

*Als centrale poporganisatie in de regio Rotterdam stimuleert de Popunie een structureel optreedcircuit voor popmuzikanten en publiek. In samenwerking met de podia en festivals zorgen we voor een krachtige en samenhangende promotie. We informeren en adviseren de popmuzikanten en popsector actief over o.a. de zakelijke aspecten van de muziekindustrie. Met tal van projecten levert de Popunie een belangrijke bijdrage aan talentontwikkeling en een vitale binnenstad en wordt het cultureel ondernemerschap van de popsector bevorderd.*

## Inhoudsopgave

1. **Inleiding:**..... pag. 1
2. **Functie, kerntaken en projecten:**..... pag. 2
  - kerntaak 1: belangenbehartiging, informatievoorziening en advisering
  - kerntaak 2: talentontwikkeling en verlevendiging (binnen)stad
  - kerntaak 3: individuele en collectieve promotie muzikanten, popsector en stad
  - kerntaak 4: bevordering cultureel ondernemerschap
3. **Toelichting prestatieraster:** ..... pag. 9
4. **Toelichting jaarrekening en bedrijfsvoering:**..... pag.11



De Popunie heeft in de periode 2012-2013 een geslaagde transitie doorgemaakt en volbracht van een primair provinciaal gefinancierde popkoepel naar een op gemeenten georiënteerde organisatie. Ons beleidsplan 2013-2016 is bijna volledig gehonoreerd, waarmee we voor het eerst zijn opgenomen in het vierjarige cultuurplan van de gemeente Rotterdam en in de basisvoorziening cultuurparticipatie van de provincie Zuid-Holland. Dankzij de succesvolle transitie zijn we er in geslaagd de in de afgelopen decennia opgebouwde kennis, netwerken en infrastructuur grotendeels te behouden en beschikbaar te stellen voor de regio Rotterdam en in iets geringere mate en omvang voor Zuid-Holland. Een goed werkbare en functionerende situatie waarbij goed wordt aangesloten op de uitgangspunten die zowel de gemeente Rotterdam als de provincie Zuid-Holland nastreven.

De Popunie heeft in 2014 op daadkrachtige en praktische wijze invulling gegeven aan de centrale rol in de basis en het middensegment van de talentontwikkelingsketen van de Rotterdamse popsector. Muzikanten in alle denkbare genres, leeftijden en ontwikkelingsstadia vormen hierbij het uitgangspunt. Er zijn echter ook veel contacten gelegd en samenwerkingsverbanden afgesloten met muziekcafés, kleine en grote podia en festivals, ondernemers en popopleidingen. Zo heeft de Popunie structuur in het beleid gebracht door concreet invulling te geven aan haar functie als centrale en laagdrempelige organisatie met als kerntaken informatievoorziening, advisering, talentontwikkeling, verlevendiging (binnen)stad, promotie en bevordering cultureel ondernemerschap.

*‘muzikanten in alle genres,  
leeftijden en  
ontwikkelingsstadia vormen  
ons uitgangspunt’*

Er zijn drie nieuwe projecten ontwikkeld en ten uitvoer gebracht: Music Export Rotterdam, de Rotterdam Music Awards en de Luisteragenda.

Met Music Export Rotterdam willen we de export naar en de promotie van popmuziek van Rotterdamse makelij in het buitenland stimuleren. De Rotterdam Music Awards fungeren als promotietool en visitekaartje van de Rotterdamse popmuziek waarbij we middels publieksstemmen in vijf categorieën Awards uitreiken. De Luisteragenda is de eerste agenda waarin op auditieve wijze de programmering van Rotterdamse muziek in de stad gepromoot wordt.

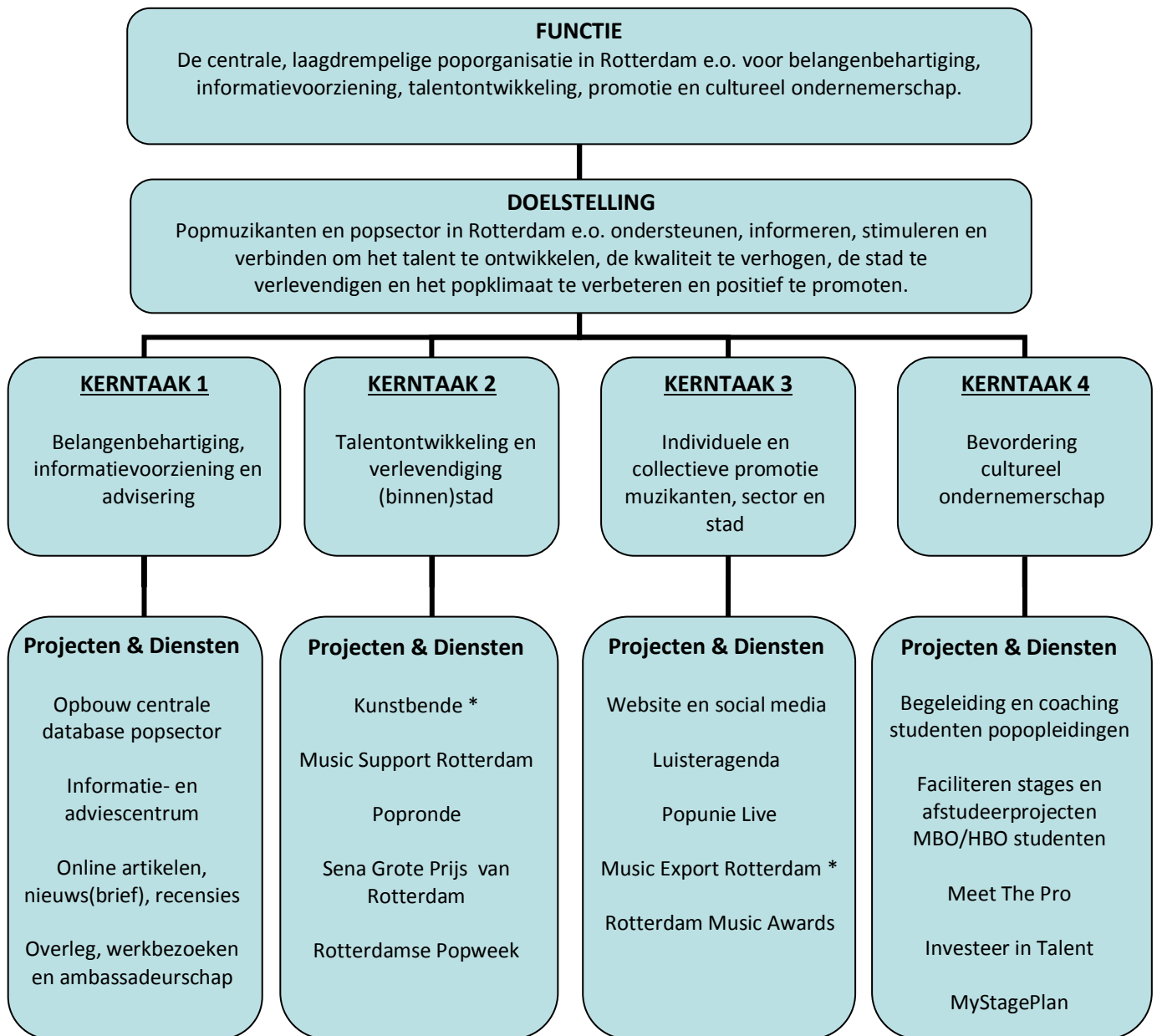
Projecten als Meet The Pro, Popunie Live, Music Support Rotterdam en de Rotterdamse Popweek beleefden in 2014 hun tweede jaargang en zijn verder uitgebouwd en geoptimaliseerd. Ook de Kunstbende Zuid-Holland werd voor de tweede maal door de Popunie georganiseerd en weer naar een provinciale schaal getild. De Grote Prijs Rotterdam vond in Sena een naamgevend sponsor, waardoor deze grootste talentenjacht van Rotterdam een fikse kwaliteitsimpuls kreeg. Al met al zijn we er in geslaagd een uitgebalanceerd projectenaanbod te ontwikkelen, waarmee de muzikanten en de popsector in de breedte op maat worden bediend. Variërend van de prilste beginners die bij de Kunstbende hun eerste schreden op het podium zetten, tot de tegen de top aan schurkende boegbeelden die tijdens Popunie Live op de grote festivals mochten laten zien wat zij in hun mars hebben of mede dankzij Popunie Music Export Rotterdam een buitenlandse tour konden maken.

Er is in 2014 met veel enthousiasme en elan aan de vernieuwde Popunie gewerkt. Dit alles met de gebruikelijke laagdrempelige en daadkrachtige aanpak. Met veel energie hebben we een gedegen basis gelegd die we in 2015 verder zullen optimaliseren. Zo werken we toe naar het in onze ogen ideale plaatje van de Rotterdamse popsector, met een Popunie die werkt aan:

- een centraal, laagdrempelig en deskundig informatiepunt voor alle muzikanten
- goed op elkaar afgestemde projecten en trajecten voor talentontwikkeling
- meer overleg en betere afstemming en samenwerking tussen de verschillende betrokken partijen
- meer optreedmogelijkheden voor muzikanten uit Rotterdam in muziekcafés en op kleine podia
- een levendige binnenstad
- meer optredens voor toptalent op grote evenementen binnen en buiten de stadsgrenzen
- positieve promotie en beeldvorming van de Rotterdamse popsector
- bevordering cultureel ondernemerschap toptalent

## Hoofdstuk 2. Functie, kerntaken en projecten

De rol van de Popunie in de Rotterdamse popsector wordt in het onderstaande schema afgebeeld. De functie en doelstelling zijn gedefinieerd in vier kerntaken, die vervolgens verder worden uitgewerkt in talrijke projecten en diensten. Deze liggen inhoudelijk in elkaars verlengde, sluiten naadloos op elkaar aan en vormen zodoende de talentontwikkelingsketen waarmee de Popunie wil bijdragen aan een florerend popklimaat in Rotterdam.



\* deze projecten zitten niet in het cultuurplan en worden o.a. gefinancierd vanuit de incidentele projectgelden van de gemeente Rotterdam

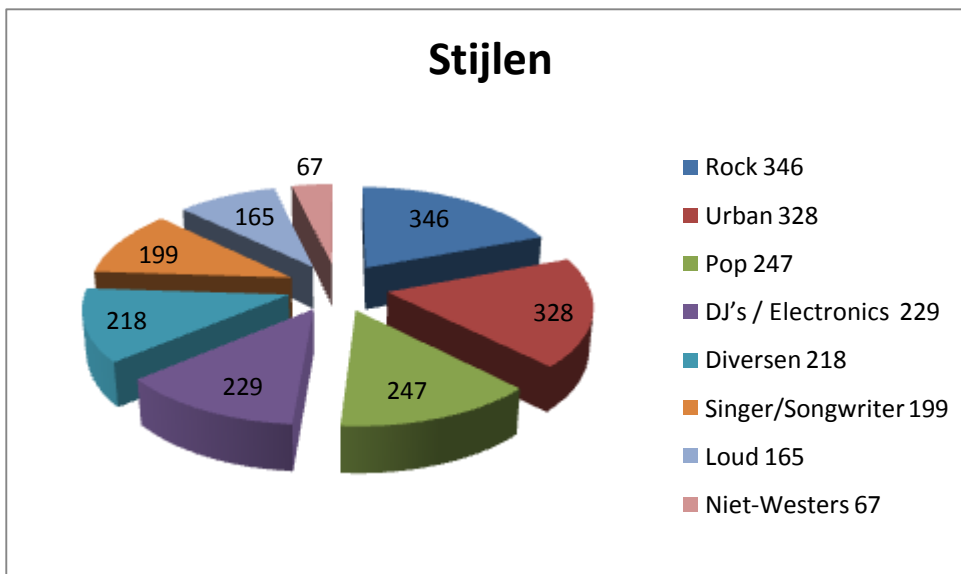
## Kerntaak 1. Belangenbehartiging, informatievoorziening en advisering

Het fundament van de Popunie wordt gevormd door onze database, ervaring, kennis, informatie en advies voor de muzikanten en de gehele Rotterdamse popsector. Laagdrempelig en klantvriendelijk!

- Opbouw centrale database popsector

In de centrale database brengen we de Rotterdamse popsector in kaart; belangrijk monnikenwerk dat vrijwel dagelijks onderhoud en beheer vergt om up-to-date te blijven. Eind 2014 prijken er in onze database 1799 bands uit de Stadsregio Rotterdam, waarvan er momenteel 1308 actief zijn. Dit betekent een uitbreiding van de database met 354 bands (25%) t.o.v. eind 2013. Via onze doorlopende contacten met achterban en partners, fysiek en via social media, zorgen we dat de informatie actueel blijft en groeit. Ook via onze eigen producties waarvoor de muzikanten zich met geluidsdragers, biografie en foto's kunnen inschrijven, hebben we doorlopend nieuwe aanwas.

*'1799 bands uit de stadsregio Rotterdam; een stijging van 25% op jaarbasis'*



Naast muzikanten staan in onze database tevens 43 oefenruimtes, 30 studio's, 66 muziekcafés en kleine podia, 23 middelgrote en grote podia, 38 indoorfestivals en 27 outdoorfestivals waar Rotterdamse muzikanten terecht kunnen. Laatstgenoemde categorieën zijn begin 2014 ontsloten door ze onder de noemer 'Speelplekken' beschikbaar te stellen op onze website, zodat muzikanten gemakkelijker de podia en festivals kunnen vinden. Vanuit de centrale en actuele Rotterdamse database kunnen we doelgericht partijen met elkaar in contact brengen en partijen en individuen maatgerichte informatie en adviezen verstrekken over de Rotterdamse popsector.

- Informatie- en adviescentrum Bureau Raad en Daad

Voor meer inhoudelijke informatie en adviezen kan iedereen bij ons terecht. Bureau Raad en Daad is fysiek 5 dagen per week geopend en online 7 dagen per week beschikbaar. Door de decennialange opbouw van kennis, ervaring en netwerken fungeert de Popunie als een soort moderne gouden gids van de Rotterdamse popmuziek. De Popunie kan deze kerntaak goed vervullen omdat we een laagdrempelige organisatie zijn en iedereen ons deze taak toevertrouwt. We zijn goed op de hoogte van wie onze achterban vormt en waar ze tegen aanlopen en we beheersen de taal. De kennis en deskundigheid zijn aanwezig om zelf als vraagbaak te fungeren. Als het te specialistisch wordt beschikken we over het netwerk om door te verwijzen. De weg naar de Popunie is gemakkelijk te vinden, de muzikanten staan bovenaan en we spelen snel en concreet in op de specifieke individuele of collectieve behoeften. Daarnaast richten we ons op oefenruimten, poppodia, muziekcafés en festivals. De Popunie kan alle actoren snel van de benodigde informatie voorzien door onze centrale, intermediaire functie en toegankelijkheid. Voorlichting, begeleiding, sturing, advisering en bemiddeling worden dagelijks meermalen in praktijk gebracht, zowel fysiek als steeds vaker via de digitale kanalen. We schatten het totaal aantal consultaties in 2014 gelijk aan het jaar ervoor op 1.500.

- Online artikelen, nieuws(brief) en recensies

De website is een bron van informatie en wordt benut om vrijwel dagelijks nieuws te brengen van, over en voor de popsector. Er zijn veel achtergrondartikelen waar diepgravend en deskundig wordt ingegaan op allerhande zaken waar je als muzikant mee te maken kunt krijgen. Een greep uit de belangrijkste rubrieken in het kader van onze kerntaak informatievoorziening en advisering zijn:

- *Speelplekken*; alle podia en festivals worden inzichtelijk in beeld gebracht, zodat muzikanten de weg naar potentiële optreedplekken weten te vinden. In 2015 wordt dit uitgebreid met oefenruimten.
- *Columns*; deskundige gastcolumnisten schrijven gedetailleerd over actuele onderwerpen als digitale marketing, plagiaat, de muziekindustrie, verzekeringen voor instrumentaria, gebruik online media etc.
- *Tourverslagen*; middels verslagen van bands die in het buitenland touren, leggen we een database aan van nuttige buitenlandse ervaringen en contacten voor de volgende generatie.
- *Leesvoer*; de rubriek leesvoer bevat actuele informatie over onderwerpen op het financiële, technische en juridische vlak waar muzikanten vroeg of laat mee te maken zullen krijgen.
- *Gehoorbescherming*; een belangrijk maar vaak verwaarloosd onderwerp dat wij onder de aandacht houden van de muzikanten en sector.

De website wordt ondersteund met facebook en twitter. Eind 2014 hebben we 6.000 facebooklikes (3.000 Popunie + 3.000 TomvandePopunie) en 3.100 twitterfollowers. Dit komt bij beide kanalen neer op een jaarstijging van 20%. De statistieken van onze website tonen aan dat we in 2014 gemiddeld 280x per dag bezocht zijn en dat men 2 minuten op de site blijft. 37% zijn returning visitors, 63% new visitors en 30% bezoekt ons vanuit Rotterdam. Ook op LinkedIn en YouTube zijn we actief. In 2014 zijn we begonnen met de tweewekelijkse online nieuwsbrief die via MailChimp onder onze achterban verspreid wordt en zeer enthousiast wordt ontvangen. Er zijn inmiddels 2.500 abonnees, waarvan er 711 (ruim 30%) de nieuwsbrief daadwerkelijk openen. Het "industry average" blijktens MailChimp statistieken bedraagt 22%. Ruim 6% klikt door op één van de artikelen (146 kliks per nieuwsbrief).

- Overleg, werkbezoeken en ambassadeurschap

De Popunie bekleedt sinds augustus 2012 de secretariszetel in het bestuur van de Stichting PopUp Rotterdam, bestaande uit de 7 kernpodia en grote festivals. We faciliteren het overleg (5 à 6 maal per jaar) en dragen zorg voor agendering en notulering. Eind 2014 heeft PopUp een plan ingediend voor het grootstedelijke poppodium. De Popunie speelt relevante informatie door naar de kleine podia, muziekcafés en festivals, die vaak niet over de middelen, mankracht en netwerken beschikken om aan overleg deel te nemen. Voorts leggen we jaarlijks een twintigtal werkbezoeken af om ter plekke de situatie in ogenschouw te nemen. Het oogst veel waardering als wij bij hardwerkende ondernemers langsgaan en interesse en betrokkenheid tonen. In 2014 heeft de Popunie zich aangesloten bij het Directeuren Overleg van R'damse cultuurinstellingen. Buiten de stadsgrenzen nemen we actief deel aan en oefenen invloed uit binnen overlegstructuren, waar besluiten worden genomen die van belang zijn voor de Rotterdamse popsector en waar onze expertise gewenst is. Tevens worden hier contacten gelegd en informatie vergaard die teruggekoppeld worden naar de sector. De Popunie heeft zitting in het bestuur van POPnl, Basisvoorziening Cultuurparticipatie, Programmeurs Overleg Pop Den Haag en de Programmaraad Bevrijdingsfestival Zuid-Holland.

## **Kerntaak 2. Talentontwikkeling en verlevendiging (binnen)stad**

De ontwikkeling van talent vormt de basis van een bloeiende popsector. Om talent te verzilveren moet het ontdekt, gestimuleerd en ontwikkeld worden. Hiervoor maakt de Popunie zich sterk door te informeren, faciliteren, stimuleren, ondersteunen en zelf actief een afgemeten traject aan te bieden.

- Kunstbende

De Kunstbende is de landelijke wedstrijd voor jongeren tussen de 13 en 18 jaar en hiermee een belangrijke pijler in de basis van de talentontwikkelingsketen. De deelnemers strijden in de categorieën Dans, Muziek, Taal, DJ, Film & Animatie, Fashion, Theater & Performance en Expo om het felbegeerde prijzenpakket en een plek in de landelijke finale in de Melkweg in Amsterdam. In 2014 heeft de Popunie voor de tweede maal de productie van de Kunstbende Zuid-Holland voor haar rekening genomen, met een voorronde in Theater Zuidplein en één in het Paard van Troje. We hebben met deze uitbreiding naar twee voorrondes tevens bewerkstelligd dat er in onze regio niet 8 maar 16 acts doorstromen naar de landelijke finale. In totaal hebben 226 jongeren verdeeld over 111 acts meegedaan aan de Kunstbende 2014 en mochten we 377 betalende bezoekers verwelkomen. Licht dalende aantallen ten opzichte van vorig jaar in lijn met de landelijke tendens.

- Music Support Rotterdam

De Popunie investeert i.s.m. de gemeente nadrukkelijk in talentontwikkeling en verlevendiging van de (binnen)stad. Music Support Rotterdam is hierbij een belangrijk instrument, waarbij het mes aan twee kanten snijdt. De beste leerervaring voor musici is zoveel mogelijk optreden, en een goede manier om de stad te verlevendigen is met live-muziek. Nadruk ligt op lokaal talent in de muziekcafés, kleine podia, festivals en initiatieven van ondernemers.

Alleen partijen die geen gelden ontvangen uit het cultuurplan kunnen een aanvraag doen. De Popunie biedt met Music Support zowel financiële, promotionele, programmatische en organisatorische ondersteuning. De cijfers van 2014 zijn op dit moment van schrijven nog niet bekend, omdat de afwikkelingsprocedure tot halverwege 2015 duurt. De voorlopige cijfers vertonen op alle fronten groei t.o.v. de voorgaande jaren, mede dankzij het extra budget dat we vanaf 2014 beschikbaar hebben. Met Music Support Rotterdam wordt de basis gelegd voor een structureel en levendig muziekcircuit met de onderkant en het middensegment van de markt als uitgangspunt, waarbij muzikanten speellevering opdoen en zich doorontwikkelen en muziekcafés en kleine podia geholpen worden bij het vinden en programmeren van Rotterdamse acts. Het publiek krijgt zo de kans om op diverse plekken structureel live-muziek van het talent uit de stad te bezoeken.

*'Dit is een win-win-win situatie voor de horeca, muzikanten en het publiek in Rotterdam!'*

<b>Music Support Rotterdam</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014*</b>
gehonoreerde aanvragen	35	45	60
deelnemende locaties	48	53	65
gerealiseerde optredens	400	630	800
deelnemende individuele muzikanten	800	1.480	2.500
Bezoekers	73.500	65.600	75.000

\* voorlopige cijfers d.d. 5 maart 2015

- Popronde

De Popronde is een reizend festival van naam en faam dat elk najaar gedurende tien weken plaatsvindt in circa 25 steden in den lande. Zaterdag 8 november streek het rondreizende festival neer in Rotterdam. Ter verlevendiging van de binnenstad traden van 's middags 14:00 uur tot in de kleine uurtjes 74 bands op in een vijfendertigtal podia, kunstgaleries, winkels, kledingzaken en cafés. Locaties als Schorem, Belgisch Biercafé Boudewijn, Black Widow, Coffee Company Eendrachtsplein, Café Hop, Dertien, V11, Rotown en nog veel meer verwelkomden nieuw, aanstormend talent. Het weer werkte een stuk beter mee dan vorig jaar waardoor dit de grootste editie ooit was. De Popunie faciliteert en promoot de Popronde Rotterdam en heeft deze sinds 2013 tevens opgenomen in de Rotterdamse Popweek.

- Sena Grote Prijs van Rotterdam (GPR)

In 2014 heeft de Popunie in Sena een naamgevend sponsor gevonden voor de GPR, de talentenjacht van Rotterdam waarin de beste acts in de categorieën Bands, Singer/Songwriters, Electronics en Urban verkozen worden. De doelstelling van het project is enerzijds de kwaliteit van de Rotterdamse popmuziek in de breedte in kaart te brengen door uit zoveel mogelijk deelnemers het beste van de stad boven water te krijgen. Anderzijds willen we muzikanten ondersteunen in hun carrière middels optredens in een wedstrijdformule op de aansprekende podia als Lantaren/Venster, waar ze normaliter niet zo snel geboekt worden. Tevens worden ze in aanraking gebracht met professionals (o.a. de juryleden), krijgen ze de nodige media-aandacht (en dus bekendheid) en bezorgen we ze een educatief en promotioneel prijzenpakket. Eén van de winnaars vertegenwoordigt Rotterdam bij de nationale Sena Performers POPnl Award in augustus in de Melkweg te Amsterdam.

<b>Sena Grote Prijs van Rotterdam</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
aantal inschrijvingen	115	128
nieuwe inschrijvingen	51	105
actieve deelname acts	40	40
deelnemende individuele muzikanten	174	171
Bezoekers	500	605



- Rotterdamse Popweek

Van 7 t/m 16 november organiseerden we de tweede editie van de Rotterdamse Popweek met als catchy slogan; 'de enige week die tien dagen duurt'. De Popweek is een aaneenschakeling van popgerelateerde activiteiten, waarbij bestaande en nieuwe evenementen en optredens in de stad gebundeld en als één geheel gepromoot worden. Met veel muziek en promotie wordt de stad verlevendigd en laten we zien dat er in Rotterdam veel meer is en gebeurt dan men vaak denkt. Zodoende wordt een uithangbord van de Rotterdamse popmuziek gecreëerd waar de artiesten, locaties en de stad op een inspirerende wijze mee voor het voetlicht treden. Voor de invulling hebben we een aantal programmaonderdelen zelf georganiseerd die als een rode draad door de week liepen: de Rotterdamse Popquiz, de Rotterdam Music Awards, een Meet The Pro editie, de Popronde en de finales van de Sena Grote Prijs van Rotterdam. De podia, festivals en muzikanten waren erg enthousiast over de formule en het is stimulerend om te zien hoeveel activiteit er in de Rotterdamse popsector plaatsvindt. Ook de pers besteedde er veel aandacht aan. De tweede editie van de Popweek vertoonde op alle fronten groei. Er waren ruim 130 events op 87 locaties variërend van de kleinste kroegen tot de grote podia. Diverse evenementen waren uitverkocht. Er stonden bijna 500 acts geprogrammeerd en naar schatting 15.000 mensen hebben één of meerdere optredens bezocht.

### **Kerntaak 3.           Individuele en collectieve promotie muzikanten, sector en stad**

Met onze kerntaak Promotie streven we positieve output en beeldvorming na van individuele acts, podia, evenementen en Rotterdam als muziekstad, door te laten zien wat er allemaal is en gebeurt in plaats van eenzijdig de nadruk te leggen op wat ontbreekt.

- Website en social media

De Popunie beschikt over diverse instrumenten die ingezet worden voor promotionele doeleinden. De nieuwe website is april 2013 de lucht ingegaan en vervult een belangrijke rol, o.a. bij de promotie van Rotterdamse muzikanten en evenementen. Individuele promotie van artiesten gaat naadloos over in collectieve promotie van de Rotterdamse popsector. Al onze webactiviteiten worden ondersteund door facebook en twitter. Een greep uit ons promotionele aanbod op de website in 2014:

- *Clipoverzicht*; maandelijks presenteren wij een overzicht van de uitgebrachte clips en tracks van Rotterdamse artiesten, zodat zij een groter bereik hebben met hun muziek.
- *Recensies*; bands/acts die tracks/albums releasen krijgen een kritische maar eerlijke recensie.
- *Agenda*; onze agenda vervult een prominente rol waarbij zowel de Music Support optredens alsmede losstaande gigs onder de aandacht gebracht en gepromoot worden met artikelen vooraf en verslagen achteraf. Vooral voor de kleinere partijen zoals de muziekcafés die zelf vaak niet over een uitgebreid publiciteitsapparaat beschikken is dit een dankbare aanvulling.
- *Prijzenkast*; we houden alle prijzen bij die Rotterdamse musici, podia en andere professionals opstrijken als bewijs van het talent en succes van onze sector.
- *Interviews*; continu publiceren we interviews met grote en kleine verhalen ter lering en vermaak.

- Luisteragenda

Een nieuw project dat we in juli 2014 geïnitieerd hebben is de Popunie Luisteragenda. Dit is een maandelijkse podcast met een selectie van door de Popunie ondersteunde optredens van Rotterdamse artiesten in de stad. Bedoeld ter promotie van de acts, de podia en de stad en om het publiek te helpen de optredens te vinden en te gaan bezoeken. En als extra ondersteuning van onze Music Support Rotterdam agenda. Zo hebben we een visuele en een auditieve agenda van de Rotterdamse optredens; naar ons weten een unieke combinatie.

- Popunie Live

Popunie Live is ontwikkeld ten behoeve van de promotie van Rotterdamse popmusici in de hogere regionen; het neusje van de zalm dat inmiddels diverse stadia heeft doorlopen en wellicht aan de vooravond staat van een professionele carrière. We hebben de formule in 2014 iets gewijzigd, om flexibeler te kunnen inspelen op de behoeften van de participerende festivals. In plaats van 10 toptalenten te selecteren (2013) hebben we short list gemaakt van 75 acts, van waaruit in overleg met de desbetreffende festivalprogrammeur de uiteindelijke selectie geschiedde. Criteria hierbij zijn stijldiversiteit, ambities, beschikbaarheid en artistiek niveau. Zo kunnen we een zo breed mogelijke afspiegeling van het toptalent in Rotterdam bewerkstelligen. In totaal hebben 19 acts opgetreden, bestaande uit 73 muzikanten, plus twee extra tijdens Songbird op Centraal Station.

De acts hebben gespeeld op zes spraakmakende festivals. Rotterdam Unlimited en Motel Mozaique zijn erbij gekomen en de Haagse Popweek is komen te vervallen. Het geldt als een keurmerk voor de bands om in hun biografie en op de website optredens te kunnen vermelden op dergelijke festivals van naam. Dankzij de sponsoring van Sena kregen de muzikanten goed betaald, de Sena gagenorm van € 250,- per muzikant werd toegepast, wat ze weer kunnen investeren in hun vervolgcarrière.

<b>Festival</b>	<b>Datum</b>	<b>Acts</b>
Motel Mozaique	4-5 april	The Sweet Release Of Death The Afterveins en Sevdaliza
Oerol	13-22 juni	Wolf In Loveland, De Likt, Balcony Players en Victim Victim
Metropolis	6 juli	HeavyLight
Rotterdam Unlimited	18-20 juli	Nishe, Bongomatik en The Phoenix City Retaliators
Baroeg Open Air	20 september	The Hard Way, Elle Bandita en FFF
Songbird	22 november	Feaver, Linda Kreuzen, Gita Buhari, Bregje Sanne Lacourt, Book Of Eli, The Yes Please, Atlas and the Fox

#### Rotterdam Music Export

In 2014 is de regeling Rotterdam Music Export geïntroduceerd. De stad barst namelijk van het muzikale talent dat rijp is om hun kunsten in het buitenland te gaan vertonen. Dit is om velerlei redenen van belang, onder andere om de afzetmarkt voor de muzikanten te vergroten en ter promotie van de Rotterdamse popmuziek. De drempel om in het buitenland optredens te regelen en te verzorgen is echter vrij hoog. Ondermeer vanwege de kosten, de rompslomp (visa, verzekeringen, vervoer apparatuur en instrumentaria) en het ontbreken van directe inkomsten voor deze optredens. De meeste bands missen de financiële middelen en het organisatorische volume om in het buitenland op te treden, terwijl het talent volop aanwezig is en er zich voldoende kansen voordoen. Dit is om diverse redenen een groot gemis, ondermeer omdat het een unieke leerervaring voor de artiesten zelf vormt en ze een groot netwerk kunnen opbouwen voor vervolgstappen in hun eigen carrière en die van andere muzikanten die binnenkort ook rijp zijn voor de sprong naar het buitenland. Daarom zijn we blij dat de toursupport regeling vanuit de incidentele projecten van de gemeente Rotterdam is mogelijk gemaakt. Er zijn 24 aanvragen ingediend waarvan 21 volledig of ten dele zijn gehonoreerd. De 21 bands/acts bestonden uit 77 individuele muzikanten die als ware ambassadeurs van de Rotterdamse popmuziek een buitenlandse tour hebben gemaakt. Hierbij zijn in totaal 104 optredens/shows verspreid over een achttiental landen gerealiseerd.

#### Rotterdam Music Awards

De Popunie organiseerde in november voor het eerst de Rotterdam Music Awards. Deze zijn in het leven geroepen ter waardering en promotie van de popsector en de artiesten. De Awards worden uitgereikt in vijf categorieën: Beste Track, Beste Podium, Beste Festival, Beste Clubavond en Aanstormend Talent (jonger dan 20 jaar). De Popunie maakte de voorselectie en het publiek had het laatste woord door twee weken lang te kunnen stemmen op de genomineerden via een speciale stempagina. Er werd ruim 9.500 keer gestemd. Tijdens de Rotterdamse Popweek reikte wethouder Adriaan Visser op 14 november in een volgepakt Rotown de Awards uit. In de categorie Beste Podium won **BIRD**, terwijl **Baroeg Open Air** er vandoor ging met de Award voor Beste Festival. Ook voor de nachtcultuur was er een Award, onder de titel Beste Clubavond, die werd gewonnen door de maandelijkse dansavond **Yardbird**. Voor de artiesten waren er de categorieën Beste Track en Aanstormend Talent. Van de twintig beste tracks won **The Kik** met hun liedje *Schuilen Bij Jou*. Tenslotte was er de uitreiking van het Aanstormende Talent onder de 20 jaar, die werd gewonnen door **Atlas and The Fox**. Alle winnaars kregen een prachtig industrieel beeldje, vormgegeven door het Rotterdamse vormgevingsbureau Het Echte Werk plus 500 euro.

#### **Kerntaak 4. Bevordering cultureel ondernemerschap**

Met deze kerntaak willen we stimuleren dat muzikanten en muzieksector steeds meer het heft in eigen hand nemen, om tot een model te komen waarin het in de muzieksector gebruikelijke do-it-yourself principe meer gecombineerd wordt met de moderne do-it-together variant.



- Begeleiding en coaching studenten popopleidingen

We hebben in 2014 opnieuw nauw samengewerkt met de Zadkine Popacademie bij de begeleiding, coaching en beoordeling van studenten. Er zijn 42 begeleidingsmomenten geweest, verdeeld over 25 popstudenten. De begeleiding varieerde van het beoordelen van podiumpresentaties, het voeren van reflectiegesprekken, het beoordelen van bandrepetities, het geven van workshops, het fungeren als 1<sup>ste</sup> of 2<sup>de</sup> assessor, het geven van allerhande tips over het reilen en zeilen in een popband etc.

- Faciliteren stageplekken en afstudeerprojecten MBO/HBO studenten

De Popunie biedt vanaf de oprichting plek aan studenten van MBO en HBO opleidingen, die hier in een prettige werksfeer en onder goede begeleiding kennis en praktijkervaring komen opdoen. In 2013 is de Popunie erkend als Ecabo Erkend Leerbedrijf. We hebben in 2014 onderdak geboden aan 3 HBO studenten, die zich hebben beziggehouden met productionele, publicitaire en onderzoeksmatige activiteiten. Tevens hebben we een vierdejaars afstudeeronderzoek begeleid.

- Investeer In Talent

Met de rubriek 'Investeer in Talent' bundelen we de crowdfundingprojecten die Rotterdamse muzikanten opstarten voor bijv. de opnames en release van hun nieuwe plaat. We ondersteunen deze tevens met een uitgebreid interview en updates over de tussenstand. Aan het eind van het jaar tellen we alle projecten op en brengen een persbericht uit met de concrete bedragen en resultaten van de crowdfunding in dat jaar. Ten opzichte van 2013 zagen we in 2014 meer crowdfundingprojecten (+50%), meer investeerders (+44%) en een hogere opbrengst uit crowdfunding (+89%).

- Meet The Pro

Cultureel ondernemerschap kun je niet jong genoeg ontwikkelen. Naast de onmisbare dosis talent en doorzettingsvermogen vergroten zaken als kennis en ondernemerschap de slagingskansen in de popsector. De Popunie speelt hierop in met het project Meet The Pro, waarbij een aantal maal per jaar sessies met professionals worden georganiseerd die dieper ingaan op zaken als management, boekingen, financieringsmogelijkheden voor artiesten etc. De setting is een combinatie van informeel netwerken en professionele verdieping. Na afloop van elke sessie zijn de docenten nog minimaal een half uur beschikbaar om met een hapje en een drankje in een ongedwongen sfeer op meer persoonlijke wijze individuele vragen van muzikanten te beantwoorden.

Datum	Thema	Pro's	Deelnemers	Recette
19 feb	Touren in het buitenland	Thomas Sciarone-GOLD Jeps Salfischberger-Mojo Miranda van der Voort- FPK	46	€ 59,-
22 apr	Promotie	Bram de Wijs-Only Seven Left Jessica de Wal-It's All Happening Martijn Crama-Music United	34	€ 170,-
25 juni	Publishing & Labels	Martijn Crama- Music United Fred van Kruijing-Caroline Dieuwertje Heuvelings-Massive Talent Koen ter Heegde-Subroutine	33	€ 165,-
1 okt	BumaStemra Sena Norma	Martijn Crama- Music United Frank Janssen-Buma/Stemra Michel Ebben-Gravel Town Dominique Franken-Sena	33	€ 165,-
11 nov	Boekingen	Jeps Salfischberger-Mojo Guido van Dieren-BIRD Stephan Maaskant-Rotown John van Luyn-Melkweg	55	€ 275,-

- MyStagePlan

De Popunie heeft de MyStagePlan website ontwikkeld, waarop muzikanten per 1 november 2013 voor € 1,99 een stageplan kunnen samenstellen. Een stageplan bestaat uit een podiumopstelling van de instrumenten en de microfoons, een priklijst, de gewenste monitormix en de line-up van de band en is bedoeld voor de geluidsmensen op de podia en festivals. Het is voor hen heel handig om van tevoren al een overzicht te hebben van hoe de band technisch in elkaar steekt. Je kunt op MyStagePlan:

- je ideale podium inrichten: neerzetten van versterkers, microfoons, monitors etc.
- invoeren line-up, priklijst en bijzondere opmerkingen
- je stageplan uitprinten vanaf deze site
- later je stageplan opvragen, wijzigen en opnieuw uitprinten vanaf iedere computer ter wereld!

MyStagePlan is er in een Nederlandstalige en Engelstalige versie en we overwegen uitbreiding naar andere taalgebieden. Eind 2014 was er sprake van 1.300 bandaccounts (eind 2013 waren dit er 140).

### Hoofdstuk 3. Toelichting prestatieraster

In dit prestatieraster zijn de begincijfers van 2013 als uitgangspunt genomen, omdat ten tijde van het indienen van het jaarplan 2014 de eindresultaten van 2013 nog niet bekend waren.

#### Belangenbehartiging en informatievoorziening

De Popunie heeft de betrokkenen bij de Rotterdamse popsector in 2014 snel en adequaat van de benodigde informatie voorzien door onze toegankelijkheid en centrale, intermediaire functie. Voorlichting, begeleiding, stimulering, advisering en bemiddeling zijn dagelijks meermalen in praktijk gebracht. Als onafhankelijke en centrale instelling is onze kracht dat we niet exclusief gericht zijn op één partij, genre of stijl maar juist voor elk initiatief openstaan. Door het op de radar hebben van zowel de musici als de andere actoren in de sector, kunnen we snel verbanden leggen en muzikanten, organisatoren, muziekcafés, podia en evenementen middels maatwerk doorverwijzen en aan elkaar koppelen. Door overleg te faciliteren in combinatie met individuele afspraken en werkbezoeken, krijgen we inzicht in de behoeften van zowel de Rotterdamse muzikanten als degenen die de artiesten van optreed- en oefenmogelijkheden kunnen voorzien. Hierbij gaat het er enerzijds om dat wij het bestaande circuit goed in beeld houden en anderzijds mogelijke nieuwe spelers leren kennen. De wisselwerking is cruciaal: men kan ons gemakkelijk vinden en bereiken en de Popuniecrew komt ook bij je langs. Binnen deze kerntaak hebben we op alle fronten hoger gescoord dan gepland, enerzijds omdat we het aan het begin van het jaar bescheiden hebben geïndiceerd en anderzijds omdat we succesvol hebben geopereerd en onze inbreng enthousiast werd onthaald. We zijn veel geraadpleegd door muzikanten en betrokken partijen over de meest uiteenlopende zaken. Een goed bewijs van onze centrale positie en bereikbaarheid.

Belangen en Informatie	gepland	behaald	verschil
Rotterdamse acts in database	1100	1799	+ 64%
Advisering musici/sector etc. Raad en Daad	300	1.500	+ 400%
Online artikelen, nieuws(brief), recensies	continu	continu	
Consultaties, overleg, PopUp, ambassadeurschap	21	32	+ 52%

#### Talentontwikkeling en verlevendiging (binnen)stad

De activiteiten zijn er op gericht om het optreedklimaat te verbeteren, de stad te verlevendigen, het publiek meer live-muziek te bieden en een stimulerende rol te vervullen vanaf de basis van de talentontwikkelingsketen om uiteindelijk de grootste Rotterdamse talenten voor het voetlicht te krijgen en hogerop te brengen. Dit doen we door muziekcafés, ondernemers, podia en festivals te stimuleren, faciliteren en financieren. Tevens bieden we ze programmatische input vanuit onze database en met onze promotionele instrumenten, waar vooral de kleinere podia en cafés bij gebaat zijn. Daarnaast organiseren we zelf projecten die op maat toegesneden zijn op de verschillende ontwikkelingsstadia. Van het prilste niveau met de Kunstbende, het middensegment met Music Support Rotterdam tot aan het topsegment met de Sena Grote Prijs Rotterdam. Ook binnen deze kerntaak hebben we hoger gescoord dan gepland. Enerzijds omdat het aan het begin van het jaar bescheiden is geïndiceerd. Anderzijds omdat de projecten succesvol zijn en het enthousiasme van de participanten boven verwachting. Het is lastig bezoekersaantallen vast te stellen bij gratis toegankelijke evenementen, verspreid over tientallen locaties in de stad zoals bij de Rotterdamse Popweek. Dit zal altijd indicatief zijn op basis van visuele waarneming en onze ervaring.

Talentontwikkeling	acts gepland/behaald	locaties gepland/behaald	Bezoekers
Kunstbende	50-100 / 111	1 / 2	377
Music Support Rdam*	180 / 800	20 / 65	75.000
Popronde	25 / 74	15 / 35	2.500
Sena Grote Prijs Rdam	10 / 40	1 a 2 / 2	605
Rdamse Popweek	10 / 500	4 / 87	15.000

\*voorlopige cijfers d.d. 5 maart 2015 omdat 2014 op het moment van schrijven nog niet door alle aanvragers is afgerond

#### Individuele en collectieve promotie

De promotionele activiteiten hebben het versterken van het imago van Rotterdam als Popstad tot doel. Door structureel het podium- en festivalaanbod naar voren te brengen, wordt zichtbaar dat er meer gebeurt dan op het eerste gezicht lijkt. In kwantitatieve zin gaat het vooral om het bereiken van het publiek en dit te enthousiasmeren voor het geboden popaanbod. Potentieel poppubliek weet in toenemende mate de plekken te vinden waar meer structureel aanbod is van Rotterdamse popmuziek. Dit kunnen nieuwe plekken zijn maar ook uitbreidingen van bestaande programma's, aanvullend op de specifieke doelgroep benadering die ieder podium afzonderlijk uitvoert. De Popunie laat op velerlei manieren zien hoe bruisend en divers het Rotterdamse circuit in de volle breedte is en hoeveel muzikaal talent de stad rijk is. Grote winst wordt behaald door het meenemen van popactiviteiten in het 'kleine'

cafécircuit dat niet beschikt over aparte publiciteitsmedewerkers of continue output van drukwerk. Bij deze kerntaak hebben we in 2014 drie nieuwe initiatieven ontwikkeld die meteen een waardevolle aanvulling bleken te zijn. Bij Popunie Live hebben we geen clips meer gedaan omdat deze geen aanvullende waarde bleken te hebben en te duur waren.

Promotie	Gepland	behaald
Digitalisering Bandarchief	Continu	continu
Website en social media	Continu	continu
Luisteragenda	Nieuw	6
Popunie Live	10 acts / 10 clips	19 acts / 0 clips / 6 festivals
Rotterdam Music Export	Nieuw	21 tours / 77 muzikanten
Rotterdam Music Awards	Nieuw	5 awards / 9.500 stemmen

#### Bevordering cultureel ondernemerschap

Kerntaak 4 heeft vooral betrekking op het beschikbaar stellen van onze expertise, kennis en netwerken. Enerzijds om deskundigheid en ondernemerschap bij (nieuwe) acts en organisatoren te vergroten en anderzijds het bestaande circuit te verbinden en samenwerking te stimuleren. Secundair maar niet onbelangrijk is dat we hierdoor aan de voorkant kennismaken met de nieuwe aanwas van muzikanten, producers, organisatoren etc. die we in onze database kunnen opnemen waardoor zij te allen tijde traceerbaar zijn en naar het juiste project of loket doorgestuurd kunnen worden. Door de vele contacturen met studenten, muzikanten en jonge, creatieve ondernemers wordt deskundigheid bevorderd en ondernemerschap gestimuleerd. Bij deze kerntaak is op alle fronten groei en innovatie gerealiseerd.

Cultureel ondernemerschap	gepland	behaald	verschil
Contacturen samenwerking popopleidingen	75	125	+ 67%
Gecoachte studenten/bands	nieuw	42	
Stageplekken en afstudeerprojecten	nieuw	4	-
Investeer In Talent	nieuw	9	-
Meet The Pro edities	5	5	-
Meet The Pro deelnemers	100	201	+100%
MyStagePlan	100	1.300	+1.200%

## Hoofdstuk 4. Toelichting jaarrekening en bedrijfsvoering

### Jaarrekening

In financieel opzicht was 2014 een consistent jaar. Nadat er in 2013 een fikse stap terug werd gezet met inkomsten die door de afbouw van de provincie met € 100.000,- daalden (15%), hebben we in 2014 weer een mooie groei weten te bewerkstelligen van circa 7%. Het jaar is met een nagenoeg sluitend resultaat afgerond. De **directe opbrengsten** zijn hoger dan gepland door gestegen verkopen bij MyStagePlan en hogere bijdragen van de popopleidingen. Hierbij moet wel in het oog gehouden worden dat we geen podium runnen en niet veel publieksevenementen met entree organiseren, waardoor de directe opbrengsten minder hoog zijn dan bij podia of festivals. Bij de overige baten is sprake van een eenmalige meevaller m.b.t. de verrekening van servicekosten uit voorgaande jaren door de verhuurder.

Er zijn additionele inkomsten gerealiseerd bij fondsen, gemeenten, opdrachtgevers en sponsors. Vooral de fundraising in de rubriek **overige bijdragen** was geslaagd vanwege de succesvolle projecten. Doordat twee projecten op provinciale schaal plaatsvonden, konden we hiervoor ook fondsen werven die niet specifiek op Rotterdam gericht zijn zoals Fonds 1818. Hierdoor konden we onze Rotterdamse projecten wat hoger inzetten bij de meer op Rotterdam gerichte fondsen. Met Sena hebben we al een aantal jaren een goede verstandhouding en dat loonde bij projecten die meer op het topsegment gericht zijn zoals Popunie live. Bij de GPR is Sena vanaf 2014 naamgevend sponsor. De meeste fondsen zijn incidenteel van karakter, maar we werken er hard aan om met enkele investeerders meerjarige afspraken te bewerkstelligen. Door deze hoger dan geraamde inkomsten zijn de **activiteitenlasten materieel** navenant gestegen. De **activiteitenlasten personeel** vielen lager uit door minder fte's en meer vrijwilligers en stagiaires in te schakelen.

Niet zichtbaar in de begroting, maar wel van groot belang zijn de kortingen en sponsoring die op basis van goodwill, jarenlange partnerships en scherp ondernemerschap worden gesloten met bedrijven en leveranciers. Deze opbrengsten zijn hoog door onze relaties met bedrijven als Keymusic, The Office en diverse podia en studio's te verzilveren in kortingen en sponsoring in natura, die zowel de mogelijkheden vergroten als de kosten drukken. Bovendien profiteren vooral de muzikanten hiervan omdat juist deze

partners ruimhartig bijdragen aan prijzenpakketten, natrajecten of andere voordelen bieden. Deze 'deals' zijn niet gekapitaliseerd in de begroting, omdat het geen feitelijke financiële transacties behelst. Dit cultureel ondernemerschap loopt jaarlijks op tot circa € 50.000,- voordeel. Diverse projecten en diensten worden goedkoop of kostenneutraal gerealiseerd, omdat we een bestaand project faciliteren (Popronde) of dankzij ons netwerk kostenefficiënt gebruik kunnen maken van reeds ontwikkelde infrastructuur (Popunie Live) en concepten (HPC), of omdat ontwikkelkosten reeds in achterliggende jaren verwerkt zijn (applicaties). Alle bedragen zijn incl. BTW en excl. jaarlijkse indexering en loonprijscompensatie.

### Bedrijfsvoering

De Popunie hanteert een klein, dynamisch organisatiemodel met weinig lagen of functiescheidingen en een hoge mate van transparantie, pragmatisme en efficiency. Niets staat snelle besluitvorming en daadkracht in de weg, waardoor flexibel wordt ingespeeld op interne en externe veranderingen. Er wordt weinig en effectief vergaderd. Bestuur, directie en management kennen een grote mate van continuïteit. Bedrijfsvoering en bedrijfscultuur kenmerken zich door enthousiasme, betrouwbaarheid en collegialiteit. Het ziekteverzuim is minimaal. Bij de samenstelling van het personeel, wordt vooral gelet op aansluiting van de competenties bij de vier kerntaken. Sinds de oprichting worden MBO en HBO stagiaires opgeleid, die na hun opleiding vaak doorstromen naar een betaald dienstverband bij ons of in de sector. Er zijn geen aanhangige juridische kwesties of arbeidsrechtelijke verplichtingen. Er is 29 jaar stabiliteit, continuïteit en een degelijke algemene reserve opgebouwd. De Popunie is aangesloten bij 365Arboned, er is een gekwalificeerde BHV'er en er hangt een AED in het pand. Voor het personeel is er op maat gemaakte gehoorbescherming en voor het publiek liggen er bij de evenementen gehoordopjes.

Het bestuur bewaakt de algemene hoofdlijnen van het beleid, bepaalt samen met de directie de koers en neemt besluiten van algemene, beleidsmatige en financiële aard. De zakelijke leiding is belegd bij de directeur en de financieel manager. Jaarlijks wordt de financiële verantwoording, de jaarrekening, door CAPACC Accountants B.V. gecontroleerd. Er zijn nimmer materiële bevindingen geconstateerd ten aanzien van de financiële huishouding van de Popunie. De directeur is verantwoordelijk voor inhoud en uitvoering van beleid, financiën en projecten en neemt besluiten van algemene, beleidsmatige en financiële aard. Tevens besluit hij over inhoudelijke, organisatorische en personele zaken en legt verantwoording af aan het bestuur. De artistieke leiding ligt bij de projectmanager en de projectleiders. Voorts werken we met externe deskundigen in de vorm van juryleden en workshopdocenten, vooral om onze onafhankelijke rol te waarborgen. Hiernaast passen we publieksvriendelijke concepten toe op het terrein van crowdsourcing zoals internetpolls om acts te selecteren. Door de Popunie ontwikkelde methodieken van artistiek inhoudelijke selectie, beoordeling en feedback worden regelmatig door andere partijen (gedeeltelijk) overgenomen. Onder meer ten behoeve van festivals, projecten en regelingen.

De Governance Code Cultuur wordt zoveel mogelijk toegepast. Het bestuur is onbezoldigd, komt gemiddeld vijf keer per jaar bijeen en hanteert een rooster van aftreden. Voor de bemiddeling van getalenteerde nieuwe bestuurders maken we gebruik van ons netwerk en er zijn profielen voor bestuur en personeel. In 2014 is Remko van Bork de voorzittersfunctie gaan bekleden en is Werner Ubachs als nieuwe secretaris verwelkomd. Er worden structureel functionerings- en beoordelingsgesprekken met het personeel gevoerd door directie en management. Het bestuur voert functioneringsgesprekken met directie en management. Er wordt elk jaar een activiteitenplan, begroting, accountantsrapport en jaarverslag opgesteld. Tevens zijn er van de projecten specifieke inhoudelijke en financiële evaluaties.

De Popunie hanteert diverse manieren van kwaliteitszorg en voert verbeteringen consequent door in de producten en organisatie. Inhoudelijke monitoring van de projecten vindt plaats aan de hand van evaluatiebijeenkomsten die wij zowel intern als met deelnemers en partners houden. Conclusies en aanbevelingen die hier uit voortkomen vormen de basis voor de erop volgende edities van projecten of de ontwikkeling van nieuwe producten en diensten. Bij de talentenjachten hanteren wij een doordacht systeem van jurering waarbij iedere deelnemer een uitgebreide analyse met het juryoordeel ontvangt. De kwaliteit van onze algemene dienstverlening monitoren we door enquêtes en publieksonderzoek. Bruikbare uitkomsten hiervan worden daadwerkelijk doorgevoerd in onze projecten en dienstverlening. Qua interne organisatie hanteren wij een huishoudelijk reglement en een social media code naast regels en afspraken omtrent onze corporate identity. Deze zorgen ervoor dat het door ons gewenste imago van onafhankelijke en integere poporganisatie verankerd ligt in heldere interne procedures. Zo hanteren we een interne urenregistratie en is er een vaste afspraak dat de telefoon binnen drie keer rinkelen opgenomen wordt en alle inkomende relevante mail binnen 24 uur beantwoord wordt.