

Begroting inclusief dekkingsplan Opera Sing Along plus publieksontwikkeling van het festival

| KOSTEN | | | | | DEKKINGSPLAN | | | | |
|---|---------------|--------------------|----------|------------------|-----------------------------------|----------|------------------|-----------------|--|
| Opera Sing Along - participatiedag | aantal | (uur)tarief | bedrag | subtotaal | | | % | status | |
| Internationaal Vocalisten Concours - gage voor 4 solisten | 4 | € 3.750 | € 15.000 | € 15.000 | Subsidie | | | | |
| Brabant Koor | | | | € 13.380 | Gemeente 's-Hertogenbosch | | | | |
| <i>Betrekken van amateurzangers en -koren</i> | | | | | meerjarige cultuursubsidie | € 33.500 | € 33.500 | 30% toegezegd | |
| Projectleiding (Mieke Kanters) | 20 | € 60 | € 1.200 | | Vrienden van Philzuid | € 12.500 | € 12.500 | 11% toegezegd | |
| Workshops dirigent (Louis Buskens) | 8 | € 99 | € 792 | | | | | | |
| Workshops repetitor (Ben Martin Weijand) | 8 | € 76 | € 608 | | Fondsen | | € 65.000 | | |
| Assistent projectleiding (Tabu Elstgeest) | 8 | € 35 | € 280 | | ASML x BrabantC | € 45.000 | | 41% in aanvraag | |
| Crew catering bij workshops en Opera Sing Along | | | € 250 | | Het Cultuurfonds afdeling Brabant | € 10.000 | | 9% in aanvraag | |
| Locatiekosten voor workshops (2) | | | € 250 | | Stichting Nelissen-Smit Fonds | € 5.000 | | 5% in aanvraag | |
| <i>Uitvoering Sing Along incl orkestrepetitie obv offerte</i> | | | € 10.000 | | Bijdrage Den Bosch Partners | € 5.000 | | 5% in aanvraag | |
| Locatie en faciliteiten | | | | € 55.000 | | | | | |
| Podium op de Parade | | | € 50.000 | | | | | | |
| Huur ruimte voor doorloop - generale repetitie met orkest, solisten en koor | stelpost | | € 1.000 | | | | | | |
| Technici licht en geluid tegen dagtarief | 2 | € 500 | € 1.000 | | | | | | |
| Materiaal licht en geluid (extern/huur) | stelpost | | € 1.000 | | | | | | |
| Beveiliging (dagtarief) | 3 | € 500 | € 1.500 | | | | | | |
| Verzekering | | | € 500 | | | | | | |
| Vergunning - leges | | | pm | | | | | | |
| Publieksontwikkeling voor het gehele festival | aantal | (uur)tarief | | € 22.480 | TOTAAL | | € 111.000 | | |
| Marketeer - regionaal | 40 | € 37 | € 1.480 | | | | | | |
| Medewerker fondsenwerving (extern) | 1 | € 5.000 | € 5.000 | | | | | | |
| Fotografie (extern) | 1 | € 300 | € 300 | | | | | | |
| Extern bureau (landelijke PR - festivalbreed) | | | € 6.500 | | | | | | |
| Vormgever | | | € 1.500 | | | | | | |
| Advertentie/campagnekosten - YT Fb Insta | | | € 1.700 | | | | | | |
| Drukwerk - o.a. posters, flyers, programmaboekje | | | € 1.000 | | | | | | |
| Publieksonderzoek & data analyse (extern) | | | € 5.000 | | | | | | |
| Onvoorzien (circa 5%) | | | € 5.140 | € 5.140 | | | | | |
| TOTAAL | | | | € 111.000 | TOTAAL | | € 111.000 | | |

| Toelichting op de begroting |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> Deze begroting is exclusief BTW Alle kosten in deze begroting zijn in cash. De inzet van medewerkers van de partners is niet zichtbaar in deze begroting om deze niet onnodig 'op te blazen' |
| Opera Sing Along |
| <ul style="list-style-type: none"> In het eerste deel van de begroting staan de kosten voor de participatiedag - Opera Sing Along. Het tweede deel betreft de kosten voor publieksontwikkeling Alle partners onderschrijven de Fair Practice code. Het grootste deel van deze uitgaven gaat daarom naar marktconforme honoraria van de uitvoerenden: de gages van de solisten, dirigent, repetitor, musici en de kosten van de projectleiding en marketeers. Waar het gaat om kosten van externe deskundigheid: deze posten zijn gebaseerd op ervaringscijfers van voorgaande edities van het festival (na de corona-pandemie) + indexatie De kosten voor het deelproject 'verbinden met het amateurveld' bedragen € 3380,- Hiervoor wordt een opdracht verstrekt aan Brabant Koor De kosten voor het podium en faciliteiten op de Parade, beveiliging/veiligheid, evenementenvergunning (leges) zijn verdeeld over de twee dagen van het festival. |
| Publieksontwikkeling: versterking en uitbreiding van de marketing |
| Voor 2026 is het budget voor marketing significant hoger met als doel om het festival daadwerkelijk bovenregionale / landelijke naamsbekendheid te geven. We schakelen een extern bureau in voor de opzet en implementatie van het publieksonderzoek, zodat we meten in hoeverre dit doel gehaald wordt. Deze expertise is bij geen van de partners in voldoende mate aanwezig. |