

FESTIVAL CEMENT 2017-2020

MISSIE

Het zichtbaar maken en helpen ontwikkelen van jong professioneel podiumkunstatent.

VISIE

Wij scheppen een omgeving waar jonge makers en publiek hoog kwalitatieve, uitgesproken theatrale ervaringen delen in een sfeer die ongepolijst en intiem is. Daarnaast willen we dat talent en vakgenoten ons platform vinden voor het verknopen van netwerken en het op maat begeleiden van makers.

HOOFDDOELSTELLING

Het presenteren van een selectie van jonge makers aan een zo groot en relevant mogelijk publiek, het (co)produceren van nieuw werk uit de selectie en het ontwikkelen van een contextprogramma gericht op discouurvorming, ontmoeting en de onderlinge versteviging van jonge professionals in de podiumkunstensector.

KERNACTIVITEITEN

1. Het organiseren van een jaarlijks meerdaags festival in het voorjaar in 's-Hertogenbosch;
2. Het selecteren van programma en randprogramma;
3. Het ontwikkelen en uitvoeren van contextprogramma;
4. Het produceren en begeleiden van voorstellingen/makers;
5. Het coproduceren van voorstellingen

ARTISTIEKE UITGANGSPUNTEN, SIGNATUUR EN ACTIVITEITEN

Het programma van Festival Cement bestaat uit drie onderdelen:

- De selectie, waarbij de maker het uitgangspunt vormt
- Het contextprogramma, waarbij verdieping van de selectie en uitwisseling het uitgangspunt vormen
- Het randprogramma, waarbij de festivalbeleving het uitgangspunt vormt.

De signatuur van de selectie is een som der delen. We bieden geen overzicht, maar alle voorstellingen en onderdelen naast elkaar vormen een uitspraak: een uitspraak over in onze ogen belangwekkende ontwikkelingen binnen het werk van een nieuwe generatie podiumkunstenaars. De maker en zijn ontwikkeling vormen het uitgangspunt voor selectie.

Op basis van een lopend gesprek over concept, ambitie, ideeën en drijfveren, in combinatie met het zien van werk, maken we onze keuze voor makers. Dat kan betekenen dat we hen soms al een aantal jaar actief volgen en bevragen, voordat we werk laten zien. Als we makers tonen, is het de intentie dat voor een aantal jaren achter elkaar te doen.

We tonen Nederlands en Vlaams werk en veel werk van makers die zich langs beide kanten van de grens bewegen.

Bij de selectie hanteren we de volgende artistieke uitgangspunten. We maken daarbij een onderscheid tussen aspecten die iets zeggen over de kwaliteit van het werk (1) en aspecten die te maken hebben met de maker en zijn/haar ontwikkeling (2).

1. Het werk dat we tonen kenmerkt zich door een herkenbare en uitgesproken, persoonlijke signatuur, daarbij de particuliere fascinatie overstijgend. Het werk dat we tonen verhoudt zich actief tot de actualiteit en hedendaagse kwesties in vorm en/of thematiek.

Consequent vormonderzoek in combinatie met ambachtelijkheid, speelt ook een belangrijke rol.

2. De makers die we laten zien, zijn aan te duiden als vertegenwoordigers van een “nieuwe generatie”, ze zijn exemplarisch. Gemiddeld genomen zijn ze in de fase tussen net afgestudeerd en het punt waarop ze hun signatuur stevig hebben kunnen doorontwikkelen. Ze bevragen zichzelf actief op hun kunstenaarschap en discipline en de lijnen in hun ontwikkeling en komen zo tot een eigen handtekening. Ze zijn steeds op zoek naar de beste omstandigheden en samenwerkingen om hun werk te ontwikkelen en verder te brengen en bewust op zoek naar verbinding met en opbouw van publiek.

AMBITIES

De belangrijkste doelstelling van Festival Cement voor de periode 2017-2020 is het beter benutten en zichtbaar maken van ons platform en alles wat daar op samenkomt. We willen een buiten-Randstedelijk, maar landelijk knooppunt zijn waar werk en discours van Nederlandse en Vlaamse bodem samenkomt. Een toonaangevende plek, die een regionale functie overstijgt. De volgende vier ambities gaan daaraan bijdragen:

1. Samen Cement zijn

De ontwikkeling van talent is een samenspel en verdient gedeelde verantwoordelijkheid. Het samenwerken met en betrekken van vakgenoten helpt de kwaliteiten van (de context van) het programma verder uit te bouwen. Onze selectie kan verscheidene disciplines, genres en discours thema's herbergen. Dat maakt dat we baat hebben bij de medewerking van collega's uit het veld die vanuit hun specifieke expertise willen komen (mee)kijken, meedenken en zich willen uitspreken. In het beste geval verbinden ze zich en maken ze zich medeverantwoordelijk voor een volgende stap in de ontwikkeling van een maker. Deze werking streven we echter ook na voor andere jonge professionals. Voor jonge dramaturgen, critici, zakelijk leiders en producenten zoeken we middels het contextprogramma ook uitwisseling en versterking. Festival Cement is de plek waar het draait om samen meer weten, kunnen en zien dan alleen. Door vanuit alle gelederen van de sector mensen aan te spreken op hun expertise, vergroten we het bereik en werken we aan de landelijke profilering van ons festival. Het vergroot de vakinhoudelijke publieksstroom voor het festival en de doorstroommogelijkheden voor makers.

Samen Cement zijn betekent voor ons ook dat we bij gelegenheid handelen in naam van een nieuwe generatie binnen de podiumkunsten, als onafhankelijke spreekbuis. Zoals in 2014 in het debat rondom de besteding van talentontwikkelingsmiddelen, naar aanleiding van de open brief¹ met aanbevelingen aan Minister Bussemaker. Ook De Metselarij, een platform voor zakelijke talentontwikkeling (zie *bijdrage podiumkunsten*) is hier een voorbeeld van is. Daarbinnen bewegen ook jonge zakelijk leiders van makers die geen onderdeel uitmaken van de selectie.

Ook in het randprogramma is samenwerken een belangrijk uitgangspunt. De festivalbeleving staat daarin centraal. In 2016 nodigen we bijvoorbeeld TILT uit om een dagelijkse literaire beschouwing van het festival te organiseren. Het Playful Arts Festival programmeert in het festivalhart één of meerdere installaties op het grensgebied van kunst, games en virtual reality. Het is onze ambitie om de komende jaren andersoortige instellingen een plek te blijven geven in het randprogramma om de kwaliteit en veelzijdigheid van het totale aanbod te vergroten.

¹ <http://www.festivalcement.nl/nieuws/beste-minister-1.html>

Het verstevigen van het contextprogramma

In lijn van bovenstaande ambitie willen we het rand- en contextprogramma nog meer aandacht en ruimte geven. Ze bieden belangrijke aanknopingspunten voor onze publiekswerking en dragen bij aan de ontwikkeling van de podiumkunsten. Hiervoor verbinden we een programmamaker/dramaturg aan ons festival.

De programmamaker/dramaturg verbindt de onderdelen van het programma met actuele ontwikkelingen. Dit kan zijn in de vorm van nagesprekken om samen met het publiek ervaringen te delen en (vakinhoudelijke) actualiteiten te bespreken. In de dialoog met publiek willen we dat de programmamaker een vorm vindt om ook de vragen die een maker over (de impact van) het eigen werk heeft, beantwoord te krijgen van het publiek.

De programmamaker/dramaturg is alert op artistieke ontwikkelingen. Waar die aansluiten op de selectie, willen we met gesprek/werksessies bijdragen aan het duiden van die ontwikkelingen. Ook als er bijvoorbeeld sprake is van een trend of inhoudelijke lijn binnen de selectie. Daarbij zoekt de programmamaker/dramaturg inspiratoren en bronnen en scheidt duidelijke kaders. De maker is daar altijd onderdeel van. Deze functie slaat ook een brug tussen programma en publiek door bijvoorbeeld concrete voorstellen te doen aan de marketingafdeling in het kader van doelgroepenmarketing.

Kunstvakopleidingen

Met het verdwijnen van de productiehuisen, verdween ook een belangrijke schakel tussen de opleidingen en het veld. Nu we onze presentatie- en productiefunctie op orde hebben, willen we de komende jaren meer investeren in onze relatie met de kunstvakopleidingen. Het doel is dat het bezoeken en/of bijdragen aan Festival Cement onderdeel wordt van het curriculum van een aantal opleidingen. Het gaat ons er daarbij om de blik van studenten tijdens de laatste twee jaar van de opleiding naar buiten te openen, als oriëntatie op hun toekomstig werkveld. Wij vinden dat het zien en het beschouwen van het 'voorland' een relevant onderdeel van het curriculum is. Het veelgehoorde bezwaar is dat de studenten al zoveel moeten. Desalniettemin staan opleidingen open voor het integreren van het aanbod van Cement in het onderwijs. Het is een zaak van lange adem en lang vooruit plannen die we nu serieus gaan aanpakken. Daarbij vertrekken we vanuit het bestaande curriculum. Samen met de docenten organiseren we voorstellingsbezoek en college in één.

Naar meer lokale binding

We hebben ons festival drie jaar geleden vast in 's-Hertogenbosch gevestigd en de worteling heeft tot nu toe nog niet de aandacht kunnen krijgen die het verdient. Met onze verhuizing samen met Theaterfestival Boulevard naar Pand18 middenin het centrum van 's-Hertogenbosch hebben we beschikking gekregen over een eigen huis en brengen we daar verandering in. We willen vanuit Pand18 gaan werken aan lokale binding waarbij we gebruik maken van elkaars lokale netwerk, publiek en apparaat.

Samen met Boulevard en Theater Artemis hebben we de ambitie geformuleerd om ook theateraanbod te produceren dat aansluit bij de programmering van de stad.

BIJDRAGE AAN DE ONTWIKKELING VAN DE PODIUMKUNSTEN

De bijdrage die Festival Cement levert aan de ontwikkeling van de podiumkunsten verdelen we grofweg in drie onderdelen: nieuwe aanwas (1), taal en dramaturgie vinden (2) en vitale verbindingen (3).

1. Nieuwe aanwas

Veel makers presenteren hun werk voor het eerst op Festival Cement. We zullen nooit beweren dat we op dat punt een uitzonderingspositie innemen. We denken wel een aanzienlijke bijdrage te

leveren, met name waar het Vlaams werk betreft of vormen die in eerste instantie lastig te 'plaatsen' zijn. We voeden de sector met nieuwe aanwas en nieuwe ontwikkelingen. Tijdens de festivalweek brengen we de keten van de podiumkunsten samen. We zaaien en we oogsten samen met de partners die zich aan makers uit de selectie (willen) verbinden.

De Troffel (prijs voor nieuw te ontwikkelen voorspelling) is een goed middel om – naast de makers die wij of onze omgeving scouten – een completer beeld te krijgen van het (potentiële) aanbod. Het gebeurt vaak dat we naar aanleiding van de inzendingen makers doorverwijzen of uitnodigen voor een vervolgesprek.

2. Taal en dramaturgie vinden

Vaak tonen we ontwikkelingen waar grenzen van disciplines vervagen of vergaand vormonderzoek gedaan wordt. Kijkkaders worden opgerekt en van het publiek wordt een actieve kijkhouding gevraagd. In aansluiting daarop willen we programma maken om samen met publiek en makers taal te vinden voor wat we ervaren (hebben).

3. Vitale verbindingen

Op het knooppunt dat we zijn, willen we ontmoeting stimuleren die mogelijk duurzaam is en de kansen op een stevig begin van een makerspraktijk vergroot. We willen verschillende poules van vakmensen samenbrengen en voeden ten gunste van de 'vindbaarheid' en kennisdeling. In november 2015 hebben we De Metselarij samengebracht en gelanceerd. De Metselarij is een doorlopend platform voor jonge zakelijk leiders en creatief producenten voor verdieping en uitwisseling. De leden van De Metselarij vertegenwoordigen makers die aan het begin van hun professionele loopbaan in de podiumkunsten staan. De Metselarij bestaat uit verdieping, intervisie en masterclasses. Elke drie weken zijn er bijeenkomsten. We streven ernaar dat de Metselarij leidt tot gemeenschappelijk kapitaal in de vorm van kennis, netwerk en werkwijze voor een nieuwe generatie. We stimuleren het 'samen opgroeien' van maker en zakelijk leider. Zo kan er in een vroeg stadium gebouwd worden aan de positionering en onafhankelijkheid van die praktijken die niet direct aansluiten bij bestaande structuren.

PLAATS IN HET VELD

De maker centraal

In dat woord *ook* ligt wat ons betreft precies de crux besloten. Bij Festival Cement staan de maker en zijn ontwikkeling centraal. We geven prioriteit aan ontwikkeling en doorstroom. Festival Cement is het enige festival dat uitsluitend jonge makers presenteert. Bij andere festivals wordt jong werk gepresenteerd als dat werk binnen het kader van het festival past en voldoet aan een discipline of genre.

De concentratie/bundeling van louter jong werk zorgt ons inziens voor focus op een generatie. De duiding van werk in de context van genre of discipline speelt daarmee dus niet in eerste instantie een rol. Dat kunnen beschouwen en duiden van jong werk in zo'n bundeling zorgt er voor dat de bezoeker tendensen scherp ziet en een actueel en breed beeld krijgt van jong werk. De bundeling zorgt er bovendien voor dat Festival Cement een belangrijke functie heeft als scoutplek.

Omdat de maker het uitgangspunt vormt kunnen we ons bewegen door alle disciplines en genres heen. Festival Cement kan ruimte bieden aan het (nog) ongedefinieerde en zoekt samen met publiek, makers, critici en dramaturgen naar taal die dat kan duiden.

We maken lange lijnen met makers. Vaak tonen we het werk voor een aantal jaren achter elkaar. We bieden daarmee continuïteit, ook aan het publiek.

PLAN talentontwikkeling Brabant voor theater dans en circus

PLAN is een hybride structuur voor talentontwikkeling op maat waarin Brabantse producenten en podia samen kiezen, samen werken en samen verantwoordelijkheid dragen. De redactie bestaat uit Festival Cement, Theaterfestival Boulevard, DansBrabant, Het Zuidelijk Toneel, Circo Circolo, De NWE Vorst, Podium Bloos, Parktheater Eindhoven en United Cowboys. Productiebudget wordt toegekend aan een maker, die uit de redactie zijn eigen mentor kiest. De andere partners zeggen steun en speelbeurten toe.

Naast langere trajecten met de geselecteerde makers biedt PLAN in 's-Hertogenbosch, Tilburg, Breda en Eindhoven via broedplaatsen ruimte voor onderzoek en experiment. Er is continu uitwisseling over talenten, over tendensen en een gezamenlijke politieke lobby. In festivaltijd kunnen we rekenen op de ruggensteun en inzet van al deze partners. Zakelijk directeur van Stichting Cement, Andrea van Wingerden, is projectcoördinator van PLAN.

ONDERNEMERSCHAP

In ons ondernemerschap vertrekken we vanuit twee drijfveren: nieuwsgierigheid en medeverantwoordelijkheid. Hoe sterker het merk 'Cement' aan die twee eigenschappen appelleert, hoe steviger ons ondernemerschap.

Nieuwsgierigheid

Om iets nieuws of (relatief) onbekends te gaan zien of te willen ondersteunen, moet je een drempel over. Dat doe je als je nieuwsgierig bent.

Ons gestaag groeiende publiek is goed voor een klein aandeel van de eigen inkomsten. Het is een eigenwijs publiek dat zijn eigen keuzes maakt. De nieuwsgierigheid prikkelen we door het beschikbaar stellen van veel informatie en achtergrond, en een persoonlijke benadering en een ongedwongen, maar uitnodigend karakter. In die sfeer gaan ons publiek en programma het beste met elkaar in dialoog. Van ons publiek vragen we eigenlijk niet meer dan dat ze kaartje(s) betalen, hun tijd geven en – idealiter – hun ervaring teruggeven aan de makers en aan onszelf. In het verleden is gebleken dat ons publiek zich niet graag vastlegt als vriend of zonder meer aan crowdfunding doet. Richting publiek werken we om die reden aan crowdcreating: het publiek levert geen extra bijdrage in geld, maar in (potentiële) bezoekers. We zetten acties uit waarin we naar aanleiding van voorverkoop bezoekers met gericht aanbiedingen aanmoedigen meer mensen mee te nemen of te wijzen op ons festival.

In het verwerven van private fondsen merken we dat we als het ware de rol van 'gatekeeper' spelen. Deze fondsen zullen namelijk zelden losse producties van jonge makers ondersteunen. De interesse van het bedrijfsleven komt langzaam op gang. De eerste interesse wekten we door het bedrijfsleven aan te spreken op expertise.

De andere pijler van het ondernemerschap is **medeverantwoordelijkheid**. Zonder financiële medeverantwoordelijkheid van derden (naast overheidsgelden) kan Cement niet bestaan. Zonder medeverantwoordelijk van onze partners en het veld heeft Cement geen bestaansrecht.

De overheden hebben ene groot aandeel in de dekking voor ons festival. In 2013-2016 was dat voor gemiddeld 50%. In de periode 2017-2020 rekenen we op een stijging van dit percentage, vanwege de verworven meerjarige landelijke subsidie. Vermoedelijk komen we uit op 60-65% overheidssubsidie.

We hebben een aantal stevige partners die voor flinke kostenbesparingen zorgen. De verschillende afdelingen van de Verkadefabriek werken integraal mee aan de organisatie van ons festival. Zalen,

techniek en personeel worden ons gegeven. De coproducten die Cement heeft, geven hun financiële steun niet aan ons festival, maar via ons aan makers.

Festival Cement heeft een meedenkend bestuur. Een breed spectrum van expertises is in de profielen gewaarborgd. De Code Cultural Governance wordt door Stichting Cement nageleefd. We zijn een kleine en flexibele organisatie. We combineren onze taken door het jaar heen en maken daarmee efficiënt gebruik van onze uren. De artistiek directeur houdt toezicht op marketing en de zakelijk directeur op productie. De samenstelling van het uitvoerende team is in de afgelopen jaren veel gewijzigd, een achilleshiel van een kleine organisatie als de onze. Ook daar biedt continuïteit in produceren door het jaar en intensievere samenwerking perspectief. We zien nu dat we langere lijnen met onze schil van freelancers kunnen maken en die kunnen 'delen' met partners.

PUBLIEKSBENADERING

Marketingdoelstellingen en strategie 2017 - 2020

Ons publiek bestaat uit twee stromen: liefhebbers (61%) en vakpubliek (39%)²

Het vakpubliek is redelijk makkelijk te definiëren en te bereiken omdat het hier om onze (toekomstige) collega's gaat. De komende vier jaar gaan we deze groep uitbreiden door ze meer context te bieden en meer te betrekken bij wat we doen.

Ondanks dat we ons bewust zijn van ons specifieke product, zijn wij ervan overtuigd dat het potentiële bezoekersaantal 'liefhebbers' een stuk groter is dan het aantal dat we nu bereiken. Aan te wijzen redenen hiervoor zijn:

- Het merk Festival Cement is niet voldoende neergezet
- We hebben niet helder genoeg in kaart gebracht waar ons potentiële publiek zich bevindt, laat staan dat we ze hebben bereikt.

Twee doelstellingen staan centraal voor de komende jaren.

- a. Vergroten van de naamsbekendheid van het merk Festival Cement bij (potentieel) publiek
- b. Vergroten van het aantal bezoekers

Om dit te bereiken, is een aantal dingen van belang.

1. Het beter definiëren van het merk Festival Cement (**Branding**)
2. Het publiek en het potentiële publiek beter in kaart brengen en segmenteren, om zo gericht mogelijk nieuw publiek te werven (**Mentality Milieus en Persona's**)
3. Het **meetbaar maken** van de effecten d.m.v. onderzoek om daar waar nodig bij te sturen
4. Het verdiepen van verbindingen met publiek
5. Zichtbaarheid vergroten
6. Het aanscherpen van het prijsbeleid

1. Branding

We willen dat mensen een gevoel/houding ontwikkelen ten aanzien van ons merk. Om het merk Festival Cement meer naamsbekendheid te geven, werken we voor het eerst vanuit een Brand Platform Model. Naast visie en missie formuleerden we de volgende elementen;

- Kerncompetenties: Festival Cement biedt je de kans op het ontdekken van nieuw talent
- Differentiatie: Festival Cement is er niet om te laten zien wat je al kent, maar biedt je de kans te ontdekken wat je graag zou willen kennen
- Kern consument: De kern consument van Festival Cement is vaak hoogopgeleid, heeft een bovenmatige interesse voor kunst en cultuur en houdt ervan om nieuwe dingen te ontdekken. Dat geldt zowel voor het vakpubliek als voor de liefhebber

² Resultaten onderzoek Dynamic Concepts 2015

- Personaliteit: Uitgesproken, nieuwsgierig, talent, creatief, vrolijk, persoonlijk
- Brand belofte: Kom naar Festival Cement en voedt je nieuwsgierigheid met een uitgesproken selectie voorstellingen in een creatieve, persoonlijke en fijne festivalsfeer

Uit bovenstaande leiden we de volgende propositie af die we inzetten voor 2017-2020:

=== UITGESPROKEN NIEUWSGIERIG ===

Alle uitingen gaan we hierop aanpassen en bijsturen; de tone of voice, het beeld, de beleving heeft allemaal eenzelfde vertrekpunt en uitstraling.

2. Mentality milieus en persona's

Om meer structuur te brengen in de (potentiële) doelgroep, gaan we werken met de Mentality Milieus van Motivaction. Wat biedt Festival Cement en voor welke van de acht milieus bevredigen wij daarmee de behoeftes? Dat onderzoek zetten we in 2016 al in.

Op basis van de vastgestelde milieus gaan we werken met een aantal persona's, een fictieve vertegenwoordiger voor een deel van een doelgroep. Het profiel van een persona werken we uit tot specifiek consumptiegedrag en stimuli. De verschillende persona's stellen we centraal in onze gerichte communicatie, in het bepalen van de juiste marketingmix en in de zoektocht naar nieuw publiek. Wanneer bepaalde persona's en makers uitzonderlijk goed blijken te 'matchen', geven we deze kenschetsen aan makers mee.

3. Meetbaar maken

We gaan beter meetbaar maken wat de effecten zijn van onze inspanningen. Dat doen we door analyses te maken van acties en behaalde resultaten door meetinstrumenten in te voegen in onze uitingen en door grondig publieksonderzoek. We maken marketingbudget en uren vrij voor onderzoek of voor expertise op deeltrajecten.

Daarnaast gaan we de ticketing van het festival volledig in eigen hand nemen. Dit geeft ons de mogelijkheid om alle opgebouwde data beter te gebruiken voor het meten, evalueren en bereiken van onze doelgroep. Hoewel de uitbesteding van de ticketing aan de Verkadefabriek ons in het verleden werk heeft bespaard, zien we meer kansen in het in eigen beheer nemen.

4. Verbinden centraal

Het publiek waarop Festival Cement zich richt, is een nieuwsgierig maar ook eigenwijs publiek. In het verleden bleek de festivalwaardering hoog: 45% kreeg wat hij verwachtte, 36% vond het zelfs leuker dan verwacht³. Moeilijker is om potentiële bezoekers daarvan te overtuigen. Vanuit de hele organisatie werken we dan ook vanuit verbinding.

Stel we weten dat persona William nieuwsgierig en bovenmatig geïnteresseerd is in audiovisuele kunst, dan starten we vanuit ons randprogramma een samenwerking met een culturele partner op het gebied van audiovisuele kunst. Let wel: dit gebeurt alleen wanneer het programma van de partner ook past binnen het merk Cement. Door een partner actief te betrekken, wordt de weg naar William gemakkelijker en kunnen we op de juiste manier direct met hem communiceren en hem overtuigen.

5. Zichtbaarheid vergroten

Via het gericht verbinden denken we het publieksaantal te vergroten. Daarnaast vinden we, los van de bezoekersaantallen, het vergroten van de algemene naamsbekendheid ook van groot belang. De zichtbaarheid van het festival in de stad en de steden rondom zal de komende jaren veel aandacht

³ Resultaten onderzoek Dynamic Concepts 2015

krijgen in de promotieactiviteiten. Zo zijn we in 2016 gestart met de gemeentelijke banieren door de stad en een nauwe samenwerking met de VVV. Ook zetten we in op het benutten van kanalen en netwerken van de Verkadefabriek, Theaterfestival Boulevard en onze partners uit PLAN.

6. Prijsbeleid

Festival Cement zal gaan spelen met het prijsbeleid om zo verschillende doelgroepen aan te zetten tot (een ander) koopgedrag.

Door het invoeren van een aantal vormen van kwantumkorting hopen we de bezoeker te verleiden tot het bezoeken van meer dan één voorstelling. Zo werken we in 2016 voor het eerst niet meer alleen met een Festivalpas (die korting biedt gedurende het hele festival) maar ook met een Dagpas (die korting biedt gedurende één dag). Voor de vakgenoten (maar natuurlijk ook voor de die hard liefhebber) is er de festival passe-partout. In de entreprijs voor de voorstellingen binnen de selectie differentiëren we vanuit principe niet. Elke maker neemt een gelijkwaardige positie in. Daarnaast bieden we groepen potentiële bezoekers (uitgekozen op basis van de gecreëerde persona's) heel gericht een korting om zo de drempel voor een eerste bezoek te verlagen. In 2015 is daarmee een eerste start gemaakt door een vaste korting te bieden aan de theaterbezoekers van de Verkadefabriek, in 2016 experimenteren we met een korting voor de lezers van SPOOR (cultuur geïnteresseerde dagjesmensen met tijd en budget). Dit systeem wordt verder uitgewerkt in de komende vier jaar.

TOEGIFT

Emke Idema (2015): *“Festival Cement steunt mijn werk al een paar jaar, vanaf het moment dat ik net van de toneelacademie kwam, door het als een van de eersten te tonen. Ze zijn een betrouwbare (gespreks)partner gebleken, waar ik heel veel waarde aan hecht. Het festival is een van de weinige festivals die echt ruimte maken voor jonge makers en experiment en daarbij risico's durven te nemen. De keuzes zijn integer en altijd inhoudelijk. Het is fantastisch als je nog niet zoveel werk getoond hebt om het te kunnen testen aan een publiek. Een publiek dat niet per se gigantisch is in aantallen, maar wel een avontuurlijk publiek dat het werk op waarde kan schatten, en erover kan spreken op een manier dat je er wat aan hebt als maker. Rondom de getoonde werken wordt er ruimte gemaakt voor gesprek en uitwisseling in de vorm van nagesprekken bij voorstellingen, interviews in de voorbereidende fase, gesprekken tussen makers. De kwaliteit van deze context is heel hoog en heeft geholpen bij het vormen van gedachten over en discours rondom mijn werk. Cement lijkt wel altijd nieuwe vormen ervoor te vinden. Ik heb er veel aan gehad. Voor een maker is het heel prettig om in zo'n omgeving te mogen werken en groeien.”*

Lisa Verbelen/BOG.(2014): *“Cement was en is voor mij, en ook voor BOG. (het collectief van mij en Judith de Joode, Benjamin Moen en Sanne Vanderbruggen) in zijn algeheel een erg nuttige springplank. In eerste instantie omdat ik er als nog studerende maker voor het eerst m'n werk in een veilige en stimulerende omgeving kon tonen. Daarna bood Cement mij de kans een concept te pitchen voor een voorstelling. Uit dat concept is BOG. de voorstelling en daaruit het collectief ontstaan. Dat was de meest effectieve en concrete springplank van mijn carrière. Wat ik verder fijn en goed vind aan Cement, is het vertrouwen dat ze geven door een lange lijn met je uit te zetten. En dat de gesprekken ook inhoudelijk zijn, waardoor Leonie Clement een soort mentor is geworden. Daarnaast doen ze erg hun best om jonge makers samen in gesprek te laten gaan over zowel inhoud als over hoe te werk te gaan als beginnend theater maker in een constant veranderend landschap.”*

Katja Heitmann (2016): *“Voor mij als maker is vooral de relatie met Leonie heel belangrijk. Dat ze mij al sinds het afstuderen volgt en in mij heeft geloofd en mijn toch best andere manier van werken spannend vindt. Dit vertrouwen is voor mij het meest belangrijke en vooral heb je dit direct na je studie heel erg nodig. Cement is voor mij een betrokken partner bij het presenteren van mijn ontwikkeling en voortgang aan een grote groep professionals. De afgelopen jaren hebben we veel waardevolle contacten opgedaan, en dat is grotendeels te danken aan de open sfeer van het festivalhart, waar veel professionals aanwezig en aanspreekbaar zijn.”*