

Van: info@wslimburg.nl

Verzonden: vrijdag 27 januari 2023 15:23

Aan: communicatie

Onderwerp: Aanvraagformulier subsidie

Waterschap Limburg

Aanvraagformulier subsidie

Naam organisatie

Recoup BV

Naam contactpersoon

Frans Hendrickx

Postadres

Recoup bv – t.a.v. Servé Hermans Hertogsingel 53 6221 ND Maastricht

Postcode/Plaatsnaam

Maastricht

Telefoonnummer

0031(0)6 15 22 93 33

E-mailadres

frans@toneelgroepmaastricht.nl

Bank- of girorekening

NL16ABNA0115278273

Kamer van Koophandel nummer

86363727

Naam project of evenement

Het was Zondag in het Zuiden

Korte beschrijving project of evenement (maximaal 6 regels)

Toneelgroep Maastricht en De Maaspoort presenteren in juli 2023 de spektakelmusical Het was Zondag in het Zuiden. Het leven langs de Maas en de muziek van Rowwen Hèze vormen de leidraad. Met hun imposante songboek onder de arm worden bekende en minder bekende songs slim verweven met de hartverwarmende verhalen van verschillende Limburgers die in 1993 het stijgende water van de Maas trotseren. De dreiging van het water zal voor het publiek voelbaar gemaakt worden in een adembenemend decor waarin het theater letterlijk onder water wordt gezet. De kracht en verbinding van de Limburgers zal hoorbaar zijn via de (Limburgse) koren die deze productie versterken.

Welke relatie heeft het evenement met waterkwaliteit, waterveiligheid, waterzuivering en of klimaatadaptatie?

Het was Zondag in het Zuiden is een coproductie van Toneelgroep Maastricht en Theater De Maaspoort in Venlo. Beide organisaties hebben hun sporen verdiend waar het gaat over grootschalig theater voor een breed publiek, live entertainment en musicals en zijn stevig geworteld in Limburg. Na het immense succes van Dagboek van een Herdershond (81 000 toeschouwers) was Servé Hermans op zoek naar een waardige opvolger die verbonden is met de provincie en bovendien een maatschappelijk relevant thema behandelt. Het was Zondag in het Zuiden voldoet aan al deze criteria. Limburg heeft in 1993, 1995 en in 2001 te maken gehad met hoogwater en de gevolgen daarvan voor de bevolking. De spektakelmusical brengt deze verhalen – beeldend en ondersteund door veel speciale effecten en met muziek van Rowwen Hèze - tot leven en illustreert daarmee op ongeëvenaarde wijze het belang van watermanagement en daarmee tevens het werk en de relevantie van Waterschap Limburg. Deze combinatie is een prachtige voedingsbodem voor een samenwerking.

Het was Zondag in het Zuiden speelt zich af in 1993, wanneer het hoge water maar liefst 8 procent van de provincie Limburg onder water zet. Zoiets zou maar eens in de paar honderd jaar gebeuren, maar niets is minder waar. In 1995 gebeurde het opnieuw en in 2021 nogmaals. Overstromingen zijn dan ook van alle tijden. Het is een natuurlijk

fenomeen dat nooit helemaal te vermijden valt. Zeker niet wanneer de aarde steeds warmer wordt en de zeespiegel onherroepelijk stijgt. De relatie met klimaatadaptatie is hierdoor aanzienlijk.

Nog groter is de relatie met waterveiligheid. Om ons te beschermen tegen overstromingen zijn veilige en sterke dijken van groot belang. Dit zal ook blijken in deze productie. Het dreigende water van de Maas onderstreept het belang van dijken en zet hiermee iets innovatiefs in beweging: versterken van dijken, dammen van kades, pompen van water, aanleggen van nevengeulen enz. Het zijn enkele voorbeelden van hoe Limburg en Waterschap niet vechten tegen het water, maar een manier zoeken om mens en natuur veiliger samen te laten leven.

Kortom: Limburg leeft van Noord tot Zuid met de Maas (en het hoogwater), nog meer dan de rest van Nederland. Het was Zondag in het Zuiden is niet enkel een herbeleving van een aantal gebeurtenissen in 1993, er wordt ook geappelleerd aan een bewustwording van die feiten en wat wij als mens samen kunnen bereiken. De voorstelling heeft als doel de dialoog op een andere manier met elkaar te kunnen voeren door op deze manier naar Limburg en de Limburgers te kijken.

Wat is uw relatie met Waterschap Limburg?

- Anders (omschrijf dit in de volgende vraag)

Omschrijf uw relatie met Waterschap Limburg als u bij de vorige vraag 'anders' heeft aangevinkt.

Het was Zondag in het Zuiden is een verhaal van Limburgers en hun strijd met het water. De thematiek van de musical verbindt zich aan de kernwaarden en doelstellingen van Waterschap Limburg. Het maakt hen hiermee niet enkel een inhoudelijk en natuurlijk partner, maar ook onderdeel van het verhaal. Hieraan geven we zichtbaarheid. De voorstelling is zowel een reflectie op de overstromingen van 1993 en een herinnering aan hoe Limburg zich liet verassen door de omvang en destructie van deze ramp. Echter zie je 1995 zien we dat, ondanks er nog meer water door de Maas stroomde, er minder problemen waren. De plannen en structurele werken waren een succes. Door Waterschap Limburg en de saamenhorigheid van de Limburgers kon de provincie een strakke operatie uitvoeren. Die samenwerking werpt nog steeds zijn vruchten af. Zo werd recent in 2021 een grote ramp

vermeden. Door persoonlijke verhalen en historische feiten wordt dit letterlijk meegegeven aan de toeschouwers.

Gewenst subsidiebedrag van Waterschap Limburg

10% van de begroting of 200 000 euro

Waarom wilt u het eventueel gesubsidieerde bedrag besteden?

Het was Zondag in het Zuiden omvat een omvang van 2 miljoen euro. Dit betreft de gehele organisatie, het artistieke team, de locatie inrichting, de figuranten, de koren, de publieksorganisatie, de ticketverkoop, de vergunningen... enz. Bijgevoegd is er een gedetailleerde begroting terug te vinden die te lezen is als het onderliggende businessmodel. Dit model zal steeds in nauw verband staan met de gerealiseerde en te verwachten ticketverkoop omwille van de schaalgrootte en liquiditeitspositie.

De bijdrage van Waterschap Limburg is, naast een inhoudelijke partner, voor het hele project een noodzakelijke risicioverlagende partner in organisatorische en financiële zin.

We kiezen bewust voor een aantal stevige samenwerkingspartners om bij de kern van het verhaal te blijven en aan het publiek te kunnen overbrengen wie er aan de basis ligt van deze spektakelmusical. Een wildgroei aan partners zou een vertroebeling zijn van de waarde en doelstellingen van deze partners.

Daarnaast is het inmiddels duidelijk dat we met Het was Zondag in het Zuiden een gevoelige snaar raken. Vanaf de lancering in november is de voorverkoop reeds omhoog geschoten. Duizenden tickets zijn al verkocht. Uiteindelijk zullen meer dan 50.000 mensen onze voorstelling bezoeken. Dit realiseren we middels een uitgebreide marketing campagne die onder meer, maar niet uitsluitend, bestaat uit de volgende elementen:

- o Commercials op zowel landelijke als regionale televisie en radio
- o Print advertenties in titels van onder meer Mediahuis (denk aan Mediadeal De Limburger)
- o Online campagnes (denk aan Google, bannering en social media)
- o Outdoor communicatie (onder meer Abri's en Digitale Reclamemasten langs snelwegen)

Deze campagnes worden verdeeld over verschillende flights (periodes van twee weken) waarin we stevig communiceren en dit ondersteunen

met vrije publiciteit. In het kader van het laatste kun je denken aan bijvoorbeeld het presenteren van castleden of (elementen uit) het decor. De toepassing van echt water in het tehater en daarbij behorende effecten, leent zich eveneens bij uitstek voor publicitaire haakjes. In dat kader is ook van belang om te wijzen op het feit dat het in 2023 exact dertig jaar geleden is dat het hoogwater Limburg zo desastreus overspoelde. Kortom, het momentum in combinatie met deze thematiek en de lancering van de musical zijn ideaal en versterken elkaar. Ook Waterschap Limburg kan hiervan profiteren en Het was Zondag in het Zuiden toepassen voor het communiceren van zijn doelstellingen.

Vraagt u ook ambtelijke ondersteuning van het waterschap? Zo ja, welke?

In tweede instantie zal het belangrijk zijn om ook inhoudelijk en organisatorisch te kijken waar Waterschap Limburg van toegevoegde waarde kan zijn voor deze productie.

Welke tegenprestatie kunt u het waterschap bieden?

Zoals gezegd sluiten we Waterschap Limburg graag aan als partner van Het was Zondag in het Zuiden. De thema's waarmee we ons beide bezighouden sluiten immers naadloos op elkaar aan. Concreet kunnen we hieraan invulling geven middels onder meer, maar niet uitsluitend, de volgende elementen:

- o Prominente logovermelding in alle marketinguitingen van de musical. Denk daarbij aan spots op televisie en advertenties in kranten. Het bereik van deze uitingen is massaal en Waterschap Limburg verbindt zich op een kwalitatieve en originele manier met een zeer relevant product.
- o Speciale pagina op de website van de musical waarop Waterschap Limburg ruimte krijgt om het werk en de doelstellingen van de organisatie te etaleren. Op deze manier profiteer je heel direct van traffic dat wij genereren door middel van de campagnes die we voeren.
- o Spread in het luxe programmaboek van Het was Zondag in het Zuiden. Deze mag naar eigen inzicht worden ingevuld door Waterschap

Limburg. Dit programmaboek wordt als souvenir verkocht aan het publiek en verspreid onder pers en partners.

- o Informatiestand (materiaal te leveren door Waterschap Limburg) in de foyer van het theater zodat we de zichtbaarheid door vertalen naar de voorstelling. Dit is een zeer directe manier om in aanraking te komen met meer dan 50.000 bezoekers en leent zich goed voor bijvoorbeeld een educatieve boodschap.

- o Als onderdeel van de samenwerking bieden wij Waterschap Limburg graag 200 kaarten aan voor de feestelijke première van Het was Zondag in het Zuiden. Deze kunnen worden verdeeld onder relaties of personeel van de organisatie. Daarnaast bieden wij in het kader van de première prominente logovermelding aan op de perswand bij de rode loper.

- o Voorafgaand aan iedere voorstelling wordt het publiek welkom geheten en voorzien van praktische informatie. Dit welkomstwoord kunnen we combineren met een (vooraf opgenomen) boodschap van Waterschap Limburg. Zodat ook hier de link direct met de organisatie gelegd wordt.

- o Organisatie van een gezamenlijk persmoment in combinatie met Waterschap Limburg. We kunnen bijvoorbeeld de presentatie van castleden bij Waterschap Limburg houden en zo gezamenlijk exposure genereren die beide partijen ten goede komt. We kunnen in het begeleidende persbericht zowel de musical aankondigen als het belang van Waterschap Limburg onderstrepen.

Geef aan in welke gemeente(n) of regio('s) het project of evenement plaats zal vinden.

Het was Zondag in het Zuiden is in eerste instantie een Limburgs project. We verwachten (en zien dat ook aan de hand van de huidige ticketverkoop) dat vooral mensen uit de regio de voorstelling zullen bezoeken. We verwachten meer dan 50.000 bezoekers. Het daadwerkelijke bereik van onze campagne (en daarmee van het verhaal dat we vertellen) is vele malen groter. Alleen al met onze commercials en outdoor communicatie bereiken we honderdduizenden mensen.

Het was Zondag in het Zuiden zal 30 keer spelen op een openluchtlocatie in Tegelen (Venlo, Noord-Limburg).

In welke periode wordt het project uitgevoerd (start/einde) of vindt het evenement plaats?

Het was Zondag in het Zuiden zal spelen van 19 juli t.e.m. 27 augustus 2023, 30 voorstellingen (inclusief try-outs en succesoptie)

Samenwerkingspartners. Met welke samenwerkingspartners organiseert u het evenement?

Recoup bv organiseert dit evenement samen met:

- o Toneelgroep Maastricht
- o Theater De Maaspoort (Venlo)
- o Waterschap Limburg
- o Rowwen Hèze
- o Passiespelen (Tegelen)

Heeft u elders ook subsidie of sponsoring aangevraagd? Zo ja geef dan aan bij welke organisatie. Welke toezeggingen u al heeft ontvangen? En hoe hoog het reeds toegezegde bedrag is?

Dit is duidelijk een voorstelling die over de hele gemeenschap gaat. We willen de gemeenschap dan ook betrekken. Vandaar de samenwerking met Passiespelen die lokaal figuranten en vrijwilligers kunnen aanleveren. Ook met Stichting Klank en Kleur wordt samengewerkt om vanuit Toneelgroep Maastricht een participatieproject te organiseren en te koppelen aan de stichting. Voor het afzonderlijke participatieproject vanuit Toneelgroep Maastricht (figuranten, vrijwilligers, koren enz.) zullen diverse fondsen worden aangevraagd (Cultuur Participatiefonds, VSBfonds, Prins Bernhard Cultuurfonds, Gemeente Venlo en andere fondsen). Hierbij is nog geen formele toezegging gedaan, maar de aanvragen zijn reeds met veel enthousiasme onthaalt na een eerdere goede samenwerking in het project Dagboek van een Herdershond.

Er is ook een samenwerking verzocht met Blockbusterfonds (aanvraag reeds ingediend). Daarbij is een marketingbijdrage van 100 000 euro aangevraagd onder de gekende voorwaarden dat dit project moet slagen in zijn opzet om het vooropgestelde publieksbereik te realiseren.

Voor dit project staan Toneelgroep Maastricht en Theater De Maaspoort grotendeels garant voor de gemaakte kosten tegenover de omzet van de kaartverkoop.

Projectplan of evenementenplan (Wat is het doel van het project / evenement?)

projectplan het was zondag in het zuiden.pdf

Begroting (Voeg een begroting toe waarin opgenomen de geraamde inkomsten/uitgaven van de aanvrager, voor zover deze betrekking hebben op het project/de activiteiten waarvoor subsidie wordt gevraagd).

begroting het was zondag in het zuiden.pdf

Uw bijlage

perspresentatie en interview het was zondag in het zuiden.pdf

Datum

27/01/2023

Handtekening (naam invullen)

Frans Hendrickx