



Jaarverslag 2015

Inhoud

Inleiding	2
Stichting Het Grootte Hoofd	2
Theatergroep Het Grootte Hoofd	2
Beeldmerk van Het Grootte Hoofd	3
Vorbereiding productie "De VeeVoederFabriek"	3
PR en Communicatie.....	3
Financiën.....	4

Inleiding

Het Groote Hoofd heeft zich vanaf 1 januari 2014 gevestigd op de Noordkade in Veghel, het cultuurcluster op het voormalige fabrieksterrein van de Coöperatieve Handels Vereniging. Het adres van het kantoor is Verlengde Noordkade 12 5462 EH Veghel.

Stichting Het Groote Hoofd

De doelstelling van de stichting is het bevorderen van de dramatische kunstvormen en al hetgeen hiermee samenhangt, in de meeste uitgebreide zin van het woord. Door het initiëren, stimuleren, uitbrengen, ondersteunen en begeleiden van voorstellingen en andere dramatische uitingsvormen.

Omdat zij vast gelooft in haar missie: nieuw, modern theater te maken, geïnspireerd op het land en de mens, maar van een universele betekenis, heeft HGH zich gevestigd in Veghel. En daarmee is ook het bestuur van de stichting Het Groote Hoofd in 2014 uitgebreid met personen uit de omgeving van Veghel met diverse achtergronden.

De samenstelling van het bestuur: Helen de Zwart(voorzitter), Maartje van der Schoot(secretaris), Paul van Antwerpen (penningmeester), Mart Smits(lid) en Olaf Beltman (lid).

Theatergroep Het Groote Hoofd

Vakmanschap en kwalitatief hoogstaande producties stonden en staan hoog in het vaandel van de theatergroep. Uitgangspunt voor de stukken van HGH zijn het (Brabantse) land en de omgeving, de kleine mens op deze grond met zijn specifieke streektaal, vechtend voor zijn bestaan, tegen grote machinaties als kapitaal, politiek en religie. HGH is opgericht in 1997 en heeft een succesvolle geschiedenis achter de rug van producties in diverse samenstellingen in het hele land. Ze heeft vele eigen producties tot stand gebracht, maar ook in samenwerking met grote en kleine theatergroepen, zowel in het commerciële circuit, als in het gesubsidieerde circuit.

Het Groote Hoofd maakt modern volkstheater: kwalitatief hoogstaand theater voor een breed publiek, geïnspireerd op de verhalen van de mensen en de omgeving waar ze geworteld is: de Oost Brabantse kale zandgronden. Het is het streven van het Groote Hoofd om uit te groeien tot een middelgrote theatergroep, gevestigd midden op het Brabantse land, waar ook haar producties gespeeld worden. Het is haar streven om de straal van het publieksbereik rondom Veghel en omgeving gaandeweg wijder te maken, over de provinciale grenzen heen. HGH speelt haar producties veelal op de Noordkade in Veghel, de thuishaven voor diverse organisaties die zich richten op kunst, food, cultuur en vrijetijdsbesteding. Dit betekent geenszins dat haar producties enkel bestemd zouden zijn voor publiek uit de regio, haar producties zijn weliswaar geïnspireerd door/op, maar hebben een grote universele betekenis. Wat het publieksbereik van HGH zo bijzonder maakt is dat zij probeert zo'n band met het publiek op te bouwen dat het naar haar toe komt, in plaats van andersom. Zij tracht dit stapsgewijs te verbreden door haar naam te vestigen met kwalitatief hoogstaande producties, waardoor het publiek naar de vestigingsplaats getrokken wordt, de mond-op-mond reclame gaat werken en betrokken blijft. HGH wil op deze manier de ingesleten en vanzelfsprekende gewoonte binnen de podiumkunsten om te voldoen aan de subsidie/spreidings-eis door zeer kostbaar en vaak nodeloos door het land te reizen om haar producties naar het (vaak veel te kleine) publiek te brengen, doorbreken. Hoewel het zeer moeilijk is om deze routineuze gewoonte te doorbreken en een mindset bij subsidiecommissies te bewerkstelligen (men gaat bij het toekennen van subsidies uit van het aantal voorstellingen dat, liefst gespreid door het land gespeeld wordt en niet van de hoeveelheid publiek (uit verschillende) regio's dat met de voorstelling getrokken is, terwijl bij dat laatste het publieksbereik bewezen groter is).

Het artistiek team wordt gevormd door Anny van Hoof en Jan van Hoof. De zakelijke leiding is in handen van Cees van Gemert. Ondersteuning voor kantoor- en producties wordt geleverd door Anja Groot-Schoemaker, zelfstandig ondernemer.

De stichting heeft geen mensen in dienst. Acteurs, technici en productiemedewerkers worden als freelancer per project geworven. Bij producties is A.M. van Hoof als regisseur in dienst en J. van Hoof als scenarist.

Het Groote Hoofd houdt kantoor op de Noordkade. Zij neemt faciliteiten af van st. CHV. Met oa. in gedeelde kantoorruimte.

Beeldmerk van Het Groote Hoofd

De zichtbaarheid van Het Groote Hoofd heeft in 2015 een belangrijke verandering ondergaan. De samenwerking Communicatie Bureau Twee ons uit Veghel, heeft geresulteerd in een uitstraling van HGH 2.0. Het logo is ontworpen en voor “de VeeVoederFabriek” is een speciale webpagina ontworpen en zichtbaar aan de website gehangen.

Voor deze productie is een krachtig beeldmerk ontworpen dat op alle uitingen gebruikt wordt en tot een directe herkenbaarheid moet leiden.

Vorbereiding productie “De VeeVoederFabriek”

In 2014 heeft HGH diverse gesprekken gevoerd met een aantal fondsen. Subsidieaanvragen zijn voorbereid, geschreven en ingediend bij fondsen voor de geplande productie “de VeeVoederFabriek”. Een modern sociaal drama, geschreven door Herman van de Wijdeven, naar een idee en scenario van A.M. van Hoof.

Medio 2015 is het budget vast gesteld. De positieve beschikkingen zijn afgegeven door het Fonds Cultuurparticipatie, VSBfonds, Prins Bernhard Cultuurfonds, Fonds 21, Lira fonds, Fonds Podiumkunsten en de Gemeente Veghel.

In oktober 2015 is er gestart met de activiteiten ter voorbereiding voor de voorstellingenreeks. De workshops voor deelnemers uit de bevolking zijn in oktober gestart en auteur Herman van de Wijdeven startte met het schrijven van de tekst van “de VeeVoederFabriek. De première van de voorstelling en de reeks voorstellingen vonden plaats vanaf 31 maart 2016.

PR en Communicatie

Voor marketing/promotie en communicatie werkt HGH sinds 2015 samen met Paul Visser van ‘twee ons communicatie’ uit Veghel.

Met ‘twee-ons communicatie’ blijft HGH actief bouwen aan de regionale /provinciale en landelijke bekendheid en betrokkenheid van inwoners, bedrijven en instellingen. Om te bouwen aan die betrokkenheid heeft HGH drie troeven in handen:

- Het Brabantse land en mens als inspiratiebron voor universele producties;
- de wil om de omgeving (actief) te betrekken bij de inhoud/invulling van de voorstellingen
- de vaste locatie die Het Groote Hoofd heeft op de ‘culturele-hotspot’ Noordkade

Het Groote Hoofd stelt zich ten doel: het bieden van modern professioneel volkstheater voor en (geïnspireerd) door het volk.

Deze propositie zal uitgerold worden over twee schijven:

Theater is er voor het volk

De communicatie-uitingen worden theateraardig gemaakt (vooral bedoeld voor het promoten van de voorstellingen), dat uit zich in de promotie van de voorstellingen in een herkenbare uitstraling op affiches, meshdoek en flyers

Theater is er door het volk

HGH activeert inspireren van potentieel door het delen van verhalen. Het merk van HGH wordt hierbij gepromoot, als continue proces. (zie beeldmerk)

Met deze strategie brengen we verhalen NAAR de straat en halen we verhalen VAN de straat.

Om te bouwen aan een stevige bekendheid van HGH worden de communicatie activiteiten onderverdeeld in 3 groepen: *Corporate identity, Corporate Branding en Product Branding.*

De inzet zal moeten leiden tot het verwezenlijken van een aantal concrete doelen. Deze zijn:

- Stijgende bezoekersaantallen. Van 4500 per jaar in 2017 stapsgewijs naar 6750 per jaar in 2020. (Gemiddeld 6000 per jaar)
- Middels sponsorbrochure het aan HGH binden van 1 GROOTE HOOFD sponsor voor meerdere jaren en 1-3 sponsors per productie
- Werven van 40 HOOFD-ambassadeurs die ieder 10 vrienden/donateurs aanzoeken
- Naamsbekendheid van HGH (Corporate Branding) en haar voostellingen (Product Branding) vergroten in Brabant zodat in de toekomst de volgende publieksopbouw gerealiseerd wordt: 40% Meierijstad, 25 % binnen straal van 20 km van Meierijstad, 25% rest van Brabant en 10% landelijk publiek. Middelen hiervoor: free publicity, social media en reguliere middelen als flyers, affiches etc.

Financiën

In het najaar van 2015 werd gestart met het educatieve traject voor amateurs voor de productie De Veevoederfabriek. Dit traject werd mede mogelijk gemaakt door een financiële bijdrage van het Fonds Cultuurparticipatie.

Het boekjaar 2015 werd afgesloten met een negatief resultaat van € 1123, -. Dit was vooral toe te schrijven aan nog nagekomen rekeningen van het project Piece of my heart dat in 2014 was uitgevoerd.

Voor het project De Veevoederfabriek werden in 2015 verschillende subsidieaanvragen gehonoreerd. Deze bedragen zullen in 2016 ingezet worden bij genoemd project.