

# de nieuwe liefde

Beleidsplan Stichting De Nieuwe Liefde

2021 - 2024

## **Inhoud**

1. Inleiding	2
2. De Nieuwe Liefde	2
<i>Programmering</i>	2
<i>Activiteiten</i>	3
3. Doelgroepen	3
4. Financiën	5
5. Overige gegevens	5

# 1. Inleiding

De programmering van De Nieuwe Liefde komt tot stand vanuit het intrinsieke geloof in de mogelijke betekenis van taal en literatuur: in de verbindende, duidende, verbeeldende en verruimende kracht en potentie van taal en literatuur. Taal in de ruimste zin van het woord.

## 2. De Nieuwe Liefde

### **Doelstelling**

De Nieuwe Liefde is een herkenbaar (online) platform & podium in Amsterdam, waar taal en literatuur voor een breed en inclusief publiek centraal staan. In DNL laten we formats terugkeren en is er ruimte voor (jong) woordkunsts talent en urgente maatschappelijke taalprogrammering. Dat doen we uitdrukkelijk samen met taalpartners. Ons huis is gericht op een inclusieve betekenis van literatuur, met een programmering waarin de stad weerklinkt, lokaal geworteld maar met een landelijke betekenis en internationale verbindingen.

In Nederland voelt niet iedereen zich aangesproken door de term literatuur, terwijl deze kunstvorm de potentie heeft om universele verhalen te vertellen die bij iedereen weerklink vinden. Literatuur is geen streng of smal straatje maar een hele wereld, zo veelzijdig als de mensen die er wonen. En dat is wat DNL wil belichamen. Literatuur is het dorpsplein, waar allen die een verhaal willen vertellen of horen, zich verzamelen. Literatuur is het sociale commentaar op de samenleving, nauw verbonden aan wat mensen dagelijks meemaken. Literatuur biedt verbeelding en toont zo de kracht die taal bezit, met een vleugje of flinke scheut fantasie.

We bereiken onze missie door in onze programmering te zoeken waar taal, met al haar betekenissen, tot een vorm van kunst wordt. Daarbij laten we een waaier aan stemmen aan het woord, die reflecteren op de stad en de wereld. Omgekeerd vormen die stemmen zelf ook een weerspiegeling van de stad. Samen met tekstmakers, taalpuristen, woordliefhebbers, rijmprofessoren en andere deskundigen geven we literatuur relevantie en betekenis voor alle inwoners van Amsterdam. De verbeeldingskracht van taal staat centraal als gemene deler om elkaar te raken, te begrijpen en te inspireren. Dat krijgt vormen van roman tot instapoëzie, van raptekst tot podcast, van hoorspel tot tori.

### **Programmering**

De programmering krijgt vorm in drie programmaliijnen.

#### 1. Literary Society

Nieuwe literaire genres en stemmen midden in de maatschappij

In de Literary Society staat de literatuur als sociaal commentaar centraal. Met de woordkunst van uitgesproken en originele stemmen als beginpunt worden maatschappelijke onderwerpen besproken. Denk bij de titel aan de Franse literaire salons uit de 17e en 18e eeuw: door vrouwen gerunde bijeenkomsten waar dichters, schrijvers en burgers in gesprek gingen over sociaal-maatschappelijke vooruitgang. DNL nodigt woordkunstenaars als moderne troubadours en changemakers uit voor hun visie op urgente thema's. Literatuur vormt zo het instrument om te vertalen wat er in de wereld gebeurt. Tegelijk leert literatuur, als de verbeeldingskracht die taal biedt, ons naar het perspectief van een ander te luisteren.

Ook wanneer de toehoorder zich niet herkent in de hoofdpersoon, trainen andermans vertellingen empathie en begrip. Literatuur is voor ons de kunstvorm bij uitstek van waaruit we maatschappelijk gesprek starten en voortzetten.

## 2. Wat je zegt, ben je zelf

Van alledaagse taal tot woordkunst van het samenleven

In deze programmalijn programmeren we dicht bij de leefwereld van het publiek en zetten we woordkunstenaars in die bij uitstek geschikt zijn om literair licht te laten schijnen op oegenschijnlijke alledaagsheid. We benaderen taal als vergrootglas op de samenleving en de actualiteit en als instrument voor omgang en communicatie met elkaar. Door ons taalgebruik als cultuursociologisch fenomeen te onderzoeken, vullen we een leemte in het podiumlandschap. Taal is zowel cultuur als een politiek middel. Op ons podium nodigen we bezoekers uit tot zelfanalyse via hun eigen taalgebruik en analyseren we taalontwikkeling in de breedste zin van het woord: wie en wat wordt benoemd? Wat wordt vanzelfsprekend geacht? Wie voelt zich aangesproken of buitengesloten? En ook: welke overtuigingen vertalen zich op welke manier in woordgebruik en hoe duiden we dat?

## 3. Big Shots & Rising Stars

Gevestigd en jong literair en woordkunst talent on stage

Van schrijvers tot poetry slammers of InstaPoets: woordkunstenaars uit uiteenlopende genres verkrijgen steeds meer sterrenstatus. Ze brengen publieken via (social)media kanalen en op podia in vervoering en fungeren vaak als rolmodellen voor hun fans. Het is een fenomeen dat zich ook buiten de literatuur voordoet en een bepaalde functie vervult in het aanspreken van nieuwe publieken. Soms omdat ze nieuw licht op taal en woordkunst laten schijnen vanuit eigen kunstenaarschap, soms omdat zij voorlopers binnen bepaalde subculturen zijn en vanuit die positie nieuw licht laten schijnen op de kunst van het woord. DNL biedt expliciet podium aan deze grote en nog opkomende namen binnen alle literaire genres. Met speciale vermelding van auteurs van romans of geschreven poëzie, omdat zij meer dan ooit afhankelijk zijn van podia en veel schrijvers met een cultureel diverse achtergrond lastig voet aan de grond krijgen bij gevestigde poortwachters.

### **Activiteiten**

- Per kalenderjaar programmeert DNL 30 activiteiten waarvan 21 publieksprogramma's (eigen & co-producties), 4 voorstellingen en 5 educatieve activiteiten (workshops/talentontwikkeltrajecten).
- Om publieksprogramma's te ontwikkelen sluit DNL partnerschappen met toonaangevende media en maatschappelijke spelers.
- De activiteiten op het podium zijn cross-disciplinair, progressief en verbindend.
- DNL streeft naar 15% internationale podiumgasten.

## 3. Doelgroepen

We werken met zeven doelgroepen die we uitgewerkt hebben in personen. Bij uitbreiding van publiek focussen we op BONNE, AARON, LI, YASSIN en FLEUR. Die doelgroepen bereiken we vooral online, via sociale kanalen en samenwerkingspartners. Behoud van het publiek is gericht op MARIETTE en WILLEM, die we bereiken via traditionelere media, boekhandels en onze

Da Costakade 102  
1053 WP Amsterdam  
+31 (0) 20 589 1680  
info@denieuweliefde.com  
www.denieuweliefde.nl

nieuwsbrieven. Ook besteden we speciale aandacht aan het bereiken van ‘de niet-lezer’ en dan vooral de jongere stadsbewoners (18-34 jaar).

**FLEUR (26 jaar):** Droomt ervan een boek te schrijven. Is net klaar met haar studie maar is gedreven om te blijven leren. Ze komt graag naar ‘makers’ luisteren. Ze laat zich inspireren en leest graag de Gids, Hard//Hoofd en gaat ook naar Perdu.

Targeting via media voor studenten, (online) plekken waar studenten samenkomen, Spui 25, Hebban en andere fora voor recensies.

**AARON (32 jaar):** Ging altijd naar literatuurfest van Das Mag, bezoekt veel cultuur samen met anderen, het ‘er zijn geweest’ is een motivatie om te komen. Hij is maatschappelijk betrokken en wil programma’s die vernieuwende inzichten geven.

Targeting via media over uitgaan in Amsterdam en influencers rondom nieuwe trends en ontwikkelingen in letteren, via partners Museumnacht of De Groene Amsterdammer.

**BONNE (30 jaar):** Geïnteresseerd in mode of muziek, meer dan in ‘taal’. Hij komt af op programma’s die raken aan zijn interesses of lifestyle. Dit kan zijn omdat het bijvoorbeeld gaat over songteksten, graffiti of spoken word.

Targeting via partners die staan voor een lifestyle, bijvoorbeeld Topnotch of Daily Paper, muziek media en influencers die bepaalde lifestyle promoten.

**MARIETTE (67 jaar):** Leest graag boeken, liefst van papier. Ze heeft een e-reader zodat ze op vakantie veel boeken mee kan nemen. Zit in een boekenclub met vriendinnen. Wil haar favoriete schrijvers ontmoeten of horen voordragen.

Targeting via opiniërende media, kranten, partners als Onze taal, Athenaeum Boekhandels, Parool en bibliotheken.

**WILLEM (59 jaar):** Docent Nederlands en een ‘mierenneuker’ op het gebied van taal, zoals zijn dochter het zegt. Hij staat conservatief tegenover veranderingen in de Nederlandse taal.

Targeting via onze mediapartners, kranten, De Taalstaat, Onze taal, De Groene, Athenaeum Boekhandels en bibliotheken.

**LI (28e jaar):** Dubbeltaler en tweede/derde generatie van migrantenouders óf kinderen uit gemengde gezinnen. Ze zijn opgevoed met een andere taal naast de Nederlandse taal.

Targeting via Oneworld, lilithmag.nl, social media, achterban van nieuwe generatie schrijvers zoals Tirza With en ‘influencers’ zoals Sayonara Stutgard.

**YASSIM (48 jaar):** Leest graag en niet de standaard Canon. Hij bezoekt Nacht van de Arabische Literatuur, Read My World of het International Literature Festival Utrecht. Hij houdt van documentaires en theater, met een internationale blik.

Targeting via partners zoals RMW, Mezrab, kranten, (projecten van) Rose stories, OBA (Huis van alle talen).

Da Costakade 102  
1053 WP Amsterdam  
+31 (0) 20 589 1680  
info@denieuweliefde.com  
www.denieuweliefde.nl

## 4. Financiën

De Nieuwe Liefde 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 DNL uit in opdracht van Stichting De Nieuwe Liefde. Dat doet ze conform een opdrachtovereenkomst, met inachtneming van door financiers verstrekte financiële en inhoudelijke voorwaarden.

Stichting De Nieuwe Liefde 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 De Nieuwe Liefde				
	B21	B22	B23	B24	B25
(€ x 1.000)					
<b>Opbrengsten</b>					
Kaartverkoop	11	25	26	27	28
Subsidies programma's	71	73	73	80	84
Donaties/giften	1	1	1	1	1
Opbrengsten	83	99	100	108	113
<b>Besteed aan de doelstelling</b>					
Verstrekking financiële bijdragen	77	93	94	102	107

Zie de jaarrekeningen van Stichting De Nieuwe Liefde voor een gedetailleerd overzicht van de kosten en baten.

## 5. Overige gegevens

Stichting De Nieuwe Liefde is opgericht op 4 juni 1980 en is statutair gevestigd te 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 4120088. Da Costakade 102 | 1053 WP Amsterdam | 020 589 16 80

Stichting De Nieuwe Liefde is aangemerkt als Culturele ANBI

RSIN 005261533

Da Costakade 102  
1053 WP Amsterdam  
+31 (0) 20 589 1680  
info@denieuweliefde.com  
www.denieuweliefde.nl