



# De Nieuwe Cultuur Stichting

Jaarverslag 2022

# Inhoud

<b>1</b>	<b>Inleiding</b>	<b>04</b>
<b>2</b>	<b>Inhoudelijke verslag</b>	<b>06</b>
2.1	De laatste lockdown	06
2.2	HKU Cultuurpas	07
2.3	Voorjaarscampagne	09
2.4	Front Row Clubnight	09
2.5	Najaarscampagne & lancering Rotterdam	09
2.7	Lancering nieuw online platform	10
2.8	Nieuw Kantoor	14
2.9	Ledenverloop We Are Public	14
2.10	Subbacultcha	14
2.11	Code Diversiteit en Inclusiviteit, Fair Practice en Governance Code Cultuur	18
<b>3</b>	<b>Team</b>	<b>20</b>
<b>4</b>	<b>2022 in cijfers</b>	<b>21</b>
4.1	We Are Public	21
4.2	Subbacultcha	24
<b>5</b>	<b>Zakelijke Situatie</b>	<b>26</b>
5.1	Algemeen	26
5.2	Toelichting op de jaarrekening	27
<b>6</b>	<b>Organisatie, bestuur en toezicht</b>	<b>27</b>
6.1	Organisatie en personeel	27
6.2	Bestuur en toezicht	28
6.3	Verslag van de raad van toezicht	31
<b>7</b>	<b>Doelen en ambities</b>	<b>33</b>

# Vooraf

2022 was een goed jaar voor De Nieuwe Cultuur Stichting, waarin we vrijwel alle ambities uit het jaarplan hebben waargemaakt. Het ledenaantal van We Are Public steeg met 75%, we zijn gelanceerd in Rotterdam, introduceerde de HKU Cultuurpas en hebben een nieuw online platform gebouwd. Daarnaast vonden we een prachtig nieuw kantoor in Amsterdam.

De eigen inkomsten zijn na de klap van de corona crisis, inmiddels behoorlijk hersteld, maar nog niet op het niveau waarmee we de exploitatie volledig kunnen bekostigen. Wel staan we er nu veel beter voor dan een jaar geleden. Wat dat betreft hebben we in het afgelopen jaar de basis gelegd, waarmee we in 2023 verder kunnen bouwen richting de toekomst.

# Inleiding

2022 stond voor De Nieuwe Cultuur Stichting in het teken van herstel na de corona crisis. Want al begon het jaar in lockdown, vanaf maart werden de maatregelen definitief opgeschort en konden we eindelijk weer gaan bouwen richting de toekomst. Met twee succesvolle marketingcampagnes lukte het om veel nieuwe leden te werven. Daarnaast lanceerden we We Are Public in Rotterdam, zijn we van start gegaan met de HKU Cultuurpas en bouwden we een gloednieuw online platform.

## Zakelijk

In 2022 hebben we aanzienlijk geïnvesteerd in het herstel van de Nieuwe Cultuur Stichting na de corona crisis. En dat was nodig, want tijdens de crisis zijn we ruim 40% van onze leden kwijtgeraakt. Ofwel de eigen inkomsten waren niet langer toereikend om de exploitatie te bekostigen. Gelukkig beschikken we over een financiële reserve, die ons in staat stelt om te investeren. Dat hebben we dan ook gedaan. Het jaar sloten we daardoor af met een negatief resultaat, maar daar staat tegenover dat de stichting er een stuk beter voor staat dan een jaar geleden. Het ledenaantal is alweer bijna op het niveau van voor de crisis, en daarnaast hebben we een nieuw platform gelanceerd waarmee we We Are Public de komende jaren verder kunnen ontwikkelen. In die zin zijn we vol vertrouwen dat we in 2023 de crisis definitief achter ons kunnen laten.

A photograph of a woman with long dark hair performing on stage. She is wearing a blue sleeveless top and a patterned skirt. She is positioned behind a keyboard on a stand, with a microphone on a boom arm in front of her. The stage is dimly lit with red and blue lights. The background is dark with some faint light patterns.

“Op 6 mei was er een spetterende  
Front Row Club Night in OT301.  
Op het programma stonden  
Genevieve Murphy, Henning Luther,  
Robin Nimanong, Jeroen Janssen,  
Xenia Perek, Tato Wesselo  
en The Social Lover.”

# 2. Inhoudelijk verslag

## 2.1 De laatste lockdown

2022 begon net als vorig jaar in lockdown. De cultuursector was dicht; onze leden konden geen programma's bezoeken. We hebben deze periode overbrugd door makers te ondersteunen en door zo veel mogelijk in te zetten op online programma. Daarnaast gingen we aan de slag met de voorbereidingen van diverse campagnes, de lancering van de HKU Cultuurpas en de bouw van ons nieuwe online platform later in het jaar.

### Culture Care

Tijdens de lockdown hebben we Culture Care gelanceerd. Een project waarmee we makers die vanwege de lockdown werkeloos thuis zaten, hebben ondersteund met een eenmalige bijdrage van €1.000. De makers die we hebben ondersteund zijn Benjamin Fro, BOG, Dunja Jovic, Raw Fish, Seppe Salomé, Annica Muller, Vera Morina, Flip Zonne Zuiderland, Robin Nimanong, Children of the Light, Yang Yang Cai, Wesley Fransen, LAVA | Burning Bridges, Katarina Juričić Thomas, Sacha en Jos.

### We Are Public Releases

Ook zijn we tijdens de lockdown verder gegaan met de We Are Public releases. Makers deelden digitaal werk met onze leden en ontvingen daarvoor een vergoeding. Zo kregen ze de kans om ook tijdens de lockdown hun werk te presenteren aan een geïnteresseerd publiek. Ook na de lockdown zijn we nog een half jaar doorgegaan met de releases.

In 2022 werkten de volgende makers en organisaties mee aan de We Are Public Releases: De Revisor, Golin, Marleen Henrickx, Duda Paiva & Fractal Collective, Benjamin Fro, Silbersee, Genevieve Murphy, Raw Fish, Robin Nimanong, Nastaran Razawi Khorasani, Igor Vrebac, Keenan Mundane, Yang Yang Cai, Club Gewalt, Tara Hetharia, Nina de la Parra, Jasmijn Schrofer, Boogaerdt/Van der Schoot, Vera Morina en Seppe Salome.

### Vorbereidingen campagnes

In het voorjaar zou de cultuur sector weer volledig open gaan. En dus gingen we aan de slag met de voorbereidingen voor de verschillende projecten die we in het voorjaar op de planning hadden staan, waaronder de lancering van de HKU Cultuurpas, en de marketing-campagne die in april van start ging.

## 2.2 HKU Cultuurpas

In februari zijn we van start gegaan met de lancering van de HKU Cultuurpas. Een lidmaatschap waar HKU Studenten zich gratis voor kunnen aanmelden, en waarmee ze toegang krijgen tot alle programma's uit de We Are Public selectie. Deze pas is op initiatief van de HKU tot stand gekomen, met als doel om studenten die worden opgeleid tot maker, te stimuleren om tijdens hun studententijd meer culturele programma's te bezoeken.

Op 10 maart lanceerden we de campagne tijdens een kick-off bij de HKU. Doel was om binnen een jaar 1.000 studenten zo ver te krijgen om een pas aan te schaffen. Maar dat liep anders, al op de eerste dag meldden 949 studenten zich aan. Dit groeide verder door tot ruim 2.000 studenten na de eerste maand.

De grote uitdaging bleek het activeren van deze studenten. Want in die eerste maanden gebruiken maar een klein deel van de studenten de pas. We hebben onze focus verlegd van het werven van studenten naar het activeren van studenten die al een pas hebben. Middels posters in de school, social media campagnes, direct mailings, een aparte landingspagina voor HKU studenten op de We Are Public site en exclusieve events voor HKU Studenten.

**“Een mooie prestatie, zeker als je bedenkt dat de studenten deze programma's niet zouden hebben bezocht zonder HKU Cultuurpas.”**

Gedurende het jaar hebben ruim 1.000 studenten de pas minimaal 1 keer gebruikt. In totaal bezochten ze meer dan 2500 keer een programma. Een mooie prestatie, zeker als je bedenkt dat de studenten deze programma's niet zouden hebben bezocht zonder HKU Cultuurpas.

Het komende jaar gaan we samen met de HKU werken aan een propositie, waarmee we de HKU cultuurpas ook voor de langere termijn kunnen blijven aanbieden. Tegen het eind van het jaar zijn hier veel gesprekken over gevoerd met de HKU. Met als uitdaging om tot afspraken te komen waarmee we de kosten kunnen dekken, en daarnaast kunnen zorgen dat deze in verhouding staan tot het bezoek van de studenten. Hierover zijn nieuwe afspraken gemaakt tot aan het eind van het schooljaar 2022-2023. Met als doel om binnen die tijd te komen tot een toekomstbestendige propositie vanaf september 2023.



Lancering HKU Cultuurpas



## 2.3 Voorjaarscampagne

In april startte onze voorjaarscampagne, met als doel om minimaal 1.000 nieuwe leden te werven. Deze campagne hebben we zo laagdrempelig mogelijk ingezet, om zo veel mogelijk mensen te bereiken. De boodschap: wordt 2 maanden lid voor €1. Dit liep als een trein, in twee maanden tijd wisten we maar liefst 3.000 nieuwe leden te werven. Keerzijde van deze laagdrempelige propositie was dat niet iedereen lid bleef. Zes maanden na de campagne was vijftig procent van de nieuwe leden nog lid. En aan het eind van het jaar waren er nog 1130 campagne leden. Nog steeds meer dan het oorspronkelijke target.

## 2.4 Front Row Club Night

Dit jaar was er helaas weinig ruimte om eigen We Are Public-programma's te organiseren. De effecten van de corona crisis waren dusdanig ingrijpend, dat we vol moesten inzetten op zakelijk herstel. Toch hebben we op 6 mei een spetterende Front Row Club Night georganiseerd in OT301. Op het programma stonden Genevieve Murphy, Henning Luther, Robin Nimanong, Jeroen Janssen, Xenia Perek, Tato Wesselo en The Social Lover.

## 2.5 Najaarscampagne & lancering Rotterdam

Na de afronding van de succesvolle voorjaarscampagne, zijn we meteen aan de slag gegaan met de voorbereidingen voor twee grote campagnes in het najaar. Zowel een brede landelijke campagne als de lancering van We Are Public in Rotterdam.

### Najaarscampagne en lancering Rotterdam

Al in 2019 waren er vergaande plannen om in Rotterdam te lanceren. Er was veel enthousiasme vanuit het Rotterdamse culturele veld, maar we kregen de financiering niet rond. Tijdens de corona crisis gingen de plannen in de ijskast. In het voorjaar van 2022 zijn we verder gegaan met de voorbereidingen. Met als doel om de lancering zo compact mogelijk te organiseren met ons eigen in-house team. Zo bleven de kosten beperkt en konden we de lancering op eigen kracht realiseren.

Vanaf het voorjaar is ons projectteam aan de slag gegaan met het benaderen van culturele instellingen, en die bleken allemaal nog steeds enthousiast. Dit maakte de weg vrij voor een lancering in oktober. Tot die tijd gingen we aan de slag met het formaliseren van de afspraken met partners en het bevestigen van het programma vanaf oktober.

Parallel aan de voorbereidingen voor de lancering in Rotterdam, werd er gewerkt aan de najaarscampagne. Om de campagnes zo efficiënt mogelijk in te steken, hebben we beide campagnes gecombineerd. Met één propositie (twee maanden voor €1) voor zowel Rotterdam als de rest van Nederland. Zo konden we 1 overkoepelende campagne voeren, waarbij we per regio de boodschap hebben aangescherpt. Voor Rotterdam hebben we apart campagnemateriaal gemaakt. Denk aan beeld, video's, het betrekken van lokale ambassadeurs en het formuleren van een specifiek doel voor Rotterdam; namelijk minimaal 1.500 leden. De twee campagnes waren een groot succes, met meer dan 4.000 nieuwe leden, waarvan ruim 1.500 in Rotterdam.

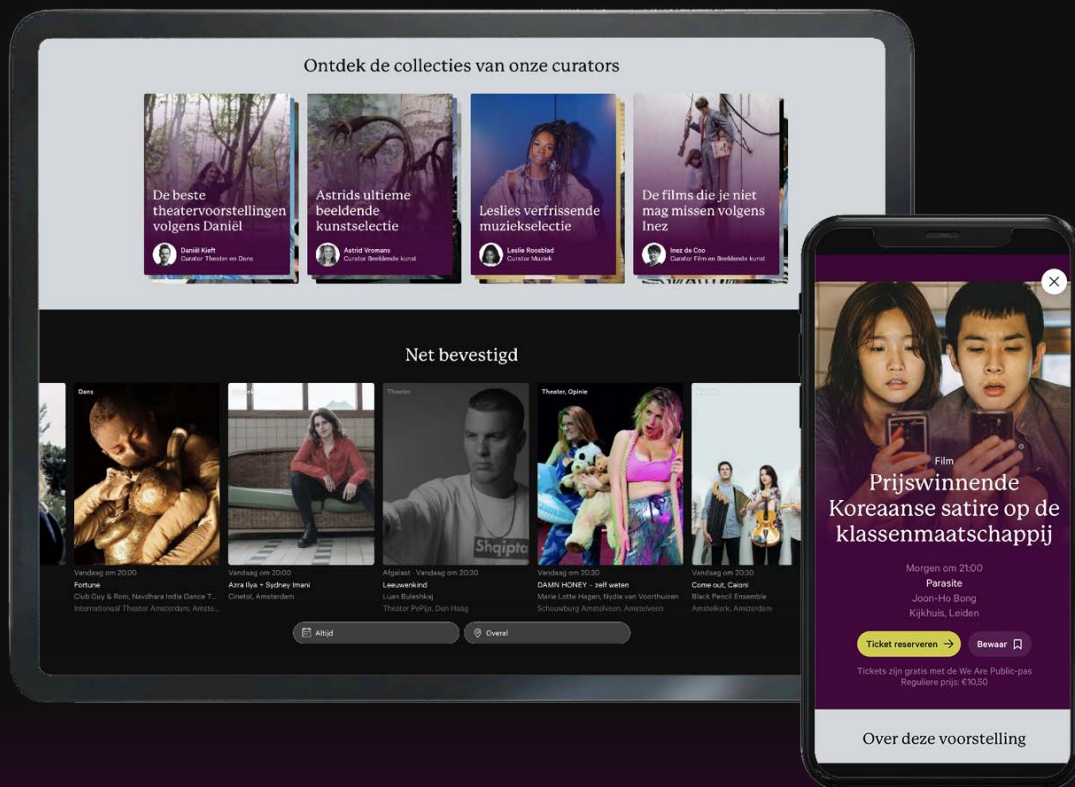
## Opzeggingen

Met het succes van de campagne hadden we aan het eind van het jaar meer leden dan voor de corona crisis. Een buitengewoon goed resultaat, als je bedenkt dat we ruim 40% van onze leden tijdens de crisis zijn kwijtgeraakt. Maar uiteraard gaan we ook bij de najaarscampagne te maken krijgen met veel opzeggingen. Met de kennis van de voorjaarscampagne weten we dat zo'n 50% van de nieuwe leden zullen gaan opzeggen in de komende 6 maanden. In die zin is het herstel na de crisis nog niet voltooid en zullen we ook in 2023 vol moeten inzetten op ledengroei.

## 2.6 Lancering nieuw online platform

In 2022 hebben we ons nieuwe online platform gelanceerd. Het oorspronkelijke plan was om hierin samen op te trekken met Cineville. We zouden zelf een nieuwe Front End ontwikkelen, en daarnaast onboarden op het systeem van Cineville. Deze afspraak was in grote lijnen al rond, maar er kwam een kink in de kabel. Cineville bleek over onvoldoende ontwikkelcapaciteit te beschikken om onze onboarding binnen de afgesproken timeline te realiseren. We kwamen voor een keuze te staan: of uitstellen en nog minimaal anderhalf jaar verder met ons oude platform. Of zelf de regie nemen, en ons eigen platform grondig hervormen. Op advies van onze technische adviseur Dieter Camps hebben we uiteindelijk gekozen voor de laatste optie. Met als belangrijkste doelen:

1. Een volledig nieuwe front end lanceren, waarmee we de gebruikerservaring van de bezoekers aanzienlijke verbeteren en ons publieksbereik vergroten.
2. Het oplossen van een aantal urgente technische knelpunten op (oa. uitfaseren van Wordpress)
3. Het vereenvoudigen van de workflow van ons team
4. Een basis neerzetten, waarmee we duurzaam kunnen doorontwikkelen op de langere termijn



We Are Public Platform



We Are Public advertenties

Samen met Digital Natives zijn we hier vanaf maart 2022 mee aan de slag gegaan. We begonnen met een prototype designsprint, waarmee we een korte intensieve periode het basisplan voor het platform hebben gemaakt. Waarna we in een zestal ontwikkel sprints tussen april en november het platform hebben gebouwd. Het platform ging live in december, vlak na de lancering van We Are Public in Rotterdam. We kozen voor een soft launch, zodat we in de eerste maanden na lancering de ‘kinderziektes’ konden verhelpen, om vervolgens in het voorjaar van 2023 met een brede campagne ons nieuwe platform uitgebreid onder de aandacht te brengen.

## Herpositionering

We hebben de lancering van het nieuwe platform ook gebruikt voor een grondige herpositionering van We Are Public. Waar we in het verleden veel meer focus hadden op het lidmaatschap en de verkoop ervan, hebben we met het nieuwe platform de nadruk meer gelegd op het programma en het ontdekken van nieuwe cultuur en nieuwe makers. Het programma wordt veel meer gesegmenteerd en van redactionele context voorzien. Het platform is verworden tot een inhoudelijk gedreven agenda platform waar je intuïtief en met slimme filtering makkelijk nieuwe cultuur kan ontdekken en programma’s kan vinden waar je heen wil. Zo kunnen we leden langer behouden, en wordt het platform aantrekkelijker voor nieuwe gebruikers.

**“De lancering van het nieuwe platform was de uitgelezen mogelijkheid om We Are Public opnieuw te positioneren.”**

## Redesign

Als onderdeel van het nieuwe platform, hebben we een grondig redesign doorgevoerd. Dit was sinds de lancering van We Are Public in 2014 niet meer gebeurd - en het werd tijd. De lancering van het nieuwe platform was de uitgelezen mogelijkheid om We Are Public opnieuw te positioneren. Daarin hebben we ervoor gekozen om het merk en het design meer in lijn te brengen met onze inhoudelijke doelen. We Are Public is een avontuurlijk en vernieuwend platform, waarmee we een jonge eigenzinnige doelgroep willen aanspreken. Creatief Directeur Bas Morsch heeft dit uitgangspunt samen met Studio Liz Klaver vertaald naar een nieuwe beeldtaal, kleurenpalet en typografie. We zijn trots op het resultaat.

## Vervolg

Het nieuwe platform is live en we zien meteen de impact. Voor het team is het een gigantische verbetering. Daarnaast is er veel meer traffic op de site (verdubbeld tov september 2022) en blijven bezoekers langer op het platform. Maar we zijn nog niet klaar. Voor 2023 staat verdere doorontwikkeling op de planning. Daarover meer in het inhoudelijk plan voor 2023.



## 2.7 Nieuw Kantoor

In de zomer van 2022 kregen we te horen dat we ons kantoor in de School moesten verlaten. We zijn meteen begonnen met onze zoektocht. In een paar maanden tijd hebben we een groot aantal ruimtes bekeken. Dat heeft uiteindelijk geresulteerd in een prachtig nieuw kantoor aan de Haarlemmer Houttuinen. Een oude kapel van de posthoornkerk, die beheerd wordt door De Key. Helaas geen eigen event-locatie, maar wel een bijzondere plek, in het centrum van Amsterdam. Vlakbij het station, dus ideaal voor de medewerkers en freelancers die niet in Amsterdam wonen. Begin december kregen we de sleutels, en zijn we onmiddellijk begonnen met verbouwen. De verhuizing volgde in januari 2023.

## 2.8 Ledenverloop We Are Public

2022 was een zeer onstuimig jaar voor We Are Public. Vanwege de corona crisis was het ledenaantal in de afgelopen jaren flink gedaald. Bedoeling was om dat dit jaar voor een groot deel in te lopen. Daar hebben we hard aan gewerkt met twee grote campagnes; één in het voorjaar en één in het najaar. In totaal werden dit jaar 7.350 mensen lid van We Are Public. In totaal beëindigen 3.639 mensen hun lidmaatschap in 2022, waardoor het ledenaantal steeg met 3.711 leden. Een stijging van 74%, en dat is nog exclusief de HKU leden. Een ongekeerde prestatie na twee jaar crisis. Maar we zijn er nog niet. We weten dat veel van de leden die zich tijdens de najaarscampagne hebben aangemeld, in de eerste maanden van 2023 zullen gaan opzeggen, vandaar ook dat ledengroei in 2023 nog steeds hoge prioriteit heeft.

Naast de reguliere leden zijn we dit jaar ook van start gegaan met de HKU Cultuurpas. In totaal hebben 2963 studenten zich hiervoor aangemeld in 2022.

In totaal kwam het ledenaantal van We Are Public boven de 11.000 leden.

## 2.9 Subbacultcha

Ook voor Subbacultcha was 2022 het jaar waarin de wereld weer open ging, en waarin we eindelijk weer volop concerten konden organiseren. In totaal hebben we meer dan 35 concerten georganiseerd, met ruim 100 artiesten en meer dan 5.000 bezoekers. Op het programma stonden onder andere Sega Bodega, Moor Mother, Pelada, Namasenda, LYZZA, Colin, Himera, Cakes da Villa, LA Timpa, Liturgy, Deli Girls, LazerGazer, Astrid Sonne, NoPorn, Bby Eco, YL Hooi, LEYA, Tara Clerkin Trio, Kate NV en Alien Body.



Rosa Anschutz - Subbacultcha

Naast reguliere concerten hebben we ook andere events georganiseerd. Waaronder vier edities van Come Subba With Us. Een diner-concertavond met internationale artiesten en lokale DJ's. Dit jaar stonden onder andere Ssaliva, Swan Meat en Noise Diva op het programma. Ook hebben we onder de naam Sensual Havoc in januari een vijfdaagse groepsexpositie, georganiseerd met optredens en workshops in onze projectruimte in de s105 in De School. Tot slot waren er nog drie edities van Sing Your <3 Out; een *interactive performance night* in samenwerking met de Gerrit Rietvel academie, waarbij het publiek wordt uitgenodigd om onderdeel te zijn van de performance

Naast eigen events hebben we in 2022 een aantal samenwerkingen opgezet.

### **De Nieuwe Kerk**

Een samenwerking met De Nieuwe Kerk in januari voor Maison Amsterdam: een expositie waarin de geschiedenis van Amsterdam door de lens van mode wordt bekeken. Wij hebben een exclusieve rondleiding georganiseerd door ontwerper Irene Ha (Baby Reni), voor Subbacultcha leden, na sluitingstijd.

### **Entrée**

Samen met de jongerenvereniging van Concertgebouw en het Concertgebouworkest hebben wij in maart een concertavond georganiseerd met een focus op het snijvlak tussen klassieke muziek en hedendaagse elektronische muziek. Met Félicia Atkinson en Circular Ruins. Daarnaast hebben we in december een promotionele rol vervuld voor Aural Spaces: een concertserie die met gebruik van nieuwe technologie een ruimtelijke dimensie aan de concertervaring toevoegt. Wij hebben hiervoor meerdere interviews met artiesten afgenomen.

### **Oude Kerk**

Wij hebben de programmering en promotie gedaan voor de ochtend concertreeks 'Silence' in Oude Kerk met een exclusieve ruimtelijke performance door Lucrecia Dalt. Als context hebben wij een groot interview met de artiest afgenomen, over het specifieke optreden.

### **Rosed Out**

Wij hebben een clubavond georganiseerd samen met Amsterdam collectief en label Rosed Out. Met Kelman Duran, Raven Artson, Deto Black, LOLA, BEA1991 en Sandor Dayala.

### **Camiel Fortgens**

Ook hebben we een benefietconcert georganiseerd met kledingmerk Camiel Fortgens, om geld op te halen voor getroffen arbeiders in Oekraïne, naar aanleiding van de invasie van Rusland. Met De Rivier, Meetsysteem, Lulu, Raven Artson, BEA1991 en Woody92.





Sprout Magazine – Subbacultcha

Verder hebben we met de volgende organisaties samengewerkt rond events die toegankelijk waren voor Subbacultcha leden:

The Rest is Noise, Garage Noord, Kanaal40, Valley, Filmtheater de Uitkijk, De Appel, Melkweg, FIBER Festival, default, Bimhuis, Dour Festival, Come Alive, (A)WAKE, C2C Festival, Sonic Acts, Space is the Place, 013 Poppodium Tilburg, Strange Days, Club HD, Metro54

### Publicaties: Sprout

In 2022 hebben wij in samenwerking met kunstboeken winkel San Serriffe 5 issues van sprout uitgebracht, met werk en interviews met o.a. Casey MQ, Nadia de Vries, F elia Atkinson, Martina Raponi, Gijsje Heemskerk en Andy Morin.

### Ledenverloop Subbacultcha

Het ledenaantal steeg in 2022 met 10 procent. Er waren 274 aanmeldingen, en 210 opzeggingen. We sloten het jaar af met ruim 700 leden.

## 2.10 Code Diversiteit en Inclusiviteit, Fair Practice en Governance Code Cultuur

Bij De Nieuwe Cultuur Stichting onderschrijven we de drie culturele codes: Code Diversiteit & Inclusie, Fair Practice Code, Governance Code Cultuur.

Diversiteit en inclusie is voor de stichting een doorlopend aandachtspunt. We willen bijdragen aan een inclusieve en representatieve kunstsector. We hebben hierin de afgelopen jaren diverse stappen ondernomen, waaronder het organiseren van een workshop, letten op inclusief taalgebruik in onze uitingen. Diversiteit en inclusiviteit is een belangrijk aandachtspunt ten aanzien van de content die we maken en de programma's die we uitlichten.

Concreet hebben we in 2022 de volgende stappen gezet:

In het programma hebben we *Public Matters*, een thema rond nieuwe rolmodellen, opgezet. Rolmodellen die door hun achtergrond, gender of beperking afwijken van de norm. We hebben een ruime selectie van programma's uitgelicht waarin dit thema centraal stond, en we hebben samengewerkt met Blendle om het thema inhoudelijk uit te lichten. Leden kregen toegang tot een selectie artikelen over het onderwerp.

Bij het programmeren van ons eigen *Front Row Club Night* hebben we goed gelet op diversiteit. Bij de uitbreiding naar Rotterdam hebben we partners benaderd die diversiteit en inclusie als belangrijke peiler hebben. Denk aan Theater Rotterdam, Theater Zuidplein, Bird, Worm, Melly en Maas Theater & Dans.

Verder letten we doorlopend op bij de selectie van programma's, uit te lichten en taalgebruik op de website. We zorgen ervoor dat we zowel qua tekst als qua beeld een divers en inclusief verhaal vertellen. Hierin werken we met een interne 'styleguide' met meer informatie over hoe we inclusiever kunnen schrijven en welke bronnen we hierbij kunnen raadplegen. In de marketing handleiding kunnen nieuwe medewerkers en stagiairs vinden hoe en waarom we gelijke representatie belangrijk vinden in onze uitingen.

We gebruiken ons platform op Subbacultcha! ook om fundraisers en awareness campagnes te delen, globaal en op het niveau van onze gemeenschap. Het komende jaar gaan we een onderzoek opzetten om de Subbacultcha achterban om feedback te vragen over dit onderwerp.

in ons personeelsbeleid geven we diversiteit een doorslaggevende rol, in onze Raad van Toezicht samenstelling ook. We willen nog een stap maken met een Gedragscode en protocol voor ongewenst gedrag. Hierover zijn we in overleg met elkaar, we kijken hierbij constant naar nieuwe initiatieven zoals Taskforce Go, seminars van verschillende organisaties waaronder onze Arbo dienst en ook met ons aanspreekpunt die we hiervoor hebben aangesteld.

De Fair Practice Code wordt ook toegepast door de Stichting. We zijn transparant in onze bedrijfsvoering, zowel inhoudelijk als financieel wordt informatie gedeeld in het bedrijf. Ook over ledenaantallen en financiële kaders. Na de corona crisis hebben we onze tarieven verhoogd, en we blijven onze tarieven bespreken en waar het nodig was hebben we correcties doorgevoerd. Hierover worden regelmatig gesprekken gevoerd en we zijn transparant in wat mogelijk is binnen het kader van een verantwoordelijke bedrijfsvoering.

De Nieuwe Cultuur Stichting hanteert het raad van toezicht - bestuur model.

De statuten hebben we nagelopen om deze in lijn te brengen met zowel de nieuwe Wet Bestuur en Toezicht Rechtspersonen (WBTR) als de Governance Code Cultuur. We willen een kleine wijziging laten vastleggen, die gaat over het minimaal aantal personen in de RvT: in huidige statuten Artikel 10.1 staat: ten minste 2 en ten hoogste 7 natuurlijke personen. Dat is te weinig volgens de Governance Code; het moet minimaal 3 zijn (aanbeveling 8.1). We hebben onze notaris geraadpleegd en het advies is dat we deze wijziging kunnen doorvoeren zodra er meer wijzigingen zijn, omdat de Code nu toch leidend is en we dit in onze reglementen hebben vastgelegd. Zowel het bestuurs- als het RvT reglement zijn helemaal nagelopen en geüpdatet met inachtneming van de Codes en de WBTR.

# 3. Team

## We Are Public

We hadden voor 2022 een ambitieus jaarplan opgesteld, maar de personele capaciteit was tijdens de crisis juist afgeschaald. Om onze plannen te realiseren, hadden we versterking nodig. Die hebben we gevonden. We hebben een operationeel manager aangetrokken, die verantwoordelijk is voor het dagelijks functioneren van de organisatie, en daarnaast hebben we versterking aangetrokken op het gebied van marketing en projectmanagement. Ook zagen we dit jaar weer een aantal mensen vertrekken, met als gevolg dat we meerdere sollicitatieprocedures hebben doorlopen. Met succes. Aan het eind van het jaar stond het team als een huis, en hebben we een groot deel van onze ambities kunnen waarmaken.

## Subbacultcha

Ook bij Subbacultcha zagen we in 2022 een aantal mensen vertrekken en hebben we een aantal nieuwe mensen aangetrokken op het gebied van productie en marketing. Ook hier verliepen de sollicitatieprocedures soepel. Een mooie prestatie gezien de krapte op de arbeidsmarkt. Wat dat betreft is dit jaar weer gebleken dat De Nieuwe Cultuur Stichting een organisatie is met een duidelijk cultureel en maatschappelijk profiel, waar veel jonge getalenteerde mensen voor willen werken.

## Fysiek samenwerken

Dit jaar konden we eindelijk weer fysiek samenwerken op kantoor, wat voor de dynamiek en energie van zowel Subbacultcha als We Are Public heel belangrijk is. Daarnaast hebben we ook eindelijk weer activiteiten met het team kunnen organiseren. Waaronder een kerstdiner, een dag in het klimbos in Amsterdam, een bezoek aan Theater Rotterdam en verschillende borrels, waaronder tijdens het laatste concert op ons oude kantoor in De School.

## 4. 2022 in cijfers

### We Are Public

We sloten het jaar af met ruim

**9.000** <sup>+74%</sup>

We Are Public-leden

### HKU Cultuurpas

We sloten het jaar af met ruim

**2.403**

HKU Cultuurpas-leden

## We Are Public Programma

In 2022 selecteerde we

# 3.600

programma's bij meer dan  
300 verschillende partners

De programma's werden

# 69.000

keer bezocht door ruim  
10.000 verschillende leden

In totaal hebben we

# € 696.044

uitgekeerd aan makers en partners

# We Are Public Website

In 2021 kwamen er maandelijks gemiddeld

# 16.000

unieke bezoekers op de We Are Public website

Steiging website bezoekers

# 24.000

december 2022



# 4.215

januari 2022

In totaal kwamen er ruim

# 155.000

unieke bezoekers op de  
We Are Public website (+210%)

## Social media

# 26.646

Nieuwsbrief abonnees (-5%)

# 10.841

Instagram volgers (+16%)

# 23.811

Facebook volgers (+3,5%)

## Subbacultcha

# 700

Subbacultcha leden

# 43

events

# 700<sup>+</sup>

artiesten

# 5.000<sup>+</sup>

bezoekers

# 35

Concerten

met oa. Sega Bodega,  
Moor Mother, Pelada,  
Namasenda & LYZZA

# 4

Come Subba With Us

dinerconcerten: o.a. met  
Ssaliva, Swan Meat en  
Noise Diva

# 1

Groep Expositie  
"Sensual Havoc

# 3

Sing Your <3 Out  
edities van onze karaoke  
avond 'Sing Your <3 Out'



## Subbacultcha

We werkten samen met meer dan

25

culturele organisaties

We publiceerde

5

edities van de onafhankelijke  
publicatie 'Sprout'

## Social media

15.234

Nieuwsbrief abonnees (-14%)

11.5 k

Instagram volgers (+12%)

29.000<sup>+</sup>

Facebook volgers (0%)

# 5. Zakelijke situatie

## 5.1 Algemeen

De belangrijkste projecten van De Nieuwe Cultuur Stichting zijn cultuur lidmaatschappen en -platformen We Are Public en Subbacultcha. Deze concepten zijn eigendom van Subbacultcha VOF en de stichting heeft doorlopende licenties voor de exploitatie van beide concepten in Nederland.

Met het wegvallen van de corona maatregelen zijn onze eigen inkomsten in 2022 met 45% gestegen ten opzichte van 2021. Daartegenover staat het wegvallen van de TVL en NOW ondersteuning, waardoor de totale omzet steeg met slechts 6%. Onze bedrijfslasten zijn in 2022 toegenomen met 35% ten opzichte van 2021. Dit heeft te maken met investeringen in onder andere personeel en ICT en daarnaast met de uitkering aan culturele partners. De culturele sector ging weer open en onze leden bezochten veel meer programma's dan tijdens de corona crisis, waardoor de uitkering aan partners toenam.

Het nettoresultaat komt daarmee op € -127.895, wat een iets beter resultaat is dan begroot. Tegenover het negatieve resultaat staat daarnaast een gloednieuw digitaal platform, waar we de komende jaren de vruchten van gaan plukken.

Het resultaat wordt gedekt door enerzijds een onttrekking uit de bestemmingsreserve (€66.139) en anderzijds een onttrekking uit de algemene reserve / het stichtingskapitaal (€61.756).

Het stichtingskapitaal is daarmee afgenomen tot €304.422. Ook voor 2023 hebben we een negatief resultaat begroot. Het stichtingskapitaal zal dan ook in 2023 deels moeten worden ingezet om het herstel na de crisis te financieren. Dit heeft alles te maken met het feit dat we de financiële gevolgen van de corona crisis pas na het wegvallen van de TVL- en NOW ondersteuning ondervinden. Want; het ledenaantal is nog steeds instabiel en naar verwachting ook in 2023 over het geheel genomen, lager dan voor de crisis. Dat wil zeggen dat de eigen inkomsten nog niet voldoende zijn om de volledige exploitatie te financieren. Maar we zijn op de goede weg.

Naast het stichtingskapitaal beschikt de stichting over een bestemmingsreserve Culturele Partners van €229.922. Deze is opgebouwd tijdens de corona crisis, toen onze leden weinig programma's bezochten en we weinig geld uitkeerden aan culturele partners. In 2022 bezochten onze leden weer veel programma's. Met als gevolg dat de reserve in 2022 met 25% is afgenomen. Onze verwachting is dat de reserve met de huidige bezoekersaantallen de komende jaren verder zal leegstromen richting onze culturele partners. Wel is het wenselijk om een klein deel van de reserve te behouden om schommelingen in partneruitkering in de toekomst te kunnen opvangen.

## 5.2 Toelichting op de jaarrekening

De jaarrekening 2022 is opgesteld door Amstelstad accountants en voorzien van een samenstellingsverklaring. De jaarrekening 2022 is vastgesteld door het bestuur en ondertekend door de raad van toezicht van de stichting. De jaarrekening is gepubliceerd op de website [www.denieuwecultuurstichting.nl](http://www.denieuwecultuurstichting.nl) en [www.wearepublic.nl/stichting](http://www.wearepublic.nl/stichting)

Eenieder die verdere toelichting op de jaarrekening wenst, kan zich richten tot het bestuur van de stichting via [info@wearepublic.nl](mailto:info@wearepublic.nl).

# 6. Organisatie, bestuur en toezicht

## 6.1 Organisatie en personeel

Bestuurders Leon Caren en Bas Morsch vormen tevens de directie en worden als zodanig ingehuurd middels hun gezamenlijke onderneming Subbacultcha VOF.

Op 1 januari 2023 had de stichting 4 medewerkers in dienst. Te weten een programmacoördinator die mede verantwoordelijk is voor de samenstelling van het We Are Public programma, een office manager / project manager, een operationeel manager en een marketing medewerker.

Daarnaast werkt de Stichting voor de realisatie van de verschillende projecten met een team van ongeveer 25 freelancers. Dit biedt flexibiliteit om wisselende expertise in huis te halen en in te spelen op de veranderende behoefte binnen de organisatie. Daarnaast werkt de stichting met een wisselend aantal vrijwilligers en biedt deze enkele stageplekken op kantoor.

De Fair Practice Code is voor DNCS leidraad bij haar personeelsbeleid. Voor zover mogelijk wil DNCS in toenemende mate aan de Code voldoen. Dit wordt mede ingegeven door de financiële kaders waarbinnen we kunnen opereren.

## 6.2 Bestuur en toezicht

De Nieuwe Cultuur Stichting hanteert het raad van toezicht - bestuur model en volgt de Governance Code Cultuur.

De stichting wordt geleid door 2 directeur/bestuurders, welke worden geadviseerd en gecontroleerd door een raad van toezicht bestaande uit (in 2022) 5 leden. Een rooster van aftreden en overzicht van nevenwerkzaamheden zijn aanwezig en actueel. De raad van toezicht is geheel onbezoldigd. Wel kunnen zij aanspraak maken op vakatiegeld. De directeur/bestuurders ontvangen een vergoeding voor hun managementactiviteiten in hun rol van directie, die ze uitvoeren vanuit hun bedrijf Subbacultcha VOF. Ook ontvangen zij als bedenkers en eigenaar van de concepten We Are Public en Subbacultcha jaarlijks een licentievergoeding. De opgetelde directie- en licentievergoeding valt ruimschoots binnen de WNT wetgeving.

Op de volgende pagina is de samenstelling bestuur en raad van toezicht en nevenfuncties te vinden.

Samenstelling bestuur en raad van toezicht en nevenfuncties:

## **Bestuur**

**Leon Caren, directeur/bestuurder**

nevenfuncties: oprichter/vennoot Subbacultcha! VOF

**Bas Morsch, directeur/bestuurder**

nevenfuncties: oprichter/vennoot Subbacultcha! VOF

## **Raad van Toezicht**

**Esther Kwaks, voorzitter**

Oprichter/eigenaar The Culture Games

Nevenfuncties: voorzitter RvT AVROTROS, voorzitter RvT Stichting Samenwerkingsomroep, lid bestuur Amsterdam Art

**Angelique Spaninks, lid**

functie: Directeur/bestuurder & curator MU Hybrid Art House.

nevenfuncties: voorzitter De Zaak Nu - belangenvereniging presentatie-instellingen en post-academische instellingen; voorzitter commissie Design Research, Dutch Design Awards; bestuurslid Stichting KUS (Kunst in het Utrechts Stationsgebied); Lid Adviescommissie Cultuurnota 2025-2028 Gemeente Utrecht; lid Lectoraten Advies Raad, Expertise-centrum Kunst & Vormgeving Avans/St. Joost, Breda/Den Bosch

**Cyril van Sterkenburg, lid**

Mede-eigenaar/partner: Vandejong (B Corp);

nevenfuncties: voorzitter Stichting Art Projects; bestuurslid Stichting Heelal BV

**Susanne Mostertman: lid**

functie: Country Lead Google Marketing Platform Benelux tot en met juli 2022, per augustus 2022 gestart als Head of mid market & smb sales Emea and Australia bij Reddit  
nevenfuncties: geen

**Aiman Hassani: lid**

functies: Filmmaker, Mede-oprichter en co-directeur van Stichting wedowe;

nevenfuncties: Lid Adviescommissie Cultuurnota 2025-2028 Gemeente Utrecht, Lid Adviescommissie Cultuurnota 2025-2028 Gemeente Den Haag, Lid Adviescommissie Film Amsterdam Fonds voor de Kunsten, Lid RVT WORM, Lid Multidisciplinaire Selectiecommissie Talentontwikkeling Stimuleringsfonds, Lid Selectiecommissie Documentaire NPO Fonds, Lid Selectiecommissie Innovatie Cultuurfonds Provincie Utrecht, Lid Selectiecommissie Rialto4short, Rialto Amsterdam, Lid Selectiecommissie Go Short Filmfestival Nijmegen, Lid Selectiecommissie Talentontwikkeling Stimuleringsfonds, Lid Adviesraad Economie en Ondernemen Albeda College Rotterdam.



## 6.3 Verslag van de raad van toezicht

De raad van toezicht heeft tot taak integraal toezicht te houden op het beleid van het bestuur van De Nieuwe Cultuur Stichting en op de algemene gang van zaken in de stichting. De raad staat het bestuur met raad terzijde. Bij de vervulling van zijn taak richt de raad van toezicht zich naar het belang van de stichting vanuit het perspectief van het realiseren van de maatschappelijke doelstelling van de stichting. De raad van toezicht ziet er in het bijzonder op toe, dat de uitvoering van het beleid van het bestuur strookt met de inhoudelijke jaarplannen en de daarbij behorende begroting(en).

De raad van toezicht rekent de volgende taken en bevoegdheden in ieder geval tot zijn verantwoordelijkheid:

- Het zorgdragen voor een goed functionerend bestuur
- Het bevorderen van een doelgerichte en doelmatige aanwending van de middelen van de stichting.
- Het zorgdragen voor een goed functionerend intern toezicht (door benoeming, beoordeling en ontslag van (leden van) de raad van toezicht);
- Het functioneren als adviseur en klankbord (sparringpartner) voor het bestuur;
- Het houden van integraal toezicht op het beleid van het bestuur en de algemene gang van zaken binnen de stichting;
- Het (al dan niet) goedkeuren van de besluiten van het bestuur als omschreven in artikel 6 lid 3 van de statuten.

In 2022 is de raad van toezicht zes maal in vergadering met het bestuur van de stichting bijeengekomen. (5 april, 9 mei, 27 juni, 6 sept, 4 okt, 12 dec.). In 2021 was het belangrijkste thema, helaas, corona. Ook in het eerste kwartaal van 2022 liet dit onderwerp ons nog niet los. Gelukkig stond de rest van het jaar weer in het teken van de reguliere exploitatie. Centrale thema was hoe het in corona tijd gekrompen ledenaantal weer terug te brengen naar het oude niveau van 10.000 leden. Alle RvT vergaderingen zijn vooraf gegaan door een overleg tussen algemeen directeur Leon Caren en de financiële commissie.

Er is in de RvT-vergaderingen veel aandacht besteed aan het nieuwe platform. Een technische commissie, bestaande uit Susanne Mostertman en Cyril van Sterkenburg, stond de directie met advies terzijde. De raad is erg enthousiast over de ontwikkelingen met betrekking tot het nieuwe platform en prijst de leiding die Bas Morsch en Dieter Camps hieraan hebben gegeven.

2022 was het eerste jaar van de samenwerking tussen We Are Public en HKU. Het verloop van HKU-leden en hun bezoek was anders dan vooraf door beide partijen ingeschat en vroeg om aanpassing van de afspraken. De raad prijst de constructieve, open houding van de directie om met de HKU tot een passende oplossing te komen.

De Raad van Toezicht heeft in de april vergadering de jaarrekening van de stichting goedgekeurd. Het resultaat was weliswaar negatief, maar minder dan begroot en voorzien omdat er bewust gekozen is voor investering in het nieuwe platform. De reserves waren hiervoor voldoende opgebouwd zodat ook na het resultaat van 2022 de solvabiliteit voldoende is.

Al enige tijd was de raad van toezicht in gezamenlijkheid met het bestuur op zoek naar een manier om het cultureel ondernemerschap beter tot zijn recht te laten komen en te verankeren in de beloning voor de bestuurders, tevens bedenkers van het concept We Are Public. Na intensief overleg en met input van juridisch en fiscaal adviseurs, zijn raad en bestuur in 2022 tot definitieve afspraken gekomen. Bas Morsch en Leon Caren ontvangen, in hun rol van directeur-bestuurder, een marktconforme management-vergoeding voor hun bestuurlijke en directietaken. Daarnaast ontvangen Bas en Leon een licentievergoeding van 1% van de omzet van de stichting. Hiermee bieden we Bas en Leon de mogelijkheid mee te delen in het succes van de stichting. Tegelijkertijd is met de koppeling aan de omzet, de facto de belangrijkste drijver voor het resultaat, het risico voor de stichting beperkt. De licentievergoeding is in omvang en tijd beperkt om excessieve beloning uit te sluiten.

**“De raad is zeer tevreden met de nieuwe ruimte aan de Haarlemmer Houttuinen die eind 2022, na een efficiënt en binnen budget verlopen verbouwing, is betrokken.”**

In de december-vergadering is akkoord gegeven op de begroting en het jaarplan 2023. Belangrijk aandachtspunt voor de raad van toezicht vormt de partnerreserve. Deze reserve vormt een belangrijke buffer in de schommelende uitkeringen aan de partners. Mede als gevolg van corona is de partner reserve toegenomen. De raad ziet er op toe dat de reserve ten goede komt aan partners of direct bij makers.

Omdat het huurcontract bij De School werd opgezegd moesten we op zoek naar nieuwe kantoorruimte. De raad is zeer tevreden met de nieuwe ruimte aan de Haarlemmer Houttuinen die eind 2022, na een efficiënt en binnen budget verlopen verbouwing, is betrokken. Zoals ieder jaar heeft de raad van toezicht ook in 2022 haar functioneren geëvalueerd. De raad concludeerde dat er relatief veel aan advisering van de directie wordt gedaan en dat dit efficiënter kan worden georganiseerd in kleinere, gespecialiseerde commissies, bijvoorbeeld op het gebied van financiën en ICT. Voor de plenaire vergadering ontstaat daarmee ook meer tijd en ruimte voor plenaire discussie met betrekking tot strategie en organisatie. Vanaf 2023 willen we volgens deze nieuwe structuur gaan werken.



Wegens drukke werkzaamheden elders heeft Guido Vermunt de raad verlaten. Met de benoeming van Aiman Hassani in december 2022 bestaat de Raad van Toezicht weer uit vijf personen. Er is invulling gegeven aan de wens om een maker in de Raad van Toezicht te hebben. Bovendien draagt Aiman bij aan een grotere culturele diversiteit van de raad, wat door bestuur en raad als zeer relevant en belangrijk wordt beschouwd. Eind 2022 heeft Susanne Mosterman aangegeven niet voor een tweede termijn beschikbaar te zijn. De raad zal daarom in 2023 een vervanger voor Susanne aanstellen.

Het rooster van aftreden van de raad van toezicht:

<b>Naam</b>	<b>Datum benoeming</b>	<b>Datum aftreden</b> Einde termijn twee of herbenoeming
Esther Kwaks	01-09-2016	31-08-2024
Angelique Spaninks	12-12-2016	11-12-2024
Susanne Mostertman	29-01-2019	27-01-2023
Cyril van Sterkenburg	29-01-2019	29-01-2027
Aiman Hassani	09-12-2022	08-12-2026
Guido Vermunt	29-01-2019	01-07-2022

De Raad van Toezicht heeft voor haar werkzaamheden in 2022 geen vergoeding ontvangen.

## 7. Doelen en ambities

Nadat we in 2022 de organisatie na de corona crisis weer goed op de rit hebben gekregen, gaan we in 2023 een volgende stap maken. Belangrijkste doelen zijn groeien naar 10.000 We Are Public leden, het nieuwe online platform verder doorontwikkelen en lanceren in Groningen, Nijmegen en Maastricht. Ook gaan we in 2023 een aantal inhoudelijke projecten realiseren, waaronder een samenwerking tussen We Are Public en Subbacultcha en het de We Are Public Award Show.

### Doorontwikkeling technisch platform

Het nieuwe platform betekent een enorme verbetering van de gebruikerservaring van onze leden en website bezoekers. Maar op veel vlakken is er nog winst te behalen. Het goede nieuws is dat het nieuwe platform zeer geschikt is voor doorontwikkeling. Belangrijkste speerpunt hierbij is ledenbehoud. Een absolute voorwaarde voor verdere groei. Daarnaast willen we het platform gebruiksvriendelijker maken voor zowel ons team als voor onze partners.



Front Row Club Night

## Ledengroei

Op het moment van schrijven heeft We Are Public ruim 9.000 abonnees. Dat zijn er meer dan voor de Corona crisis. Maar we hebben wel net een grote campagne afgerond waarmee we 4.000 leden hebben geworven. Uit ervaring weten we dat er na zo'n campagne veel opzeggingen binnenkomen. In die zin is het geen tijd om rustig te gaan genieten van het succes van afgelopen jaar. We moeten doorpakken. Met leden werven en met leden behouden. Doel is om in 2023 door te groeien naar een stabiel ledenaantal van 10.000 leden.

## Landelijke uitbreiding

Al jaren is het onze ambitie om van We Are Public een landelijk lidmaatschap te maken. Na de succesvolle lancering in Rotterdam in 2022 ligt dat doel binnen handbereik. We hebben nog 3 steden op onze verlanglijst staan en denken die in 2023 allemaal te kunnen aansluiten. Want met de lancering in Rotterdam hebben we laten zien dat we op eigen kracht en met een compact in-house team een lancering succesvol kunnen realiseren.

## Voortzetting HKU Cultuurpas

Na een succesvol pilot-jaar gaan we in 2023 verder met de HKU Cultuurpas.

## Inhoudelijke projecten

Met het nieuwe platform en de daaraan gekoppelde herpositionering geven we We Are Public in 2023 een meer inhoudelijk profiel. Je bent niet alleen lid van een cultuur abonnement, maar van een community die kunst belangrijk vindt en mogelijk maakt. Met deze nieuwe positionering kunnen we inhoudelijke projecten een logische plek geven binnen het We Are Public universum. Het komende jaar vertaald zich dat in een aantal multidisciplinaire clubnachten in samenwerking met Subbacultcha als ook de We Are Public Award Show; een festival vermomd als awardshow.

## Subbacultcha

Ook in 2023 zal het Subbacultcha team zelfstandig blijven opereren. Met veel eigen verantwoordelijkheid. Doel is om in 2023 weer minimaal 40 eigen events te organiseren, onze publicatie Sprout te blijven publiceren en om door te groeien naar 800 Subbacultcha leden. Ook gaan we ons het komende jaar inzetten om het Subbacultcha- en We Are Public team vaker te laten samenwerken als het gaat om inhoudelijke projecten.

De Nieuwe  
Cultuur Stichting