

SEX Y L A N D
W
O
R
L
D

K	U	N
S	T	E
N	P	L
A	N	AANVRAAG
2025	TM	2028

INLEIDING

SEXYLAND World is de familie, SEXYLAND de stam, de club. Een uitvalsbasis met wijd openstaande deuren: een publieke plek met een hart, een plek vóór Amsterdam van Amsterdammers. Het Cabaret Voltaire van onze stad, het sleutelgat van Alice: verrassend en veranderlijk, onvoorspelbaar en spontaan.

De laatste jaren is SEXYLAND uitgegroeid tot een belangrijke plek binnen de stad; een platform van openheid en experiment, een plek waar diverse subculturen de mogelijkheid hebben gekregen en genomen, om in alle vrijheid en in de meest uiteenlopende disciplines te durven schitteren en te durven falen. De pretentieloze vrijheid van SEXYLAND World wordt omarmd door een grote en zeer gevarieerde groep mensen.

Het Amsterdams Fonds voor de Kunst heeft ons de afgelopen 4 jaar het vertrouwen gegeven. De vluchtige pop-up heeft voeten in de aarde gekregen. We hebben de organisatie geprofessionaliseerd met meer rust en ruimte voor diepgang zonder onze onafhankelijkheid te verliezen.

We hebben laten zien dat nachtcultuur meer dan commercie is. Dat de dag vele gezichten en tempo's kent en dat ruimte innemen niet voor iedereen vanzelfsprekend is.

We hebben ongelofelijk veel geleerd en gedaan. Het idee was een pand van 1500m², maar we kwamen terecht op 360m². Toch hebben we binnen deze muren een ecosysteem gebouwd met een alternatieve waardeontwikkeling waaruit nieuwe collectieven zijn ontsprongen en vervolgens sterker zijn uitgevlogen. We vinden dat we onze beloftes hebben waargemaakt.

En we zien nu steeds scherper wat onze functie is. De wereld om ons heen ziet er zeer anders uit in vergelijking met de eerste jaren van SSW: discussies over de functie en toekomst van de kunst en cultuur, politieke radicalisering, maatschappelijke polarisatie, en de tot op zekere hoogte voor mensen onduidelijke consequenties van de klimaatcrisis. Dit raakt een 'tijdsgevoelig' initiatief als SEXYLAND World - en wij zien in deze ingewikkelde situatie dan ook een belangrijke rol voor ons weggelegd. Wij weten bij uitstek hoe we met radicaliteit moeten omgaan: door in deze tijd van gisting juist niet bang en braaf te zijn, maar ruimte te geven aan die verschillende vormen van radicaliteit, confrontaties aan te durven gaan en die verschillende mensen door middel van kunst en muziek actief aan het denken en bewegen te zetten. Met alle dystopische vooruitzichten en de houdbaarheidsdatum van de filantropische 'vastgoed gift' is nú het moment om te kijken wat we kunnen verduurzamen; voor de stad, voor de buurt, voor de kunst.

De noodzaak van het creëren van een duurzame plek voor kwetsbare radicaliteit is nog relevanter dan 4 jaar terug. We hebben nu de kans om een stuk van het regenwoud op te kopen, voordat het wordt gekapitaliseerd. Om vrije ruimte te claimen. Om niet alleen voor onszelf, maar voor de generaties na ons te zorgen. Om een pand achter te laten voor het experiment in de stad.

We hopen dat het AFK het belang van onze missie inziet. Het belang van onze voorbeeldfunctie; dat het allemaal niet perfect hoeft, dat dingen ook mogen mislukken en dat in de kern niemand beter is dan de ander. En ons daarmee de kans geeft om onze echo te bestendigen en alles wat wij hebben geleerd te blijven laten zien in de aankomende 4 jaar, en te consolideren voor de (onzekere) toekomst van een volgende generatie Amsterdammers.

INHOUD

2. REFLECTIE & TOEKOMSTPLANNEN	2
3. VISIE, MISSIE EN POSITIONERING	9
4. FUNCTIES VOOR DE STAD	11
5. OVERGANGSJAAR 2025	15
6. COMMUNICATIE EN MARKETING	19
7. ORGANISATIE EN FINANCIËN	20

2. REFLECTIE & TOEKOMSTPLANNEN

Van een houten clubhuis op het NDSM terrein, naar een kunsthuis met uiteenlopende en gelijkwaardige partners op de Noordwal. Van een kunstproject naar een opzichzelfstaande organisatie. In ruim drie jaar hebben we veel ambities waargemaakt, die we in de vorige 4-jarige aanvraag benoemden. Maar de weg er naartoe was niet altijd makkelijk. In dit hoofdstuk reflecteren we op de toenmalige doelstellingen, zetten we onze ontwikkeling uiteen en lichten we de lessen toe die we tijdens dit proces hebben getrokken. In de bijlage Tijdlijn vindt u ook een chronologische uiteenzetting van de afgelopen jaren.

2.1 WAAR STONDEN WE TOEN?

De droom was duidelijk: Super SEXYLAND World wordt een permanente plek voor experimentele kunst- en cultuuruitingen. Een kunsthuis waar iedere dag een andere partij of maker het podium betreedt en een heterogene groep initiatieven de ruimte krijgt om zich te ontwikkelen. Kortom; een bastion tegen de verschraving van de culturele rafelranden van de stad.

Na jaren aanpotten vielen begin 2020 de puzzelstukken op hun plek. De gemeente gaf een intentie af om een locatie voor ons te zoeken en verschillende financiers, waaronder het Amsterdams Fonds voor de Kunst, droegen bij aan de ontwikkeling van de organisatie en de verschillende activiteiten en programma's. Wij maakten samen met adviseurs een stappenplan. Eerst een tijdelijke locatie van vier jaar, waar we als pilot konden onderzoeken wat er nodig is om een toegankelijk en invloedrijk kunsthuis neer te zetten. Vervolgens een vaste locatie, waar we met de ervaringen uit de pilot een duurzame plek kunnen creëren, zowel qua positionering in het veld als qua organisatie en financiën. Een permanente experimentele plek die ook bij een wissel van de directie of kernpartners een blijvende toevoeging is aan de stad. Hiervoor stelden we zes inhoudelijke doelstellingen op. Deze zien wij niet als individuele zaken om te behalen, maar als gelijkwaardige pilaren die gezamenlijk onze visie omhoog houden. Onze doelstellingen zijn en waren:

1. *VRIJE RUIMTE:*

We creëren ruimte voor culturele vrijheid en creatief experiment in een steeds verder dichtgeslibd Amsterdam en polariserende tijdgeest;

2. *VERZORGING:*

We dragen actief zorg voor de betrokken partijen en makers door obstakels weg te nemen, waardoor zij durven te organiseren, presenteren en experimenteren voor en met publiek;

3. *EQUALIZER OF OPPORTUNITIES:*

We creëren een plek waarin elke maker gelijke kansen heeft, ongeacht waar die vandaan komt of welke leeftijd die heeft;

4. *INCLUSIVITEIT:*

We creëren een plek waar elke bezoeker zich vertegenwoordigd voelt en er nooit één homogene groep de overhand heeft. Ieders kwetsbaarheid is de voedingsbodem van solidariteit;

5. *VOORBEELD EN INNOVATIE:*

We bieden een blauwdruk voor een organisatie, die inspiratie vormt voor andere partijen en onze toekomstige vaste locatie;

6. *DIVERSITEIT:*

Diversiteit is een intrinsiek onderdeel van onze identiteit en plek. Door middel van het dageigenarenmodel, de kernpartners en adviescommissies is de diversiteit binnen de organisatie en programmering altijd gewaarborgd.

In 2021 verhuist SEXYLAND World van de NDSM-werf naar het 360m² tellende Wilhelminadok op de Noordwal.

Alhoewel onze ambities gericht waren op een ruimte van meer dan 1500m², was dit wat er toentertijd beschikbaar was.

En omdat we niet langer wilden wachten met de pilotfase, zijn we gewoon begonnen. Aan de Noordwal hebben wij de afgelopen drie jaar keihard gewerkt om van onze droom realiteit te maken. Hieronder reflecteren we eerst op de zes doelstellingen, en zetten we vervolgens onze belangrijkste lessen uiteen.

Tot slot geven we een korte analyse over de zakelijke en financiële ontwikkelingen van de organisatie.

2.2 HOE HEBBEN WE HET GEDAAN?

Laten we voorop stellen dat we tevreden en trots zijn op SEXYLAND World (SW). Vanuit ons standpunt: zonder subcultuur geen cultuur. Extreme ontmoetingen vergen extreme verschillen tussen partijen. Onze prestigieuze pretentieloze aanpak heeft een bijzondere synergie tot gevolg; er ontstaat een sfeer waarin ook bezoekers de avond naar hun hand kunnen zetten, er is energie, spontaniteit en uitwisseling.

Door dit gedeelde eigenaarschap is het een plek geworden waar écht allerlei verschillende mensen komen die zich behalve thuis, ook baas voelen, ongeacht leeftijd (sub)cultuur of sociale achtergrond. Van zowel betrokken makers, als stichtingen, als publiek, krijgen we overheersend positieve feedback op de plek die we samen met partners hebben gecreëerd.

Hieronder per pijler een samenvattende evaluatie:

1. *VRIJE RUIMTE*

Deze pijler richt zich op twee doelgroepen: de kernpartners en de dageigenaren.

(KERN)PARTNERS

Onze insteek in 2020 was om zowel een aantal gevestigde als een aantal experimentele (culturele) partners onder te brengen binnen het pand van SW. Maar door de schaarse ruimte bij de tijdelijke locatie moesten wij de prioriteit van onze activiteiten nogmaals onder de loep nemen. Wij hebben ervoor gekozen om met startende stichtingen en organisaties in zee te gaan; gevestigde partijen met een sterke organisatie zijn in staat om hun eigen faciliteiten te regelen en beheren.

Waar het aan ontbreekt in de stad, is ruimte voor startende experimentele organisaties. Hier ligt de afgelopen jaren onze focus. We creëren vrije ruimte voor jonge stichtingen op het terrein van SW, die in de schaarste van de stad lastig een betaalbare locatie kunnen vinden en individueel niet het (bezoekers) bereik genereren dat in een overkoepelend kunsthuis ontstaat.

2. REFLECTIE & TOEKOMSTPLANNEN

Sterker nog, zonder de faciliteiten van SW hadden de meeste van deze collectieven niet (meer) bestaan. We bieden deze partijen niet alleen letterlijk vierkante meters, maar ook de faciliteiten die zij nodig hebben voor het organiseren van evenementen. Daarnaast begeleiden we hen bij de ontwikkelingen in hun eigen organisatie. In ruil daarvoor nemen deze partners een deel van de programmering op zich, brengen zij hun eigen publiek mee en bieden zij belangrijke input/feedback op de ontwikkelingen van SW. Deze 'kernpartners' waren de afgelopen jaren een belangrijke schakel voor het pluriforme aanbod en de faciliterende positie die wij willen innemen in Amsterdam.

Tot slot willen wij benadrukken dat we deze partners niet eeuwig aan ons willen binden door ze afhankelijk te maken van SW. De insteek is juist dat deze partijen, als dat hun wens is, op een gegeven moment zelfstandig verder gaan. Zo vliegt onze partner Order Sichuan eind 2024 uit naar onze externe partner Garage Noord om daar een eigen plek te openen, en programmeren Stichting Captain Hoek en FACE Sport Club steeds meer met gevestigde partijen buiten de deuren van SW. Zo zorgen we voor blijvende impact in het veld en vervullen we onze functie als springplank.

DAGEIGENAREN:

Een groot deel van de programmering in SW is ingevuld volgens het principe van dageigenaarschap: een collectief of organisatie krijgt de mogelijkheid om voor één dag het terrein van SW over te nemen met eigen programmering. Hierbij gaan wij verder dan enkel het aanbieden van fysieke faciliteiten, waarover meer in paragraaf 2.2.2.

Sinds 2021 hebben meer dan 600 dageigenaren hun eigen programma bij ons gemaakt. Ons artistieke team selecteert uit de vele aanvragen actief op makers en partijen die geen of weinig toegang hebben tot gevestigde podia of tentoonstellingsplekken.

Van buurtcollectieven, tot professionele kunstenaars met een experimenteel idee, de dageigenaren vormen een diverse afspiegeling van de stad in al haar creatieve verscheidenheid. Daarbij is er altijd ruimte om in te spelen op urgente (maatschappelijke) ontwikkelingen, van nationale verkiezingsuitslag tot urgente internationale gebeurtenis van cancel culture tot zelfmoord onder jongeren. We hebben ervaren dat de positie van SW bij uitstek een kwetsbare radicale plek is om de koe bij de horens of de stier bij de ballen te vatten.

EEN GREEP UIT DE DAGEIGENAREN 2021-2024

EEN DAG SEXYLAND WORLD IN 2021

Outsiderland: Drag Will Save The World expositie
Sexyland: North Pride (DOK Jongerenwerk), voor en door lhbtqia+ met optredens
Sichuan: Stand up comedy door Simon Lukacs (Boom Chicago) FACE Sportsclub: Glory Kickboxing matches op de TV
De Halle: Album release Ray Fuego

EEN DAG SEXYLAND WORLD IN 2022

No Limits Art Castle: De Grote Keramiekshow 2
SEXYLAND: VICTOPIA (Victor Cresply) avond vol tegenstrijdige performances met oa flashmob bejaarden, dansen potplanten, lichtgevende waarzegger, Braziliaanse rapper & new wave fashion band
Stichting Andische: Iraanse cuisine met traditionele zang
FACE: Knippen, hangen en dobbelen voor de jeugd van Noord
De Halle: feministische schaakclub :The Bimbo Chess Club met Nelly Dansen

ETEN DAG SEXYLAND WORLD IN 2023

No Limits! Art Castle: Gijs & Titia Frieling expositie 70% (ism NEST)
SEXYLAND: Viva la Vulva festival
Order Sichuan: afterparty Chinees Film festival
FACE: Wiskunde bijles
De Halle: Saturday guest artist Lin-Shi Kok

EEN DAG SEXYLAND WORLD IN 2024

No Limits! Art Castle: expositie 'PROTEST'
SEXYLAND: Bokoeram
Order Sichuan: Indonesische cuisine try out
FACE: Gratis codeer-les voor de buurt
De Halle: tarot met Dragqueen Cosmia Absurd

2. REFLECTIE & TOEKOMSTPLANNEN

1. VERZORGING:

Zowel voor de kernpartners als voor dageigenaren, zijn wij meer dan enkel een locatie. SW heeft als doel om betrokken makers en stichtingen te helpen bij hun ontwikkeling. Door individuele obstakels weg te halen, zorgen we ervoor dat zij hun ware kwaliteit kunnen (en durven) laten zien. Zo bieden wij in de eerste plaats praktische hulp; we helpen dageigenaren bij de productie van hun programma, en ondervangen een gedeelte van de organisatorische werkzaamheden van onze kernpartners. Denk hierbij niet alleen aan het verlichten van vaste lasten en het onderhouden van het pand, maar ook aan hulp met vergunningen of het aanbieden van ons netwerk bij o.a. fondsen en andere culturele instellingen.

Ten tweede bieden we inhoudelijke/mentale begeleiding waar nodig, dat zit in ons DNA. Zo heeft een gedeelte van de dageigenaren of partners weinig ervaring met programmeren of optreden en is er behoefte aan een artistiek teamlid in de rol van een coach/mentor. Ook zijn wij een sparringpartner voor de kernpartners, en denken wij mee over hun missie, visie en identiteit, of de invulling van hun programmering. Een belangrijke insteek hierbij is het aanpassen van onze verwachtingen aan de individuele startposities van partners of betrokken makers. De laatste jaren hebben wij gemerkt hoe belangrijk het is om een balans te vinden tussen enerzijds verzorgen en anderzijds het behouden van een gelijkwaardige relatie en het geven van vrije ruimte.

3. EQUALIZER OF OPPORTUNITIES

Om ons heen horen wij veel ambities op het gebied van toegankelijkheid en zien we oprechte pogingen tot projecten met makers die (nu nog) veelal buiten de norm van het (culturele) veld vallen. Maar wij horen minstens zo vaak dat deze samenwerkingen vervolgens vastlopen. Naar onze mening komt dit veelal omdat instellingen, na het aangaan van de samenwerking, alle partners weer langs dezelfde meetlat leggen.

Bij SW doen wij dit expliciet niet. Tijdens de verkenning met een partner of dageigenaar onderzoeken wij een gezamenlijk startpunt, afgestemd op de ervaringen, privileges en uitdagingen van de betreffende partij. Hier stellen we vervolgens onze verwachtingen op af en brengen we in kaart op welke facetten SW extra moet inspringen om tot een succesvolle samenwerking te komen. Zo stemmen wij de hierboven omschreven "verzorging" zorgvuldig af op het individu, zonder in een paternalistische leraar-leerling positie te vervallen. We kunnen met trots zeggen dat we hierdoor de afgelopen jaren grotendeels succesvolle samenwerkingen hebben gehad en een goede springplank zijn geweest voor zowel jonge, mid-career als oudere makers. Maar dit maatwerk kost ook meer tijd. We houden hier vanaf 2025 rekening mee bij de invulling van de functies binnen het creatieve kernteam.

4. INCLUSIVITEIT

SEXYLAND World heeft als doel dat iedereen zich welkom voelt. Dat betekent echter niet dat we wrijving en debat uit de weg gaan. Daarom bewegen wij de afgelopen jaren bewust weg van SW als enkel een safe space. Vaak worden safe spaces aangehaald als het gaat om inhoudelijke gesprekken over urgente onderwerpen. Maar de vereisten van een safe space zijn voor SW niet genoeg, en leiden soms juist tot exclusiviteit en het uitsluiten van andersdenkenden of schurende perspectieven. SW zet zich daarom neer als een zogenaamde brave space; voor radicale ontmoetingen. Een plek waar we afspreken om op constructieve wijze oncomfortabele gesprekken en perspectieven te ervaren. Juist door de verwachtingen van publiek en makers te ontwrichten en ongemakkelijkheden uit te spreken, haal je de onderlinge spanning uit een ontmoeting. Uiteraard houden we hierbij een oog op discriminerende (taal-)gebruiken en hanteren we een zero tolerance beleid voor grensoverschrijdend gedrag of racisme. Onze teamleden op de vloer en kantoor zijn een afspiegeling van de veelzijdigheid van Amsterdam, en naast hun praktische taken ook medeverantwoordelijk voor het bewaken van een veilige omgeving en sfeer. Tegelijkertijd geven we ruimte aan ongemak. We omarmen onwetendheid en het bevragen van elkaars wereldbeeld. Alleen zo faciliteren we gesprekken die een kans zijn om samen te groeien en ons perspectief bij te stellen.

5. VOORBEELD EN INNOVATIE; BLAUWDRUK EN PLAATSMAKEN!

SEXYLAND World is uniek in haar verschillende gecreëerde en faciliterende rollen op één locatie. Daardoor is het lastig om ons een-op-een te spiegelen aan andere (culturele) instellingen. Richting onze permanente locatie brengen we daarom in verschillende evaluatierondes met teamleden en partners de opgedane ervaringen en lessen in kaart. We creëren vanaf 2025 ruimte in de directiefuncties voor de adviserende en evaluerende rol van SEXYLAND World (richting partijen in het veld). Uiteraard zijn we zelf ook nooit uitontwikkeld en blijven we te allen tijde openstaan voor feedback en de nodige wijzigingen aan onze kant.

Daarnaast hebben we met de Faculteit Filosofie van de Rijksuniversiteit Groningen, Waag Amsterdam en de Faculteit Erfgoed van Universiteit Maastricht, gesprekken gevoerd over de vraag: hoe stellen we een bedrijfseconomisch en sociaal samenwerkingsmodel op dat recht doet aan enerzijds de autonomie van de deelnemers, en anderzijds gelijkheid, solidariteit en onderling gedeeld eigenaarschap borgt; en dat effectief en duurzaam zowel de bedrijfsmatige continuïteit van SEXYLAND World als ook het onderling vertrouwen van de deelnemers en andere stakeholders op de lange termijn garandeert. Samen met het Gieskes-Strijbis Fonds en De Waag Amsterdam is er een intentie in 2022 uitgesproken om dit onderzoek richting de permanente locatie voort te zetten. Zo blijven we onze organisatie ontwikkelen, borgen we onze voorloperspositie en creëren we een handleiding voor partijen in het veld.

2. REFLECTIE & TOEKOMSTPLANNEN

6. DIVERSITEIT:

Alle bovenstaande pijlers leiden ertoe dat we de afgelopen jaren een ongelofelijk divers aanbod en team bij SEXYLAND World hebben neergezet. De vele dageigenaren zorgen ervoor dat we een pluriforme programmering hebben, waarbij de kernpartners continu zorgen voor gewicht en tegenwicht. Bij SW komen mensen uit alle hoeken en gaten van de stad samen en zien we de verscheidenheid aan (leef)werelden binnen Amsterdam. Voor 2025-28 versterken we deze diversiteit en borgen we onze impact, door de onderstaande lessen te implementeren.

2.3 LESSEN VOOR DE TOEKOMST

Wat we doen, werkt. Dat merken we aan de overweldigende vraag naar onze faciliteiten, ons steeds maar groeiende track record en de positieve feedback uit het veld. In deze tijden moet niet alles meer en meer en anders en beter. Groei zoals we gewend zijn is in deze tijd niet waar we naar moeten streven. Daarom hebben we hier ook expliciet niet op ingezet. We zijn op weg en op deze weg; met programma's en partners die belangrijke maatschappelijke thema's op een onconventionele manier aankaarten, binnen een model dat niet op kapitalistische waarden gestoeld is, daar ligt onze kracht. We houden daarom de overkoepelende lijn en visie van onze organisatie vast. Wel structureren we onze activiteiten en kaderen we onze positie in het veld, richting de permanente locatie. Verderop in dit plan leest u uitgebreid over de verschillende functies die SEXYLAND World vervult voor Amsterdam. Daarnaast blijven we onze werkzaamheden en methodiek aanscherpen. Hieronder volgt eerst een uiteenzetting van de drie inhoudelijke lessen die we meenemen naar 2025-28. Vervolgens nemen we de organisatorische en zakelijke ontwikkelingen onder de loep.

INHOUDELIJKE LESSEN

Uit de reflectie op de zes inhoudelijke doelstellingen komen een aantal concrete lessen, die we meenemen richting 2025-28:

1. MEER RUIJTE VOOR VERKENNING & DUIDELIJKERE KADERING FACILITEITEN LEIDT TOT MEER TOEGANKELIJKHEID

We willen onze verzorgende rol behouden en daarbij meer tijd reserveren om af te stemmen op het individuele startpunt van elke maker of organisatie. Daarvoor is het nodig om meer capaciteit vrij te maken voor de verkenningsfase van een samenwerking. Tegelijkertijd merken we dat het goed is om nog duidelijkere afspraken met partijen te maken, met name over de beschikbare middelen en diensten vanuit SEXYLAND World en wat daar tegenover staat. Zo kunnen we beter aan verwachtingsmanagement doen en sneller met de samenwerking van start gaan.

Hier lijkt ons maatwerk-principe te botsen met onze behoefte aan structuur. Dit hoeft echter niet het geval te zijn. Terugkijken op de afgelopen jaren zijn onze dageigenaren grofweg op te delen in drie hoofdcategorieën:

- Starters (veelal autodidacten, aspirant makers, of Amsterdammers met een noodzaak)
- Gemeenschapsinitiatieven (veelal initiatieven vanuit de buurt rondom SEXYLAND World of door een specifieke gemeenschap in de stad).
- Gevestigde partijen (veelal professionele makers of collectieven die hun eigen grenzen, of die van het maatschappelijk debat, opzoeken met een experimenteel project of evenement).

In 2024 werken wij voor deze drie groepen een basisscenario uit, met een overzicht van de beschikbare begeleiding en faciliteiten. Zo zal voor starters meer worden gefocust op inhoudelijke begeleiding en coaching, terwijl bij professionele partijen een duidelijk kader aan technische en productionele middelen wordt gegeven. Deze scenario's dienen als basis voor de verkenning met een nieuwe partij, vervolgens stemmen we weer af op het startpunt van ieder individu. Zo bieden we handvatten voor zowel onze teamleden als de betrokken partijen, om tot een goede en vooral duidelijke samenwerking te komen.

2. EEN BREDERE CURATIEVE LENS BORGT EEN INCLUSIEVE EN DIVERSE PROGRAMMERING OP DE LANGE TERMIJN.

We zijn blij met onze pluriforme programmering tot nu toe. Maar we zien ook dat het selecteren van de kernpartners en dageigenaren door een klein team risico's met zich meebrengt. Zo merkten we hoe belangrijk de input van onze kernpartners is en dat ook wij soms blinde vlekken hebben. Daarom zijn we vanaf 2025 voornemens om voor de selectieprocedure van dageigenaren en kernpartners met adviescommissies te werken, rijk aan expertise en eigenheid. Deze commissies zorgen ervoor dat SEXYLAND World op de lange termijn de rafelranden van het culturele veld kan bedienen, en blijft inspelen op de ontwikkelingen in de stad.

3. GESTRUCTUREERD EVALUEREN EN KENNISDELING LEIDT TOT MEER IMPACT

Uit de gesprekken met teamleden en partners blijkt dat we nog veel kunnen leren en ontwikkelen. Deze gesprekken hebben immers mede ten grondslag gelegen aan de concrete plannen die nu voor u liggen. Vanuit ons team is daarom behoefte aan meer gestructureerde evaluatiemomenten, zowel intern als met de kernpartners en dageigenaren. Zo blijven we niet alleen scherp op onze inhoud, maar kunnen we ook tijdig inspelen op zwakke plekken in onze organisatie en/of ontwikkelingen in ons team. De aankomende tijd leggen we daarom per functie van de stichting een evaluatiestructuur vast. Deze wordt op dit moment gemaakt in samenspraak met het interne team en de kernpartners. In dit plan is reeds een conceptvorm per functie opgenomen.

2. REFLECTIE & TOEKOMSTPLANNEN

2.4 ORGANISATORISCHE EN ZAKELIJKE ONTWIKKELING

De ruimte knelt.

Begin 2020 zijn we, tijdens het uitwerken van het stappenplan, ook aan de slag gegaan met het opstellen van ons businessmodel. Centraal stond hier de vraag: hoe creëren we permanente ruimte voor de stad, door ervoor te zorgen dat SEXYLAND World op de lange termijn een duurzame, gedifferentieerde financieringsmix kan realiseren? Met verschillende experts zijn financiële scenario's ontwikkeld, waarbij we uitgingen van zowel een tijdelijke locatie als een permanente plek van minimaal 1200 m². We hielden rekening met de verschillende inkomstenstromen: kaartverkoop, horeca-exploitatie, huurexploitatie, publieke subsidiegelden en private bijdragen. Het doel was - en is - om door publieksinkomsten en horeca- en huurexploitatie een gedeelte van de organisatiekosten en de faciliterende rol voor kernpartners te dekken.

In praktijk vielen de exploitatie-inkomsten de afgelopen jaren tegen. Uiteraard speelt ook corona hier een rol. Daarnaast klemde het op twee fronten. Het tijdelijke pand aan de Noordwal beslaat slechts 360m². Enerzijds betekent dit dat we onze artistieke positie minder kunnen innemen. We hebben op dit moment maar één ruimte om dag- en nachteigenaren te hosten. Anderzijds heeft het ruimtegebrek invloed op de financiën. Ten eerste is de (club)zaal met een capaciteit van 120 personen te klein voor significante publieksinkomsten, zeker omdat we de ticketprijs toegankelijk willen houden. Ten tweede is er weinig tot geen mogelijkheid om commercieel te verhuren en tot slot kan onze huidige horeca-partner, Order Sichuan, niet genoeg afzetten in de ruimte die zij nu tot hun beschikking hebben. Omdat een horeca-plek en/of grote publieksevenementen cruciaal zijn voor de levendigheid en publieksomloop bij SEXYLAND World, hebben wij er nu zelfs voor gekozen om Order Sichuan vanuit private bijdragen te ondersteunen met een huurbeschikking. Richting het nieuwe pand focussen wij op grotere evenementen, zoals clubavonden, om publieksomloop te stimuleren.

Tegelijkertijd is de organisatie geprofessionaliseerd. We hebben een sterk team, zowel op artistiek vlak als op uitvoerend vlak zoals in de productie of het beheren van de horeca. We zijn trots op ons team. En voelen ons hierdoor klaar voor het beheren van een grotere locatie en het (her)definiëren van onze positie en activiteiten. Deze expertise gaat wel gepaard met toegenomen personeels- en beheerslasten. In combinatie met de mindere inkomstenstroom uit exploitatie en verhuur, zorgt dit ervoor dat we afhankelijk zijn van een grote jaarlijkse bijdrage van een privaat fonds. Dit is geen houdbare situatie op de lange termijn, omdat we zonder eigen genereerde inkomstenstroom onze onafhankelijkheid en bestaanszekerheid in gevaar brengen. In afwachting van een grotere permanente locatie en het aflopen van de tijdelijke omgevingsvergunning op onze huidige plek, stoppen wij daarom eind 2024 op de Noordwal en focussen we in 2025 op onze volgende stap.

WAT GAAN WE WEL DOEN?

Sinds de start van het Eddie the Eagle Museum in 2010 hebben wij non-stop doorgewerkt en geprogrammeerd. Learning by doing is tot nu toe een goed uitgangspunt geweest. Maar nu is het moment gekomen dat wij minimaal een half jaar rust willen creëren om terug te kijken en alle opgedane ervaring te borgen richting een nieuwe locatie. We zitten in de onderhandelingen voor twee potentiële nieuwe locaties. We verwachten uiterlijk eind 2024 te weten waar we ons permanent gaan vestigen. De financiële middelen en het (inhoudelijke) plan voor ons permanente kunsthuis zijn immers al aanwezig. Terwijl we dit plan aan het schrijven zijn, gaan we ons laatste jaar aan de Noordwal in. In dit laatste jaar zullen we alles geven. Met een spetterende programmering laten we zo'n sterke stem horen dat het geluid en gedachtegoed van SEXYLAND World nog lange tijd nagalmt in het veld, dwars tegen de dominante stem van de mainstream in.

In 2025 focussen we op de ontwikkeling en opbouw van de nieuwe permanente locatie, waarbij we met het kernteam en de huidige kernpartners de afgelopen jaren evalueren en de behoeftigheden voor de permanente plek in kaart brengen. Uiteraard verdwijnen we in deze periode niet uit de culturele agenda, maar zetten we een gedeelte van onze activiteiten voort bij externe partners in de stad en daarbuiten. Deze overgangperiode wordt in hoofdstuk vijf verder toegelicht.

HOE RUIMTE LEIDT TOT GROEI

Een van onze kernpartners is Stichting Captain Hoek, en hun vaste kunstruimte het No Limits! Art Castle. Stichting Captain Hoek richt zich op het doorbreken van de hokjes 'outsider art' en het reguliere kunstenveld. Hiervoor organiseren zij samenwerkingen tussen makers uit verschillende maatschappelijke posities en organiseren zij regelmatig grote feestelijke evenementen en vertoningen bij SEXYLAND World.

Door hun vaste locatie bij SEXYLAND World hebben zij de afgelopen drie jaar de mogelijkheid gehad om hun organisatie te structureren, naamsbekendheid op te bouwen en hun activiteiten te verdriedubbelen. Dit zien we terug in de vele artikelen en benoemingen in de media van de stichting, en de nominatie voor de Amsterdamprijs voor de Kunst in 2023. Deze ontwikkeling toont aan hoe belangrijk het is om vaste ruimte voor kleine stichtingen aan te bieden. Ook voor ons zijn zij van groot belang. Zo is de directie van deze stichting een belangrijke sparringpartner voor ons team en brengen zij hun geheel eigen publiek naar SEXYLAND World, zoals een grote neurodivergente (makers-)gemeenschap.

2. REFLECTIE & TOEKOMSTPLANNEN

DE NIEUWE LOCATIE

Het is belangrijk dat wij bij de nieuwe locatie verschillende groepen bij en naast elkaar kunnen bedienen. Al deze groepen versterken het programma van SEXYLAND World, bevorderen synergie en waken ervoor dat er een gezonde balans blijft met een divers publiek en de verschillende achtergronden en groepen makers. Alleen door een scala aan faciliteiten te bieden creëren we een kunsthuis dat een afspiegeling is van de pluriforme stad.

We hebben een duidelijk kader voor onze artistieke functies in de stad. In dit plan houden we daarom rekening met de minimale grootte die de nieuwe locatie voor deze functies moet hebben. Dit is ook in lijn met de locatie waar wij reeds mee in onderhandeling zijn. Dit plan en de begroting zijn gebaseerd op een permanente plek van minimaal 800m², met daarin: een grotere (club)zaal, een tentoonstellingsruimte, een ruimte voor ondersteunende horeca (bar/café, inclusief terras), kantoorruimte voor de stichting en plek voor minimaal drie kernpartners. De faciliteiten en bijbehorende kosten worden verder toegelicht in de begroting.

Dekking voor onze huisvestingskosten voor de toekomst is rond. De afgelopen periode hebben we samengewerkt met een private financier die, via Stichting Sub3, een 'financial pledge' heeft afgegeven voor het dekken van de toekomstige locatie. De huidige steun zal voortgezet worden voor de komende 4 jaar.

DAG- & NACHTEIGENAREN

De nacht - en dan vooral kunst in de nacht - staat bij ons hoog in het vaandel. De nacht is bij uitstek een plek waar veel mensen een soort coming of age beleven, zich ontplooiën, ontwikkelen, ideeën opdoen, hun blik én geest verruimen. De ligging (in een woonwijk) en grootte van het huidige pand - en daarmee druk op de club om voor inkomsten te zorgen - heeft ervoor gezorgd dat wij de potentie van de nacht niet ten volste hebben kunnen uitspelen. Naast het verbreden van de curatieve lens, beogen we bij de nieuwe locatie expliciet ruimte voor zowel dag- als nachteigenaren door een aparte clubzaal en tentoonstellingsruimtes. Uiteraard blijft kruisbestuiving en menging centraal staan en zorgen we ervoor dat deze ruimtes (en het publiek) met elkaar in verbinding zijn.





3. VISIE, MISSIE EN POSITIONERING

3.1 WAAR WIJ NAAR STREVEN!

Iedereen verdient het vertrouwen om te mogen proberen, om diens ideeën te etaleren. Mislukken mag, falen bestaat niet. Kwaliteit zit niet in het eindproduct, maar - hoe platgeslagen dit ook klinkt - toch écht in het lef om te durven. Want in die poging, in die mogelijkheid van het falen, zit de kwetsbaarheid. En in die kwetsbaarheid zit alles waar het voor ons om draait. Daarin zit de verbinding. De verbinding tussen makers en toeschouwers, en tussen toeschouwers en makers onderling. Daar zit de verwondering, de spanning van het nog onbekende en de vreugde van de ontdekking. In die kwetsbaarheid zitten de verhalen die zelf geen ruimte opeisen, maar die des te belangrijker zijn om te vertellen.

We leven in een stad waar steeds minder vrije ruimte is voor makers van alle soorten en niveaus in de kunsten en waar toenemende marktwerking - en de daaruit voortkomende segregatie - ervoor zorgt dat bevolkingsgroepen steeds verder van en uit elkaar leven. Er is te weinig ruimte voor mensen in de marge om hun talent te ontwikkelen. Langzaam wordt alles opgeslokt door grote partijen die de status quo in stand houden. Deze tijd vraagt om een alternatieve aanpak; een grote verandering bestaande uit vele kleine pogingen. De culturele sector is ons inziens de plek waar deze maatschappelijke thema's moeten worden aangekaart. Waar de huidige norm moet worden bevraagd en waar vertelvormen kunnen worden ontwikkeld die verder reiken dan het vaak ontoegankelijke (politieke) debat. Om deze vormen te ontwikkelen en perspectieven te bevragen, moeten fouten kunnen worden gemaakt. Wij zien dit als een cruciaal onderdeel voor artistieke ontwikkeling, voor zowel startende kunstenaars als doorgewinterde makers. Alleen door de grenzen van je kunnen op te zoeken en te schuren met zowel je eigen verwachtingen als het bestaande concours, ontstaat uitdagend werk. Met (Super) SEXYLAND World beogen we een cultureel veld waar niet alleen hoogstaand werk kan worden vertoond, maar waar experiment wordt gevierd en verbinding kan ontstaan. Een veld waar ruimte is voor het kleine en het grote. Een veld waar de waan van de dag net zo belangrijk mag zijn als de maatschappelijke vraagstukken van datzelfde moment. Een veld waar deze dingen niet alleen naast elkaar bestaan, maar juist ook samenkomen. Altijd in één gebouw, vaak in één ruimte en soms zelfs in één werk.

3.2 DE NACHT, DE BAAS!

De nacht - en dan vooral kunst in de nacht - staat bij ons hoog in het vaandel. De nacht is bij uitstek een plek waar veel mensen een soort coming of age beleven, zich ontplooiën, ontwikkelen, ideeën opdoen, hun blik én geest verruimen. De verbindende rol van de nacht wordt onderschat. Het idee dat de nacht voor feest is en de dag voor kunst slaat nergens op, maar wordt breed gedragen. De waarde van de nacht is ongekend en gaat zoveel verder dan een beetje dansen op muziek. De nacht is niet alleen een ontmoetingsplaats, maar een uitlaatklep waarbij je mag zijn wie je wilt: excentriek of verstild, uitbundig of verdrietig.

In het donker voelen we ons minder bekeken en bewegen we ons vrijer. Van muziek en performance tot film en theater:

's nachts een werk zien maakt dat het op een andere manier tot je komt. De maatschappelijke en culturele kansen in de nacht zijn ongekend. De nacht werkt tegen de efficiëntie van overdag. Bij SW zetten wij in op de potentie van de nacht. Daarom maken wij niet alleen ruimte voor de nacht, maar vormt de nacht de inspiratie voor onze dag.

De ligging (in een woonwijk) en grootte van het huidige pand - en daarmee druk op de club om voor inkomsten te zorgen - heeft ervoor gezorgd dat wij de potentie van de nacht niet ten volste hebben kunnen uitspelen. Naast het verbreden van de curatieve lens, beogen we bij de nieuwe locatie expliciete ruimte voor zowel dag- als nachteigenaren te maken.

3.3 - WIE ZIJN WIJ EN HOE DOEN WE DIT?

SEXYLAND World (SW) is een vrijhaven voor alle uitzonderlijke figuren binnen en buiten Amsterdam en is een blauwdruk van de pluriforme stad. We verbinden diverse artistieke disciplines, generaties en culturen. Onze identiteit is gebaseerd op openheid, experiment, spontaniteit en durf. Bij SW kan iedereen kunstenaar zijn, waarbij de poging meer waarde heeft dan het eindproduct. Kwetsbaarheid en de durf om te proberen zijn onze kracht, waarmee we verbinding, verwondering en verhalen voeden. SW is in wezen één lang verhaal. Eén grote, doorlopende performance, bestaande uit vele verschillende fragmenten, opgevoerd door al die verschillende makers. Als één groot gesamtwerk, dat enkel kan ontstaan binnen georganiseerde chaos.

Super SEXYLAND World (SSW) wordt de fysieke plek waar we al deze verhalen aan elkaar rijgen. Een plek waar altruïsme in plaats van competitie de drijfveer is. Het geheel is sterk door de vereniging van identiteiten, kapitaal en netwerk. SSW is veerkrachtig door het delen van de baten en lasten als collectief. Door juist géén regie te voeren op de agenda's, maar wel op selectie en begeleiding van de deelnemende partijen (de zes pijlers), waarborgen wij te allen tijde heterogeniteit. Binnen SSW is iedere partij vrij om datgene te doen waar men goed in is. En door het samenkomen van deze afwijkende expertise blijft het huis in evenwicht.

(SUPER) SEXYLAND WORLD

In dit stuk hebben we het over SEXYLAND World als we het over onze overkoepelende identiteit hebben, met daaronder al onze functies en activiteiten, zowel intern als extern. We gebruiken hiervoor de afkorting SW. We hebben het over Super SEXYLAND World, als we het specifiek hebben over ons nieuwe permanente kunsthuis en de insteek van deze plek die meer is dan enkel een locatie. We gebruiken hiervoor de afkorting SSW.

3. VISIE, MISSIE EN POSITIONERING

Bij SSW vormen solidariteit en radicale heterogeniteit het fundament; met onverwachte ontmoetingen als resultaat.

Een plek die het experiment en onvoorspelbaarheid omarmt en het collectief boven het individu plaatst. Geen middel voor gentrificatie, geen pop-up, geen creatieve plint in een woontoren, maar een laatste poging tot verzet tegen de vertrutting en de verstikkende marktwerking die hedendaags Amsterdam, meer en meer lijkt te beroven van haar ziel, menselijkheid en pluriformiteit.

3.4 POSITIONERING IN DE STAD

Bij SW hebben we niet de illusie dat we uniek zijn in onze roep om experiment en verbinding. Sterker nog, er zijn verschillende jonge gardes in Amsterdam die beter weten wat er speelt en continu een vinger aan de pols hebben m.b.t. experiment en radicaliteit. Waar wij wel uniek in zijn, zijn de ervaringen die we hebben opgebouwd in het faciliteren en begeleiden van deze partijen. Daarbij komt dat wij, in samenwerking met een grote private financier, de unieke kans hebben om een stuk van het regenwoud op te kopen door een permanent pand te bemachtigen binnen Amsterdam. Hier kunnen partijen niet enkel een zaadje planten, maar helpen we ze om wortel te slaan en uit te groeien tot een blijvende aanwezigheid in de stad. Vanuit dit privilege maken wij uiteindelijk niet alleen inhoudelijk plaats, maar creëren we juist meer plaats voor de generaties na ons. Al ons werk in de afgelopen jaren heeft ertoe geleid dat we nu de expertise bezitten om deze permanente plek te realiseren en beheren. Op deze manier vervullen we een essentiële rol in het bestendigen van creatieve vrije ruimte in onze stad. Dit is het hoogste doel.

Dit betekent dat SW zich naast eigen programma, gaat voorbereiden op het faciliteren, cureren en verbinden van anderen binnen een overdraagbaar model. Deze ontwikkeling voelt voor ons als een logische vervolgstap binnen het gesamtkunstwerk dat ooit is ontstaan op de NDSM-werf en doorgroeide op de Noordwal.

DUURZAAMHEID

Bij SW staat duurzaamheid - of eigenlijk: de drang naar een betere toekomst - hoog in het vaandel. Op de Noordwal hebben we de eerste stappen gezet in ons huidige pand. In 2025 zijn we afhankelijk van de duurzaamheidsplannen van onze externe partners, waar we kritisch doch pragmatisch in moeten zijn. Bij het ontwerp van ons nieuwe pand worden duurzaamheid en circulariteit tot belangrijke uitgangspunten gemaakt. Het heeft geen zin om ons met volle overgave op het mooier maken van de stad te richten als we de wereld uit het oog verliezen.



4. FUNCTIES VOOR DE STAD

In dit hoofdstuk formuleren we de concrete functies van SW voor de stad. Deze functies zijn voornamelijk gericht op de nieuwe permanente plek Super SEXYLAND World (SSW) vanaf 2026, daarnaast treden we met een gedeelte van de activiteiten buiten onze eigen deuren.

Tot slot vindt een afgeleide hiervan ook plaats in het overgangsjaar 2025, waarover meer in hoofdstuk 5.

4.1 INSTEEK EN SELECTIEPROCES

We hebben een faciliterende rol in het veld. Met drie functies bieden we ruimte, begeleiding en verbinding voor makers en instellingen in de stad. Gezamenlijk ontstaat een urgente programmering, die inspeelt op de actuele behoeftes van het veld en de stad. Met de vierde functie bieden we handvatten voor stakeholders in het veld om deze rol ook op te pakken. SW richt zich vanaf 2025 op de volgende functies voor de stad:

A. THUISBASIS:

We zijn een thuisbasis voor makers en stichtingen om te ontwikkelen.

B. GECUREERD (OPEN) PODIUM:

We bieden een podium aan de pluriforme stad.

C. VERBINDENDE PROGRAMMERING:

We ondersteunen de doorstroom van makers naar het gevestigde veld en versterken netwerken binnen de stad.

D. SPRINGPAARD VAN TROJE:

We bieden een extern podium voor betrokken makers/partners en dragen onze missie uit in het veld.

E. KENNISDELING & VOORBEELD:

We dragen onze successen en ook ons falen uit bij stakeholders in het veld om onze visie te verspreiden.

SELECTIE & CURATIE

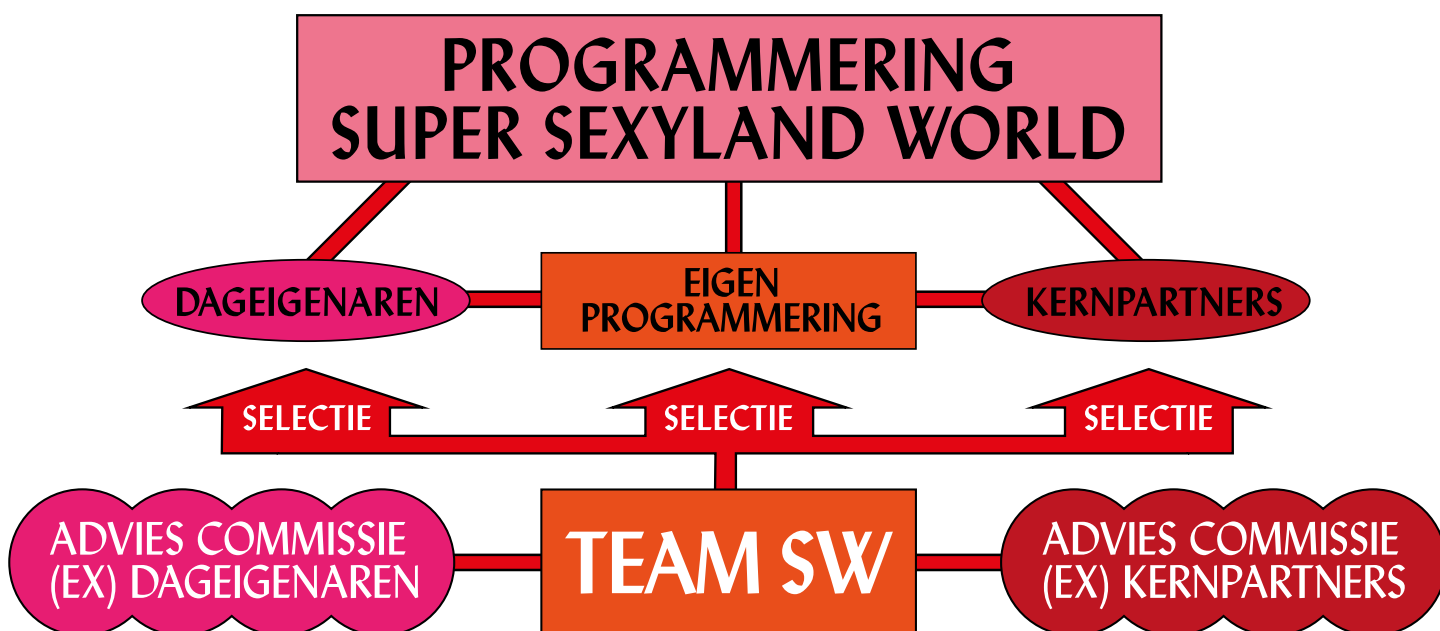
Zoals omschreven bij de lessen merken we dat er meer input nodig is in het selectieproces, om ervoor te zorgen dat er geen blinde vlekken in onze curatie ontstaan. Vanaf 2025 wordt de stichting daarom ondersteund door twee adviescommissies.

INTERN - TEAM SEXYLAND:

Het artistieke team is verantwoordelijk voor het selecteren van dageigenaren en kernpartners, en het realiseren van de eigen programmering. Het kernteam coördineert daarnaast de commissiebijeenkomsten. Het bestuur van de stichting controleert de efficiëntie en de inhoudelijke werkzaamheden van het team.

ADVIESCOMMISSIES:

Vanaf 2025 wordt ons team ondersteund door twee adviescommissies, die ieder verantwoordelijk zijn voor de reflectie op één van de selectieprocessen (dageigenaar of kernpartners). Deze commissies bestaan uit een net zo diverse groep als de programmering van SW. Van een buurtbewoner, tot iemand van inloophuis Makom of de Regenboog Groep tot een succesvolle rapper aangevuld met ervaringsdeskundigen in de vorm van ex dageigenaren of kernpartners. In 2025 werken we een concrete aanpak en methode voor de commissies uit.



4. FUNCTIES VOOR DE STAD

4.2 FUNCTIE A: THUISBASIS

HET DOEL

Amsterdam moet een plek blijven waar initiatieven de mogelijkheid hebben om zich te ontplooiën. Het is belangrijk dat ook (startende) partijen zonder winsttoegmerk een vaste plek kunnen hebben. Met een vaste thuisbasis bieden we (financiële) zekerheid en stabiliteit. Dit is voor deze partijen belangrijk om enerzijds te experimenteren en anderzijds lange termijn plannen te ontwikkelen. Wij bieden een vaste plek en aanvullende faciliteiten aan (kleine) organisaties in het gebouw van Super SEXYLAND World. Elke organisatie heeft een eigen ruimte en kan gebruikmaken van het totaal.

SELECTIEPROCES

Elk jaar evalueren we met elkaar. Dit gaat in drie stappen. Ten eerste dragen het kernteam, de kernpartners en de adviescommissieleden nieuwe partijen aan. Vervolgens maakt SW een voorselectie van minimaal drie partijen, welke een goede aanvulling zouden zijn in het pand. Tot slot maakt de adviescommissie een definitieve keuze uit deze drie kandidaten. In deze adviescommissie zitten ook oude kernpartners, zodat er kennis is van het reilen en zeilen binnen SSW en de visie in stand wordt gehouden. Zie het als een voetbalclub waar nooit zowel de spelers als de coach op hetzelfde moment vervangen worden.

DOELGROEP

We bedienen kleinere stichtingen en organisaties binnen Amsterdam. Door de makers/programmeurs van deze partij- en bij de organisatie te betrekken, richten we ons ook op de gemeenschappen die deze individuele partijen aanspreken en verbreden we het publiek van SSW.

PARTNERS

Op dit moment werken wij reeds samen op het gebied van zowel programma als kennisdeling met Stichting Andishe, FACE, Stichting Captain Hoek, Stichting de Ruimte, The House of Hopelezz, Stichting Toekomstmuziek, Echobox, Stichting Space is the Place, Broedplaats de Kazerne, Dekmantel, DRKNGHTS Collective, Nest, Likeminds, MOJO, City Collective Amsterdam, PIP Den Haag en Toestand (BE) en zijn we met andere partijen in gesprek. Zie ook de bijlage Tijdlijn voor meer inzicht in ons netwerk en (voorgaande) partners.

4.3 - FUNCTIE B: GECUREERD (OPEN) PODIUM

Met deze functie nemen we dezelfde faciliterende rol op ons als bij A: thuisbasis (4.2), maar dan gericht op een korte, gekaderde periode.

HET DOEL

Met het dageigenaren-model bieden ruimte aan alle geluiden van de stad, met een focus op de makers en gemeenschappen die minder toegang hebben tot gevestigde (culturele) locaties. Van een pakistaans dansfeest of een buurtborrel, tot een anarchistisch makerscollectief of non-binaire clubnacht. We tonen de stad in al haar pracht.

In het nieuwe pand houden we rekening met een grote en een kleine ruimte. Beide modulair ingericht. We willen dat de ruimte die gebruikt kan worden door dageigenaren zowel overdag als 's nachts van club tot expositiezaal ingezet kan worden. Deze flexibiliteit ontbreekt op de Noordwal en is van groot belang voor de visie van SEXYLAND. Op basis van onze ervaring willen we niet meer werken met een systeem waaruit afdracht op verkoop of kickback op drank de wederkerigheid tussen de partners waarborgt, maar uitgaan van een huursysteem waarbij er korting op de huur verkregen kan worden op basis van inhoudelijke bijdragen, zoals het verzorgen van een deel van de programmering van SSW.

SELECTIEPROCES

Het selecteren van de dageigenaren is een doorlopend proces, dat enkel bij betaalde krachten in het kernteam kan worden belegd. De adviescommissie is tweejaarlijks betrokken bij het proces, waarbij de programmering van het afgelopen halfjaar onder de loep wordt genomen, en zij de mogelijkheid krijgen om input te geven voor de komende periode.

DOELGROEP & PARTNERS

We richten ons met deze activiteit juist op een zo'n breed mogelijke doelgroep. Hiervoor werken we samen met alle betrokken partners en maken we gebruik van ons netwerk om de open calls niet alleen in het culturele veld, maar juist ook door de hele stad te verspreiden. Door ons trackrecord hebben we hiervoor contacten bij vele (buurt)initiatieven, (kunst)collectieven en maatschappelijke organisaties.

POTENTIËLE COMMISSIELEDEN UIT HET VELD

We zijn o.a. in gesprek met:

- Tatiana Khrapovitskaia – artBRUUT
- Etienne Memon – Order Sichuan
- Marleen Stikker – de Waag
- Angelo Diop aka Rotjoch - 101barz
- Heske ten Kate – Nest Den Haag
- Isa Bosse – Verdedig Noord
- Bright Richards – New Dutch Connections

4. FUNCTIES VOOR DE STAD

4.4 FUNCTIE C: PROGRAMMERING VOOR VERBINDING

Naast de faciliterende/begeleidende functies, programmeren we aanvullende activiteiten binnen SSW met het oog op de verbinding en doorstroom van (jonge) getalenteerde makers.

Waar de eerste twee functies ook een sociaal-maatschappelijke impact hebben, is deze functie voornamelijk gericht op het culturele veld. Hiervoor maken we gebruik van ons brede netwerk in het culturele veld, en doen we aanspraak op het netwerk van onze kernpartners.

In 2025 (door)ontwikkelen we diverse programma's (o.a. ArtBar en Split Records) gericht op het verbinden van makers uit verschillende (sociaal-economische) posities, waarover meer in hoofdstuk 5. Vanaf 2026 vindt de interne programmering plaats op woensdagavond. De programma's vormen hiervoor de basis. Tegelijkertijd onderzoeken we continu welke aanvullende programmering nodig is om in te spelen op de behoeften van startende makers in het veld. Een specificatie van de programmakosten en inkomsten is opgenomen in de begrotingstoelichting, gebaseerd op één programma per week op de woensdag.

4.5 FUNCTIE D: SPRINGPAARD VAN TROJE

Naast onze interne functies en programmering, treden we ook buiten de deuren van SSW om onze visie en missie te verspreiden. Dit doen we op drie niveaus:

LOKAAL – SAMENWERKINGEN IN DE BUURT/STAD

Van diners met een lokale basisschool en workshops in een buurthuis, tot een vertoning van SEXYLAND-makers bij Stedelijk Museum Amsterdam of (rand)programmering bij het Bellevue: SW is zowel de aandrijver bij evenementen in de buurt als de stille kracht achter programmering bij (gevestigde) Amsterdamse culturele instellingen. Bij deze activiteiten zijn we niet het uitvoerende orgaan, maar treden we op als inhoudelijke partner. Het verschil met onze kennisdelingsfunctie, is dat we in deze samenwerkingen verder gaan dan enkel advies of inspraak. We verbinden makers en kleine partijen aan grotere instellingen, helpen bij de curatie van (rand)programmering rondom evenementen en tentoonstellingen of brengen een (buurt)initiatief onder de aandacht via onze (sociale media)kanalen.

NATIONAAL - FESTIVALPROGRAMMERING

Sinds het ontstaan van SW zijn wij gelieerd aan verschillende Nederlandse festivals, van onze vaste samenwerking met Lowlands tot ons eigen podium op Lente Kabinet. Naast het verbreden van onze eigen naamsbekendheid, bieden wij via deze festivals een landsbreed podium aan onze kernpartners en bieden we een springplank voor betrokken kunstenaars, (veelal voormalig dageigenaren). Drie succesvolle voorbeelden die via onze programmering doorgroeiden zijn Sophie Straat, S10 en Goldband, die nu een vaste plek in de muzikewereld hebben veroverd. De festivalprogrammering - en daarmee deze functie - zetten wij in de aankomende jaren voort. Deze samenwerkingen vallen grotendeels buiten de organisatiebegroting, omdat zij gedekt worden door bijdragen van de partner en als nodig worden aangevuld met geworven projectgelden.

Uiteraard is het coördineren van deze programmering wel onderdeel van het takenpakket van het kernteam.

INTERNATIONAAL - SEXYLAND WORLD WIDE

Tot slot treedt SW buiten de landsgrenzen door onderdeel te zijn van grote internationale evenementen en projecten. Zo deden we afgelopen jaar vanuit SW met een groep kunstenaars mee aan de Larnaca Biënnale op Cyprus en zijn we reeds in contact met Art Basel in Miami, om daar met een andere groep makers een bijdrage te leveren. Daarnaast zijn wij op dit moment bezig met het ontwikkelen van een internationale uitwisseling en een bijbehorend festival rondom de Marrokaans-Nederlandse (queer)identiteit, i.s.m. Simomo Bouj. Naast het tonen van kunst staat bij al deze deelnames het uitdragen van de visie van SW centraal. Soms krijgt dit ook een plek in het werk zelf, altijd gebeurt dit in de programma's, talks en events rondom de vertoningen.

4.6 FUNCTIE E: KENNISDELING & VERBINDING MET AMSTERDAM

Het is belangrijk dat we onze adviesrol in het veld structureren en onze voorloperspositie durven te claimen in het veld. Daarnaast moeten wij onze positie in Amsterdam voeden door het gesprek aan te gaan met verschillende partijen in het culturele veld.

Hiervoor hanteren wij twee vormen:

ADVIESGESPREKKEN

We krijgen regelmatig de vraag om mee te denken met andere organisaties over bijvoorbeeld experimenteel programmeren, een diverse programma of publieksbereik. Tot nu toe gaat dit tussen de bedrijven door, omdat we hier simpelweg niet de tijd voor hebben. Hierdoor lopen we kansen mis. Vanaf 2025 bouwen we daarom specifiek ruimte in voor onze adviseursrol binnen de functies van het gehele creatieve team. Want niet enkel de directie, maar juist ook onze andere teamleden zoals de productiemedewerkers hebben relevante kennis en ervaring met het faciliteren van diverse makers en partijen. We zien de impact die dit soort gesprekken heeft op het veld, en achten een investering in de activiteit nodig voor het verspreiden van onze visie.

NETWERKORGANISATIE VOOR HET CULTURELE VELD

We willen ons privilege en netwerk inzetten om partijen aan elkaar te verbinden die anders niet snel met elkaar in aanraking zouden komen. Daarom organiseren we tweejaarlijks een netwerkevenement. Hier kunnen de kernpartners en de dageigenaren van de afgelopen periode kennismaken met stakeholders en gevestigde instellingen uit het culturele en ambtelijke veld.

4. FUNCTIES VOOR DE STAD

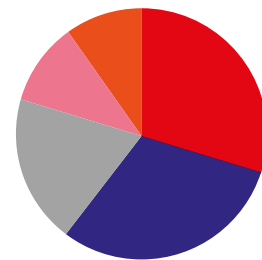
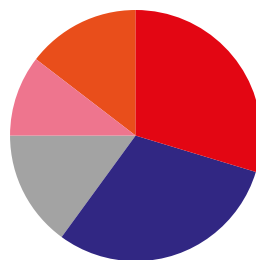
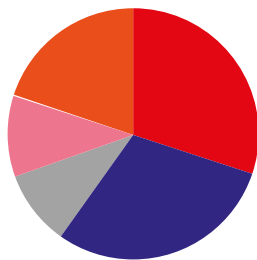
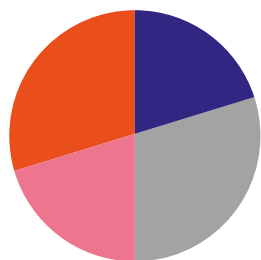
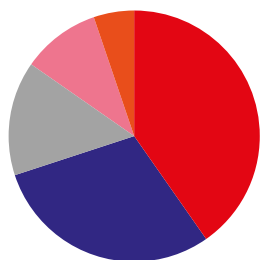
NU

2025

2026

2027

2028



- THUISBASIS
- PODIUM
- VERBINDING
- PAARD VAN TROJE
- KENNISDELING

FUNCTIES	NU	2025	2026	2027	2028
THUISBASIS	40%	0 %	30%	30%	30%
PODIUM	30%	20%	30%	30%	30%
VERBINDING	15%	30%	10%	15%	20%
PAARD VAN TROJE	10%	20%	10%	10%	10%
KENNISDELING	5 %	30%	20%	15%	10%



ÉÉN VOORDEUR, VELE MOGELIJKHEDEN 20 MAART 2027 AMSTERDAM

Het is 20:00u en je neemt je moeder en een curator uit New York mee naar een concert van Baby D in Super SEXYLAND World. Al bij de ingang valt het op hoe druk het is, maar ook wat een gemixt gezelschap er staat. Een paar jongens op scooters, twee gepensioneerde dames en zo'n grote hoeveelheid punkers dat je je afvraagt of Baby D een nieuwe weg is ingeslagen. Jullie zijn binnen en de curator staat al aan het lopende kunstbuffet met verschillende soorten sculpturen van kunstenaars met een afstand tot de arbeidsmarkt en bekende namen. Je zoekt je moeder die luistert naar een seksuele voordracht over Donald Trump en je ziet dat haar haar een beetje gek zit, je stelt voor de combo deal bij de Marokkaanse kapper te nemen: kunst, knippen en kipsaté voor 20 euro. Het concert is weergaloos. Samen dwalen jullie door de gangen en de curator blijft maar 'wow' zeggen (hij is immers Amerikaans), hij wist niet dat het nog bestond; zo'n vrijhaven, zo veel energie, zo onvoorspelbaar en toch vertrouwd. Nergens een dichte deur, overal beweging. Aangeschoten van emoties stappen jullie de fel verlichte expo zaal in, hij moet huilen. Een performer van House of Hopelezz troost hem en brengt jullie naar een klein kamertje met een Senegalees dansfeest: "Kom morgen anders nog een keer dan hebben we nog veel meer." De curator knikt ontroerd "ja graag" en hij weet wat hij wil met de rest van zijn leven.



5. OVERGANGSJAAR 2025

We richten ons in 2025 op ontwikkeling van de blauwdruk voor een permanent kunsthuis en de (op)bouw van deze nieuwe plek, die in januari 2026 wordt geopend. In de tussentijd houden we ons kernteam aan. Enerzijds om deze ontwikkeling te faciliteren, anderzijds om een gedeelte van onze activiteiten in 2025 bij externe partijen te organiseren en ons online platform uit te breiden. Zo zorgen we ervoor dat we SEXYLAND onder de aandacht houden en kunnen we vanaf 2026 een goed voorbereide, vliegende start maken bij onze nieuwe locatie. Hieronder een uiteenzetting van onze activiteiten in 2025. In de begroting en bijbehorende toelichting vindt u een overzicht en onderbouwing van de teamleden in 2025 en daarna.

5.1 EVALUATIE & KENNISBORGING VOOR DE NIEUWE LOCATIE

DE HOOFDVRAAG:

Hoe kunnen wij een organisatie vormgeven die niet alleen haar unieke functie voor de stad kan vervullen, maar ook handvatten biedt voor een volgende generatie om de leiding over te nemen?

Het is aan ons om de kaders, werkprocessen en methodiek zo sterk vorm te geven, dat de identiteit van SSW op zichzelf staat. Een plek die niet afhankelijk is van individuele mensen of inkomstenstromen. Een permanente plek voor experiment, ver voorbij de huidige directie of partners. Dit is de focus van 2025. Dit doen we aan de hand van evalueren met drie groepen; ten eerste het kernteam en de huidige kernpartners, ten tweede de nieuw aangestelde adviescommissies en ten derde door in gesprek te gaan met soortgelijke podia/instellingen in binnen- en buitenland, zoals Holzmarkt 25 (Berlijn).

Met het oog op de nieuwe locatie maken we een overzicht van onze ervaringen, van best practices tot verbeterpunten. Vervolgens nemen we deze kennis mee in de concrete invulling van de nieuwe locatie, en het in kaart brengen van alle benodigde faciliteiten en expertise voor deze permanente plek. Dit uit zich in richtlijnen voor diverse organisatieaspecten, waaronder:

• *BESTUURLIJK:*

Lange termijn-beleidsplan voor de SW;

• *ARTISTIEK:*

Aangescherpte visie en missie voor SSW;

• *UITVOEREND:*

Concrete werkmethodeken voor adviescommissies en de SW-functies, zoals het coördineren en begeleiden van dageigenaren of partners;

• *PRODUCTIONEEL:*

Concept overeenkomsten voor (kern)partners en dageigenaren.

• *FINANCIEEL:*

Een ondernemingsplan en financieringsstrategie voor de aankomende vijf jaar. Waarmee de duurzame positie van de nieuwe permanente plek geborgd kan worden.

Aan de hand van deze stukken worden informatiebundels gestuurd naar (potentiële) partners, financiers en betrokken makers. Zo geven we inzicht in de faciliteiten en activiteiten bij SSW en activeren we ons netwerk richting de opening.

5.2 PRAKTISCHE VOORBEREIDING VOOR NIEUWE LOCATIE

Tegelijkertijd werken we de reeds opgestelde plannen uit.

Naast het letterlijk ver- en opbouwen van de nieuwe plek, zijn er een aantal praktische zaken die moeten worden uitgewerkt in 2025. Denk o.a. aan het aantrekken van nieuwe teamleden en het onder de aandacht brengen van de nieuwe plek.

Een aantal concrete activiteiten waar we op focussen is:

1. *OPSTELLEN EN ACTIVEREN VAN DE ADVIESCOMMISSIES:*

We stellen de eerder genoemde adviescommissies samen, en organiseren eind 2025 de eerste bijeenkomsten om inspraak en inspiratie te krijgen voor de curatie van SSW en de eerste selectieronde.

2. *EERSTE SELECTIE (KERN)PARTNERS EN DAGEIGENAREN:*

Samen met de adviescommissies stellen we een eerste selectie samen van kernpartners, waarbij we voorrang geven aan reeds betrokken partijen zoals Stichting Captain Hoek, FACE, Stichting Andishe en de Ruimte. Zij zijn immers ook betrokken bij de activiteiten in 2025 en zijn onderdeel van de organisatorische ontwikkeling dit jaar.

3. *ONTWIKKELEN (MARKETING)UITINGEN SSW:*

We ontwikkelen een eigen SSW stijl en identiteit, waarbij we ons baseren op onze herkenbare huidige huisstijl. Daarbij maken we templates voor standaard-uitingen, zoals de open calls en aankondigingen van publieke evenementen.

4. *LANCEREN EN UITBREIDEN VAN SEXYLAND WORLD WIDE WEBSHOP:*

We hebben in 2024 een webshop opgericht die verder gaat dan een online winkel, maar ook fungeert als kunstplatform, blog en galerie. In 2025 maken we een sterk online platform, inclusief webshop, in voorbereiding op de makers bij de nieuwe locatie. Verbinding aangaan met lokale partijen: Zodra we weten in welke buurt we ons gaan vestigen, is het aan het kernteam om contact te leggen met lokale instellingen en initiatieven. Om vervolgens de behoeften van bewoners te peilen en (potentiële) samenwerkingen te onderzoeken.

5. OVERGANGSJAAR 2025

5.3 EXTERNE PROGRAMMERING 2025

We zetten een afgeleide van onze programmering tijdelijk voort met externe partners en/of partijen. Hieronder een overzicht van de geplande activiteiten. Dit zijn enkel de activiteiten waarover we reeds met partners in gesprek zijn.

1. ONDERZOEK NAAR VERBINDENDE PROGRAMMERING

In 2025 ontwikkelen we twee programma's, gericht op het verbinden van verschillende soorten makers. We beogen beide programma's maandelijks bij een partner op locatie te organiseren.

ART BAR BIJ KANAAL 40:

Hoe vaak zit je als startende kunstenaar wel niet met je handen in je haar, omdat je vastzit in je creatieve proces, of niet weet welke richting je met je makerspraktijk op wil. En hoe graag zou je dan even kunnen praten met een toffe, door de wol geverfde maker of curator? Maar waar vind je zo iemand? Nou, bij Art Bar SEXYLAND. Hier staat namelijk maandelijks een andere gerenommeerde naam achter de bar om jouw biertje te tappen. Het geeft beginnende kunstenaars de kans om op een veilige manier vragen te stellen en elkaar te ontmoeten. Van Dana Lixenberg, tot Renzo Martens en Heske ten Cate hebben het afgelopen jaar met heel veel plezier hun ervaringen en kunde gedeeld. Bij Art Bar krijgen jonge makers van doorgewinterde kunstenaars vreselijk getapte biertjes, maar geweldige ideeën.

SPLIT RECORDS SEXYLAND BIJ N.T.B.: SPLIT RECORDS:

SEXYLAND is de visie van SEXYLAND World op een plaat. Je wordt aangetrokken door de muziek van de ene artiest en tegelijkertijd word je opengesteld aan de muziek op de andere zijde en wordt daarmee jouw geest verruimd. SW verbindt twee zeer verschillende artiesten in genre en bekendheid die gezamenlijk een LP maken, waarbij zij elk een zijde van de plaat vullen. SW verbindt een startende muzikant aan een gevestigde naam uit ons netwerk. Zij gaan gezamenlijk aan de slag. Vervolgens wordt dit album feestelijk gepresenteerd in de clubzaal, met bijbehorende (rand-) programmering en een bijbehorende clubavond. SW is hierbij verantwoordelijk voor het verbinden van de artiesten en het faciliteren van de albumpresentatie. Daarnaast begeleiden we de makers bij het aanvragen van projectgelden voor de productie van het album. Hiermee gaan we eind 2024 al van start.

2. BEST OF SEXYLAND- FESTIVAL I.S.M. ITA

Medio 2025 organiseren we het "BEST OF SEXYLAND"-festival waar makers en performers van SW samenkomen in één groot feestelijk weekend bij ITA.

3. WHO IS TALKING? I.S.M. PAKHUIS DE ZWIJGER:

Samen met Pakhuis de Zwijger organiseren we dit jaar drie talks. Dit is voor ons een Springpaard van Troje-project, omdat wij onze manier van doen en denken voorleggen aan een publiek dat minder snel op onze eigen programma's afkomt. We zijn in gesprek over het voortzetten van deze samenwerking met vier keer een Who is Talking? in 2025, waarbij we de SW-sfeer in het pakhuis brengen. Deze avonden staan in het teken van het uitlichten van nieuwe (en oude) experimentele kunstenaars en creatievelingen.

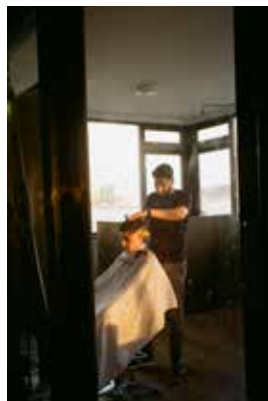
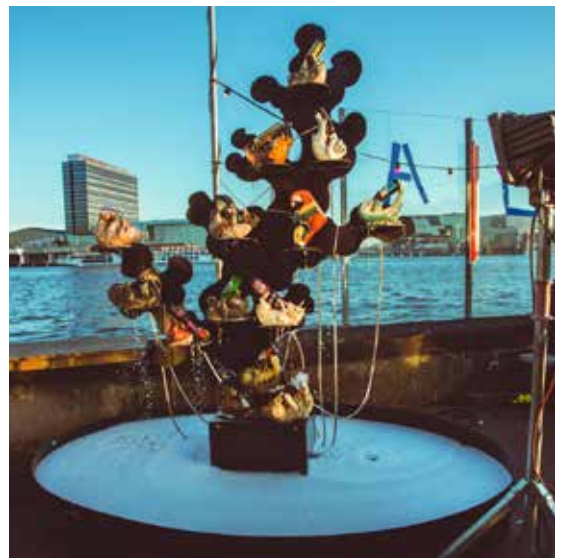
In de stad voel je de druk van commercie en grootkapitaal, de nadruk op succes, uiterlijk, groei en ego. De upperclass domineert, terwijl er een tekort is aan ruimte, tijd, reflectie, kunst en diversiteit, wat leidt tot wrevel en culturele uitdaging. SEXYLAND biedt een andere frequentie, vol diversiteit, chaotisch leven, falen, onafgewerkte zaken en gebrek aan financiën. Het is een plek van vrijheid, chaos, ruimte, liefde en plezier in samenwerking. Trots, schoonheid en verlangen naar de toekomst kenmerken de ervaringen in SEXYLAND.

Ondanks het gevoel van niet voldoen aan heersende normen, herinnert het aan het doel om niet aan de mainstream te voldoen. Dit gaat in tegen gangbare structuren, en hoewel het eenzaam kan zijn, is het juist in deze tijd essentieel.

VERPUNKTE HIPHOP

Split Records komt voort uit de succesvolle b2b-sessions die we de afgelopen jaren organiseerden. Zo brachten we eerder de live punk band White Slice en hiphop DJ Mr. Wix samen. Een magische avond waarbij iedereen muzikaal uitgedaagd werd, van gitarist tot dj tot bezoeker.





6. COMMUNICATIE EN MARKETING

De communicatie van Super SEXYLAND World (SSW) is een combinatie van centrale communicatie vanuit SEXYLAND World (SW) en decentrale communicatie (vanuit de partners en dageigenaren). Hieronder lichten we beide pijlers toe.

6.1 CENTRALE COMMUNICATIE

De centrale communicatie van SW gaat uit van drie lijnen:

1. PROMOTIE VAN PROGRAMMA:

We vieren de veelzijdigheid, diversiteit en promoten radicale gelijkheid: alle programmaonderdelen zijn gelijkwaardig en even belangrijk;

2. PROMOTIE VAN PARTNERS:

We communiceren daarnaast ook over de uniciteit van Super SEXYLAND World als locatie, door aandacht te besteden aan onze (kern)partners en de synergie/kruisbestuiving binnen het kunsthuis.

3. PROMOTIE VAN GEDACHTEGOED:

Onze positie in en voor Amsterdam is uniek en belangrijk. Zowel op het vlak van (culturele) leefbaarheid en (culturele) urgentie vervult SEXYLAND World een relevante rol in het culturele landschap van Amsterdam. Door middel van uitgesproken communicatie nemen we stelling in een steeds veranderlijker klimaat en gebruiken we het verspreiden van onze visie om gesprekken op gang te brengen, beleid te beïnvloeden en - vooral - constant te blijven strijden voor een pluriforme cultuursector en ruimte voor niet-commercieel nachtleven in de stad.

In onze communicatie is belangrijk dat openheid, enthousiasme en toegankelijkheid goed naar voren komen. Als uitgangspunt hanteren we drie pijlers, met zes kernwoorden:

EIGENAARSCHAP / COLLECTIVITEIT;

Super SEXYLAND World is van iedereen. En dus ook van jou. Iedereen draagt een steentje bij.

DIVERSITEIT / VEELZIJDIGHEID:

Super SEXYLAND World is voor iedereen. In ons kunsthuis is er een grote veelheid en variëteit aan mensen, meningen en mogelijkheden.

ONTREGELING / JUXTAPOSITIE:

Super SEXYLAND World is van en voor niemand. Bij ons is experiment de dagelijkse praktijk en de uitzondering de regel. Geen heterogene groep heeft het voor het zeggen, dus je weet nooit precies wat je gaat meemaken.

6.1.1 BELANGRIJKSTE MIDDELEN

SW heeft een bescheiden, doch effectieve marketing- en communicatiestrategie. Onze belangrijkste middelen zijn onze website en nieuwsbrief, social media (Instagram), offline-communicatie zoals posters en merchandise en uiteraard mond-tot-mondreclame. Dit laatste wordt gevoed door ons gedeelde eigenaarschap (zie paragraaf 6.2); het gevoel van persoonlijke betrokkenheid van organisatoren stimuleert de behoefte om een eigen publiek mee te nemen, een benaderingswijze die het mogelijk maakt een divers en betrokken publiek te bereiken. Vanuit onze visie is het voor ons niet interessant om reclame te maken waar heel groot onze naam op staat. Het programma, de ervaring en het collectief staan altijd voorop. Tegelijkertijd beseffen we dat promotie van SSW an sich, doorwerkt naar degenen die bij ons programmeren. Onze middelen zijn:

WEBSITE

Centraal op de website staat de agenda. Het is het belangrijkste overzicht van wat er te doen was en zal zijn. De agenda van SSW is enerzijds een afspiegeling van de culturele nood(zaak) in Amsterdam, door de dagelijks wisselende programmering van SW, anderzijds een overzicht en visitekaartje van alle partners binnen SSW.

NIEUWSBRIEF

Op twee-wekelijkse basis versturen we een nieuwsbrief (12.000 ontvangers) met het programma van de komende weken. Ook gebruiken we onze nieuwsbrief om relevante onderwerpen aan te kaarten en om onze positie in Amsterdam te benadrukken aan een breed publiek.

SOCIALS

We maken op meerdere manieren gebruik van social media (Instagram). Op wekelijkse basis delen we het programma van dageigenaren en partners, op maandelijkse basis zorgen we voor een showreel van het leven in SSW. Via onze Instagram Stories geven we dagelijks een inkijkje in ons pand en onze podia, en delen we berichten van de dageigenaren, partners, en vanuit onze community. Ons bereik groeit gestaag, van 11.000 in 2021 tot meer dan 26.000 vandaag de dag, met een hoge engagement met onze online achterban in de leeftijd van 18 tot boven de 65 jaar.

WEBSHOP

Het openen van een webshop en het maken van merchandise zien wij als een goede manier om samenwerkingen aan te gaan en opnieuw een extra podium te bieden aan de creatieve community waarin SEXYLAND World zich ophoudt. Collectieve zelfpromotie. We streven ernaar een tegengeluid te bieden aan standaard merchandise en museumwinkels.

6. COMMUNICATIE EN MARKETING

OFFLINE

SSW wil jaarrond zichtbaar zijn in de stad. Door op structurele basis poster- en wildplak-campagnes te draaien, blijven we top-of-mind bij de Amsterdammers - onze potentiële bezoekers, dageigenaren en partners. Ook zoeken we vanuit SW actief de verbinding met andere culturele podia en festivals in de stad, zoals Lente Kabinet, Dekmantel, Tolhuistuin, Pakhuis de Zwijger, Buro Stedelijk, zodat we voor onze partners ook buiten ons eigen pand voor een podium kunnen zorgen.

SSW-LICHTBORD

Het kermisachtige SEXYLAND World-lichtbord op ons dak, dat is en blijft onze grootste offline-marketing. We zijn flink gebaat bij de zichtbaarheid van onze locatie en dankzij het lichtbord zijn we zelfs een populaire toeristische attractie geworden. Met ons SEXYLAND World bord langs 't IJ trekken we de aandacht op de manier die ons het beste past: in verwarring en vol vragen blijft de toevallige voorbijganger achter. Op Instagram zijn er duizenden foto's te zien van langslappende mensen die een foto hebben gemaakt van ons bord en ons hierin hebben getagd.

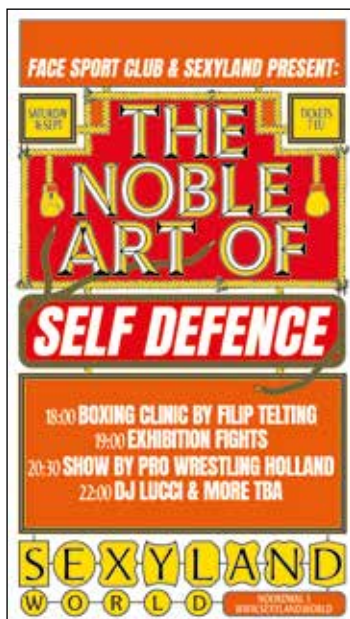
6.2 DECENTRALE COMMUNICATIE

Wij zorgen voor het grid, en de anderen vullen het in. Verder is iedereen altijd vrij om reclame te maken voor zijn programma op de manier die bij hen past. Het is mooi dat er daardoor altijd een andere stijl, typo, flyer en frequentie in de communicatie is. Het is aan de dageigenaren en partners zelf om hun publiek aan te spreken en hun achterban te mobiliseren, via hun eigen kanalen. SW helpt hen hierbij door een basis aan communicatiemiddelen te leveren, waar zij hun eigen draai aan kunnen geven.

Bij gemeenschappelijk belang, zoals pand take-overs waarin we met alle partners gezamenlijk een groot evenement organiseren, is de collectieve communicatieve kracht van SEXYLAND World een belangrijk middel om een groot publiek te bereiken.

6.3 (DE)CENTRAAL PUBLIEKSBEREIK

Door o.a. onze centrale ligging, onze eigen sterke communicatie en de communicatie van de vele (kern)partners en dageigenaren, bereikten we de afgelopen jaren een groot en divers publiek. Gebaseerd op historische cijfers, hebben we een verwachte publieksbereik berekend. Deze zijn terug te vinden in de door AFK opgestelde publieksbereik-tabel in de begroting en de bijbehorende toelichting.



7. ORGANISATIE EN FINANCIËN

De afgelopen jaren hebben we een grote slag geslagen op organisatorisch gebied. De artistiek-inhoudelijke leiding, bestaande uit Aukje Dekker en Arthur van Beek, is de afgelopen periode versterkt met een solide zakelijke en operationele tak. Na vele wissels is er stabiliteit gevonden op de positie van zakelijk leider, en tevens is er een head of operations aangesteld voor het verbinden van alle activiteiten met de afdelingen. Het onbezoldigde bestuur is bestaande uit vijf leden: Guillaume Schmidt (oprichter Patta - voorzitter), recentelijke versterking Eymert van Manen (maatschappelijk ondernemer/bestuurder - secretaris), Wiebe de Vries (fiscalist - penningmeester), Najah Aouaki (stedelijk strateeg) en Neeltje Romke de Vries (jurist) vertegenwoordigen samen de benodigde capaciteiten die duidelijke controle kunnen houden over uitvoering van het beleid door het artistiek en zakelijk team. Tot op heden is SEXYLAND World vooral afhankelijk geweest van talent op inhuurbasis, daar willen we naar de toekomst een verandering in brengen door zo veel mogelijk te verleggen naar dienstverband. We zijn klaar voor de volgende stap en nemen onze zakelijke lessen mee richting het nieuwe pand. Naast de (inhoudelijke) lessen, de aangescherpte functies voor de stad en gekaderde invulling van het nieuwe pand in dit ondernemingsplan, zijn de ontwikkeling van en verwachtingen voor de organisatie opgenomen in drie documenten:

- In de begroting zelf vindt u de exacte verwachte financiële inkomsten, uitgaven en een specificatie van o.a. publiek(sinkomsten), de teamsamenstelling in 2025 en bij het nieuwe pand, en de bijbehorende fte's.
- In de begrotingstoelichting vindt u de onderbouwing voor de verwachtingen in de begroting, zoals de organisatorische en financiële afwegingen die we voor de nieuwe locatie hebben gemaakt. Gebaseerd op én de ervaringen van de afgelopen drie jaren op de vloer én de wens om bij de nieuwe locatie financieel meer op eigen benen te staan.
- In de bijlage tijdlijn vindt u een chronologisch overzicht van onze creatieve en zakelijke activiteiten van de afgelopen jaren.



DONATION
DROP-OFF

THIS SUNDAY
25 SEPT
14:00-23:00

priority
for good
quality
men's
coats!

**COLLECTING
WARM WINTER
COATS FOR
REFUGEES
IN TER APEL**

SEXY AMSTERDAM LAND DANCE WORLD EVENT

**DANCE
IS LIFE**

**SEXYLAND
WORLD**

5 DAYS
50+ HOURS
80+ EVENTS
40+ ARTISTS

18-22
OCT
2023

DAY 1
WEDNESDAY 19

SEXYLAND
WORLD
9 AUGUST
BAR
GIJS FRIELING
900-2300

**FACE
SPORT
CLUB★**

WOENSDAG

HUISWERKBEGELEIDING
WISKUNDE

17:00 - 18:00

FIFA KIDS

18:00 - 19:00

LEZERSPORT