgd voor een nieuw fundament in de organisatie. Met hun frisse blik op de zaken is er een nieuwe visie ontstaan. In plaats van losse producties te ontwikkelen met diverse groepen makers, wordt er steeds meer vanuit een breed gedragen gedeelde artistieke visie onderzocht en gemaakt. Hierdoor staat Sean Hauser niet meer alleen aan het artistieke roer. De eerste productie *De Piepleshow 1* heeft de contouren gevormd van deze nieuwe artistieke koers.

Makers worden minder ingevlogen, maar raakten in 2022 steeds meer betrokken om vanuit de gedeelde missie een nieuw soort volkstheater op de markt te brengen. Makers uit ons ensemble, zoals Kathlyn Wuyts, Edo Stolk en Emma Remmelts, waren naast hun werk als acteur, ook goed betrokken in het meedenken over het concept, het aanwezig zijn op de markt, en wilden direct mee in de collectieve maakwijze.

De komst van Justin van der Veen in de artistieke kern heeft een nieuwe basis gelegd voor de werkwijze en het opbouwen van vertrouwen bij betrokken ensembleleden om mee te gaan in deze artistieke koers. Er is een belangrijke basis gelegd voor een nieuwe evolutie bij Het Markttheater, maar de ontwikkelingen zijn nog pril en de uitdagingen groot. Er wordt nog steeds projectmatig gewerkt, waardoor er niet de mogelijkheid is om lange lijnen te ontwikkelen, en ensembleleden intensief te betrekken in de conceptfasen en uitvoering.

### Staforganisatie

De organisatie bleef in 2022 stabiel, hoewel er nog belangrijke stappen moeten worden gezet om de organisatie te stabiliseren. Zakelijk directeur Pieter van Adrichem zal vervangen worden door Emma Hilde Fuchs. 2022 stond in het teken van het stabiliseren van de organisatie, mede door een tweejarige ontwikkelaanvraag bij het AFK in te dienen. Daarnaast zijn er belangrijke stappen gezet om met de artistieke kern in kaart te brengen welke andere medewerkers aangetrokken moeten worden.

De productionele ontwikkeling werd in 2022 gecoördineerd door Sean Hauser, maar het gehele ensemble heeft bijgedragen in de productionele realisatie. Deze keuze is gemaakt uit budgetoverwegingen, maar ook om vanuit de artistieke visie te onderzoeken hoe het ensemble vanuit een minimalistische aanpak zelf de productie kon dragen in voorbereiding en uitvoering op de markt. We zetten deze strategie voort in 2023.

De marketingfunctie werd in 2022 met name vervuld door kernlid Sean Hauser. Er is niet veel geproduceerd, daarom is de keuze gemaakt niet iemand aan te trekken.

## 2.3 FINANCIËN & BEDRIJFSVOERING

### Subsidies

We ontvingen in 2022 projectsubsidies van Stadsdeel West en Oost-Amsterdam, en gemeente Rotterdam. De subsidies op stadsdeelniveau werden besteed aan de lokale activiteiten, de bijdrage van Gemeente Rotterdam voor de uitvoering op de Rotterdamse markten.

### Publiekinkomsten

De publieksinkomsten in 2022 liggen hoog omdat er in opdracht van Stadsdeel Oost is bijgedragen aan de agenda co-creatie op het Dapperplein.

### Exploitatieresultaat & financiële positie

Ondanks de keuze om in 2022 minder activiteiten te doen, hebben we toch een goed exploitatieresultaat kunnen behalen, dat is uitkomen op €4.860,-.

We hebben een eigen inkomsten quote (EIQ) van 48% behaald. We zitten daarmee ruimschoots boven de norm van 25% die door het AFK wordt aangehouden.

In 2023 blijven ons richten op het werven van financiering van fondsen. Ook zetten we stappen in het werven van eigen inkomsten, met de Rijsjes en sponsorwerving. De Rijsjes zijn ons eerste eigen product dat we verkopen de Markttheater Kraam. De financiële situatie is ongeacht de succesvolle sponsorwerving nog niet waar we beogen te zijn. Daarom gaan we in 2023 in zee met aantal coaches op het gebied van ondernemen en sponsorwerving.

Er is een begin gemaakt in het opbouwen van een reserve. De quick ratio is verder verbeterd naar 2,2. Hiermee kan aan directe schulden voldaan worden, en zitten we ruim boven de 'norm' van 1. De solvabiliteitsratio komt uit op 59,9% en is daarmee stabiel ten opzichte van vorig jaar.

### **Donaties**

In 2022 speelden we weer tijdens marktjiden waardoor inkomsten uit donaties zijn gestegen in verhouding tot 2021. 2022 had een opbrengst van €1.370,-, gemiddeld €38,05 per speelbeurt. Dit komt in de buurt van de donatie inkomsten voor corona tijd.

### **Bijdrage Beschermengelen**

Het Markttheater heeft een kleine groep Beschermengelen die ons financieel ondersteunen. Het was de intentie om dit seizoen hard te werken aan het Vrienden platform, maar door de coronacrisis hebben we deze plannen moeten parkeren. In 2023 zetten een kleine stap voor het vergroten van ons Vriendenbestand, maar we willen eerst een passende strategie ontwikkelen en begeleiding van coaches op dit vlak.

### **Spreiding**

We zijn in 2022 weer van start gegaan op de Dappermarkt en Sunday Market. De samenwerking met de Van der Pek markt is gestopt. De Dappermarkt is en blijft onze voornaamste speelplek waar we vooral investeren in het leggen van samenwerkingen en het leren kennen van de markt. Daarnaast zijn we van start gegaan op de Binnenrotte Markt in Rotterdam. In samenwerking met Centrale Vereniging voor Ambulante Handel (CVAH) blijven we andere marktlocaties onderzoeken. We zijn ons ervan bewust dat Het Markttheater alleen in de Randstad actief is. Het is echter gebleken zeer lastig te zijn om samenwerkingen aan te gaan met markten buiten de Randstad. Veel markten willen samenwerken maar kunnen helaas de ruimte niet bieden. Het is maatwerk. Er lopen voor 2023 wel gesprekken met de markt in Delft.

### **Vooruitzicht & continuïteit 2022**

2022 was een belangrijk jaar, een nieuw opstartjaar waarin we de markt weer konden betreden. We hebben met de nieuwe artistieke kern een productie ontwikkeld. Er is minder ondernomen in verhouding tot 2021, maar deze rust is ook goed geweest voor de organisatie. Er ligt wel nog veel druk op de kleine organisatie, er was weinig tijd om partners te betrekken, sponsors te werven en onze ambities in ondernemerschap te realiseren. Maar de aandacht die er is gegaan naar het opbouwen van een nieuw artistiek fundament is essentieel gebleken. We gaan met vertrouwen door en bouwen in 2023 aan een gedegen financieringsmix. In 2022 haalden we een grote opdracht binnen van Gemeente Amsterdam, en zetten de eerste stap in Rotterdam, waardoor er nieuwe financieringsmogelijkheden zijn ontstaan, zoals bv van de Gemeente Rotterdam om van start te gaan op de Binnenrotte Markt. We hebben een opdracht ontvangen van Stadsdeel Oost om co creatie te stimuleren op het Dapperplein. We hebben vertrouwen in het voortzetten van de samenwerking met private fondsen. Er zijn goede stappen gezet in 2022; er lopen gesprekken met o.a. Prins Bernard Cultuurfonds en VSB Fonds. In 2023 richten we ons op het stabiliseren van de organisatie, versterken van de artistieke kern en ensemble, partnerwerving en strategie voor sponsorwerving, openen van de Rijsjes bar, en verder wortelen op de Dappermarkt en Binnenrotte Markt.

### **Samenwerkingspartners**

In 2022 hadden we inhoudelijke en financiële partners die bijdroegen aan de ontwikkeling van *De Pieplshow 1*. Er was veel contact met de Sunday Market, Dappermarkt en Binnenrotte Markt, en de betrokken partijen waaronder lokale ondernemers, buurtmakelaars en lokale welzijnsorganisaties.

De samenwerking met het Marktbureau was ook van belang, net als de samenwerking met de Centrale Vereniging voor de Ambulante Handel (CVAH). We hielden nauw contact over de mogelijkheden en toekomstplannen ongeacht de beperkingen in corona tijd.

### **Fondsenwerving**

Er is in 2022 niet veel succes geboekt op het gebied van fondsenwerving, mede doordat er minder aanvragen waren ingediend. Dit rustjaar was ook nodig om de organisatie een jaar te geven om stoom af te blazen. We kijken met veel vertrouwen de toekomst in om de relaties met deze fondsen te bestendigen, en ons verder te oriënteren op andere fondsen. Fondsenwerving blijft een belangrijke focus. Met de juiste zakelijke expertise in huis, en een implementatie van een visie op relatiemanagement, beogen we de relaties met fondsen te verstevigen.

### Sponsoring & mecenasen

De ontwikkeling de Beschermengelen club heeft in 2022 stilgelegen, net als onze doelen om sponsors en mecenasen te werven. We zien hier nog veel mogelijkheden, al bleek het lastig in 2022 door het beperkte publieksbereik om veel nieuwe potentiële vrienden, sponsors en mecenasen te betrekken. We zijn in 2023 voornemens om met de juiste coaching, o.a. van relatiemanager Elsbeth Takkenberg en zakelijk coach Wouter Goedheer, een breed gedragen visie te ontwikkelen in ons collectief en de eerste stappen te zetten in het werven van sponsors en mecenasen.

Onze grootste sponsor – de Sunday Market- kan hun bijdrage nog niet verhogen al zouden ze dat wel willen. Het is voor veel bedrijven en particulieren een onzekere tijd, en we zien dat ondersteuning aan de culturele sector hieronder heeft te lijden. We hebben het doel om in 2023 onze sponsorstrategie aan te scherpen en passende plannen voor te leggen aan betrokkenen ondernemers en geïnteresseerde bedrijven.

### Huisvesting

In 2022 is het kantoor verplaatst naar Klapmutsenveem 26, te Amsterdam. Het binnen kantoor werd afgewisseld op de vrijdagen met het buiten kantoor op de Dappermarkt. Vanuit hier hebben we makkelijk veel gasten uit de buurt kunnen ontvangen, en het bracht ook een bepaalde aandacht in de brainstorm over toekomstige projecten. Aangezien het werken op de markt ons zo is bevallen, is er ook het doel om in 2023 een binnenruimte te vinden op of rond de Dappermarkt.

## 2.4 RISICOANALYSE

De risicoanalyse wordt jaarlijks geüpdatet. Sommige risico's zijn gelijk aan vorig jaar en hebben dezelfde beheersmaatregelen. Andere risico's zijn nieuw of juist verdwenen. Deze risicoanalyse is opgesteld conform aanbevelingen in de Governance Code 2014.

### Artistiek & strategisch

Beschrijving	Risico	Beheersmaatregelen
<u>Sleutelpersoon</u> Het wegvallen van een directeur, artistiek kernlid of andere medewerker heeft gevolgen voor de artistieke kwaliteit van producties, het ontwikkelen van nieuwe plannen en (in het geval van de zakelijke directeur) de zakelijke ontwikkeling van de organisatie.	Gemiddelde kans, middelgrote impact Acceptatie: gemiddeld	1. De artistieke kern stuurt de brede artistieke lijn aan. Als er iemand uit de kern wegvalt kan er nog steeds gecoördineerd worden. 2. Spelers zijn relatief lastig te vervangen. Als we voorzien dat iemand uitvalt, zorgen we voor een understudy. 3. De artistieke kern is goed thuis in de zakelijke kant van de organisatie en kan inspringen als de zakelijk directeur wegvalt.
<u>Nieuw volkstheater</u> We maken voorstellingen in de zeer uitdagende setting van de markt, voor een breed publiek dat weinig of nooit naar theater gaat. De locatie op de markt is nog niet altijd ideaal. Het Markttheater heeft mogelijk in de ogen van fondsen te veel tijd nodig om de missie waar te maken.	Gemiddelde kans, middelgrote impact Acceptatie: gemiddeld	1. Elke voorstelling evalueren we met betrokkenen: makers, spelers, marktondernemers, buurtbewoners, marktbezoekers, ambtenaren en andere betrokkenen uit het publieke domein en marktcultuur. 2. We hechten waarde aan experiment. Dat brengt ons verder. We leren veel van projecten die minder geslaagd zijn. Die evalueren we uitgebreid. 3. door transparant onze uitdagingen te communiceren nemen betrokkenen mee in de zoektocht

### Governance

Beschrijving	Risicocategorie	Beheersmaatregelen
<u>Compliance</u> Het niet volgen van wetten en regels zorgt dat we niet	Kleine kans, grote impact Acceptatie: laag	1. De jaarrekening wordt opgesteld door een ervaren boekhouder (Buro Zaken) .

overkomen als een betrouwbare partner en kan uiteindelijk leiden tot het terugvorderen van toegekende middelen.		2. Het bestuur houdt als controlerend orgaan toezicht op de uitvoering van onze plannen en toetst deze in de tweejaarlijkse vergaderingen.
<u>Kwaliteit bestuursleden</u> De kwaliteit van de bestuursleden bepaalt niet alleen hoe goed er toezicht wordt gehouden, maar het bestuur is ook adviseur voor de directie die daardoor beter functioneert. Door wegval van bestuursleden kan deze steun en controle in gevaar komen.	Kleine kans, gemiddelde impact Acceptatie: laag	1. We zorgen dat er in het bestuur een mix zit van mensen uit de sector, jong en oud, en experts vanuit buiten de culturele sector. 2. Bij de werving kijken we naar Governance Cultuur en Code Culturele Diversiteit.

### Financieel

Beschrijving	Risicocategorie	Beheersmaatregelen
<u>Liquiditeit en investeringsruimte</u> De kosten gaan in de podiumkunsten voor een groot deel voor de baten uit.	Gemiddeld risico, hoge impact Acceptatie: gemiddeld	1. We ontvangen voorschotten van diverse fondsen, en bijdrage van markten, ook kunnen we bij hen lenen als er nog subsidie moet worden ontvangen 2. We zoeken naar extra private middelen
<u>Rapportering</u> Verstrekken van verkeerde informatie aan fondsen.	Laag risico, hoge impact Acceptatie: laag	Door goed te overleggen met de boekhouder en kwartaalcijfers op te stellen.
<u>Eigen inkomsten</u> We bieden voorstellingen gratis aan op de markt. De publieke inkomsten liggen daarom relatief laag.	Gemiddeld risico, hoge impact Acceptatie: laag	1. We zetten intensief in op donaties, het vriendenplatform en ondersteuning van de marktsector. 2. We ontwikkelen ons eigen product de Rijsjes, unieke ijsjes die we op diverse markten verkopen en eveneens een sociaal project waar bewoners aan meewerken

### Operationeel

Beschrijving	Risicocategorie	Beheersmaatregelen
<u>Medewerkers</u> Een hoog verloop tast de continuïteit van de organisatie aan. Daarnaast moeten nieuwe medewerkers nog nieuwe vaardigheden leren.	Hoog risico, hoge impact Acceptatie: gemiddeld	1. We werven nieuw personeel nadrukkelijk met oog op de lange termijn. 2. Als een positie niet ingevuld kan worden werken we tijdelijk met freelancers.
<u>Contracten en aansprakelijkheid</u> Als rechten en verplichtingen niet goed zijn vastgelegd, kan dit leiden tot lagere inkomsten en het beschadigen van relaties met klanten en werknemers. Daarnaast kan het in het slechtste geval ook leiden tot schadeclaims vanwege het onvoldoende of niet nakomen van verplichtingen.	Gemiddeld risico, gemiddelde impact Acceptatie: laag	1. Er zijn standaardcontracten opgesteld voor zowel de verkoop als de medewerkers, zodat er een kleine kans is op onverwachte afwijkende afspraken. 2. Veranderingen in de wetgeving worden gemonitord en hier wordt tijdig op geanticipeerd.
<u>Kwaliteit</u> Kwaliteit van de uitvoering van onze voorstelling is het meest zichtbaar. Maar ook de uitvoering van andere werkzaamheden kan leiden tot fouten die geld kosten of andere vervelende gevolgen hebben.	Gemiddeld risico, gemiddelde impact Acceptatie: laag	1. We ontwikkelen genre breed met veel verschillende makers. De artistiek directeur houdt goed toezicht en is intensief betrokken bij de maakprocessen. Daarnaast raken steeds meer makers thuis in het Markttheater. 2. We zoeken op de best mogelijke manier om met een eindregisseur te werken. We hebben ervoor gekozen de eindregisseur intensiever te betrekken in het maakproces. 3. Met de stafmedewerkers wordt regelmatig

overlegd. Door de kleine informele organisatie is het makkelijk om te overleggen met collega's.

## 3.5 VERANTWOORDING CODES CULTUURSECTOR

Beschrijving	Code Culturele Diversiteit & Inclusie
Startpositie: Hoe is de situatie/toepassing/realisatie bij aanvang van het verslagjaar?	We erkennen het belang van culturele diversiteit en inclusie, omdat we vinden dat theater een publiek goed is, waar iedereen toegang toe hoort te hebben en zich vertegenwoordigd in moet voelen. Dat zijn geen containerbegrippen, maar woorden met een grote relevantie in het vormgegeven van een rechtvaardige samenleving. Toch moeten wij als jonge organisatie nog stappen zetten en blinde vlekken bevragen. En ook realistisch zijn in waar we op ons willen en kunnen richten. We hebben nog geen uitgebreid plan van aanpak ontwikkeld, ook omdat dat nog niet van ons gevraagd is als organisatie die op projectbasis werkt. <del>Toch zien we al verbeterpunten.</del> We willen ons naast etnische diversiteit ook richten op opleiding en klasse achtergrond van nieuwe medewerkers.
Wat was de doelstelling voor het verslagjaar?	<p>Programma</p> <p>Actiepunten: - breder artistiek onderzoek naar niet-westerse theatervormen - ons volktheater vanuit een dekoloniale lens onderzoeken en artistiek integreren – educatieprogramma's opzetten om publiek en scholieren (met diverse achtergronden) onderdeel te maken van het maakproces.</p> <p>Publiek</p> <p>Actiepunten: - meer inclusie uitstralen en praktiseren als gezelschap - kwantitatief en kwalitatief publieksonderzoek om bereikcijfers en waardering te meten bij diverse doelgroepen – educatieprogramma's opzetten voor diverse gemeenschappen – publieksonderzoek om onze producten te evalueren.</p> <p>Personeel</p> <p>Actiepunten: - nieuwe netwerken aanboren om divers personeel aan te trekken – ruimte inlassen voor reflectie aan de hand van een opgesteld protocol - makers van kleur intensief aan ons binden - meer makers uit de laag sociaaleconomische klasse betrekken.</p> <p>Partners</p> <p>Actiepunten: - samenwerken met organisaties die gefundeerde visie op diversiteit en inclusie hebben – in gesprek met partners (zoals Marktcommissies, Buurtmakelaar en coproductanten) - nieuwe partners op lokaal niveau zoeken die onze ambities ondersteunen.</p>
Wat waren de activiteiten/ontwikkelingen in het verslagjaar?	Met de komst van Emma Hilde Fuchs en Jasmijn Schrofer hebben we ons team uitgebreid met medewerkers die vrouw zijn en een bi-culturele achtergrond hebben. We zijn blij met hun betrokkenheid en hun visie op de organisatie. Doordat we weer konden spelen 'op' de markt hebben we weer een breder publiek kunnen bereiken.
Wat is de stand van zaken aan het eind van het jaar en wat is de doelstelling voor het komende jaar?	In de ontwikkeling van het gezelschap zetten we in op het betrekken van een of twee leden met een bi-culturele achtergrond en diversiteit in klasse afkomst. We zetten gericht op projecten die diaspora's direct aanspreken. O.a. door voor het eerst mee te werken met de Keti Koti viering en herdenking.

Beschrijving	Code Cultural Governance
Startpositie: Hoe is de situatie/toepassing/realisatie bij aanvang van het verslagjaar?	Als kleine organisatie is het momenteel nog lastig om de code volledig te implementeren in de organisatie. We realiseren ons dat er stappen gezet moeten worden om de code na te leven. We gaan daar gefaseerd mee aan de slag. Zo maken 2023 we een directiereglement, is er vanaf 2023 een rooster van aftreden en evalueren we vanaf 2023 één keer per jaar. Ook zorgen we voor profielschetsen voor bestuursleden.
Wat was de doelstelling voor het verslagjaar?	Het scherp blijven op de onderliggende waarden en uitgangspunten van goed toezicht houden.
Wat waren de activiteiten/ontwikkelingen in het verslagjaar?	Er zijn twee bestuursvergaderingen geweest, waarin is gereflecteerd op de huidige stand van zaken. Dat is nog te weinig. In 2023 beogen drie keer samen te komen met het bestuur
Wat is de stand van zaken aan het eind van het jaar en wat is de doelstelling voor het komende jaar?	We richten ons op vervanging van de voorzitter en penningmeester. Daarvoor wordt een profielschets opgesteld. Doel is om totaal vier nieuwe bestuursleden aan te trekken.

Beschrijving	Code Fair Practice
Startpositie: Hoe is de situatie/toepassing/realisatie bij aanvang van het verslagjaar?	Als jonge organisatie zien we dat er nog belangrijke stappen zijn te zetten om de Fair Practice Code te hanteren. Dat lukt steeds beter. We zijn met alle betrokkenen in gesprek gegaan om in kaart te brengen wat voor hun belangrijk is om de juiste en veilige werkomstandigheid te creëren.
Wat was de doelstelling voor het verslagjaar?	De tours zijn nog behoorlijk versnipperd. We zijn afhankelijk van speeldagen in het weekend, maar we willen ensemble leden in de toekomst wel aansluitende speeldagen bieden.
Wat waren de activiteiten/ontwikkelingen in het verslagjaar?	We hebben de contracten gestandaardiseerd, een strategie ontwikkeld over het vastleggen van contracten, en onderzocht hoe de planning hiervoor op jaarbasis moet zijn. Daar lag in 2022 nog een instabiliteit in doordat fondsuitslagen relatief laat binnenkwamen.
Wat is de stand van zaken aan het eind van het jaar en wat is de doelstelling voor het komende jaar?	We nemen de richtlijnen van de Fair Practice Code als uitgangspunt. Hoewel we een kleine en jonge organisatie zijn, nemen we belangrijke stappen om de code te hanteren en na te leven. Voor komend jaar beogen we het gesprek met medewerkers over arbeidsvoorwaarden beter te formaliseren. Daarnaast beogen we een vertrouwenspersoon te betrekken



## 3.6 ONDERTEKENING BESTUUR & DIRECTIE

*Voor akkoord:*

Namens het bestuur



Jarrod Francisco  
Voorzitter



Nora Duijf  
Peningmeester

*Voor akkoord:*

Namens de directie



Sean Hauser  
Creatief producent

Amsterdam, 15 september 2023

**Stichting De Gloed**  
Klapmutsenveem 26  
1019 HV Amsterdam

**JAARREKENING 2022**

Jan Willem Brouwersstraat 16-1  
1071 LJ Amsterdam  
T 020 364 11 72

Utrechtseweg 51  
1213 TL Hilversum  
T 035 623 98 19

**BTW** NL8175.87.822.B.01  
**KVK** 32053904  
**BANK** NL19 RABO 0114 1665 79  
[www.burozaken.nl](http://www.burozaken.nl)



Inhoudsopgave	pagina
---------------	--------

**JAARREKENING 2022**

Inhoudsopgave	1
Samenstellingsverklaring	2
Inleiding	3
Balans per 31 december 2022	4
Functionele exploitatierekening over 2022	6
Grondslagen van waardering en resultaatbepaling	7
Toelichting bij de balans per 31 december 2022	8
Toelichting bij de exploitatierekening over 2022	11

Stichting De Gloed  
Amsterdam

Kenmerk  
848000

## Samenstellingsverklaring van de accountant

De jaarrekening 2022 van Stichting De Gloed is door ons samengesteld op basis van de van u gekregen informatie. De jaarrekening bestaat uit de balans per 31 december 2022 en de winst- en verliesrekening 2022 met de daarbij horende toelichting. In deze toelichting is onder andere een overzicht van de gehanteerde grondslagen voor financiële verslaggeving opgenomen.

Deze samenstellingsopdracht is door ons uitgevoerd volgens Nederlands recht, waaronder de voor accountants geldende Standaard 4410, "Samenstellingsopdrachten". Op grond van deze standaard wordt van ons verwacht dat wij u ondersteunen bij het opstellen en presenteren van de jaarrekening in overeenstemming met RJ640 "Organisatie zonder winststreven". Wij hebben daarbij onze deskundigheid op het gebied van administratieve verwerking en financiële verslaggeving toegepast.

Bij een samenstellingsopdracht bent u er verantwoordelijk voor dat de informatie klopt en dat u ons alle relevante informatie aanlevert. Wij hebben onze werkzaamheden, in overeenstemming met de daarvoor geldende regelgeving, dan ook uitgevoerd vanuit de veronderstelling dat u aan deze verantwoordelijkheid heeft voldaan. Als slotstuk van onze werkzaamheden zijn wij door het lezen van de jaarrekening globaal nagegaan dat het beeld van de jaarrekening overeenkwam met onze kennis van Stichting De Gloed. Wij hebben geen controle- of beoordelingswerkzaamheden uitgevoerd die ons in staat stellen om een oordeel te geven of een conclusie te trekken met betrekking tot de getrouwheid van de jaarrekening.

Bij het uitvoeren van deze opdracht hebben wij ons gehouden aan de voor ons geldende relevante ethische voorschriften in de Verordening Gedrags- en Beroepsregels Accountants (VGBA). U en andere gebruikers van deze jaarrekening mogen er dan ook vanuit gaan dat wij de opdracht professioneel, vakbekwaam en zorgvuldig, integer en objectief hebben uitgevoerd en dat wij vertrouwelijk omgaan met de door u verstrekte gegevens.

Amsterdam, 15 september 2023

Hoogachtend,  
Buro Zaken

ValidSigned door Tom Wagenaar  
op 18-09-2023

T. Wagenaar

Jan Willem Brouwersstraat 16-1  
1071 LJ Amsterdam  
T 020 364 11 72

Utrechtseweg 51  
1213 TL Hilversum  
T 035 623 98 19

BTW NL8175.87.822.B.01  
KVK 32053904  
BANK NL19 RABO 0114 1665 79  
[www.burozaken.nl](http://www.burozaken.nl)



## Inleiding

### Doel

Stichting De Gloed werd op 27 februari 2017 opgericht. Het doel van de stichting is het (doen) bevorderen van alle soorten performance- en podiumkunsten.

### Bestuur

Het bestuur van Stichting De Gloed wordt gevormd door:

voorzitter	Jarrod Francisco
penningmeester	Nora Duif

### Resultaat

In het verslagjaar 2022 is een exploitatieresultaat ontstaan van

€  
4.860

Het eigen vermogen bedroeg per 1 januari 2022

€  
6.926

Bij: ontvangen subsidies en bijdragen 2022

24.000

---

30.926

Bij: overige directe en indirecte opbrengsten 2022

22.151

---

53.077

Af: lasten 2022

41.291

Saldo van het eigen vermogen per 31 december 2022

---

11.786

---

---

**Balans per 31 december 2022**


---

(na resultaatbestemming)

		<u>31 dec 2022</u>	<u>31 dec 2021</u>
<b>ACTIVA</b>		€	€
VASTE ACTIVA	( 1 )	1.647	1.741
VLOTTENDE ACTIVA			
Vorderingen	( 2 )	4.132	18.551
Liquide middelen	( 3 )	<u>13.889</u>	<u>729</u>
Totaal vlottende activa		18.021	19.280
Totaal activa		<u><u>19.668</u></u>	<u><u>21.021</u></u>

---

**Balans per 31 december 2022**


---

(na resultaatbestemming)

	31 dec 2022	31 dec 2021
	€	€
<b>PASSIVA</b>		
EIGEN VERMOGEN ( 4 )		
Algemene reserve	11.786	6.926
Totaal eigen vermogen	11.786	6.926
LANGLOPENDE SCHULDEN ( 5 )	-	631
KORTLOPENDE SCHULDEN ( 6 )	7.882	13.464
Totaal passiva	<u>19.668</u>	<u>21.021</u>

---

**Exploitatierkening over 2022**


---

<b>BATEN</b>		<b>2022</b>	<b>jaar- begroting</b>	<b>2021</b>
		€	€	€
<b><u>Opbrengsten</u></b>				
Publieksinkomsten	( 7 )	19.250	17.946	3.000
Sponsoring	( 8 )	900	2.682	500
Overige inkomsten	( 9 )	2.001	1.200	18.838
Subsidies	( 10 )	24.000	81.500	78.327
<b>Som der baten</b>		<u>46.151</u>	<u>103.328</u>	<u>100.665</u>
<b><u>LASTEN</u></b>				
Beheerslasten : Personeelslasten	( 11 )	3.710	-	9.700
Beheerslasten : Materiële lasten	( 12 )	7.546	-	11.270
Totaal beheerslasten		<u>11.256</u>	<u>2.580</u>	<u>20.970</u>
Activiteitenlasten : Personeelslasten	( 13 )	22.604	-	51.553
Activiteitenlasten : Materiële lasten	( 14 )	7.431	-	22.926
Totaal activiteitenlasten		<u>30.035</u>	<u>100.748</u>	<u>74.479</u>
<b>Som der lasten</b>		<u>41.291</u>	<u>103.328</u>	<u>95.449</u>
<b>Saldo uit gewone bedrijfsuitoefening</b>		<u>4.860</u>	<u>-</u>	<u>5.216</u>
<b>Exploitatiesaldo</b>		<u>4.860</u>	<u>-</u>	<u>5.216</u>
<b><u>Resultaatbestemming</u></b>				
Algemene reserve		4.860	-	5.216
		<u>4.860</u>	<u>-</u>	<u>5.216</u>



## **Grondslagen voor waardering en resultaatbepaling**

De jaarrekening is opgesteld in overeenstemming met de bepalingen uit RJ640.

De jaarrekening is opgesteld in euro's.

Stichting De Gloed is een stichting ingeschreven bij KvK nummer 68182902

### **GRONDSLAGEN VOOR WAARDERING**

Voor zover niet anders is vermeld, zijn de activa en passiva gewaardeerd tegen nominale waarde.

#### **Materiële vaste activa**

De materiële vaste activa zijn gewaardeerd op de aanschafwaarde of vervaardigingskosten verminderd met afschrijvingen bepaald op basis van de geschatte levensduur, rekening houdend met een eventuele restwaarde.

#### **Liquide middelen**

Liquide middelen bestaan uit banktegoeden met een looptijd korter dan twaalf maanden.

#### **Vorderingen**

De vorderingen worden gewaardeerd tegen nominale waarde, voor zover nodig onder aftrek van voorzieningen wegens oninbaarheid.

#### **Kortlopende schulden en overlopende passiva**

De kortlopende schulden en overlopende passiva worden gewaardeerd tegen nominale waarde.

### **GRONDSLAGEN VOOR RESULTAATBEPALING**

#### **Baten en lasten**

Alle baten en lasten worden toegerekend aan de verslagperiode waarop deze betrekking hebben, respectievelijk waarin deze zijn ontstaan.

De verantwoording vindt plaats op basis van historische kosten.

#### **Bijzondere baten en lasten**

Hieronder worden incidentele, niet tot de normale bedrijfsuitoefening van het jaar behorende baten en lasten verantwoord.

<b>Toelichting bij de balans per 31 december 2022</b>
---

ACTIVA	<u>31 dec 2022</u> €	<u>31 dec 2021</u> €
<b>1. Materiële vaste activa</b>		
Het verloop van de materiële vaste activa kan als volgt worden weergegeven:		
Cumulatieve aanschafwaarde per 1 januari	10.745	10.745
Investerings	<u>1.040</u>	<u>-</u>
Cumulatieve aanschafwaarde per 31 december	<u><u>11.785</u></u>	<u><u>10.745</u></u>
Cumulatieve afschrijvingen per 1 januari	9.004	6.927
Afschrijvingen *	<u>1.134</u>	<u>2.077</u>
Cumulatieve afschrijvingen per 31 december	<u><u>10.138</u></u>	<u><u>9.004</u></u>
Boekwaarde per 31 december	<u><u>1.647</u></u>	<u><u>1.741</u></u>

\* Materiële Vaste Activa worden in 5 jaar afgeschreven (20% per jaar) met restwaarde nihil.

---

**Toelichting bij de balans per 31 december 2022**


---

	<u>31 dec 2022</u>	<u>31 dec 2021</u>
	€	€
<b><u>2. Vorderingen</u></b>		
<u>Debiteuren</u>		
Saldo conform subadministratie debiteuren	<u>-</u>	<u>3.270</u>
<u>Te ontvangen subsidie</u>		
AFK	<u>-</u>	<u>6.000</u>
<u>Omzetbelasting</u>		
Terug te ontvangen omzetbelasting	<u>4.082</u>	<u>9.231</u>
<u>Overlopende activa</u>		
Borgsommen	<u>50</u>	<u>50</u>
Totale vorderingen	<u>4.132</u>	<u>18.551</u>
<b><u>3. Liquide middelen</u></b>		
De aanwezige gelden per 31 december bestaan uit:		
Rabobank betaalrekening	<u>13.889</u>	<u>729</u>

De liquide middelen zijn vrij opneembaar.

**Toelichting bij de balans per 31 december 2022**

	<u>31 dec 2022</u>	<u>31 dec 2021</u>
	€	€
<b><u>4. Eigen vermogen</u></b>		
<u>Algemene reserve</u>		
Saldo per 1 januari	6.926	1.710
bij : resultaatbestemming	<u>4.860</u>	<u>5.216</u>
Saldo per 31 december	<u><u>11.786</u></u>	<u><u>6.926</u></u>
<b><u>5. Langlopende schulden</u></b>		
Investeringsbijdrage crowdfunding tvb podium	9.020	9.020
Vrijval Investeringsbijdrage crowdfunding tvb podium	<u>9.020-</u>	<u>8.389-</u>
	<u>-</u>	<u>631</u>
<b><u>6. Kortlopende schulden</u></b>		
<u>Schulden aan leveranciers</u>		
Saldo conform subadministratie crediteuren	<u>1.071</u>	<u>3.025</u>
<u>Overige schulden</u>		
Vooruitontvangen subsidies	5.000	-
Te betalen kosten	<u>1.811</u>	<u>10.439</u>
	<u><u>6.811</u></u>	<u><u>10.439</u></u>
Totaal kortlopende schulden	<u><u>7.882</u></u>	<u><u>13.464</u></u>

---

**Toelichting bij de exploitatierekening over 2022**


---

<b>BATEN</b>	<u>2022</u>	<u>jaar- begroting</u>	<u>2021</u>
<b><u>7. Publieksinkomsten</u></b>	€	€	€
Uitkoopsommen	<u>19.250</u>	<u>17.946</u>	<u>3.000</u>
<b><u>8. Sponsoring</u></b>			
Sponsoring	<u>900</u>	<u>2.682</u>	<u>500</u>
<b><u>9. Overige inkomsten</u></b>			
Vergoeding co producent	-	-	16.500
Overige inkomsten	-	-	484
Donaties	1.370	1.200	50
vrijval investeringsbijdrage	631	-	1.804
Totaal overige inkomsten	<u>2.001</u>	<u>1.200</u>	<u>18.838</u>
<b><u>10. Subsidies</u></b>			
AFK	-	30.000	17.327
Gemeente Amsterdam	15.000	15.000	22.000
Gemeente Rotterdam	9.000	9.000	-
Fonds Podiumkunsten	-	15.000	-
Prins Bernhard Cultuurfonds (Fonds voor Oost)	-	5.000	4.000
Fonds voor Cultuur Participatie	-	-	25.000
VSB Fonds	-	-	10.000
Overige private Fondsen	-	7.500	-
Totaal subsidies	<u>24.000</u>	<u>81.500</u>	<u>78.327</u>

---

**Toelichting bij de exploitatierekening over 2022**


---

LASTEN	2022	jaar- begroting	2021
<b><u>11. Beheerslasten : Personeelslasten</u></b>	€	€	€
<u>Zakelijke leiding</u>			
Honorarium zakelijke leiding	3.710		7.000
<u>Publiciteit</u>			
Honoraria Publiciteit	-		2.700
 Totaal beheerslasten	<b>3.710</b>	<b>2.580</b>	<b>9.700</b>
<b><u>12. Beheerslasten : Materiële lasten</u></b>			
<u>Huisvesting</u>			
Huur	-		1.350
Huur opslag	840		838
	840		2.188
<u>Kantoorkosten</u>			
Kantoor materiaal	164		464
Automatisering	-		382
Verzekeringen	328		459
Abonnementen en lidmaatschappen	862		-
Administratiekosten	3.033		3.543
Bankkosten	216		205
Advieskosten (juridisch)	80		-
Overige algemene bedrijfskosten	179		514
	4.862		5.567
<u>Publiciteit</u>			
Advertenties	-		377
Affiches en folders	-		339
Foto's	530		410
Website	180		123
Adviezen	-		190
	710		1.439
<u>Afschrijvingskosten</u>			
Afschrijvingskosten geluids-apparatuur	119		119
Afschrijvingskosten overige inventaris	1.015		1.957
	1.134		2.076
 Totaal beheerslasten : Materiele lasten	<b>7.546</b>	<b>2.580</b>	<b>11.270</b>

**Toelichting bij de exploitatierekening over 2022**

LASTEN	2022	jaar- begroting	2021
<b>13. Activiteitenlasten : Personeelslasten</b>	€	€	€
<u>Honoraria</u>			
Honoraria artistieke leiding	4.000		5.950
Honoraria acteurs	8.180		24.916
Honoraria technici	-		5.945
Honoraria decorontwerp	774		1.585
Honoraria grafisch ontwerp	-		80
Honoraria regisseur	-		1.640
Honoraria productie	4.430		8.098
Honoraria dramaturgie	4.220		-
Honoraria toneeltekst	-		3.339
Honoraria overig personeel	1.000		-
	<u>22.604</u>		<u>51.553</u>
Totaal activiteitenlasten : Personeelslasten	<u>22.604</u>		<u>51.553</u>
<b>14. Activiteitenlasten : Materiële lasten</b>	€	€	€
Huur repetitieruimte	-		2.372
Locatiekosten	3.582		4.977
Kostuums	-		647
Decor	499		1.030
Techniek	14		2.880
Rekwisieten	72		-
Muziek	-		1.500
Reiskosten	52		430
Sejours	101		-
Administratie kosten t.b.v. project	-		1.250
Transport/vervoer decors	1.210		3.474
Overige uitvoeringskosten	-		2.806
	<u>5.530</u>		<u>21.366</u>
<u>Specifieke publiciteit</u>			
Vormgeving en fotografie	516		-
Overig drukwerk	141		-
Videoregistratie	1.213		1.500
Overige publiciteitskosten	31		60
	<u>1.901</u>		<u>1.560</u>
Totaal activiteitenlasten : Materiële lasten	<u>7.431</u>	<u>100.748</u>	<u>22.926</u>

Valid Signed door J Francisco  
op 18-09-2023  
Jaap Francisco Voorzitter

Valid Signed door N. Duijf  
op 21-09-2023  
Nico Duijf Voorzitter