

BELEIDSPLAN STICHTING DE RODE HOED

2021 - 2024

INHOUD

1. INLEIDING	2
2. RODE HOED	2
<i>Doelstelling</i>	2
<i>Programmering</i>	3
<i>Activiteiten</i>	3
3. DOELGROEPEN	4
4. FINANCIËN	4
5. OVERIGE GEGEVENS	5

1. INLEIDING

'Wij moeten angst niet voeden, maar opvangen. Verschillen proberen te overbruggen, van elkaar leren en daadwerkelijk samen te leven en te beleven. Waarde te geven aan de kansen van anderen, juist diegenen die geen stem of politiek kanaal hebben.'

Deze woorden uit de 29ste Abel Herzberglezing door Minister van Buitenlandse handel en Ontwikkelingssamenwerking Sigrid Kaag illustreren de toon en het uitgangspunt van de Rode Hoed om een plek te bieden aan uiteenlopende stemmen en ideeën, in een veilige omgeving. Binnen de muren van de Rode Hoed staat het hardop denken over brede maatschappelijke thema's centraal.

2. RODE HOED

Doelstelling

Rode Hoed is een brave space voor voorlopers van actuele politiek-maatschappelijke ontwikkelingen en hun ideeën - als onafhankelijk podium en ruimte voor constructief gesprek. Door ontwikkeling van verdiepend journalistiek programma-aanbod en faciliteren van hardop nadenken & uitwisseling met publiek.

Rode Hoed biedt mensen een plek om na te denken over onze samenleving en deze wereld, door open en constructieve gesprekken die interactie tussen interessante denkers & doeners en het publiek stimuleren. Zo draagt Rode Hoed bij aan een betrokken en actieve houding van burgers in de samenleving, een fundament van onze democratie. Het Rode Hoed-podium is een beschutte ruimte voor uiteenlopende ideeën en meningen. Complexe vraagstukken worden middels slow journalism op het podium onderzocht, waar de tijd wordt genomen voor verdieping en nuance.

Rode Hoed vervult een landelijke rol in het maatschappelijk debat en biedt publiek duiding van en grip op ontwikkelingen op lokaal, nationaal en wereldwijd niveau. De programmering is kritisch – het bevraagt de bestaande macht en geeft ruimte aan de tegenmacht. Rode Hoed programmeert maatschappelijke thema's op de actualiteit, verdiepend en genuanceerd, zowel agenderend als reagerend. De programmering moet relevant zijn, zeggingskracht hebben voor verschillende groepen en mensen en ruimte bieden voor onderbelichte perspectieven. Rode Hoed maakt kwaliteitsprogramma's, met gedegen research & deskundige sprekers en een gelaagdheid in benadering van het onderwerp: het persoonlijke perspectief wordt met het politieke verbonden en andersom. Journalistieke zorgvuldigheid en redactionele onafhankelijkheid ten aanzien van financiers en belangenorganisaties worden gewaarborgd. In Rode Hoed-programma's wordt niet over maar met mensen gepraat en publiek krijgt altijd ruimte voor reactie/interactie.

Programmering

Er zijn een aantal strategische keuzes geformuleerd. Rode Hoed richt haar zoeklicht op voorlopers: mensen die ontwikkelingen en tendensen in de samenleving vertegenwoordigen of duiden nog voordat die mainstream of breed zichtbaar zijn. In de programmering streven we naar verdieping van een thema door de tijd te nemen voor gesprek en sprekers. En Rode Hoed werkt vanuit de diverse realiteit. Diversiteit is meer dan culturele achtergrond. Ook genderidentiteit, leeftijd, opleidingstype, geografische herkomst of woonplaats en sociale en economische status dragen bij aan verschillende perspectieven die nodig zijn voor zorgvuldig gesprek.

Kloveniersburgwal 50
1012 CX Amsterdam
020 - 520 53 10
info@compagnietheater.nl
www.compagnietheater.nl

Voor de komende jaren zijn vijf inhoudelijke dossiers geformuleerd:

- De kloof/groeiende ongelijkheid
- Mentale gezondheid
- Digitalisering
- Klimaat en duurzaamheid
- Collectief geheugen

Naast de programmering die binnen de dossiers valt, programmeert Rode Hoed samen met partners jaarlijks terugkerende herkenbare nationale en internationale programma's, waaronder de Abel Herzberglezing, de Raam op Rusland Oktoberlezing en de Rudy Kousbroeklezing.

Om onze doelstelling te bereiken bieden we het publiek op verschillende manieren podiumprogrammering aan.

Eigen programma's

De Rode Hoed ontwikkelt eigen publieksprogramma's over uiteenlopende maatschappelijke tendensen. De onderwerpkeuze wordt bepaald door de veranderingen die we waarnemen in de samenleving en de reacties die we krijgen uit het publiek.

Coproducties

Daarnaast stelt de Rode Hoed zich open voor samenwerkingen met inhoudelijke en publicitaire partners en ontwikkelt gezamenlijke publieksprogramma's. De partnerkeuze is afhankelijk van de thematiek die we aankaarten.

Bespelers

De Rode Hoed stelt zich ook open voor programmaformats van derden die passen binnen de doelstelling van de stichting.

Activiteiten

- Per kalenderjaar programmeert Stichting De Rode Hoed minimaal 35 publieksprogramma's.
- Om programmaserieën te ontwikkelen sluit de Rode Hoed partnerschappen met toonaangevende media, maatschappelijke spelers en sponsors.
- De Rode Hoed agendeert maatschappelijk urgente thema's in diverse vormen en is daarmee toonaangevend in het publiek debat.
- De Rode Hoed nodigt voorlopers van uiteenlopende maatschappelijke tendensen uit verder na te denken op haar podium.
- De Rode Hoed streeft naar 15% internationale podiumgasten.
- De Rode Hoed initieert samenwerkingen en ontmoeting tussen publiek en podiumgasten.

3. DOELGROEPEN

We werken met vier doelgroepen, per programma of online activiteit richten we ons op een of meerdere van deze doelgroepen.

De vaste Rode Hoed bezoeker

Deze persoon komt al jaren in de Rode Hoed en kent het vooral van de lezingen, politiek (nationaal en internationaal) getinte programma's. Dit zijn voornamelijk 60 plussers die geabonneerd zijn op de Rode Hoed nieuwsbrief en geabonneerd zijn op een krant.

Emancipatie

Deze groep mensen voelt zich aangesproken door het thema van het programma. Herwaardering van mensen die ondergesneeuwd zijn, onvertelde vertalen, feminisme, mensen van kleur. Het programma waar deze doelgroep op af komt heeft meestal een kenniscomponent maar het belangrijkste is het persoonlijke gesprek en de herkenning. Voorbeelden van programmaseries zijn Skin Deep, de Schoonheidssalon en de podcast Onvertelde Verhalen.

Kennis Verslinders

Deze groep komt af op inhoudelijke lezingen, hoorcolleges of bijvoorbeeld Bucketlist Filosofie. Dat de kennis geconsumeerd wordt in de Rode Hoed geeft een bepaald keurmerk aan de inhoud. Debat en tegenstellingen in gesprek zijn in mindere mate de reden om het programma te bezoeken.

De incidentele bezoeker

Deze persoon komt eerst af op het onderwerp of de spreker, dat is belangrijker dan dat het programma plaatsvindt in de Rode Hoed. Deze bezoeker bereiken we via social media, samenwerkingspartners en doordat een spreker of 'influencer' binnen de thematiek van het onderwerp het programma deelt. Deze persoon heeft nog geen band met Rode Hoed en is dus lastiger aan het huis te binden.

4. FINANCIËN

De Rode Hoed is een onderdeel van Amerpodia, het bedrijf dat de Amsterdamse cultuurhuizen Felix Meritis, de Rode Hoed, De Nieuwe Liefde en het Compagnietheater beheert. De ambitie van Amerpodia is om deze bijzondere huizen een nog stevigere positie in het maatschappelijk debat en culturele leven te geven. Door een samenhangende organisatie te ontwikkelen waarin ieder van deze huizen, met behoud van identiteit en uitstraling, gebruikmaakt van elkaars knowhow, creativiteit, capaciteiten en netwerken. Amerpodia voert de programmering van de Rode Hoed uit in opdracht van Stichting De Rode Hoed. Dat doet ze conform een opdrachtovereenkomst, met inachtneming van door financiers verstrekte financiële en inhoudelijke voorwaarden. Stichting De Rode Hoed vraagt op haar beurt externe gelden aan bij diverse fondsen, sponsors en donateurs om de programmering (mede) mogelijk te maken.

Begroting 2021 en verder	Stichting Rode Hoed				
	B21	B22	B23	B24	B25
(€ x 1.000)					
Opbrengsten					
Kaartverkoop	26	60	65	70	75
Subsidies programma's	30	39	49	51	54
Donaties/giften	3	3	3	3	4
Opbrengsten	59	103	117	125	132
Besteed aan de doelstelling					
Verstrekking financiële bijdragen	55	98	114	121	128

Zie de jaarrekeningen van Stichting De Rode Hoed voor een gedetailleerd overzicht van de kosten en baten.

Kloveniersburgwal 50
1012 CX Amsterdam
020 - 520 53 10
info@compagnietheater.nl
www.compagnietheater.nl

5. OVERIGE GEGEVENS

Stichting De Rode Hoed is opgericht op 14 september 1991 en statutair gevestigd in Amsterdam. Het bestuur van de stichting bestaat uit:

Gerrard Boot, voorzitter
Benien van Berkel, secretaris
Rashid Azimullah, penningmeester
Michiel van Schooten

De stichting heeft geen personeel in dienst. De bestuurders ontvangen geen beloning voor hun werkzaamheden. Zij hebben wel recht op vergoeding van de door hen in de uitoefening van hun functie gemaakt kosten.

De stichting is ingeschreven bij de Kamer van Koophandel te Amsterdam onder dossiernummer 41208749.

Keizersgracht 102 | 1015 CV Amsterdam | 020 638 56 06

Stichting De Rode Hoed is aangemerkt als Culturele ANBI

RSIN 007445076