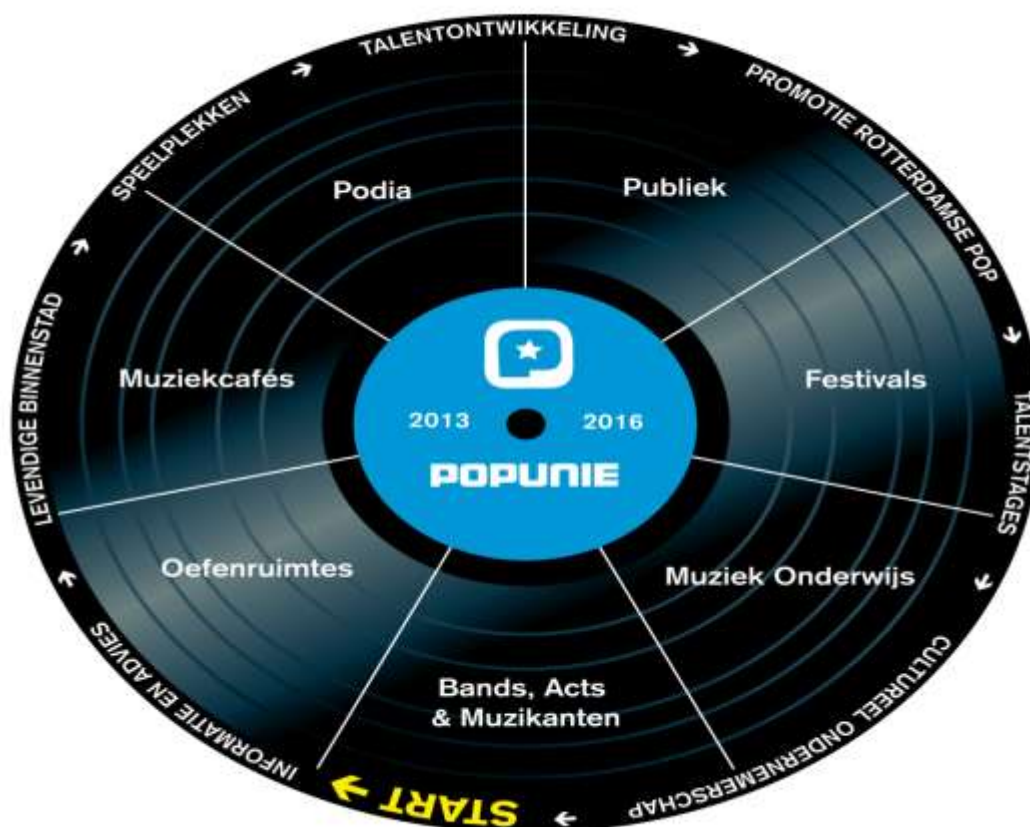


Als centrale poporganisatie in Rotterdam stimuleert de Popunie een structureel optreedcircuit voor popmuzikanten en publiek. In samenwerking met de podia en festivals zorgen we voor een krachtige en samenhangende promotie. We behartigen de belangen van popmuzikanten en informeren hen actief over de zakelijke 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 en informatievoorziening
 - kerntaak 2: talentontwikkeling en verlevendiging (binnen)stad
 - kerntaak 3: individuele en collectieve promotie muzikanten en stad
 - kerntaak 4: bevordering cultureel ondernemerschap
3. **Toelichting prestatieraster:** pag. 7
4. **Toelichting jaarrekening en bedrijfsvoering:**..... pag. 9



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. Eind november 2012 werd duidelijk dat ons beleidsplan 2013-2016 grotendeels gehonoreerd ging worden en dat de Popunie opgenomen werd in het Cultuurplan 2013-2016 van de gemeente Rotterdam. Tevens werd rond die tijd duidelijk dat de Popunie in beperkte mate opgenomen werd in de basisvoorziening cultuurparticipatie 2013-2016 van de provincie Zuid-Holland. Dankzij de succesvolle transitie is de Popunie er in 2013 in geslaagd de in de afgelopen decennia opgebouwde kennis, netwerken en infrastructuur grotendeels te behouden en beschikbaar te stellen voor Rotterdam en in iets geringere mate en omvang voor Zuid-Holland. Een win-winsituatie waarmee goed wordt aangesloten op de uitgangspunten die zowel de gemeente Rotterdam als de provincie Zuid-Holland nastreven.

Na een korte aanloopfase in 2012, waarbij we de voorloper van Music Support Rotterdam het Promotieplan Rotterdam als pilot hebben ontwikkeld en uitgerold, is de Popunie in 2013 in volle vaart begonnen met het invullen van de centrale rol in de basis en het middensegment van de talentontwikkelingsketen van de Rotterdamse popsector. De muzikanten in alle denkbare genres, leeftijden en ontwikkelingsstadia vormen hierbij het uitgangspunt maar er zijn ook veel contacten gelegd en samenwerkingsverbanden afgesloten met de 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 belangenbehartiging, informatievoorziening, talentontwikkeling, verlevendiging (binnen)stad, promotie en bevordering cultureel ondernemerschap.

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

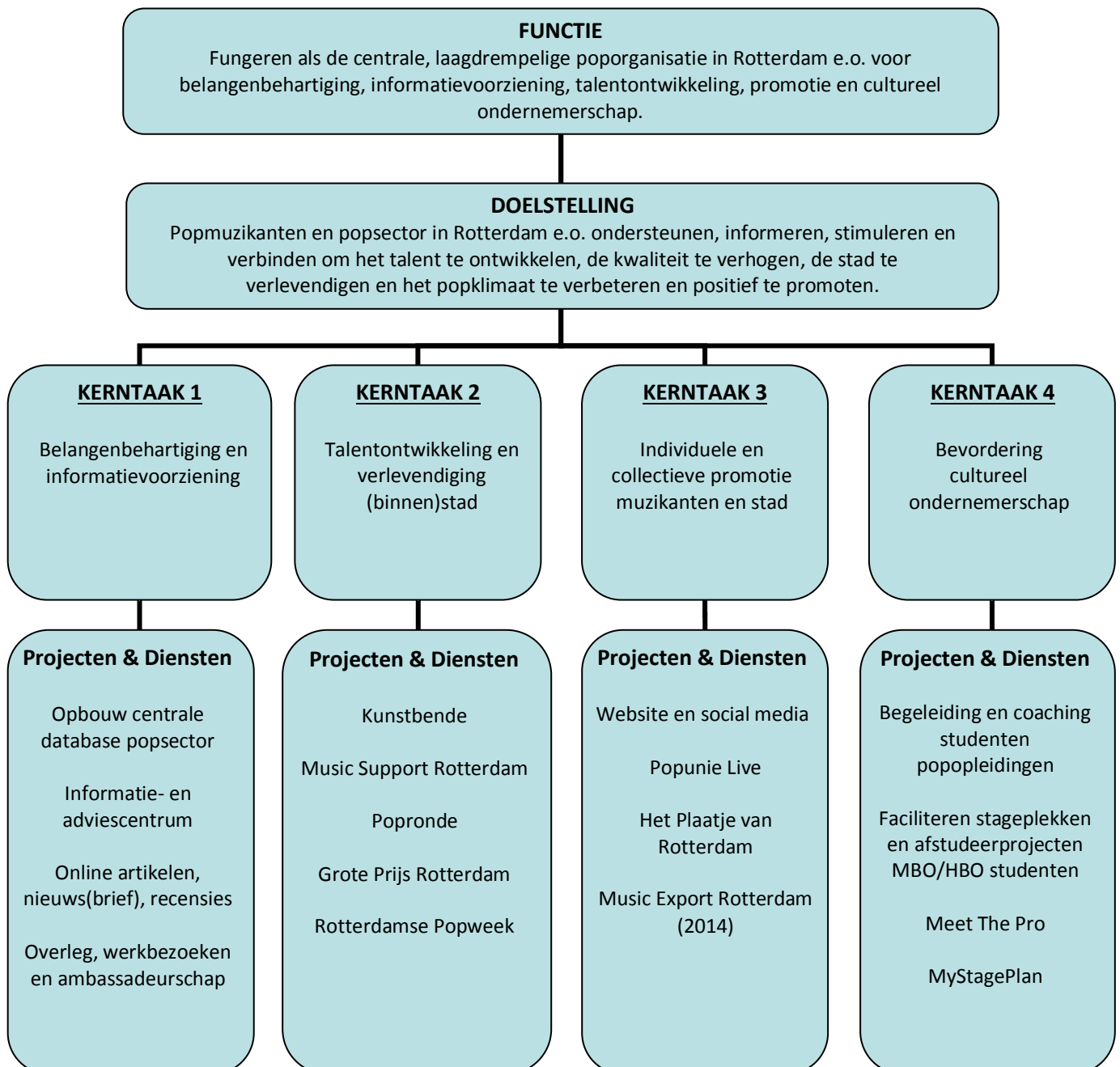
Alle nieuwe projecten die alleen nog op papier bestonden zijn in 2013 doorontwikkeld en voor het eerst ten uitvoer gebracht. Projecten als Meet The Pro, Popunie Live, Music Support Rotterdam en de Rotterdamse Popweek zagen het levenslicht. De Kunstbende Zuid-Holland werd voor het eerst door de Popunie georganiseerd en weer naar een provinciale schaal gebracht. De Grote Prijs van Zuid-Holland werd omgevormd tot de Grote Prijs Rotterdam. Tevens werd aan het begin van het jaar de nieuwe website gelanceerd, om beter op de veranderende omgeving te kunnen inspelen en onze nieuwe focus en projecten goed te kunnen communiceren. 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.

Er is in 2013 met veel elan aan de vernieuwde Popunie gewerkt en met veel energie een stevige basis gelegd die we in 2014 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 uitgebeeld. 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 en sluiten naadloos op elkaar aan en vormen zodoende de talentontwikkelingsketen waarmee de Popunie wil bijdragen aan een florerend popklimaat in Rotterdam.



Kerntaak 1. Belangenbehartiging en informatievoorziening

Het fundament van de Popunie wordt gevormd door onze database, ervaring, kennis, informatie en advies voor de muzikanten en de gehele Rotterdamse popsector. Lullen en poetsen, raad en daad!

- Opbouw centrale database popsector

In de centrale database brengen we de Rotterdamse popsector in kaart; een klus die bijna dagelijks onderhoud en beheer vergt om up-to-date te blijven. Eind 2013 prijkten er in onze database 1445 bands uit de Stadsregio Rotterdam, waarvan er momenteel 1087 actief zijn. 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.

'1445 bands uit de stadsregio Rotterdam'



Rock	278
Urban Styles	264
Pop	198
DJ's/Electronics	184
Diversen	175
Singer/Songwriter	160
Loud Music	132
Niet Westers	54

Los van de muzikanten staan in onze database tevens 39 oefenruimtes, 31 studio's, 60 muziekcafés en kleine podia, 18 middelgrote en grote podia, 28 indoorfestivals en 20 outdoor festivals waar Rotterdamse muzikanten terecht kunnen. Laatstgenoemde categorieën worden begin 2014 ontsloten door ze onder de noemer 'Speelplekken' beschikbaar te stellen op onze website. Vanuit de centrale en actuele Rotterdamse database kunnen we heel gericht partijen met elkaar in contact brengen.

- Informatie- en adviescentrum Bureau Raad en Daad

Voor meer inhoudelijke informatie of 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 2013 op 1.500.

- Online artikelen, nieuws(brief) en recensies

De website wordt benut om vrijwel dagelijks nieuws te brengen en bevat veel achtergrondartikelen waar diepgravend en deskundig wordt ingegaan op allerhande zaken waar je als muzikant mee te maken kunt krijgen. Er is een nieuwsrubriek, recensies, tourverslagen, columns, agenda, leesvoer, clips, projecten etc. Dit alles wordt ondersteund met onze facebook en twitter kanalen. Eind 2013 hebben we op facebook 5.000 likes (Popunie + TomvandePopunie) en op twitter 2.500 followers. De statistieken tonen aan dat we sinds de lancering van onze nieuwe website op 1 april 2013 in totaal 79.667 bezoekers hebben gehad; gemiddeld 290 per dag die 2 ½ minuut op de site bleven. 60% zijn returning visitors, 40% zijn new visitors en 31% bezocht ons vanuit Rotterdam. Ook op LinkedIn en YouTube zijn we actief. Vanaf 2014 gaan we tweewekelijks een nieuwsbrief onder onze achterban verspreiden via direct mail.

- Overleg, werkbezoeken en ambassadeurschap

In 2012 is de Popunie lid geworden van de Stichting PopUp Rotterdam, bestaande uit de 7 kernpodia en grote festivals. Vanaf 2013 vervult de Popunie het secretariaat van de Stichting PopUp, waarbij zorg gedragen wordt voor agendering en notulering. 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 heeft de Popunie in 2013 een twintigtal werkbezoeken afgelegd bij muziekcafés, podia en festivals om ter plekke de situatie in ogenschouw te nemen. Het oogst veel waardering als wij zelf bij hardwerkende kleine ondernemers langsgaan en op deze manier onze interesse en betrokkenheid tonen. Buiten de stadsgrenzen neemt de Popunie namens Rotterdam actief deel aan en oefent invloed uit binnen overlegstructuren, waar besluiten worden genomen die van belang kunnen zijn voor de Rotterdamse popsector en waar onze expertise gewenst is. Tevens worden hier contacten gelegd en informatie vergaard die teruggekoppeld worden naar de Rotterdamse popsector. De Popunie heeft zitting in het bestuur van POPnl, het Overleg Culturele Instellingen, het Programmeurs Overleg Popmuziek Den Haag, de Popcommissie Delft en het 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 en ontwikkeld worden. Hiervoor biedt de Popunie een traject aan.

- 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 2013 heeft de Popunie voor het eerst 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: van elk van de 8 categorieën 2 finalisten. In totaal hebben 297 jongeren verdeeld over 129 acts meegedaan aan de Kunstbende 2013 en mochten we 425 betalende bezoekers verwelkomen.

- Music Support Rotterdam

De Popunie investeert de komende jaren 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 van de gemeente kunnen een aanvraag doen. De Popunie biedt met Music Support zowel financiële, promotionele, programmatische en organisatorische ondersteuning. In 2012 zijn 400 extra optredens gerealiseerd op 50 locaties / evenementen in de stad. De cijfers van 2013 zijn op het moment van schrijven nog niet afgerond, omdat de afwikkeling halverwege 2014 volledig geschied is. De voorlopige cijfers liggen in lijn met de aantallen die in 2012 bereikt werden. Zo wordt de basis gelegd voor een structureel en levendig muziekcircuit met de onderkant en het middensegment van de markt als uitgangspunt, waarbij muzikanten speelervaring opdoen en zich doorontwikkelen en muziekcafés en kleine podia geholpen worden bij het vinden en programmeren van Rotterdamse acts. Het publiek krijgt eindelijk weer de kans om op diverse plekken structureel live-muziek van het talent uit de stad te bezoeken.

- Popronde

De Popronde is een reizend festival van naam en faam dat elk najaar gedurende 10 weken plaatsvindt in circa 25 steden in den lande. Rotterdam was op zaterdag 9 november gastheer. Ter verlevendiging van de binnenstad traden van 's middags 14:00 uur tot in de kleine uurtjes 43 bands op in een dertigtal podia, kunstgaleries, winkels, kledingzaken en cafés. De Popunie faciliteert en promoot de Popronde Rotterdam en heeft deze in 2013 tevens opgenomen in de Rotterdamse Popweek.

- Grote Prijs Rotterdam (GPR)

In 2013 organiseerde de Popunie de eerste editie van de Grote Prijs Rotterdam, waarbij de beste acts in de categorieën Bands, Singer/Songwriters, Urban en Electronics 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. In 2013 hebben 115 acts zich ingeschreven, 30 acts zijn geselecteerd voor deelname aan de Kick Off en Finale en er zijn in totaal 500 bezoekers verwelkomd.

- Rotterdamse Popweek

Van 8 t/m 17 november organiseerden we de eerste 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 onder de noemer Rotterdamse Popweek. Met veel muziek en promotie hebben we de stad verlevendigd en laten zien dat er in Rotterdam veel meer is en gebeurt dan men vaak denkt. Zodoende wordt met de Popweek 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. We trapt op vrijdag af met een Rotterdamse Popquiz gecombineerd met Politieke Pop Pitches in Rotown. Vervolgens vond op zaterdag de Popronde plaats waarna we op maandag een Meet The Pro sessie over boekingen op ons kantoor organiseerden. Op donderdag programmeerden we een uitwisselingsavond met Haagse bands in Rotown. Tenslotte organiseerden we in het afsluitende weekend in LantarenVenster de finales van de Grote Prijs Rotterdam. De podia, festivals en muzikanten waren erg enthousiast over het concept van de Rotterdamse Popweek en het werkte voor iedereen erg enthousiasmerend om te zien hoeveel activiteit er in de Rotterdamse popsector plaatsvindt. Ook de pers besteedde er veel aandacht aan. Alles bij elkaar speelden er tijdens de eerste editie van de Popweek ruim 160 bands op 65 locaties variërend van de kleinste kroegen tot de grote podia en festivals.

'De Popweek was al bij de eerste editie het uithangbord van de Rotterdamse popmuziek!'

Kerntaak 3. Individuele en collectieve promotie muzikanten en stad

Met onze kerntaak Promotie streven we positieve 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 begin 2013 in de lucht gegaan en vervult een belangrijke rol in de promotie van Rotterdamse muzikanten en evenementen. We hebben in 2013 ruimschoots aandacht besteed aan de veelheid aan bijzondere releases, albums en clips middels recensies en ons maandelijks clipoverzicht. Ook hebben we een agenda die een prominente rol vervult op de site waarin 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. 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. Een mooi voorbeeld van hoe individuele promotie van artiesten naadloos doorloopt in collectieve promotie. Al onze promotionele webactiviteiten worden ondersteund door facebook en twitter.

- Popunie Live

Popunie Live is ontwikkeld ten behoeve van de promotie van Rotterdamse popmuzici 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. In 2013 heeft de Popunie 10 toptalenten geselecteerd op basis van stijldiversiteit, beschikbaarheid en het artistieke niveau. Zodoende konden we een zo breed mogelijke afspiegeling van het toptalent in Rotterdam bewerkstelligen. De acts hebben gespeeld op 6 spraakmakende festivals. Dit heeft veel promotie opgeleverd en bovendien kregen de muzikanten dankzij de sponsoring van Sena goed betaald, wat ze weer kunnen investeren in het vervolg van hun carrière. Het is bovendien een keurmerk om in de biografie en op de website optredens te kunnen vermelden op dergelijke evenementen van naam. De packages van twee of drie Rotterdamse topacts, liefst met telkens andere acts en zo stijldivers mogelijk, worden onder de noemer Popunie Live gepresenteerd. De acts krijgen allemaal de Sena gagenorm van € 250,- per muzikant. Naast de optredens kregen ze een bijzondere clip in het kader van het Re:VERSION project, door de acts te gebruiken voor promotionele doeleinden. De selectie bestond uit:

Act	Festival	Aantal views clip
Ziggi Recado	Oerol	23.048
The Cosmic Carnival	Oerol	2.424
Wolf In Loveland	Songbird Festival en Metropolis	1.675
Ming's Pretty Heroes	Geïnvesteerd in plaatrelease	1.374
Herrek	Oerol	956
Angela Moyra	Songbird Festival	728
The Maydays	Gingen uit elkaar	475
Special Steve	Haagse Popweek en Baroeg Open Air	345
We Sell Guns	Sena Performers POPnl Award Haagse Popweek en Metropolis	219
Dichter	Metropolis	111

- Het Plaatje van Rotterdam

Eind december hebben we Het Plaatje van Rotterdam geïnitieerd. We kregen de decemberkriebels van al die lijstjes waarop gestemd kon worden en bedachten dat er meer dan voldoende basis is voor een Rotterdamse variant, daar we in 2013 overspoeld zijn door nieuwe kwalitatief hoogstaande releases. Op basis van de maandelijkse clipoverzichten en recensies op de website hebben we een selectie gemaakt en het aantal prachtige platen weten te kortwieken tot **De Top 40 van Rotterdam!** Tussen 23-30 december hebben ruim 1200 mensen gestemd op hun favoriete release! Uiteindelijk ging de band Liar's Dice er met de titel, de bokaal en het prijzenpakket van door. Wat ons betreft een prachtig voorbeeld van een snel, goedkoop en geslaagd initiatief waarmee zowel de individuele promotie van de 40 deelnemende bands, als de collectieve promotie van Rotterdam als popmuziekstad bereikt werd. Hoe vaak we niet hoorden: "oh ik wist niet eens dat er 40 bandjes in Rotterdam waren" geeft aan dat er op dit vlak nog genoeg werk te verrichten is.

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 2013 nauw samengewerkt met de Zadkine Popacademie bij de begeleiding, coaching en beoordeling van studenten. Er zijn 38 begeleidingsmomenten geweest, verdeeld over 20 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^{ste} of 2^{de} assessor, het geven van allerhande tips over het reilen en zeilen in een popband etc. Tevens hebben we een gastles verzorgd op de Hogeschool Rotterdam aan de 1^{ste} jaars OPGM en hebben we op ons kantoor een instellingsbezoek verzorgd van een groep van 20 CMV studenten.

- 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 2013 onderdak geboden aan 1 MBO studente en 3 HBO'ers, die zich hebben beziggehouden met productionele, publicitaire en onderzoeksmatige activiteiten.

- Meet The Pro (voorheen Making Your Band)

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 ongedwongen sfeer op meer persoonlijke wijze individuele vragen van muzikanten te beantwoorden. De deelnemers mogen na afloop middels een donatie in ons spaarvarken laten blijken of ze het een waardevolle bijeenkomst vonden.

Datum	Thema	Pro's	Deelnemers	Donaties
16 april	Pop en Poen	Frits Heijnraets The Office Belastingadviseurs	21	€ 86,25
27 juni	Live Panel	Jasper van Vugt – Oor Elle Bandita-Muzikant Tim van Dorp-Programmeur Jeps Salfischberger-Mojo	6 bands 90 bezoekers	gratis
2 okt	Management	Frank Mosselman-Move Martijn Crama-A&R Manager	19	€ 81,70
11 nov	Boekingen	Majel Blonden-Paard van Troje Marcel Haug-Metropolis/Oerol Jeps Salfischberger-Mojo	46	€ 122,10

- 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 2013 was er sprake van 140 bandaccounts, een combinatie van 100 oude klanten die gratis meeverhuisden en de eerste 40 betalende klanten.

Hoofdstuk 3. Toelichting prestatieraster

Belangenbehartiging en informatievoorziening

De Popunie heeft alle betrokkenen bij de Rotterdamse popsector in 2013 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 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 het muziekveld, 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 voortdurend naar je toe. 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 de inbreng van de Popunie door alle partijen met open armen werd onthaald. We zijn vooral heel veel geraadpleegd door muzikanten en betrokken partijen over de meest uiteenlopende zaken. Waarschijnlijk een goed bewijs van onze centrale positie en bereikbaarheid.

Belangen en Informatie	gepland	behaald	verschil
Rotterdamse acts in database	1100	1445	+ 31%
Advisering musici/bands etc. Raad en Daad	300	1.500	+ 400%
Online artikelen, nieuws(brief), recensies	continu	continu	
Consultaties muziekcafés / podia	15	20	+ 33%
Overleg, PopUp en ambassadeurschap	8	12	+ 50%

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 realiseren we zelf een aantal projecten, die op maat toegesneden zijn op de verschillende stadia in de talentontwikkelingsketen. Van het prilleste niveau met de Kunstbende, het middensegment met de Popronde tot aan het topsegment met de Grote Prijs Rotterdam. Ook binnen deze kerntaak hebben we op alle fronten hoger gescoord dan gepland, enerzijds omdat we het aan het begin van het jaar bescheiden hadden geïndiceerd daar we de meeste projecten voor het eerst gingen uitvoeren. Anderzijds omdat we succesvol hebben geopereerd en het enthousiasme van de participanten bij bijvoorbeeld de Rotterdamse Popweek en Music Support Rotterdam onze stoutste verwachtingen heeft overtroffen. Het is lastig de bezoekersaantallen vast te stellen van gratis toegankelijke evenementen, verspreid over tientallen locaties in de stad zoals bij de Rotterdamse Popweek of de Popronde. Dit zal altijd een indicatie betreffen op basis van visuele waarneming en onze ervaring.

Talentontwikkeling	acts gepland/behaald		locaties gepland/behaald		Bezoekers
Kunstbende	50-100	/ 129	1	/ 2	450
Music Support Rdam	180	/ 400*	20	/ 50*	n.v.t.
Popronde	25	/ 43	15	/ 30	1.500
Grote Prijs Rotterdam	4	/ 30	1	/ 2	500
Rdamse Popweek	10	/ 160	4	/ 65	10.000

*voorlopige cijfers omdat 2013 op het moment van schrijven nog niet door alle aanvragers afgerond is

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 reguliere 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 zijn de behaalde resultaten redelijk in lijn met de prognoses. Bij Popunie Live hebben we meer festivals bereid gevonden om te participeren, wat de stijging verklaart. Het Plaatje van Rotterdam is een nieuw initiatief dat in december spontaan ontstond en waar nauwelijks kosten aan verbonden waren. Het is lastig de bezoekersaantallen vast te stellen van gratis toegankelijke evenementen, verspreid over diverse locaties in den lande zoals bij Popunie Live. Dit zal altijd een indicatie betreffen op basis van visuele waarneming en onze ervaring en die van de participanten.

Promotie	gepland	behaald	verschil	bezoekers
Digitalisering Bandarchief	doorlopend	Doorlopend	0%	
Website en social media	continu	Continu	0%	
Popunie Live: Optredens Clips	10 acts / 2 locaties 5	10 acts / 6 locaties 10	0% / +200% +100%	10.000
Het Plaatje van Rotterdam	0	40	n.v.t.	

Bevordering cultureel ondernemerschap

Kerntaak 4 heeft vooral betrekking op het beschikbaar stellen van onze expertise en netwerken. Enerzijds om het ondernemerschap bij (nieuwe) acts en organisatoren te vergroten en anderzijds om het bestaande circuit meer te binden. Secundair maar niet onbelangrijk is dat we hierdoor aan de voorkant kennismaken met de nieuwe aanwas van muzikanten, producers, organisatoren etc. die we vervolgens in onze database kunnen opnemen waardoor zij te allen tijde traceerbaar zijn en naar het juiste project of loket doorgestuurd kunnen worden. Met de vele contacturen met studenten, muzikanten en jonge, creatieve ondernemers wordt de deskundigheid bevorderd en het ondernemerschap gestimuleerd. Bij deze kerntaak hebben we veel meer studenten begeleid dan oorspronkelijk gepland, omdat dit zowel ons, de studenten als Zadkine zo goed bleek te bevallen dat uitbreiding in ieders belang was en als vanzelf geschiedde. Er zijn 4 edities van Meet The Pro geweest i.p.v. de geplande 5 omdat we ons meer op de individuele begeleiding gefocust hebben en dat verklaart tevens het iets lagere deelnemersaantal.

Cultureel ondernemerschap	Gepland	behaald	verschil
Contacturen samenwerking popopleidingen	75	120	+ 60%
Gecoachte studenten/bands	5	38	+ 660%
Stageplekken en afstudeerprojecten	-	4	n.v.t.
Meet The Pro edities	5	4	-20%
Meet The Pro deelnemers	100	86	-14%
MyStagePlan	100	140	+40%

Hoofdstuk 4. Toelichting jaarrekening en bedrijfsvoering

Jaarrekening

Er is in 2013 een fikse stap teruggezet met inkomsten die € 100.000,- daalden (14%). Desondanks is het jaar met een nagenoeg sluitend resultaat afgerond, omdat de organisatie is afgeslankt en aan projecten en fte's heeft ingeboet. Ondanks de afslanking en onzekerheid waar het personeel op de werkvloer de afgelopen periode mee te kampen had, is er geen sprake geweest van onrust en hebben de dienstverlening en projecten er niet onder te leiden gehad. De **directe inkomsten** zijn relatief laag, o.a. omdat we geen podium runnen en niet veel publieksevenementen met entree organiseren, maar wel een stuk hoger dan gepland. Dit komt door hogere bijdragen van de popopleidingen omdat de begeleiding van studenten succesvol was en werd uitgebreid. Tevens was er sprake van onverwacht hoge bijdragen van afnemers en participanten van ons Stage Europe Network (SEN) project. Tot slot is er bij de overige baten sprake van een belastingmeevaller en een afboeking uit voorgaande jaren, beiden eenmalig.

Er zijn aanzienlijke additionele inkomsten gerealiseerd bij fondsen, gemeenten, opdrachtgevers en sponsors. Vooral de fundraising in de rubriek **overige bijdragen** liep boven verwachting, omdat we met onze publieksevenementen succesvol waren. 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. 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 kantoorkosten vielen lager uit door extra soberheid en scherpe deals.

Niet zichtbaar in de begroting, maar daarom niet minder van 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 onze mogelijkheden vergroten als onze kosten drukken. Bovendien profiteren vooral vele bands en acts hiervan omdat juist deze partners ruimhartig bijdragen aan prijzenpakketten en natrajecten of andere voordelen bieden. Deze 'deals' zijn niet gekapitaliseerd in de begroting, omdat het geen feitelijke financiële transacties behelst, maar dit cultureel ondernemerschap loopt jaarlijks op tot circa € 50.000,- voordeel. Diverse projecten en diensten worden goedkoop of kostenneutraal ten uitvoer gebracht. Bijvoorbeeld 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 de ontwikkelkosten reeds in achterliggende jaren verwerkt zijn (applicaties). Alle bedragen zijn inclusief BTW en exclusief jaarlijkse indexering en loonprijscompensatie.

Bedrijfsvoering

De Popunie hanteert een klein en 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 28 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 geheel of 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. 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, jaarverslag en accountantsrapport opgesteld. Tevens zijn er van alle projecten specifieke inhoudelijke en financiële evaluaties.

De Popunie hanteert op diverse manieren systemen van kwaliteitszorg en voert verbeteringen consequent door in de producten en organisatie. Inhoudelijke monitoring van onze 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 editie van het desbetreffende project of de ontwikkeling van nieuwe producten en diensten.

Bij onze talentenjachten hanteren wij een doordacht systeem van jurering waarbij iedere deelnemer, op schrift, een uitgebreide analyse met het juryoordeel krijgt toegezonden. Dit gebeurt na elke fase van het desbetreffende project; aanmelding, voorronde en finale. Vervolgens bieden we de mogelijkheid om hierop feedback te geven zodat eventuele klachten, onduidelijkheden of opmerkingen helder worden. Mogelijke verbeteringen nemen we vervolgens over.

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 mag een medewerker van de Popunie bijvoorbeeld geen individuele bands managen, 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.