



Provincie Noord-Brabant



's-Hertogenbosch



EINDHOVEN



Gemeente Breda



GEMEENTE TILBURG

Aanvraag subsidie professionele kunsten 2021-2024

Digitale handtekening:

Signature Not Verified

Ondertekendienst: GBO.ondertekendienst.zetsolutions.nl
KvK-Nummer: 18088859
KvK-Vestiging:
Datum: 29-01-2020 22:22:14 (UTC tijd)
Receipt: 03cba43d5ad44a03



Provincie Noord-Brabant



's-Hertogenbosch



EINDHOVEN



Gemeente Breda



GEMEENTE TILBURG

Aanvraag subsidie professionele kunsten 2021-2024

Provincie: § 1 van de Subsidieregeling hedendaagse cultuur Noord-Brabant

Breda: specifieke nadere regels Professionele Kunsten 2021-2024 Breda - BrabantStad

WAAR WILT U UW AANVRAAG INDIENEN?

Indienen bij:

provincie Noord-Brabant en één of meer gemeenten

Bij de gemeente:

Breda

KOMT U IN AANMERKING VOOR SUBSIDIE?

Bedraagt het aangevraagde subsidiebedrag bij de provincie Noord-Brabant minder dan € 25.000? Nee

Zijn de activiteiten gericht op het restaureren, conserveren, beheren of presenteren van een museale collectie? Nee

Is de subsidieaanvrager een onderneming die in financiële moeilijkheden verkeert als bedoeld in artikel 2 onder nummer 18 [Algemene Groepsvrijstellingsverordening](#)? Nee

Is de subsidieaanvrager een onderneming ten aanzien waarvan er een bevel tot terugvordering uitstaat ingevolge een eerder besluit van de Europese Commissie waarbij de steun onrechtmatig en onverenigbaar met de interne markt is verklaard? Nee

NB. Definitieve besluitvorming door de betreffende Colleges over de verlening van de subsidie volgt pas na inhoudelijke beoordeling van uw volledige aanvraag.

GEGEVENS ACTIVITEITEN

De antwoorden op de vragen in deze rubriek fungeren als korte samenvatting van het activiteitenplan. Het antwoord mag bestaan uit een verwijzing naar een specifiek onderdeel van uw activiteitenplan.

Naam

Looptijd van de activiteiten waarvoor subsidie wordt aangevraagd

Geplande startdatum Geplande einddatum

SUBSIDIEVEREISTEN

Worden de activiteiten in belangrijke mate uitgevoerd in de provincie Noord-Brabant?

Ja

[Beschrijf dit in uw activiteitenplan](#)

Worden de activiteiten in belangrijke mate uitgevoerd in Breda?

Ja

[Beschrijf dit in uw activiteitenplan](#)

Is de subsidieaanvrager op het gebied van professionele kunsten een:

- 1°. ontwikkelinstelling;
- 2°. producerende instelling; of
- 3°. presentatie instelling.

Ja

[Beschrijf dit in uw activiteitenplan](#)

Zijn de activiteiten gericht op professionele kunsten binnen een van de volgende functies?

Ja

overige activiteiten gericht op het ontwikkelen, produceren of presenteren van professionele kunsten

Is de subsidieaanvrager een instelling met:

- 1°. hoge artistiek-inhoudelijke kwaliteit, wat betreft visie, oorspronkelijkheid, vakmanschap en zeggingskracht;

Ja

[Beschrijf dit in uw activiteitenplan.](#)

- 2°. hoge zakelijke kwaliteit, blijkt uit de bedrijfsvoering en de inhoudelijke haalbaarheid van de activiteiten;

Ja

Beschrijf dit in uw activiteitenplan.

3°. tenminste een bovenlokale functie;

Ja

Beschrijf dit in uw activiteitenplan.

4°. een missie en visie op haar rol in de Brabantse culturele infrastructuur;

Ja

Beschrijf dit in uw activiteitenplan.

Verklaart de subsidieaanvrager dat hij de volgende codes onderschrijft:

1°. Governance Code Cultuur;

2°. Fair Practice Code;

3°. Code Culturele Diversiteit;

Ja

Zijn de activiteiten gericht op publiekswerking of een specifieke doelgroep en monitoring daarvan, blijktend uit een communicatiestrategie?

Ja

Beschrijf dit in uw activiteitenplan.

Overlegt u een activiteitenplan en meerjarenbegroting overeenkomstig de vastgestelde modellen?

Ja

Voeg aan het eind van het formulier de verplichte bijlagen toe.

VERDEELCRITERIA

Beschrijf de antwoorden op de verdeelcriteria duidelijk in uw activiteitenplan.

Heeft u de mate waarin de activiteiten een hoge artistiek-inhoudelijke kwaliteit hebben wat betreft visie, oorspronkelijkheid, vakmanschap en zeggingskracht beschreven in uw activiteitenplan?

Ja

Heeft u de mate waarin de activiteiten hoge zakelijke kwaliteit hebben wat betreft omgevingsbewustzijn en ondernemerschap beschreven in uw activiteitenplan?

Ja

Heeft u de mate waarin de activiteiten publiekswerking hebben of gericht zijn op een specifieke doelgroep, wat betreft binding met het bestaande publiek of de doelgroep en inspanningen voor duurzame opbouw en vernieuwing van publiek of de doelgroep, beschreven in uw activiteitenplan?

Ja

Heeft u de mate waarin de activiteiten bijdragen aan een evenwichtige culturele infrastructuur wat betreft spreiding en inhoud in de provincie Noord-Brabant en bijdrage aan het bovenlokale, regionale of landelijke cultuuraanbod. beschreven in uw activiteitenplan?

Ja

FINANCIËN

BTW/omzetbelasting

Kunt u de BTW op deze activiteiten verrekenen of de BTW compenseren? Ja

Meerjarige activiteitenbegroting en gevraagd subsidiebedrag

Bij de aanvraag wordt een sluitende meerjarige activiteitenbegroting ingediend op basis waarvan de subsidiehoogte kan worden bepaald. De begroting bevat een overzicht van de in de subsidieperiode geraamde inkomsten en uitgaven van de aanvrager, voor zover deze betrekking hebben op de activiteiten waarvoor subsidie wordt gevraagd.

Met 'sluitend' wordt bedoeld dat de begroting wordt voorzien van een financieringsplan waaruit kan worden opgemaakt op welke wijze en door wie de kosten van van de activiteiten worden gedekt. Hierbij dient de eigen bijdrage van de aanvrager te worden vermeld alsmede het totaal gevraagde subsidiebedrag, zodat het financieringsplan uitkomt op 100% dekking van de totale projectkosten. Zorg ervoor dat

de in deze begroting genoemde kosten aansluiten bij de in het activiteitenplan genoemde activiteiten.

Begrote totale kosten activiteiten exclusief BTW € 5.229.500,00

Wat is de hoogte van het totaal gevraagde subsidiebedrag bij de provincie Noord-Brabant exclusief BTW? € 611.000,00

Wat is de hoogte van het totaal gevraagde subsidiebedrag bij de gemeente Breda exclusief BTW? € 400.000,00

Voeg aan het eind van het formulier de verplichte bijlage toe.

Bevoorschotting

Subsidie wordt, afhankelijk van de looptijd, in geval van de provincie bevoorschot in 4 gelijke jaarlijkse termijnen. Stemt u daarmee in?

Ja

Voor aanvragen bij Breda worden afspraken over betalingstermijnen in de beschikking gemaakt.

Verklaring bezoldigingsnorm

Op basis van artikel 8 tweede lid, van de [algemene subsidieverordening Noord-Brabant](#) wordt de subsidie geweigerd indien de Brabantnorm wordt overschreden.

Heeft u de verklaring bezoldigingsnorm volledig ingevuld, ondertekend en toegevoegd?

Ja

BIBOB

Wet Bibob - bevordering integriteitsbeoordelingen openbaar bestuur

Aanvragen boven de € 25.000 kunnen in de steekproef vallen. In dat geval krijgt u het Bibob vragenformulier toegestuurd. Wij vragen u dit binnen twee weken in te vullen en aan ons te retourneren.

[Bibob informatie op www.brabant.nl](http://www.brabant.nl)

AANVRAGER

Voor de rol als indiener kijkt u naar de hoedanigheid waarin u de aanvraag doet.

Bent u zelf of uw bedrijf/instelling ontvanger van de subsidie of doet u de aanvraag voor een ander?

Beantwoord onderstaande vragen zodat op de volgende pagina de juiste gegevens kunnen worden gevraagd.

Dient u het formulier in als? bedrijf of instelling

De aanvraag is voor mezelf

Organisatie/Instelling (rechthebbende)

Naam bedrijf of instelling

LET OP: alleen als uw machtiging eHerkenning van toepassing is op een specifieke vestiging vult u ook het vestigingsnummer in

Inschrijvingsnummer KvK Vestigingsnr. [Kvk nr en Vestigingsnr](#)

Rekening nr [IBAN Check](#)

Ten name van

Contactpersoon organisatie/instelling

Aanspreektitel

Voorletter(s)

Voorvoegsel(s)

Achternaam

Functie

Telefoonnr

E-mailadres (rechthebbende)

Controle E-mailadres

ADRESGEGEVENS

Adresgegevens (rechthebbende)

Gebruikt u een postbus?

Nee, correspondentie via huis-adres

Is dit een Nederlands adres/postbus?

Ja

Huisadres

Na invoeren van postcode en huis-/postbusnummer worden automatisch de bijbehorende overige gegevens opgehaald.

Postcode Huisnummer Toevoeging

Straat

Plaats

Gemeente

INDIENINGSWIJZE EN BIJLAGEN

Wijze van ondertekenen en indienen

Ondertekening met eHerkenning Ja

Verplichte bijlagen

Activiteitenplan conform model	70410600_5262911_Playgrounds_activiteitenplan2021-2024.pdf
Meerjarenbegroting conform model	70410600_5262912_Model_meerjarenbegroting_StichtingPlaygrounds.xlsx
Verklaring geen financiële moeilijkheden	70410600_5262914_FinancieleM-StichtingPLGR.pdf
Verklaring bezoldigingsnorm	70410600_5262915_Verklaring_Bezoldigingsnorm.pdf

Verklaring

Aanvrager verklaart:

- alle gegevens in het aanvraagformulier en de bijlagen volledig en naar waarheid te hebben ingevuld en alle verplichte bijlagen te hebben bijgevoegd;
- bevoegd te zijn tot het indienen van de subsidieaanvraag;
- ermee bekend te zijn dat alle ingediende gegevens openbaar zijn, tenzij daarop een uitzonderingsgeval als bedoeld in de Wet openbaarheid van bestuur van toepassing is;
- ermee akkoord te gaan dat persoonsgegevens kunnen worden geregistreerd ter voorkoming van misbruik en oneigenlijk gebruik van subsidies.¹

¹ De Wet bescherming persoonsgegevens (Wbp) geeft u bij registratie van uw gegevens het recht op inzage. Dit houdt in dat u kunt opvragen welke gegevens er van u zijn geregistreerd en voor welke doeleinden die gegevens worden gebruikt. Algemene informatie over de Wbp en het aanvragen van de brochure handleiding Wet bescherming persoonsgegevens kunt u vinden op de algemene site van de Rijksoverheid of krijgen via de infolijn van de Rijksoverheid, telefoonnummer 1400 (lokaal tarief).

ACTIVITEITEN- PLAN 2021-2024

STICHTING
PLAYGROUNDS

PLAY
GROU
NDS

Introductie en profilering

Playgrounds is een pionier, een onmisbare verbinder en aanjager voor de (inter)nationale beeldindustrie. Playgrounds richt zich nadrukkelijk op het maakproces, het experiment, de missers, successen, en de vragen achter het beeld. Daardoor lopen wij voor op de ontwikkelingen, staan vernieuwende makers als eerste op ons podium en weten wij belanghebbenden uit de (inter)nationale keten van de hedendaagse beeldcultuur direct aan ons en aan elkaar te binden: de maker, het talent, het onderwijs en de industrie.

Playgrounds is er voor beeldmakers. Playgrounds biedt deze bedenkers de mogelijkheid zich verder te ontwikkelen, zowel creatief, technisch als met hun contacten in het autonome en commerciële netwerk. We staan midden tussen de makers en pikken de laatste ontwikkelingen als eerste op. Onze activiteiten vormen één van de meest belangrijke netwerk- en inspiratiemomenten voor de internationale, nationale en lokale industrie.

Playgrounds is er voor het talent. Playgrounds biedt een op maat talentontwikkelingstraject voor veelbelovende makers. We ondersteunen en coachen talenten in de ontwikkeling van hun creatieve en vakmatige skills en doen dit in nauwe samenwerking met verschillende partners uit het veld. Daarnaast bieden we (nog) onontdekte talenten de ruimte om zich te presenteren aan een internationaal vakpubliek als springplank voor hun carrière.

Playgrounds is er voor het onderwijs. Playgrounds vult het gat tussen het kunstonderwijs en werkveld. Onderdelen die buiten een standaard curriculum vallen, maar essentieel zijn voor een student, worden door Playgrounds gefaciliteerd. Studenten kunnen in gesprek met hun helden, volgen workshops en krijgen

een kijkje in hun toekomstige, diverse werkveld. Daarnaast richt Playgrounds zich op de 'digital natives'. Dit is de generatie die nu opgroeit te midden van de digitale beeldcultuur en die zich zichzelf eerder in beeld dan in het geschreven of gesproken woord kan uiten. Digitale media bieden bij uitstek toegankelijke kanalen om een eigen geluid te laten horen, maar vaak durven alleen scholieren met een westerse achtergrond te kiezen voor een creatief beroep: inclusiviteit in de creatieve industrie start, naar onze mening, bij educatie op alle niveaus en Playgrounds draagt daar aan bij.

Playgrounds is er voor industrie. Playgrounds verbindt de industrie met de maker, het talent en het onderwijs. We stimuleren de ontwikkeling van het werkveld door het delen van direct toepasbare kennis. Daarnaast scheppen de juiste voorwaarden voor het scouten van talent en het zien en ervaren van het nieuwste dat de verschillende media te bieden hebben in een internationale netwerkomgeving. Playgrounds sluit niets en niemand uit en weet precies hoe je verschillende onderwerpen, disciplines en creatieve processen met elkaar kunt verbinden zodat kennisoverdracht van en naar elkaar mogelijk wordt. Sinds onze oprichting zijn toegankelijkheid en het delen van kennis, kunde en netwerk de kernwaarden van Playgrounds. Dit is de basis van waaruit wij programmeren en activiteiten opzetten. Makers van elk kaliber en elke achtergrond moeten zich bij ons thuis voelen. Playgrounds vertrekt hierbij vanuit het bewegend beeld, waarbij animatie, kunst, film en digitale media een natuurlijke rol spelen. Maar Playgrounds kijkt ook verder en ziet sound-design, illustratie, journalistiek en grafisch ontwerp als belangrijk onderdeel van het programma. Playgrounds programmeert activiteiten waarin dit post-digitale beeld* in de volle breedte en vanuit verschillende vraagstukken wordt benaderd.

**Post-digitaal; een eigen gebreidelde term waarmee wij willen aangegeven dat er niet alleen in digitale concepten wordt gedacht en gemaakt, maar dat er vanuit het digitale denken ook weer wordt teruggegrepen naar het ambacht van voor het digitale tijdperk: digitale kennis ingezet in het analoge.*

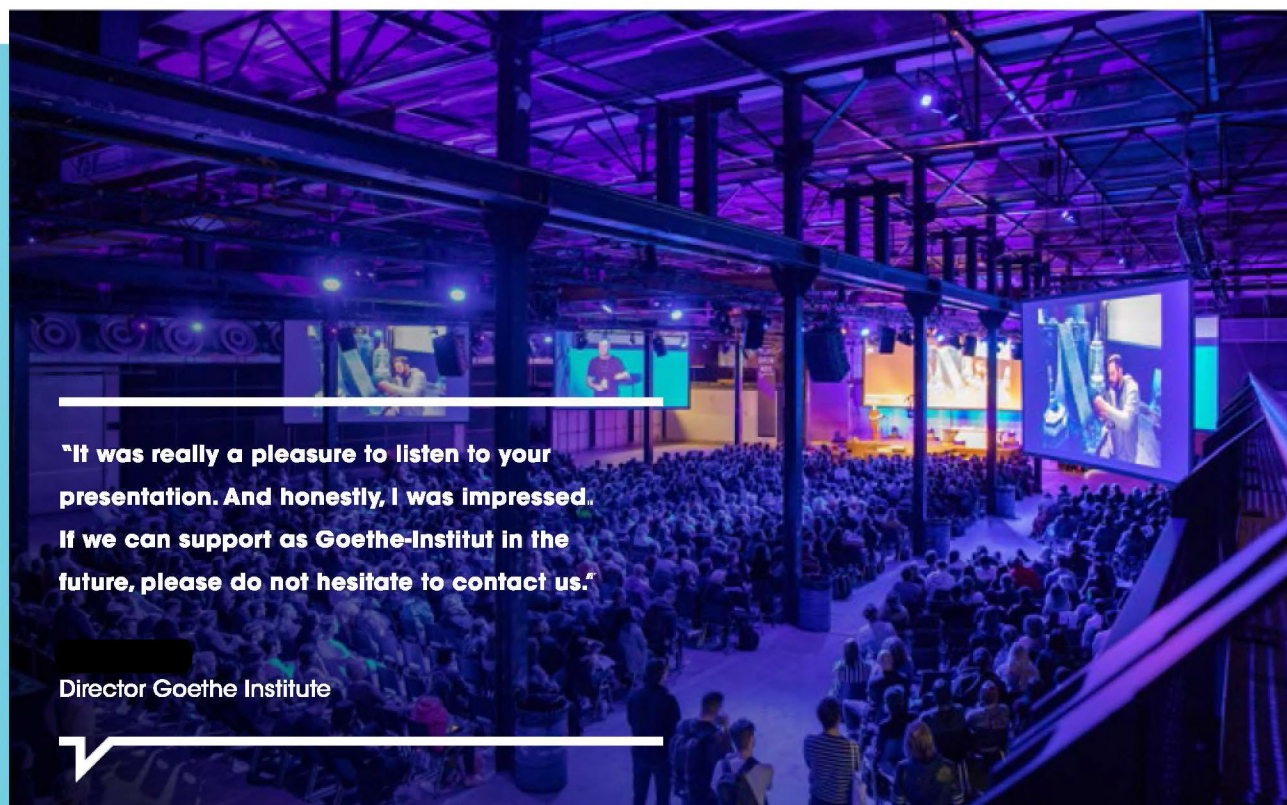
Playgrounds is een onafhankelijke, internationaal georiënteerde ontwikkelinstelling die zich niet opsluit in een stenen gebouw. We werken vanuit Noord-Brabant, maar zijn actief in heel Nederland en daarbuiten. Onze activiteiten vinden plaats in Breda, Eindhoven, Amsterdam, Rotterdam, Berlijn en verder. Tegelijk trekken onze activiteiten veel verschillende nationaliteiten aan en kunnen wij ons met recht een internationaal platform noemen.

Onze hoofdactiviteiten bestaan uit talentontwikkeling (non-fictie en fictie) en de meerdaagse conferenties/festivals The Art Department en Blend waarin inspiratie, ontmoeting en kennisdeling centraal staan. Daarnaast ontwikkelen we kleinschalige activiteiten waarin één bepaald thema of vraagstuk wordt uitgediept, kennisproductie plaatsvindt en er ruimte is voor één op één contact tussen publiek en artiest. Dit zijn de Sessions, exposities en het Academy programma. Ten laatste beheren we een online versie van ons platform waarin al de bovengenoemde onderdelen op een digitale manier toegankelijk zijn voor onze doelgroepen.

Ons online platform bereikt jaarlijks over de 250.000 (inter)nationale bezoekers, direct afkomstig uit het

werkveld. Daarnaast trekt Playgrounds jaarlijks zo'n 14.000 fysieke bezoekers die voor meer dan 90% bestaan uit makers. Blend en The Art Department zijn daarvan de grootste publiekstrekkers. The Art Department is tevens de grootste conferentie op het gebied van concept art* in Europa en de tweede grootste in de wereld. De indirecte impact van Playgrounds is nog veel groter. Wij staan aan de vooravond van verscheidene grote producties die later het grote publiek bereiken. Zo hebben we de art directors van Disney, Pixar, Laika, Wes Anderson en Björk in ons netwerk en op ons podium. We brengen makers naar voren die meedenken en innoveren binnen producties als Isle of Dogs en Star Wars, maar ook die hun werk tonen op plekken als het MoMA, de Biënnale in Venetië en Filmfestival Berlijn. En we staan aan het begin van de ontwikkeling van menig talentvolle maker en studio zoals ██████████ die we als eerste een podium konden bieden en blijvend aan ons hebben verbonden.

**Concept art is het ontwerp- en ontwikkelproces van werelden en karakters voor film, animatie en games nog vóórdat de daadwerkelijke productie start.*



Missie

Playgrounds is een innovator en verbinder tussen makers, talenten en industrie om nieuwe en relevante ontwikkelingen op het gebied van bewegend beeld (animatie, illustratie, film, games, digitale kunst en interactief bewegend beeld) te stimuleren en een structureel fundament te geven. Dit doet Playgrounds in een internationale, toegankelijke en hybride/trans-disciplinaire context.

Visie

De digitale beeldcultuur is de afgelopen decennia uitgegroeid tot een van de meest bepalende factoren in onze maatschappij. Beeldmakers hebben een steeds grotere verantwoordelijkheid als het gaat om welk verhaal zij willen vertellen, hoe zij dat doen, aan wie en voor wie. Het is een groeiende keten waarbij de makers in ijtempo nieuwe beelden produceren en ontwikkelingen in de beeldtaal razendsnel gaan. Maar er is relatief weinig ruimte voor reflectie en begeleiding om **beeldgeletterdheid** onder de aandacht te brengen; hoe je voor jezelf als beeldmaker de juiste gereedschappen kunt vinden om je via beeld uit te drukken. Maar ook hoe feit van fictie kan worden onderscheiden en de **verantwoordelijkheid** van de makers daarin.

Playgrounds stelt zich ten doel de kijk op beeldcultuur te verbreden en te verdiepen. Playgrounds reflecteert op de bestaande beeldcultuur en kijkt vooruit naar de toekomstige ontwikkelingen, waarbij we de discussie en wrijving bewust opzoeken. Juist de plekken waarop het begint te schuren, het ongemakkelijke dat wringt, zijn de relevante momenten die aanzetten tot nieuwe ontwikkelingen en andere inzichten. We doen dit door ons specifiek te richten op de beeldmakers zelf: de worstelingen en twijfels die broeien bij makers en de industrie zijn immers de voorlopers van wat zich in de toekomst in de samenleving zal uiten.

Beeld wordt steeds meer hybride c.q. multi- en transdisciplinair. Daar vraagt onze samenleving om en zo denkt en doet de moderne, cross-culturele maker*. Toonaangevend beeld wordt steeds meer divers:

het beslaat high-art en low culture, commercieel en autonoom, animaties en games, documentaire, etc.. Creatieve technologie geeft ons fantastische gereedschappen waardoor we in staat zijn onze verbeelding op virtueuze wijze tot leven te brengen. Je wilt een verhaal vertellen en je laat je als maker door niemand vertellen hoe dat moet. Vaste formats zijn er niet meer. Een kunstenaar of vormgever komt steeds meer los te staan van een discipline en ontwikkelt zich tot een **all-round storyteller** die verschillende methodieken en technieken aan elkaar weet te verbinden om on- en offline het publiek te bereiken op een geheel autonome of toegepaste wijze.

** cross-culturele maker (weer een greep uit onze eigen gebreidelde terminologie) is de maker die zich niet houdt aan een 'Nederlandse' beeldtaal en/of identiteit, maar invloeden vanuit de hele wereld mixt en om zo een eigen beeldtaal te vormen die dwars door culturen (in de breedste zin van het woord) heen gaat.*

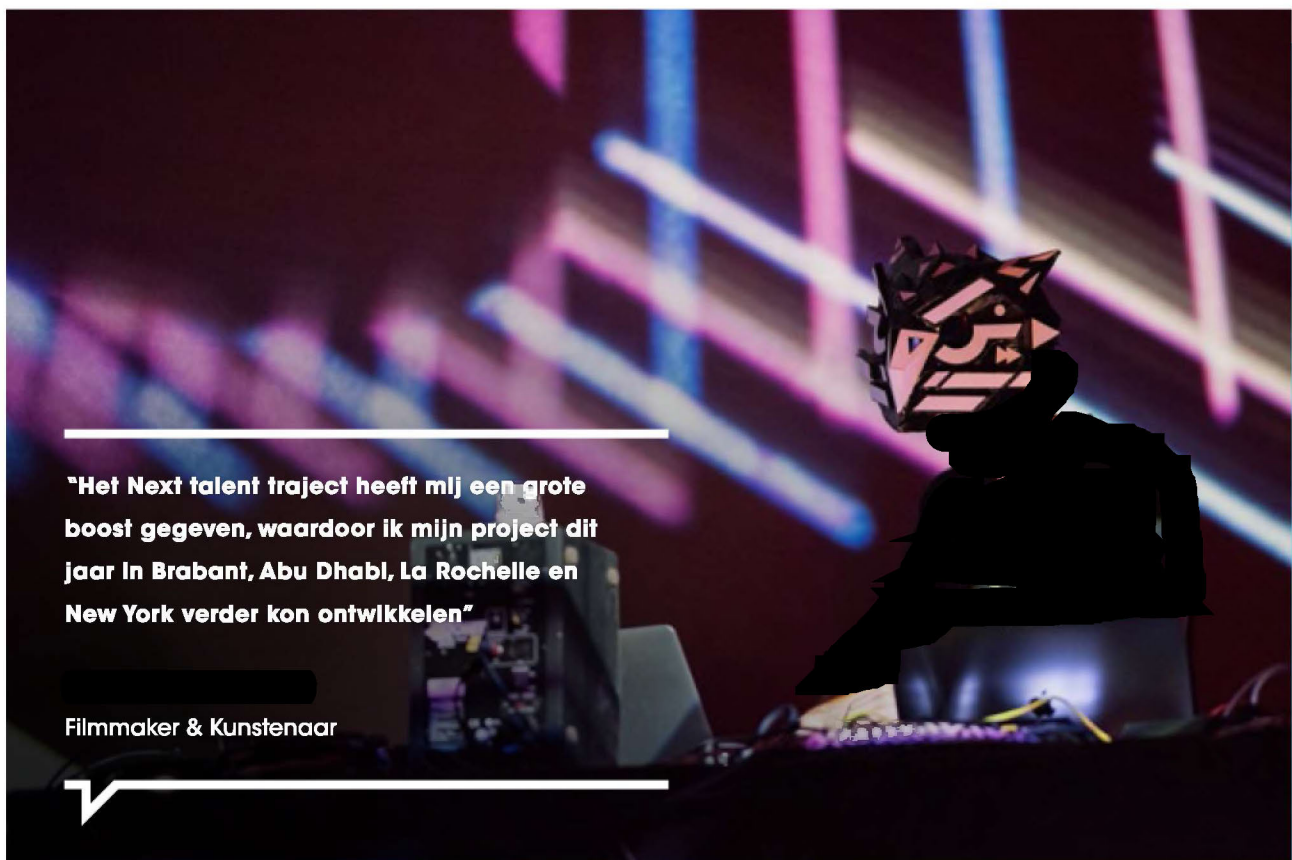
Playgrounds sluit daar bij aan. We blijven meer onderzoekend en twijfelend dan dat we ons uiten in grote statements. Playgrounds is een voorvechter van de ontzuiling in disciplinair denken en breekt de scheiding tussen genres en hoge en lage beeldcultuur open. Playgrounds bespreekt de huidige zichtbare en (nog) onzichtbare ontwikkelingen van de internationale beeldcultuur dan ook in de volle breedte. Dit doen wij door het samenbrengen en mengen van genres, disciplines, niches, culturele achtergronden, nationaliteiten en verschillende denkbeelden. De makers die natuurlijk bewegen door disciplines heen, hokjes openbreken en aanzetten tot nieuwe ontwikkelingen krijgen bij Playgrounds een podium. Playgrounds lukt het om makers uit hun niche te halen: het maakt niet uit welke achtergrond de spreker heeft, iedereen kan van elkaar leren en elkaar inspireren. Door geen onderscheid te maken, en toegankelijk te zijn voor iedereen, creëert Playgrounds de ruimte en faciliteiten om talenten een eigen weg te laten kiezen en brengen we niches succesvol bij elkaar.

De komende jaren geven we ons programma verder richting door:

- verdieping op te zoeken en onze programma lijnen (zie pagina 12) nadrukkelijk in een aantal activiteiten naar voren te laten komen;
- kennisproductie (naast kennisdeling) in het programma op te nemen. Dit doen we door actief te zijn op het gebied van research & development en in te zetten op reflectie van de beeldcultuur via eigen gestelde onderzoeksvragen;
- intensiever op zoek te gaan naar afwijkende geluiden en 'schurende' makers: we programmeren alternatieve visies op beeldcultuur. Zo staat Afrika als creatief continent nog onvoldoende in de schijnwerpers;
- intensivering van ontsluiten van kennis en inspiratie via ons online platform, zodat we meer en andere makers bereiken;
- nieuwe formats te blijven ontwikkelen. Playgrounds blijft internationaal voorop lopen, door de beweging op te zoeken;

- de internationale programmering te laten door groeien en nieuwe activiteiten te ontplooiën in diverse creatieve hotspots in het buitenland (i.s.m. de internationale industrie en onderwijsinstellingen), zodat we een duurzamer meer divers publieksbereik realiseren;
- nieuwe verbindingen tot stand te brengen door ons te richten op het primair onderwijs en de jongste generatie makers. Door hun al vroeg met (inter)nationale rolmodellen in contact te laten komen, komt nog onontgonnen beeldtalent bovendien ten einde een nog meer diverse maak-community te genereren in Nederland.

Voor een visuele impressie, klik hier.



"Het Next talent traject heeft mij een grote boost gegeven, waardoor ik mijn project dit jaar in Brabant, Abu Dhabi, La Rochelle en New York verder kon ontwikkelen"

Filmmaker & Kunstenaar

Activiteiten

Activiteit	start/eind datum	Resultaat
The Art Department 2021-2024 (Eindhoven)	jan 2021- dec 2024	Jaarlijkse meerdaagse conferentie/festival met gemiddeld 2.000 bezoekers per dag
Internationalisering: The Art Department Berlijn 2021-2024	jan 2021- dec 2024	Jaarlijkse twee daagse conferentie/festival met gemiddeld 750 bezoekers per dag
Talentontwikkeling Talenthub AV-media, op maat	jan 2021- dec 2024	24 talenten uit Noord-Brabant die het traject hebben doorlopen
Blend Noord-Brabant 2021-2024 (Breda)	jan 2021- dec 2024	Jaarlijkse tweedaagse conferentie/festival met gemiddeld 1.000 bezoekers per dag
Blend Amsterdam 2021-2024	jan 2021- dec 2024	Jaarlijkse tweedaagse conferentie/festival met gemiddeld 1.000 bezoekers per dag
Sessions Nederland	jan 2021- dec 2024	12 sessions (gemiddeld 3 per jaar) door heel Nederland met gemiddeld 100 bezoekers per session.
Internationalisering: Sessions (Portland/London)	jan 2022- dec 2024	3 sessions (gemiddeld 1 per jaar) met gemiddeld 200 bezoekers per session.
Exposities/performance	jan 2021- dec 2024	Minimaal 1 expositie per jaar in Noord-Brabant. In totaal 5 exposities. Gemiddeld 4.000 bezoeker per jaar.
Internationalisering: Expositie Sketch	jan 2021- dec 2024	Minimaal 3 exposities in 3 verschillende steden in het buitenland
Workshops/Academy	jan 2021- dec 2024	20 workshops (gemiddeld 5 per jaar) met gemiddeld 15 deelnemers per workshop.
Playgrounds in the Classroom (HBO/WO)	jan 2021- dec 2024	4 bezoeken (gemiddeld 1 per jaar) met gemiddeld 100 studenten per keer.
Ontwikkeling Playgrounds in the Classroom (basisonderwijs)	jan 2021- dec 2024	Een educatief programma inzetbaar op reguliere basis (2 scholen per jaar) vanaf mid-2024
Multi-media producties, tweede fase talentontwikkeling i.s.m. Submarine	jan 2021- dec 2024	Door ontwikkeling van werk van 4 talenten/producties. (1 Talent/productie per jaar.)
Online platform weareplaygrounds.nl	jan 2021- dec 2024	Jaarlijks 250.000 digitale bezoeken door een internationaal makerspubliek

Beschrijving activiteiten

De afgelopen 3 jaar hebben we een aantal succesvolle formats ontwikkeld die we de komende jaren verder gaan uitbreiden, verdiepen en doorontwikkelen. Iedere activiteit heeft zijn eigen focus en karakter om de verschillende publieksgroepen uit het makersveld goed te kunnen bedienen.

The Art Department

Stimulating creative confidence within new generations to inspire them to explore their own visual language.

Met The Art Department Eindhoven stellen we het proces en nieuwe ontwikkelingen op het gebied van concept art voor (animatie) film, games, illustratie en visual effects centraal. Het is een festival met conferenties, workshops, exposities, portfolio-reviews, live-action sculpting en modeltekenen. Hier tonen we de 'achterkant' van het ontwerp en ontwikkelproces van mainstream producties, grote games en Hollywood blockbusters. We delen de kennis en kunde achter het vertellen van een goed verhaal.

We stimuleren creatief zelfvertrouwen, bevragen het onderwijs en tonen belangrijke innovaties in de creatieve industrie van het vormgeven van media-producties.

Doel is om verschillende niches binnen illustratie, games, animatie, die in een mediaproductie vaak al samenwerken, ook een gedeelde plek voor inspiratie, kennis en netwerk te bieden. Bezoekers uit meer dan 25 landen bezochten The Art Department in Eindhoven. Die internationale bekendheid gaan we de komende 4 jaar verder uitbouwen, zodat dat wat in Nederland gelukt is, ook op internationaal niveau wordt door gezet. Zo verbinden we de Nederlandse creatieve industrie optimaal met de internationale.

Blend

Expanding the perspective on post-digital visual culture by picking the brains of leading, inspiring artists from all over the world.

Tijdens dit meerdaagse festival in Breda en haar satelliet in Amsterdam, tonen we een catwalk van innovatieve beeldenmakers van over de hele wereld. De toekomst van het post-digitale beeld én de cross-overs staan centraal tijdens Blend. Er zijn artist talks, exposities, portfolio-reviews en meerdere netwerk mogelijkheden. Het programma focust op makers die de grenzen van hun discipline buigen en andere sectoren opzoeken. Ook het snijvlak tussen kunst, wetenschap en journalistiek komt aan bod. Het vertrekpunt is innovatief bewegend beeld, maar er is ook plek voor muzikanten, illustratoren en grafisch vormgevers die beeld op een vernieuwende wijze inzetten en kunstenaars die in geen enkel 'hokje' te duwen zijn. Zoals indiegame developer en visionair ██████████ die op Blend 2018 een manifest presenteerde over de staat van het beeld en de creatieve industrie.

Sessions

Makers krijgen tijdens de Sessions een verdiepend avondprogramma aangeboden rondom een thema: de vier programmalijnen (zie pagina 12) komen terug, maar ook een techniek kan aanleiding zijn voor een programma. We organiseren deze Sessions met locatie-partners in het hele land voor een compacte groep makers: een intiem programma waarin ontmoeting en reflectie centraal staan.

Expositie / performance

De exposities/performances vormen bij uitstek de mogelijkheid om een breder publiek aan te spreken, terwijl we tevens makers exposure bieden. Op lokaal niveau betekent dit mensen uit de stad kennis te laten maken met de industrie en creatieve kracht die zich in de stad bevindt. Binnen de beeldindustrie is het vaak verrassend hoeveel lokale talenten zich internationaal manifesteren terwijl zij onzichtbaar blijven in eigen stad en land.

Internationalisering

Sketch

Voor The Art Department Eindhoven hebben we een tentoonstellingsconcept ontwikkeld, 'Sketch, Inside the mind of the artists', waarbij we de creatieve zoektocht van de maker belichten en het durven visualiseren van ideeën stimuleren. Schetsboeken van internationale toptartiesten zijn te bezichtigen, waardoor het publiek letterlijk in de creatieve denkwereld van de maker stapte. Er is internationale interesse om dit tentoonstellingsconcept te ontwikkelen en internationaal uit te zetten ter promotie van een groot aantal Nederlandse makers.

The Art Department - Berlijn

In 2019 is in samenwerking met Brabant-C onze eerste, zelf geïnitieerde grootschalige activiteit de grens overgegaan. Op uitnodiging van de beeldindustrie daar hebben we een succesvolle The Art Department Berlijn ontwikkeld die we komende jaren naast de Nederlandse editie zullen blijven uitbouwen.

International Sessions

We gaan onze Sessions ook internationaal verspreiden. Op verzoek van de creatieve industrie in Portland (Oregon, VS) en Londen, ontwikkelen we de komende jaren een aantal kleinschalige Sessions waarin we connecties leggen tussen Nederlandse makers en creatieve hotspots in de wereld. Daarnaast kijken we naar een aantal niet-Westerse locaties zoals in Shanghai en Nairobi. We werken nauw samen met de lokale creatieve gemeenschap om te voelen wat zij nodig hebben én wat zij kunnen betekenen voor de doorontwikkeling van ons programma.

Talentontwikkeling en educatie

Next

We voeren vanaf eind 2016 een programma voor talentontwikkeling op maat voor professionele makers uit, getiteld Next. Next maakt deel uit van de Brabantse TalentHub, een provinciaal programma gevoerd door de Provincie Noord-Brabant en Kunstfoc. In Next zijn de verbindingen die Playgrounds al jaren tussen talent en werkveld legt, structureel ingebed en gedragen door een breed netwerk.

Next is een initiatief van Playgrounds, maar wordt aangestuurd en uitgevoerd door een samenwerkingsverband. In Next participeren naast Playgrounds, Solar World Cinema, onafhankelijk filmmaker Frodo Kuipers, Submarine Channel, ThePanics, Kaboom Filmfestival en AKV | St. Joost (animatie en illustratie). Eind 2019 is Next uitgebreid met Next | Docu met hierbij de volgende partners: Breda-Photo, Submarine Channel, AKV | St. Joost (film en fotografie), NatLab, Herrie Film & TV en natuurlijk Playgrounds zelf.

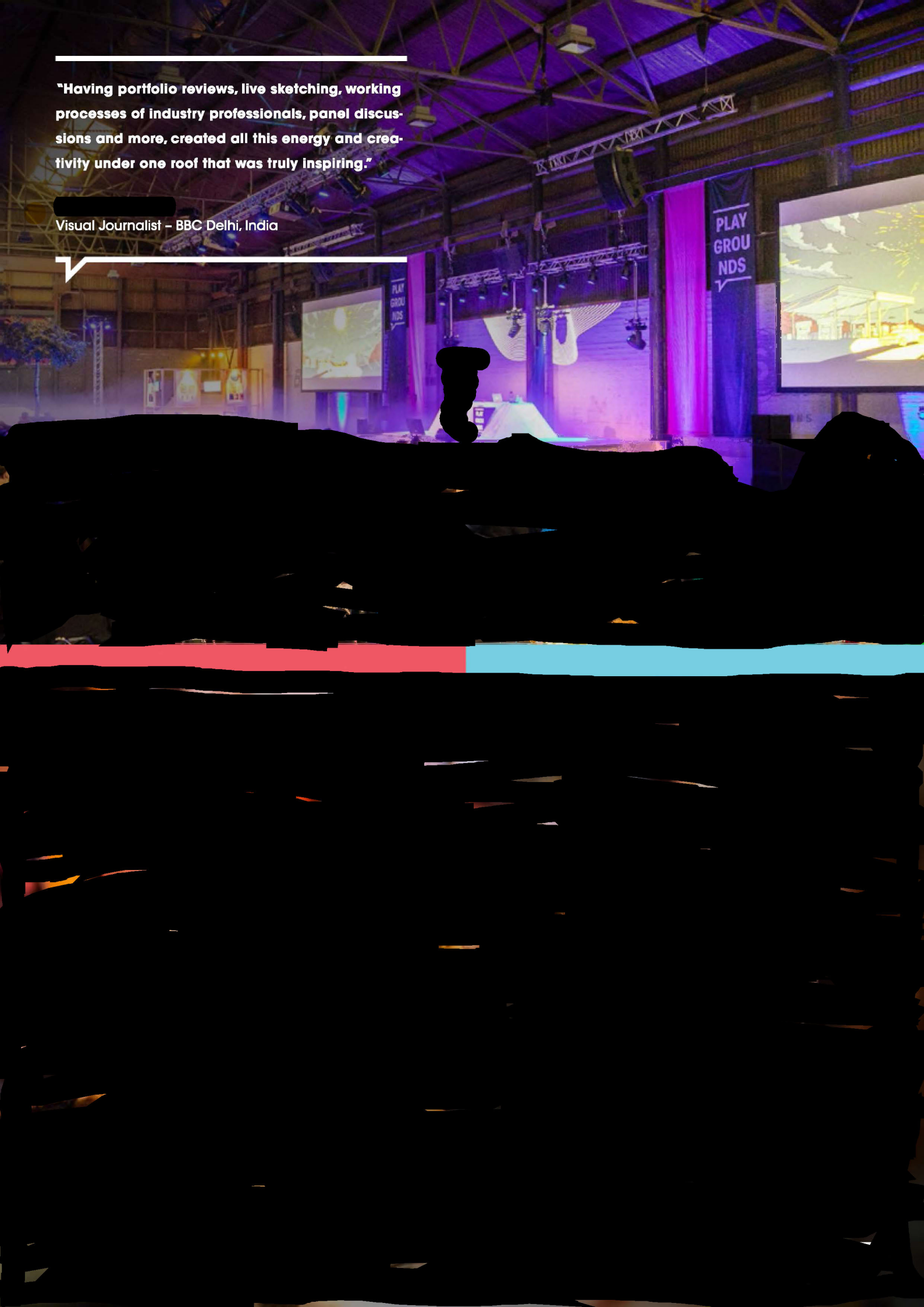
In Next worden de talenten gecoacht en begeleid op artistiek en zakelijk vlak. Met Next stellen we ons ten doel talenten een individueel traject aan te bieden waarin een talent begeleiding krijgt op vooraf geformuleerde doelen. Deze talenten hebben na Next aansluiting gevonden bij het (inter)nationale netwerk en een stabiele basis voor hun loopbaan ontwikkeld.

Met Next investeren we in opbloeiend en opkomend talent dat zich beweegt op het snijvlak van film, illustratie, documentaire etc. Dit talent heeft een duidelijke binding met Brabant en heeft een gedegen portfolio en een eigen artistieke signatuur en is in staat door dit traject een grote stap te zetten richting de top.

De afgelopen jaren ondersteunden we in Next al 9 talenten die met succes hun trajecten hebben afgerond en aansluiting bij de internationale top.

"Having portfolio reviews, live sketching, working processes of industry professionals, panel discussions and more, created all this energy and creativity under one roof that was truly inspiring."

Visual Journalist - BBC Delhi, India



Next Academy - workshops

Playgrounds organiseert verschillende workshops waarin makers hun kunde en kennis kunnen versterken. Dit is mede gedragen vanuit het Next programma, wat deels toegankelijk is voor alle makers en de kennisdeling en netwerkvorming ten goede komt. De workshops bieden de mogelijkheid om op kleinere schaal kennis uit te wisselen. Verdieping staat hierbij centraal waarbij de spreker of artiest persoonlijk aanspreekbaar is.

We behandelen o.a. de volgende onderwerpen:

- > Ondernemerschap
- > Artistieke context, positionering en creatieve ontwikkeling
- > Technieken

Next level production

Aanvullend op Next ontwikkelen we samen met de internationale producent Submarine de komende vier jaren een productiefaciliteit (ruimte, budget en begeleiding) voor talenten die Next hebben doorlopen, om zo de doorstroom naar de top ook na het traject te faciliteren. Submarine is een passende partij om dit nieuwe traject vorm te geven, aangezien zij hoogwaardige producties hebben gerealiseerd die zich bewegen in alle genres, en in alle vormen. Daarnaast heeft Submarine vestigingen in Amsterdam en Los Angeles, dichtbij de onafhankelijke wereldtop.

Educatief programma Playgrounds in the Classroom

De afgelopen jaren ontwikkelden we met succes het programma Playgrounds in the Classroom. Op aanvraag van verschillende kunstvak- en game-opleidingen programmeren we artiesten uit ons internationale netwerk als aanvulling op het reguliere curriculum. Daarnaast is Playgrounds zelf ook beschikbaar voor lezingen over het vak en de creatieve industrie.

Educatief programma Working in Digital Storytelling voor Primair Onderwijs

Het Nederlandse kunstonderwijs is op dit moment niet of nauwelijks representatief voor onze huidige maatschappij door een gebrek aan juiste rolmodellen. Inclusiviteit in de creatieve industrie start bij educatie

op alle niveaus, dus ook bij het basisonderwijs waarbij Playgrounds met al haar kennis, kunde en netwerk aan wil bijdragen. Playgrounds zal in de komende jaren een volwaardig educatief programma ontwikkelen waarin we groep 8-ers informeren over de mogelijkheden en context van de beeldcultuur en werken in de creatieve industrie. We zetten niet alleen in op mediawijsheid, maar ook op visuele geletterdheid en het opbouwen van creatief zelfvertrouwen. Je beeldend kunnen uitdrukken wordt steeds belangrijker. Met de juiste tools kan je in beeld een sterk verhaal vertellen. Dit kan in verschillende vormen – van analoge tekening naar een game of muziekvideo. We werken samen met rolmodellen met een culturele diverse achtergrond zoals [REDACTED] en Next-talent [REDACTED]

Geografische spreiding

Playgrounds is een platform van internationale betekenis. Playgrounds heeft zich sinds 2006 ontwikkeld tot een ontwikkelingsinstelling met 14.000 fysieke bezoekers in Eindhoven, Breda, Amsterdam, Rotterdam en Berlijn. Deze groei komt voort uit de dialoog die we continu voeren met de (inter)nationale creatieve gemeenschap en toonaangevende artiesten, die zich gehoord voelen in de programmering van onze activiteiten en de relevantie ervan erkennen.

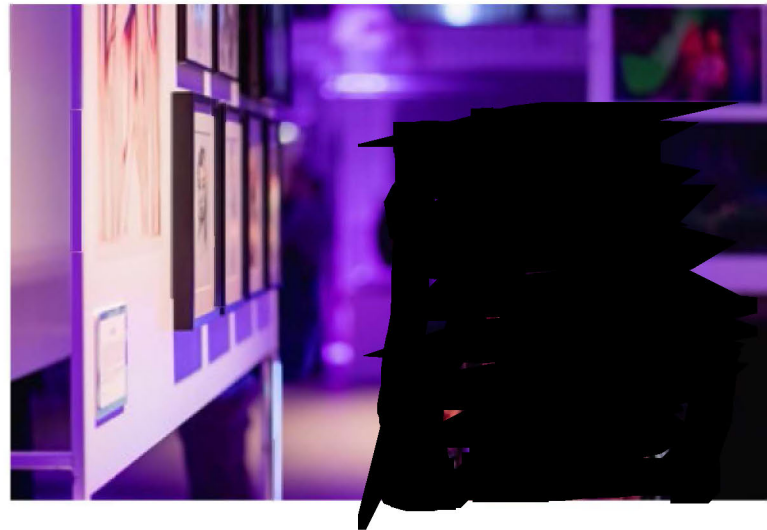
De basis van Playgrounds ligt in Noord-Brabant. Maar net als onze onderwerpen blijven we bewegen, naar locaties, steden en landen. Daarom organiseren we activiteiten in verschillende (inter)nationale steden in diverse vormen (zie Activiteitenprogramma). We doen dit in steden waar er directe binding is met de beeldindustrie via gerenommeerde onderwijsinstellingen en/of een levendige creatieve industrie.

Met deze strategie weten wij veel partners aan ons te binden die zowel onze lokale als internationale ambities ondersteunen. Ons internationale profiel sluit aan bij de wijze waarop de partners opereren en heeft daarmee een aantrekkingskracht die ook op lokaal niveau doorwerkt.

We hebben de internationale wereldtop op ons podium en deze groep geeft hun kennis en kunde terug aan de makers in Nederland. Hoogwaardige kennis wordt op deze manier toegankelijk gemaakt aan een groot makers-publiek. We verbinden de lokale makers aan een (inter)nationaal net-werk bestaande uit toonaangevende makers, studio's en talenten. Met de organisatie van portfolio reviews, meet-ups en recruitment-sessies creëren we kansen om creatieve samenwerkingen, opdrachten en banen te koppelen aan lokale makers en instellingen. Playgrounds is daarmee hét verbindende platform binnen de Nederlandse beeldindustrie.

Brabant vormt een natuurlijke kweekvijver voor animatie-, film-, docu- en game-talent met opleidingen als AKV|St. Joost, NHTV game academy, CMD en de Design Academy. Het is daarom niet alleen logisch dat de roots van het Playgrounds en met name onze talentontwikkeling in Brabant liggen, maar ook essentieel. Playgrounds werkt actief mee Brabants talent te stimuleren, ontwikkelen en verder te helpen in samenwerking met de aanwezige onderwijsinstellingen en industrie. We nemen Brabantse makers en hun werk expliciet op in onze programmering en door onze geografische spreiding zijn we in staat de Noord-Brabantse beeldindustrie beter zichtbaar te maken in het internationaal werkveld zodat Brabant zich (inter)nationaal als talentenvijver kan profileren.

Wij zetten ons in om het creatieve aanbod in binnen de Brabantse steden aan te vullen op die plekken waar het voor de makers nodig is. We bieden de nodige creatieve voeding voor de Brabantse makers, talenten en industrie, en maken die toegankelijk binnen hun eigen woonplaats/regio. Daarnaast stimuleren we de maakindustrie in Brabant door ons netwerk te ontsluiten en de Brabantse steden te presenteren als creatieve hotspots naast steden als Berlijn, Antwerpen, Londen en Portland (Oregon, VS). Met het combineren van activiteiten en simultane



programma's in Breda-Antwerpen-Amsterdam, Eindhoven-Berlijn, kunnen we Brabant direct in een internationaal kader plaatsen en trekken we nieuwe doelgroepen van buiten Brabant aan. Playgrounds draagt daarin bij aan het Brabantse cultuurecosysteem, versterkt de audiovisuele waardeketen in deze regio en verbindt Brabant met (inter)nationale netwerken. Ons hoogwaardig, internationaal en toegankelijk programma trekt ook steeds meer bezoekers uit het buitenland waardoor het netwerk en publieksbereik lokaal wordt verstevigt. Met name de grotere activiteiten als Blend en The Art Department kennen een continue groei in internationale bezoekers en trekken makers uit China, USA, Polen, Frankrijk, UK, België, Duitsland, Spanje, Italië, Zwitserland, India, Rusland, Oostenrijk, Zweden, Denemarken etc.

Programmaliijnen

Playgrounds programmeert en denkt vanuit de maker, de sector is leidend. Hierdoor blijven wij onszelf vernieuwen en lopen we voorop. Dit uit zich ook in de programmaliijnen die wij hanteren en dwars door onze activiteiten lopen. Onze programmaliijnen zijn de artistiek inhoudelijke dragers van ons programma en worden gevormd door de vragen, problematieken en discussies die de keten bezighouden. Ze zijn cross-disciplinair, net als onze doelgroepen en hebben ieder een eigen relevantie binnen de beeldcultuur. De liijnen spelen binnen elke activiteit een diverse rol waarin elke activiteit eigen vragen oproept en sommige liijnen sterker vertegenwoordigd zijn. De programmaliijnen reageren op elkaar en bevragen elkaar, waardoor ze de activiteiten onderling verbinden.

Aesthetics of the post-digital image

Playgrounds houdt zich al sinds haar eerste editie bezig met de betekenisvorming van esthetische en technische ontwikkelingen binnen de beeldcultuur. Hier kijkt Playgrounds onder andere naar de specifieke relatie tussen technologische ontwikkelingen en esthetische veranderingen in beeldtaal. Zo kent het streven naar een steeds realistischere ervaring in twee- en driedimensionale beelden tevens een groeiende tegenbeweging waarin steeds meer makers zich afzetten tegen strakke renderingen en hyper-realisme. En technisch omhooggestuwde digitale beeld lijkt een relatief korte houdbaarheid te hebben. Waar we eerst geïmponeerd werden meegezogen in magische digitale werelden, doorzien we deze nu in rap tempo als kitsch.

The animated body and identity

De sterke opkomst van social media en de ontwikkelingen binnen de wetenschap tonen het publiek de maakbaarheid van het menselijk lichaam en onze (online) identiteit. Het ontwerpen van karakters in combinatie met het toepassen van menselijke eigenschappen op wezens en objecten (het zogenaamde antropomorfisme) ontwikkelt zich als een ware kunstvorm. Hier staan de relaties tussen het beeld en mens centraal waar thema's als diversiteit en gender een grote rol spelen; zoals het gebrek aan niet witte en queer characters en de transformatie van de vrouw van object- naar subject-positie.

We kijken naar de verhouding tussen fictie versus realiteit in de ontwikkeling van karakters, zowel in het creëren van een identiteit via social media als de vervreemding van de ontmoeting en sociale omgang via deze kanalen.

The s(t)imulating story

Beeldcultuur is in staat om met behulp van verschillende media het publiek te overtuigen. Toch blijkt dat er meer nodig is dan een overtuigend medium om een verhaal een bepaald belang en waarde mee te geven. Hét instrument om dat te doen, is storytelling. Playgrounds richt zich op de vaardigheden van verschillende vormen van storytelling en het vormen van een goed verhaal, buiten het esthetische om. Het vertellen van verhalen kan op vele manieren. Lineair, non-lineair, etc. Kunstenaars, wetenschappers en ontwerpers omarmen opkomende technologieën om interactiviteit en immersie te onderzoeken.

Ethical narratives

In deze roerige tijden staat geen enkel beeld meer op zichzelf. Waar wetenschappelijke feiten worden bevestigd staan makers ook steeds vaker tussen fictie en non-fictie in en loopt het een steeds makkelijker over in het ander. En terwijl veel groepen gretig gebruik maken van beeld om hun boodschap over te brengen naar de massa, worden er tegelijkertijd talloze mensen monddood gemaakt. In 'ethical narratives' gaan we in op posities en storytelling met betrekking tot maatschappelijke thema's. Via beeld kan het persoonlijke verhaal naar een universeel publiek worden overgedragen, en kan het mondiale, geopolitieke narratief weer naar een persoonlijk niveau worden teruggebracht: van het onzichtbare naar het zicht- of voelbare, van het nano en macroniveau naar een menselijke schaal, waar het publiek zijn eigen positie en die van het beeld leert te bevragen.

Voor een meer uitgebreide beschrijving van de programmaliijnen, klik hier.

Bedrijfsvoering en ondernemerschap

Organisatie

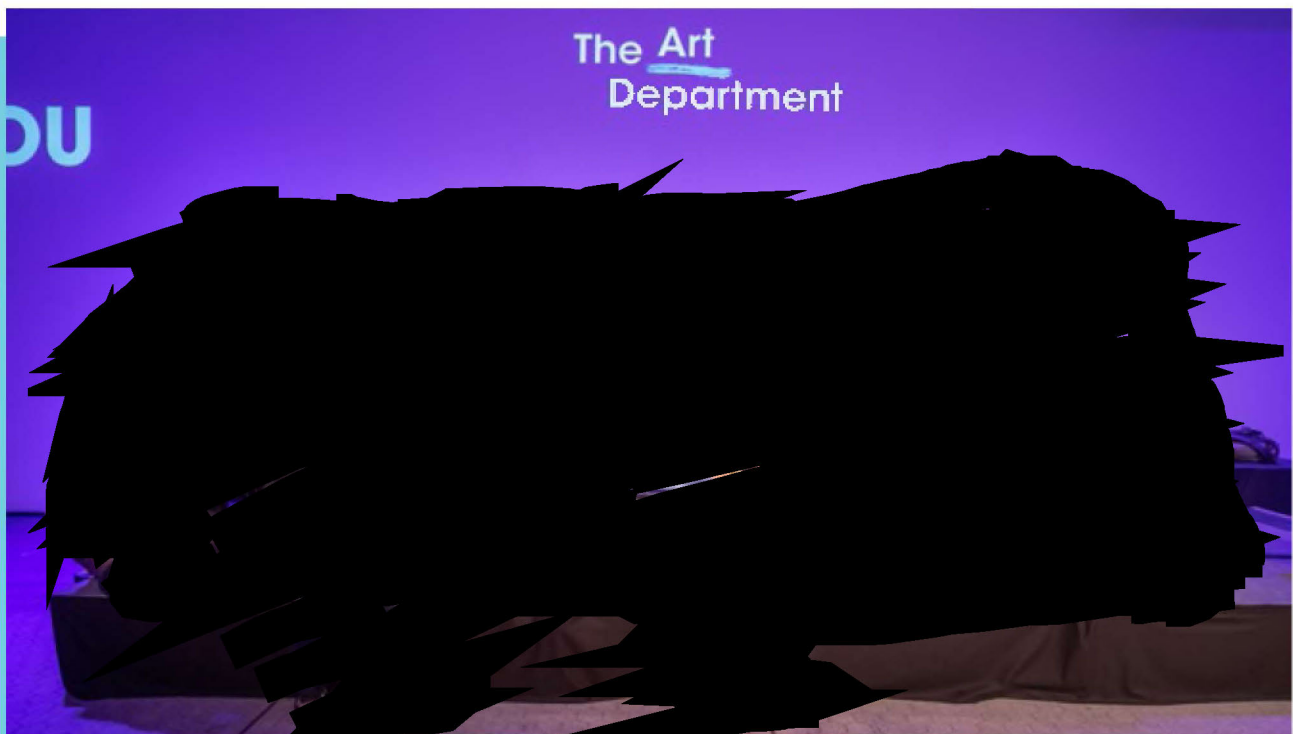
Playgrounds is transparant, gelijkwaardig en volgt de governance code cultuur. Playgrounds is een hechte en kleine organisatie waar de huidige staf bestaat uit een ervaren directie gevormd door [REDACTED] algemeen en artistiek directeur (0,4 fte). Daarnaast werken [REDACTED] zakelijk leider (0,4 fte), [REDACTED] talentontwikkeling en marketing & communicatie manager (0,3 fte), [REDACTED] creatief producent (1,0 fte) en [REDACTED] administratief medewerker (0,3 fte), structureel voor Playgrounds. Voor de verloning volgen wij de CAO Theater en Dans.

Playgrounds kent een bestuursmodel. De individuele leden van het bestuur herkennen waar de kracht en potentie van Playgrounds ligt. Het bestuur denkt proactief mee aan het uitbreiden van het Playgrounds-netwerk en steunt en adviseert de directie op zakelijk en inhoudelijk niveau. In gezamenlijkheid wordt gekeken hoe, met oog voor waar Playgrounds voor staat, een groter bereik en meer slagkracht kunnen worden gerealiseerd.

Voor de productie en uitvoering van onze activiteiten werkt Playgrounds nauw samen met een groep ervaren freelancers. Zij tonen een grote betrokkenheid en inzet en weten op de juiste manier de kracht en identiteit van Playgrounds over te dragen. Met een hecht en kundig team kunnen we in korte tijd en op professioneel niveau activiteiten produceren.

Met name in de organisatie uit zich de fair practice van Playgrounds (zie verder de bijlage). Wij dragen zorg voor een juiste betaling passend bij de Fair Practice Code voor freelancers en staffeden. Als kleine organisatie met grote ambities heeft Playgrounds in de afgelopen 3 jaar ondervonden dat de werkdruk bij het vaste team beter verdeeld moet worden. Dit zal gebeuren door een uitbreiding in fte's en waar nodig in de uitbreiding teamleden.

Het persoonlijke netwerk van de directeur speelt een belangrijke rol in de ontwikkeling van het programma. Naast een duurzame bestendinging van dit netwerk in de organisatie, wordt dit ook bestendigd in drie verschillende programmaraden die zijn ingestoken vanuit de pijlers: de industrie, het onderwijs en de onafhankelijke beeld/filmmakers. Met deze raden worden diversiteit en duurzaamheid binnen de organisatie en het programma verder gewaarborgd.



Ondernemerschap

Playgrounds bestaat sinds 2006 en heeft zich bewezen als een ondernemende en zakelijk stabiele organisatie. De uitgebalanceerde financieringsmix van publiek geld, eigen inkomsten, de industrie en het onderwijs, geeft niet alleen een goede financiële spreiding weer, maar ook een inhoudelijk draagvlak.

Onze inkomsten bestaan voor 1/3 uit eigen inkomsten (bestaande uit publieksinkomsten en partnerbijdragen). De overige 2/3 zijn subsidies van fondsen en overheid. Binnen deze financieringsstromen zijn wij steeds meer meerjarige en langdurige samenwerkingen aangegaan om de duurzaamheid van Playgrounds te waarborgen.

Playgrounds hecht veel belang aan partnerschappen. Al onze partners delen onze doelstellingen en waarden en vullen ze aan via financiële middelen, natura, inhoud en/of netwerk. Playgrounds is het gelukt om in drie jaar tijd de partnerbijdragen te verviervoudigen naar meer dan €150.000 per jaar. Dat zijn financiële bijdragen die we direct in onze activiteiten investeren. Daarnaast zijn er bijdragen in natura, in verleende kortingen en gebruik van middelen welke gratis ter beschikking worden gesteld.

Playgrounds kent de volgende partnerschappen:

1. Culturele instellingen

Playgrounds zoekt culturele instellingen vaak op lokaal niveau op, om op de diverse plekken waar wij opereren een lokale partner te hebben. We vullen elkaars netwerk aan en delen technische faciliteiten en programma-onderdelen waardoor de samenwerking tussen de disciplines en publieksgroepen verder verstevigd wordt.

Onze partners zijn: Submarine Channel, Graphic Matters, BredaPhoto, STRP, TAC, Het Nieuwe Instituut, BNO IMG Lab, Pier15, Klokgebouw, Eindhoven Film Festival/Broet, Kaboom, Eye, A-Lab, Tuschinski en Vollguttlager Berlijn.

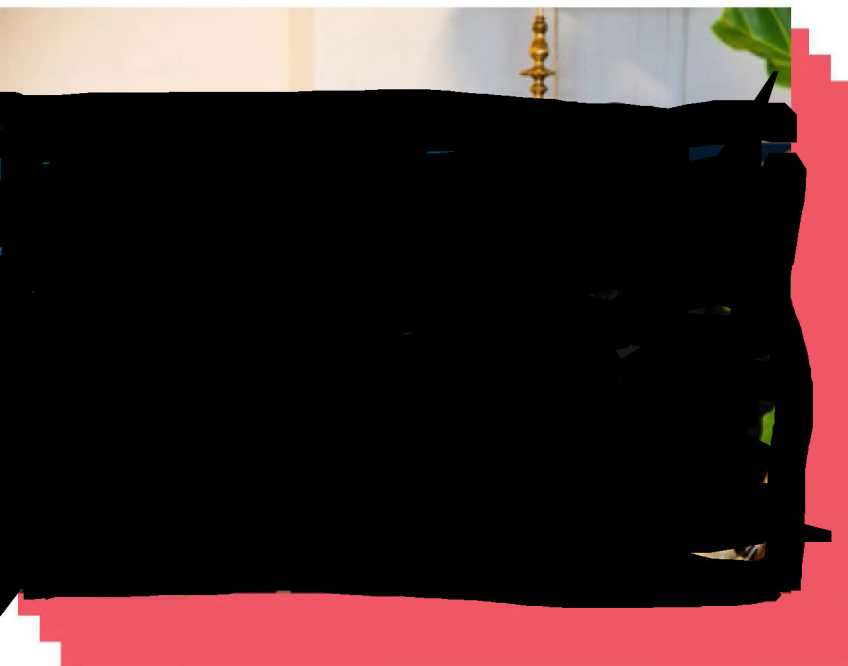
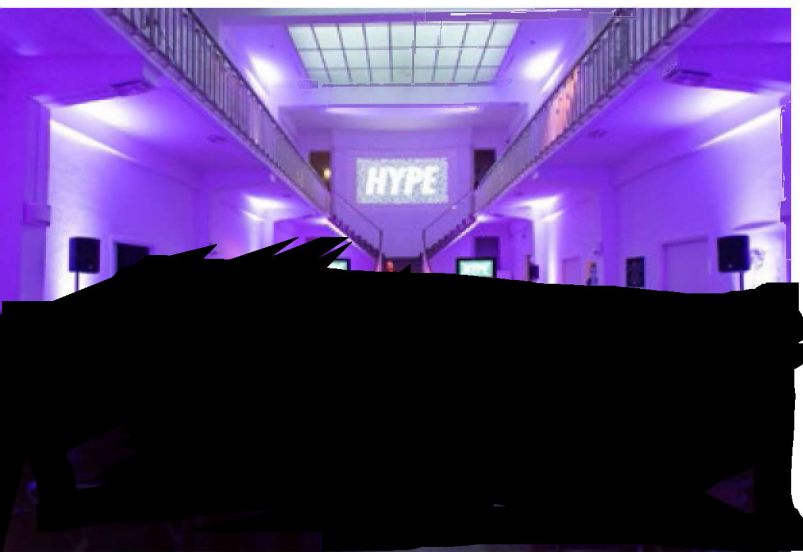
2. Onderwijs

Playgrounds heeft al jarenlang een goede band met het (inter)nationaal kunstonderwijs in Nederland, zowel MBO als HBO. Playgrounds heeft structureel contact met de opleidingscoördinatoren en docenten om ons programma gezamenlijk verder te laten groeien. Playgrounds draagt bij aan hetgeen dat niet in het reguliere onderwijs valt, maar zeer relevant is voor de student. De directe contacten tussen de student en de industrie is hierbij van groot belang. Hierdoor vormen de studenten al geruime tijd een trouw publiek van Playgrounds. Door dit mogelijk te maken zijn wij echt een unieke partner op internationaal niveau. Geen enkel ander internationaal platform trekt zoveel jonge makers. En juist partners en artiesten missen deze jonge generatie bij andere (vaak specialistische) events. Tegelijk erkennen de onderwijspartners de reikwijdte van Playgrounds en zien ze Playgrounds als een platform waarop zij hun talenten en onderwijsprogramma aan een internationaal publiek kunnen tonen. Onze onderwijspartners zijn o.a. AKV | St. Joost, St. Lucas, Willem de Kooning Academy, HKU, Filmacademie, Media-college, SAE Institute, Idea Academy en BUAS.

3. Industrie

Wij bevragen de industrie en de studio's zijn onderdeel van onze programmaraad. Ze stellen vragen, merken voor ons op welke vaardigheden en kennis de huidige markt verwacht en waar Playgrounds op in kan springen. De industrie ondersteunt ons programma door kosteloos presentaties te verzorgen, of portfolio-reviews te geven. Tevens is de industrie onderdeel van ons talent-ontwikkelings-traject. Ze investeren mee in talent, treden op als coaches en stellen hun netwerk beschikbaar. Net als Playgrounds wil de industrie bouwen aan een gezond makersklimaat, waar talent de ruimte en nodige begeleiding krijgt.

Ten laatste kunnen we ook de netwerken van de industrie inzetten om hun achterban aan te spreken voor onze activiteiten en ons bereik te vergroten. Dit is met name voor nieuwe activiteiten in het buitenland van groot belang. Tot de partners uit de industrie rekenen we o.a.: The Panics, Guerrilla Games, Submarine, Ambassadors, Drink and Draw Berlin, Colorbleed, MediaMonks, Guerrilla Games, One Pixel Brush, Job Joris & Marieke, Woodwork.



4. Online platforms & media

We zetten online partners in om onze activiteiten te promoten. Maar Playgrounds zoekt ook naar raakvlakken waarin partners die online opereren ook op andere niveaus betrokken kunnen zijn bij ons programma. We kijken goed naar het functioneren van de online activiteiten van onze partners en de meerwaarde voor onze doelgroepen. De functie van ons online platform kan daardoor worden ondersteund en gedeeld met de partners. Onze partners zijn: ArtStation, STASH, Motionographer, Firestarter Magazine, Digital Arts, ImagineFX, Submarine Channel en Schoolism.

5. Soft- en hardware producenten en leveranciers voor de creatieve industrie.

Deze partners ontwikkelen (digitale) tools die voor onze doelgroepen van nodig zijn. Wij bieden deze partners ruimte om de laatste technologische ontwikkelingen met ons publiek te delen op een inhoudelijke manier en passend bij ons programma. Zij steunen ons financieel omdat zij geloven in Playgrounds en gelijke doelstellingen hanteren: de creatieve community samenbrengen en inspireren en met hen kennis uitwisselen. Onze (inter)nationale partners zijn: Procreate (Savage software Group, Australië), Wacom International, MSI (Nederland en Duitsland), Maxon, Kinly en Kitbash3D (VS).

6. Overheid en publieke fondsen

Playgrounds werkt samen met verschillende overheden, overheidsinstellingen en fondsen die ons financieel ondersteunen en waarmee we, waar mogelijk, ook inhoudelijk gesprekken voeren. Onze partners zijn: Provincie Noord-Brabant, Brabant C, Kunstloc, Gemeente Breda, Stimuleringsfonds Creatieve Industrie, Gemeente Eindhoven.

Codes

Playgrounds onderschrijft de codes voor culturele instellingen. Hieronder beschrijven wij kort hoe wij deze codes toepassen binnen onze organisatie:

Fair Practice Code

Playgrounds biedt werknemers, freelancers, kunstenaars en creatieven een Fair Share en Fair Pay. Playgrounds fungeert als opdrachtgever en werkgever en vult deze taak zo integer en transparant mogelijk in.

Wij hanteren de CAO Theater en Dans voor onze medewerkers. Voor freelancers hanteren wij marktconforme basistarieven. Vrijwilligers ontvangen een vergoeding zoals mogelijk binnen de wetgeving voor vrijwilligerswerk.

Playgrounds creëert een gezonde werkomgeving en is trots op het team van werknemers en freelancers die in staat zijn elkaar te ondersteunen en signalen van overbelasting goed op te pikken waardoor snel ingrijpen mogelijk is. Tegelijk ziet Playgrounds dat de taken en groeiende verantwoordelijkheden bij directie, medewerkers en freelancers moet blijven passen bij het beschikbaar aantal uren. Door de intensieve groei zijn daar in korte tijd veel stappen gezet. Waar nodig wordt het aantal fte's of aantal werknemers verder aangepast om de werkbelasting te verdelen.

Playgrounds biedt ruimte voor scholing, ontwikkeling en evaluatie. Na iedere activiteit vindt er een evaluatie plaats en is er zeggenschap op de ontwikkeling van de organisatie/activiteit. Werknemers en freelancers hebben de mogelijkheid coachingstrajecten te volgen. Playgrounds draagt de Fair Practice Code ook uit onder haar doelgroepen en besteedt er binnen het programma aandacht aan. Wij informeren en bespreken we de problematieken rondom vergoedingen, uurloon en zakelijke posities in de creatieve industrie. Het kunnen vergoeden van artiesten zetten wij op een zo gelijkwaardig mogelijke manier in. Tegelijk zijn artiesten die afzien van een vergoeding omdat zij door hun studio worden vergoed en de toegankelijkheid van Playgrounds kennen. Voor deze 'industry greats' is het delen van kennis en het ontmoeten van talent, wat via Playgrounds gefaciliteerd wordt, heel belangrijk.

Playgrounds voert een transparante bedrijfsvoering. Het jaarverslag is toegankelijk via onze website.

Governance Code Cultuur

Playgrounds is een ANBI, en past de Governance Code Cultuur (GCC) al meerdere jaren toe. Het bestuur van Playgrounds gebruikt de GCC als leidend instrument om te controleren en adviseren.

Playgrounds kent nog geen bestuurs- of directiereglement, maar houdt zich aan de opzet van de GCC als het gaat om de bevoegdheden en verantwoordelijkheden van het bestuur en de directie.

De directie is verantwoordelijk voor de organisatie. Het bestuur en directie vergaderen minimaal 4 maal per jaar. In gezamenlijkheid wordt gekeken hoe er vanuit de centrale doelstellingen van Playgrounds, een groter bereik en slagkracht kan worden gerealiseerd. Het bestuur en de directie laten zich hierbij leiden door het culturele, zakelijke en maatschappelijke belang van de organisatie.

Het bestuur van Playgrounds werkt onbezoldigd en onafhankelijk. Playgrounds kent momenteel 3 bestuursleden. Het bestuur waarborgt een brede expertise binnen het culturele veld en heeft een sterke affiniteit met de sector waarin Playgrounds opereert. Hierdoor is het bestuur toegerust om de kerntaak van de organisatie mede vorm te geven en operationeel te bewaken. Het bestuur bestaat momenteel uit:

[REDACTED] (voorzitter) is jurist en historicus. Voormalig lid 1e topteam creatieve industrie, strategisch adviseur creatieve industrie en onderwijs en directeur A-Lab.

[REDACTED] (penningmeester), financieel management en control. Meer dan 15 jaar ervaring als controller bij culturele instellingen.

[REDACTED] Art Director, gespecialiseerd in brand positioning en visual branding.

Het bestuur kent een rooster van affreden conform de code. Op het moment van schrijven staat er een vacature uit voor een nieuwe penningmeester en voorzitter die de nieuwe beleidsperiode zullen overzien.

Code Culturele Diversiteit

Playgrounds biedt kansen aan iedereen, zoekt actief naar verschillende expertises en trekt zo veel mogelijk kennis aan uit verschillende sectoren om de organisatie, maar ook het programma, breed gedragen te laten zijn.

In ons team (professionals en vrijwilligers) zien we een representatie terug van verschillende culturele achtergronden en LHBTQ+. Openingen in het team en het bestuur zullen steeds meer divers ingevuld worden, omdat wij ons terdege beseffen dat hierin nog niet representatief zijn voor de samenleving. Playgrounds is een relatief jonge organisatie (23-45 jaar), passend bij het jonge publiek van Playgrounds (18-35 jaar). In het huidige team zijn diverse sociale achtergronden vertegenwoordigd.

Playgrounds werkt met externe programmaraden waarin diversiteit verder wordt gewaarborgd. Via deze raden halen we expertise in huis uit andere culturen, continenten (met name Afrika en Azië) en van de jongste generatie (<20 jr).

Playgrounds heeft een zeer divers publiek, op alle gronden. We kennen bezoekers uit o.a. Azië, Oost-Europa, Zuid Amerika. Daarnaast is de doelgroep uit Nederland en West-Europa/Noord-Amerika steeds diverser. Dit is een natuurlijk proces dat past binnen de groei en veranderingen die wij merken binnen de sector zelf en ons specifiek te richten op beeld in alle lagen van de samenleving; autonoom en commercieel, urban en high art, games en muziek.

De hoofdprogramma's van Playgrounds vinden altijd plaats op locatie die toegankelijk zijn voor mensen met een fysieke of visuele beperkingen.

Playgrounds zoekt actief naar diverse rolmodellen om de diversiteit op het podium overeen te laten komen met de sector en ons publiek. Wij gaan ons de komende jaren meer richten op inhoud en partners uit andere

continenten (met name Azië, Midden-Oosten en Afrika). Dit doen we door in de samenstelling van de programmaraden bewust te kijken naar een geografische en culturele spreiding en ons netwerk specifiek te bevragen op talenten uit deze regio's.

Communicatie- publiekswerking

Playgrounds is door het jaar heen bereikbaar met meerdere offline events en een online platform. Alle communicatiemiddelen, zowel online als offline, worden zorgvuldig geladen. We hebben daarvoor de afgelopen jaren vier 'merken' ontwikkeld:

1. Playgrounds (digitaal en offline platform inclusief alle activiteiten, de paraplu)
2. Next (talentontwikkeling en Academy)
3. Blend (festival)
4. The Art Department (festival)

Doelgroepen

Playgrounds richt zich voornamelijk op de volgende doelgroepen: (beeld)makers, talent, het onderwijs, digital natives, de industrie. Deze zijn in de inleiding reeds uiteengezet. Daarnaast heeft Playgrounds een bereik bij het brede publiek. Voor deze doelgroep stelt Playgrounds zich ten doel de kijk op beeldcultuur te verbreden en te verdiepen. Dit doet Playgrounds door te reflecteren op de bestaande beeldcultuur en vooruit te kijken naar toekomstige ontwikkelingen. Maar ook door het publiek zich te laten verwonderen over de mogelijkheden en nieuwe ervaringen die technologie en storytelling met zich meebrengen.

Demografie

Playgrounds heeft geen moeite met het uitverkopen van de activiteiten. Voor de komende jaren focussen we niet zozeer op een kwantitatieve, maar kwalitatieve groei. We zetten in op het verbinden van de Nederlandse creatieve industrie uit Engeland, Frankrijk en België, omdat die relatief achterlopen op bezoekers uit Oost- en Zuid-Europa. We focussen daarnaast op een verhouding van 60-40 wat betreft professionals en studenten.

De 50-50-verdeling van mannen en vrouwen die onze activiteiten bezoeken behouden we de komende jaren. Bezoekers van verschillende (niet-Westerse) culturele achtergrond zitten bij ons binnen. We hebben inmiddels bezoekers uit India, Egypte en Iran bereikt, maar we willen actiever inzetten op het werven van niet-Westerse bezoekers. Daarnaast willen we ook activiteiten in een niet-Westers land organiseren om zo nieuwe communities bij Playgrounds te betrekken.

Strategie

Door de jaren heen hebben we een verfijnde strategie ontwikkeld om onze verschillende doelgroepen te bereiken.

Strategie 1: Maak gebruik van de kanalen en media die sprekers en collega-festivals hanteren.

De gasten, bezoekers en artiesten van Playgrounds zijn belangrijke mediapartners. Bezoekers die werken in de creatieve industrie hebben vaak hun eigen socials waar ze content posten. Een groot aantal sprekers is bovendien influencer in hun vakgebied. We maken concrete afspraken met onze sprekers uit ons netwerk over het delen van onze content via hun kanalen. Daarmee bereiken we gericht onze belangrijkste doelgroepen. Playgrounds heeft nauwe banden met een aantal collega-festivals die geloven in het belang van delen van informatie en elkaar aanvullen in plaats van elkaar beconcurreren.

Strategie 2: Richt je op platforms waarop de doelgroepen zich begeven.

Door nauwe banden te ontwikkelen met deze platforms wordt onze content en naam gedeeld met een internationale doelgroep.

- Het Amerikaanse Motionographer is een internationaal online platform voor filmmakers, animatoren en ontwerpers
- STASH is het wereldwijde online archief van animatie, visual effects (VFX) en motion design. STASH publiceerde meerdere malen de Playgrounds Titles.
- ImagineFX, deel van Creative Bloq, is een printmagazine en blog over concept art en design
- ArtStation is de grootste portfolio-site ter wereld voor concept artists
- Het Britse Digital Arts is een blog over de art van grafische vormgeving, animatie, vfx, web en interactie design voor professionals

- Firestarter Community Magazine is een community platform en print magazine voor concept art
- De samenwerking met Submarine en Submarine Channel (leidend in Nederland als het gaat om transmediale online producties) wordt voortgezet en doorontwikkeld
- Het belangrijkste AV-platform in Brabant, KONKAV, is een partner om gericht Brabantse makers te bereiken
- Natuurlijk worden ook platforms en magazines als 3D Hype, Animatieblog.nl, Vers, Adobe User Group, Bright, Vice en Creative Review geïnformeerd.

Strategie 3: Creëer ambassadeurs door je doelgroep voor en tijdens het event te betrekken bij je activiteiten.

Voor Playgrounds zijn de bezoekers belangrijke ambassadeurs om onze activiteiten onder de aandacht te brengen. Als zij zich betrokken voelen, dragen zij veel publiek aan via hun eigen kanalen en dragen zij bij aan de toekomstige programmering door aanbevelingen te doen. Ook de studenten van de kunstvakopleidingen zijn ambassadeurs. Zij zijn de professionals van de toekomst, en we vinden het belangrijk dat zij ook echt invloed hebben op de koers. We bevragen al deze doelgroepen zodat zij actief bijdragen aan ons programma via onze programmaraden, Facebookgroepen en andere fora.

Strategie 4: Bouw nieuwe relaties op.

Playgrounds heeft in Nederland een sterk netwerk van professionele makers en (commerciële) studio's, en ook ingebed in vele onderwijsinstellingen: van AKV | St.Joost, tot de HAN, van St. Lucas tot de Filmacademie. Aan dat educatieve netwerk hebben we bijna 15 jaar gebouwd. Dit bouwwerk gaan we internationaal uitbreiden door op verschillende onderwijsinstellingen presentaties te houden en internationale docenten in onze programmaraad te betrekken.

Online is key

Voor Playgrounds is online communicatie en marketing key in het bereiken van nieuwe doelgroepen en de bestaande community. Naast een uitgebreide contentmarketingstrategie voor haar organische uitingen, ontwikkelt Playgrounds verschillende advertentie-campagnes voor Facebook en Instagram voor naamsbekendheid, maar ook conversie. Daarnaast zetten we de komende jaren Google Ad-words in voor meer naamsbekendheid.

Toelichting begroting

Algemeen

De financiering van Playgrounds bestaat uit:

Eigen inkomsten	37%
Publieksinkomsten	16%
Partner- en sponsorbijdragen	20%
Overige directe eigen inkomsten	1%
<hr/>	
Structurele subsidie landelijk (OC&W)	27%
Structurele subsidie Brabant Stad	35%
Provincie Noord-Brabant	12%
Provincie Noord Brabant AV-Talent hub	12%
Gemeente Breda	8%
Gemeente Eindhoven	3%
<hr/>	
Incidentele subsidies	1%

De begroting gaat uit van de programmering zoals uiteengezet in het activiteitenplan. Er is geen noemenswaardige ontwikkeling van baten en lasten gedurende de subsidieperiode opgenomen voor het uitvoeren van deze basisactiviteiten. De realisaties van 2019 en 2020 zijn als leidraad gebruikt.

Risico

De meer structurele subsidies zorgen ervoor dat de basis van de organisatie gewaarborgd is. Om risico's te beperken hanteren wij intern een begrotings-systeem met scenario's waarbij activiteiten verder uitgebreid kunnen worden naar mate inkomsten groeien. Bij een uitbreiding van de activiteiten zullen eerst extra middelen worden aangetrokken alvorens de activiteit wordt uitgevoerd. Hier is nog ruimte in projectsubsidies van verschillende fondsen en extra partner- en sponsorbijdragen.

Publieksinkomsten

De begroting gaat uit van een gemiddelde omzet per ticket van €25,-. Prijzen zijn afhankelijk van de soort activiteit en variëren van €5,- voor student tot €60,- regulier. Het risico van de publieksinkomsten is beperkt, omdat wij kiezen voor een verdieping eerder dan een groei in activiteiten voor de komende jaren. Met de verhoogde inzet van marketingmiddelen verwachten we de begrote entreegelden en bezoekersaantallen zeker te halen. Wij hanteren tevens toegankelijke ticketprijzen. Playgrounds neemt hiermee een unieke positie in, waar hoge toegangsprijzen (±€300) normaal zijn. Wij bedienen hierdoor internationaal als enige de hele keten, en zijn interessant voor jonge makers en makers uit landen die minder te besteden hebben.

Partnerships

Partnerships zijn gegroeid van €21.000 (2017) naar meer dan €150.000 (2019). Dit zijn duurzame samenwerkingen die wij voortzetten en verder uitbouwen in de komende periode. Dit wordt aangevuld met de partnerships die komen uit het samenwerkend consortium voor talentontwikkeling. Playgrounds kent daarnaast veel partners die in-kind bijdragen. Deze bijdragen zijn niet gekapitaliseerd. Vanuit locaties krijgen wij kortingen en voor de audiovisuele beleving werken we al geruime tijd met Kinly (voorheen MK2), Kinly alleen biedt al €35.000,- relatiekorting per jaar.

Overige inkomsten

Onze overige inkomsten bestaan onder andere uit stageld en verhuur van expo-middelen.

Subsidie Structureel

Playgrounds vraagt €350.000 per jaar aan via de regeling Basis Infrastructuur. Tweede mogelijkheid hiervoor vormt de vier jaren regeling Stimuleringsfonds Creatieve industrie.

Bij de provincie Noord-Brabant wordt €152.750 aangevraagd per jaar, dit is de maximale bijdrage onder paragraaf b. Daarnaast vragen wij €160.000 subsidie per jaar aan via de nog nader uit te werken AV Talent Hub Brabant.

De bijdrage van Gemeente Breda bedraagt €100.000 per jaar t.b.v. diverse activiteiten in de stad voor een breed publiek en de doorontwikkeling van Blend Noord-Brabant.

Voor gemeente Eindhoven betreft dit €35.000 per jaar, verdeeld over twee losse twee-jarenplannen, ten behoeve van The Art Department Eindhoven en bijbehorende randactiviteiten in de stad.

Subsidie Incidenteel

Playgrounds gaat de gemeente Amsterdam (Amsterdamse Fonds voor de Kunst) betrekken bij de ontwikkeling van het programma Blend in Amsterdam.

Beheerslasten

Voor een toelichting op de beheerslasten verwijzen wij u naar de toelichting opgenomen in het format.

Activiteitslasten

Voor een toelichting van de opbouw van de begroting op basis van de activiteiten, verwijzen wij u naar de specificatie activiteitenlasten en de toelichtingen die zijn opgenomen in het format.

