

JAARVERSLAG 2023

EDITIE 12: LOADING...
REVEALING ART, AI AND TECH

INHOUD

VOORWOORD	3	BIJLAGEN	29
		Partners Amsterdam Light Festival	30
		Infographic Editie 12	31
1. AMSTERDAM LIGHT FESTIVAL IN 2023	5		
1.1 Stichting Amsterdam Light Festival	6		
1.2 Missie en visie	7		
1.3. Strategische keuzes en kernactiviteiten	8		
2. AMSTERDAM LIGHT FESTIVAL EDITIE 12	10		
2.1 Thema	11		
2.2 Kunst	12		
3. MAATSCHAPPELIJK ENGAGEMENT	15		
3.1 Educatie	16		
3.2 Gouden Dagen-ouderenproject	17		
3.3 Hoftuin	18		
3.4 Inclusie en duurzaamheid	18		
3.5 Bewoners	19		
4. PRODUCTEN, BEDRIJFSVOERING EN ORGANISATIE	21		
4.1 Bezoekersbeleving	22		
4.2 Communicatie en PR	23		
4.3 Medewerkers	23		
4.4 Huisvesting	25		
4.5 Financiën	25		
4.6 Steun voor Nederlandse kunstenaars	26		
4.7 Governance: bestuur en toezicht	27		

VOORWOORD

Bijgaand presenteren wij het jaarverslag van Stichting Amsterdam Light Festival. Deze twaalfde editie van het festival, met als thema 'LOADING... Revealing Art, AI and Tech', heeft opnieuw de grachten en straten van Amsterdam verlicht en velen geïnspireerd.

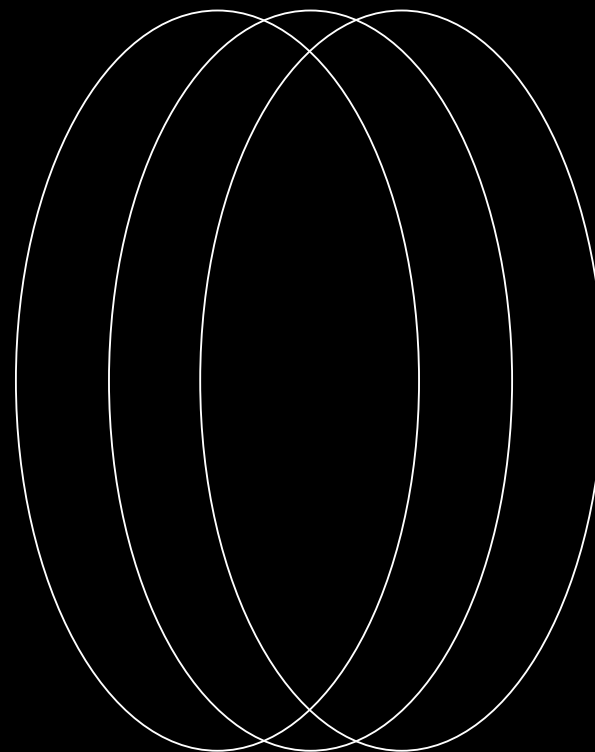
Ons festival stelt zich ten doel een zo breed mogelijke doelgroep te bereiken, inclusief diegenen die minder vaak deelnemen aan andere culturele activiteiten. Evenementen zoals het onze zijn dan van onschatbare waarde; ze bieden inspiratie, creëren onverwachte ontmoetingen en verbindingen, en geven ruimte aan nieuwe makers om zichzelf te uiten en te vernieuwen.

Ons festival is, met een combinatie van gratis toegankelijke en betaalde belevingen, een belangrijk onderdeel van de culturele sector. Het heeft internationale erkenning gekregen met de [d]arc award voor Best Creative Lighting Event van 2023, nationale impact en een diepe lokale verbondenheid. De positieve reacties en brede belangstelling, van buurtbewoners tot internationale kunstkenners, motiveren ons om te blijven vernieuwen en te verdiepen.

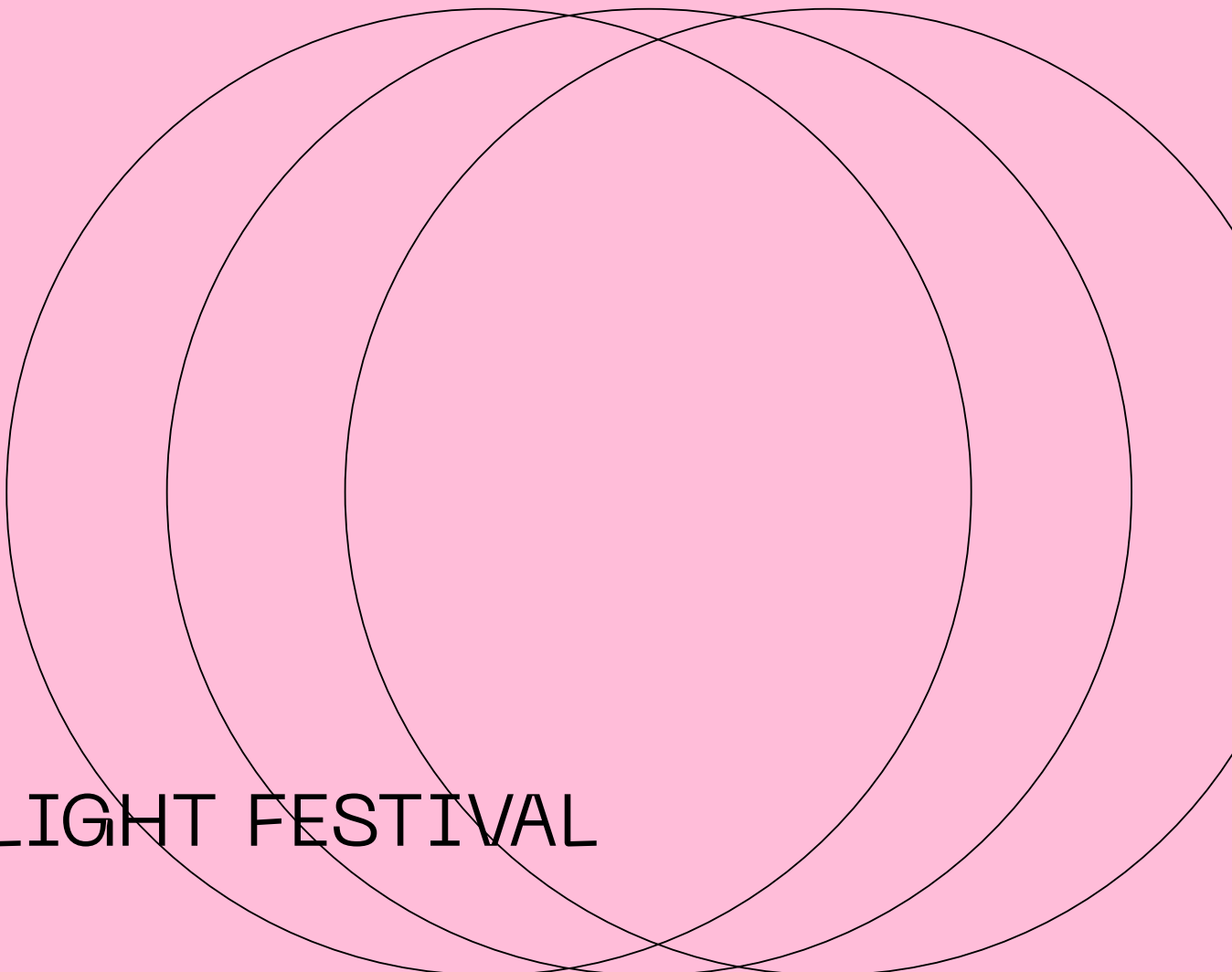
Het festival kan deze positie innemen dankzij de samenwerking met meer dan honderd partners. Namens het gehele team van Stichting Amsterdam Light Festival danken wij u hartelijk voor uw steun en betrokkenheid. Samen maken we van dit festival een jaarlijks hoogtepunt waar kunst en technologie op unieke wijze samenkomen.

Frédérique ter Brugge
Directeur

Felix Guttman
Voorzitter





Three thin black circles of equal size are arranged horizontally, overlapping each other. The leftmost circle is partially cut off by the edge of the frame. The middle circle is fully visible and overlaps with both the left and right circles. The rightmost circle is also partially cut off by the edge of the frame.

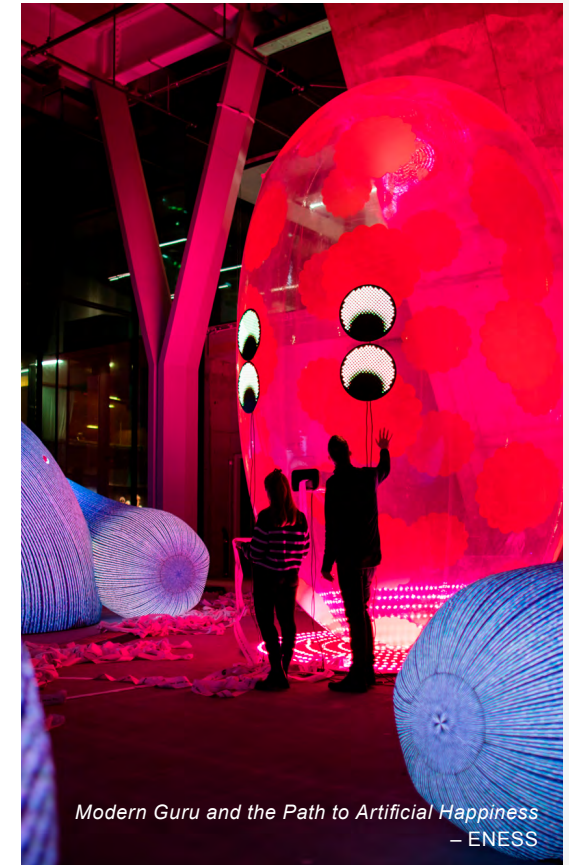
1. AMSTERDAM LIGHT FESTIVAL IN 2023

1. AMSTERDAM LIGHT FESTIVAL IN 2023

Co-creatie is de kern van het festival

1.1 STICHTING AMSTERDAM LIGHT FESTIVAL
Voor de twaalfde keer op rij heeft Amsterdam Light Festival (een culturele ANBI-stichting) winters Amsterdam verrijkt met lichtkunstwerken die specifiek voor de stad en het festival door internationale kunstenaars gemaakt zijn. De kern van de organisatiefilosofie van onze stichting is het co-creëren: we werken samen met veel uiteenlopende stakeholders in alle onderdelen van het festival en versterken elkaar om tot een gelaagd verhaal te komen dat een grote groep mensen aanspreekt.

Naast creativiteit en technische kwaliteit hebben wij maatschappelijke betrokkenheid hoog in het vaandel staan. Dit wordt geborgd door ons strategisch op het gebied van sociaal-maatschappelijke thema's, en operationeel actief te verbinden aan de (artistieke) kennis van specialisten. Zo inspireren wij onszelf continu, blijven we flexibel genoeg om mee te bewegen met de samenleving en artistiek genoeg om de samenhang te waarborgen en te versterken.



1. AMSTERDAM LIGHT FESTIVAL IN 2023

1.2 MISSIE EN VISIE

Onze missie is de universele taal van lichtkunst in de openbare ruimte gebruiken om mensen te verbinden en te verrijken. Dat doen we vanuit de visie dat je kunst breed toegankelijk moet maken en het zo dichtbij mogelijk naar mensen toe moet brengen, omdat we geloven dat interventies in de vertrouwde omgeving zorgen voor nieuwe energie en inzichten.

Door lichtkunst in de stedelijke openbare ruimte te presenteren, kunnen we impact maken bij een brede doelgroep: in de stad en in de digitale wereld. Zo kunnen we een positieve bijdrage leveren aan eigentijdse uitdagingen van bewoners en bezoekers van de stad.

Daar zetten we onze kernwaarden voor in. We zijn creatief, want lichtkunst programmeren in en op het water van Amsterdam vraagt om permanente creativiteit en vindingrijkheid: artistiek, technisch en organisatorisch.

We zijn laagdrempelig, want als cultureel festival in de openbare ruimte staan wij midden in de maatschappij. Wij zijn er voor iedereen. We delen en verbinden.

**Kunst breed toegankelijk maken
en zo dichtbij mogelijk bij het
publiek brengen**



We zijn ondernemend, want wij koesteren onze oorsprong in het netwerk van Amsterdamse ondernemers. Niet voor niets nemen we het voortouw in het creëren van langdurige en actieve samenwerkingen met (culturele) instituten, bedrijven en andere organisaties. Ons model van ‘corporate crowd funding’ waarbij het bedrijfsleven solidair het grootste deel van de kosten van het festival draagt, en daar baat bij heeft, zet al twaalf jaar een voorbeeld voor vele culturele instellingen.

En we zijn verantwoordelijk, want onze maatschappelijke missie en aanwezigheid in de openbare ruimte brengt verantwoordelijkheden met zich mee die wij omarmen. Amsterdam Light Festival is er voor Amsterdam.

1. AMSTERDAM LIGHT FESTIVAL IN 2023

Wij willen lichtkunst in de openbare ruimte voor de gehele stad verzorgen

1.3 STRATEGISCHE KEUZES EN KERNACTIVITEITEN

Amsterdam Light Festival kan niet bestaan zonder Amsterdam en de kenmerkende rol van water in de stad. Daarom zal het festival altijd een anker hebben in het centrum, met haar grachtengordel en andere waterwegen, bruggen en kades, en natuurlijk de indrukwekkende grandeur van de historische architectuur en infrastructuur.

De kunstroute in het hart van Amsterdam blijft centraal staan. Wij zijn er voor alle Amsterdammers en hebben een brede doelgroep, dus kijken we ook naar andere stadsdelen en buurten. De wens en behoefte om te decentraliseren en pionieren op plekken waar we niet eerder zijn geweest, bestaat al langer: wij willen lichtkunst in de openbare ruimte voor de gehele stad verzorgen. Dat doen we al door het ontwikkelen van permanente lichtkunstprojecten in Nieuw-West, Zuidoost, Noord en Weesp. Het verbindt en verrijkt mensen en heeft een positieve invloed op buurt en samenleving. Door buiten de ring de handen ineen te slaan met nieuwe partners en instellingen, hopen we niet alleen op creatieve samenwerkingen, maar ook op frisse en waardevolle inzichten die zowel festival als organisatie verder brengen. Positieve synergie, artistieke waarde, menselijke verbondenheid en lokale impact.

Naast het jaarlijkse festival houden wij ons bezig met de plaatsing van permanente kunstwerken in de openbare ruimte, zoals hierboven al even werd aangestipt. Inmiddels hebben een aantal werken vanuit de collectie een vaste plek gekregen in Amsterdam. Van de Sloterpas tot aan Stadsdeel Zuid, er is overal een stukje Amsterdam Light Festival te vinden. Ook ontwikkelen we lichtkunst als grote opdrachtgever voor kunstenaars van over de hele wereld. De werken worden speciaal voor Amsterdam gemaakt en daarna opgenomen in onze lichtkunstcollectie. Het team van Light Art Collection zorgt ervoor dat de kunstwerken nieuwe podia krijgen. Inmiddels is de collectie de hele wereld afgereisd, van Londen en Baltimore, tot Adelaide en Riyad.

Als organisatie delen wij graag onze kennis, en werken we eveneens graag samen met partijen waar wij van kunnen leren. Zo zijn bijvoorbeeld de Universiteit van Amsterdam, de Vrije Universiteit en Rijksuniversiteit Groningen kennispartners.

We zijn beschikbaar voor advies en inspiratie over lichtkunst en doen dat al meer dan een decennium voor uiteenlopende partijen en opdrachtgevers. Het ontwikkelen en plaatsen van lichtkunst is een zeer specifieke aangelegenheid. We zijn enthousiast en gemotiveerd om te adviseren over bijvoorbeeld de ontwikkeling van nieuwe werken voor een speciale gebeurtenis of plek, over het plaatsen van een werk in relatie met de omgeving en hedendaagse vraagstukken. Daarnaast delen we deze kennis door middel van het geven van gastcolleges en lezingen.



Is It Really You? – Studio MAST

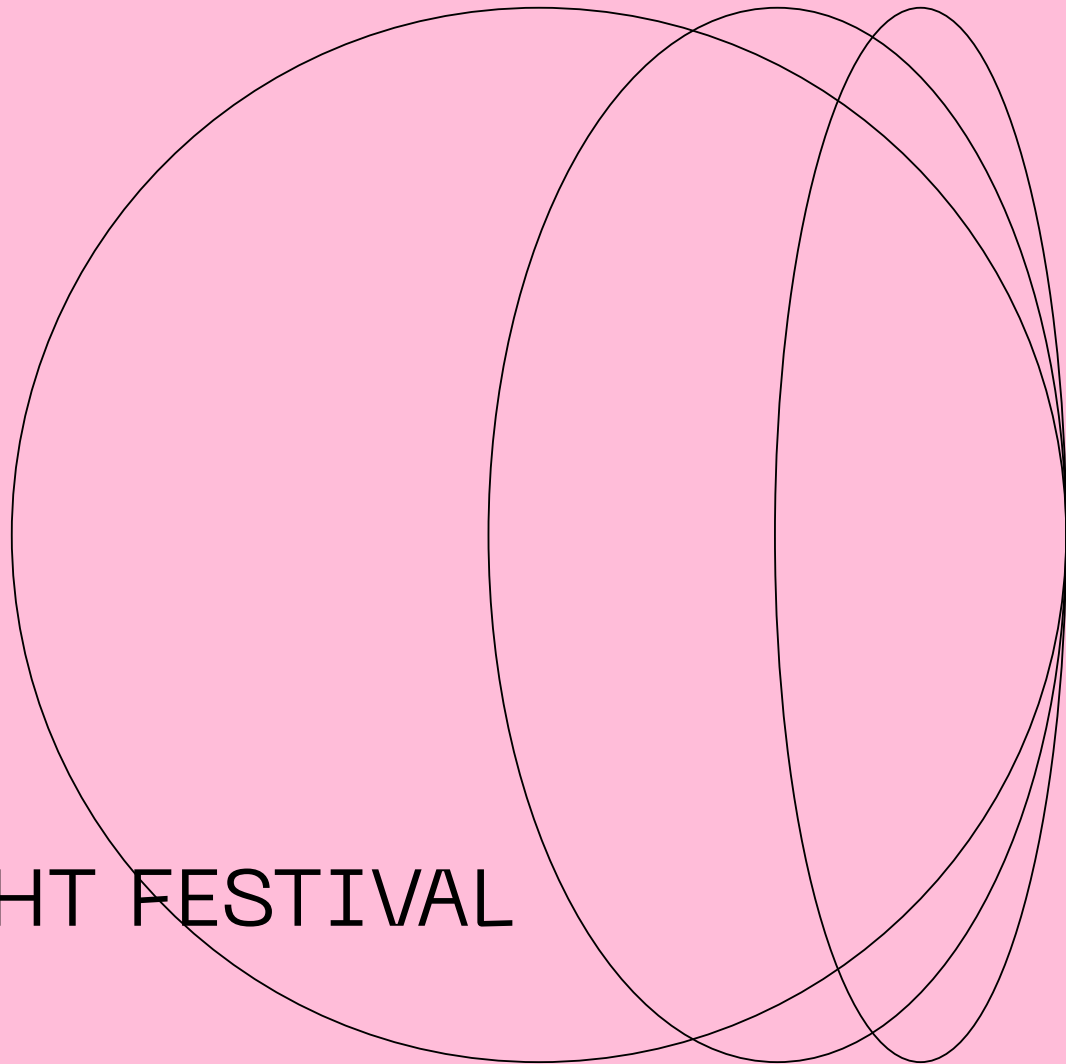


Phyllotaxis – Macular: Daan Johan & Joris Strijbos



my absence is your presence – Mischa Kuball

2. AMSTERDAM LIGHT FESTIVAL EDITIE 12



2. AMSTERDAM LIGHT FESTIVAL EDITIE 12

Wat is de impact van AI op ons menselijk zijn?



2.1 THEMA

Voor Editie 12 hebben we kunstenaars gevraagd om na te denken over het effect van technologie en kunstmatige intelligentie (ook wel AI) op ons alledaagse leven. Hoe we communiceren, contact leggen en creëren, wordt allemaal beïnvloed door technologie en AI. Wat is de impact hiervan op ons menselijk zijn? Hoe verandert de samenleving en maatschappij door deze digitale evolutie? En waar liggen de grenzen? De verschillende perspectieven worden belicht tijdens Editie 12, met het thema 'LOADING... Revealing Art, AI and Tech'.

We gaan dieper in op onze relatie met personal tech, de mobiele telefoon voorop – we kunnen niet meer zonder, maar wees eerlijk, soms wil je dat ding in de gracht smijten. Ook onderwerpen als zwermintelligentie, zelflerende algoritmes, gezichtsherkenning en motion-capture passeren de revue. Editie 12 is een vertaling van, of commentaar op die alomvattende en overal aanwezige technologie waar we zo op vertrouwen, die zo onlosmakelijk verbonden is met ons dagelijks leven.

2. AMSTERDAM LIGHT FESTIVAL EDITIE 12



2.2 KUNST

De kunst van iedere editie wordt gecureerd aan de hand van inzendingen van de Open Call. Daarnaast nodigen wij kunstenaars uit om deel te nemen, omdat hun werk bijvoorbeeld bijzonder goed past binnen de thematiek van die editie of omdat ze met hun artistieke kwaliteit toegevoegde waarde hebben. Nagenoeg elk werk wordt speciaal voor het festival gemaakt en is daarom dan ook exclusief te zien in Amsterdam.

Tijdens de Open Call kunnen creatieven en kunstenaars van over de hele wereld een concept voor een lichtkunstwerk insturen. Zowel professionals als nieuwkomers kunnen meedoen. Na de deadline vindt een zorgvuldige selectieprocedure plaats en wordt een twintigtal concepten vervaardigd tot volwaardige lichtkunstwerken, die onderdeel zijn van de festivalroute. Dit alles gebeurt onder technische begeleiding en voor rekening van het festival.

We moedigen creatieven en kunstenaars met diverse achtergronden, genderidentiteiten en etniciteiten aan om mee te doen. Het aantal inzendingen dat wij ontvangen loopt in de honderden, die allemaal worden bekeken door het artistieke en curatoriale team. Een onafhankelijke jury van (thema)experts komt samen met Amsterdam Light Festival tot de definitieve selectie.

De uiteindelijke route van Editie 12 bestond uit 24 kunstwerken. Meer informatie over de werken en de kunstenaars is [hier](#) te vinden.





Absorbed by Light – Gali May Lucas



City Camouflage – Marleen Sleeuwits

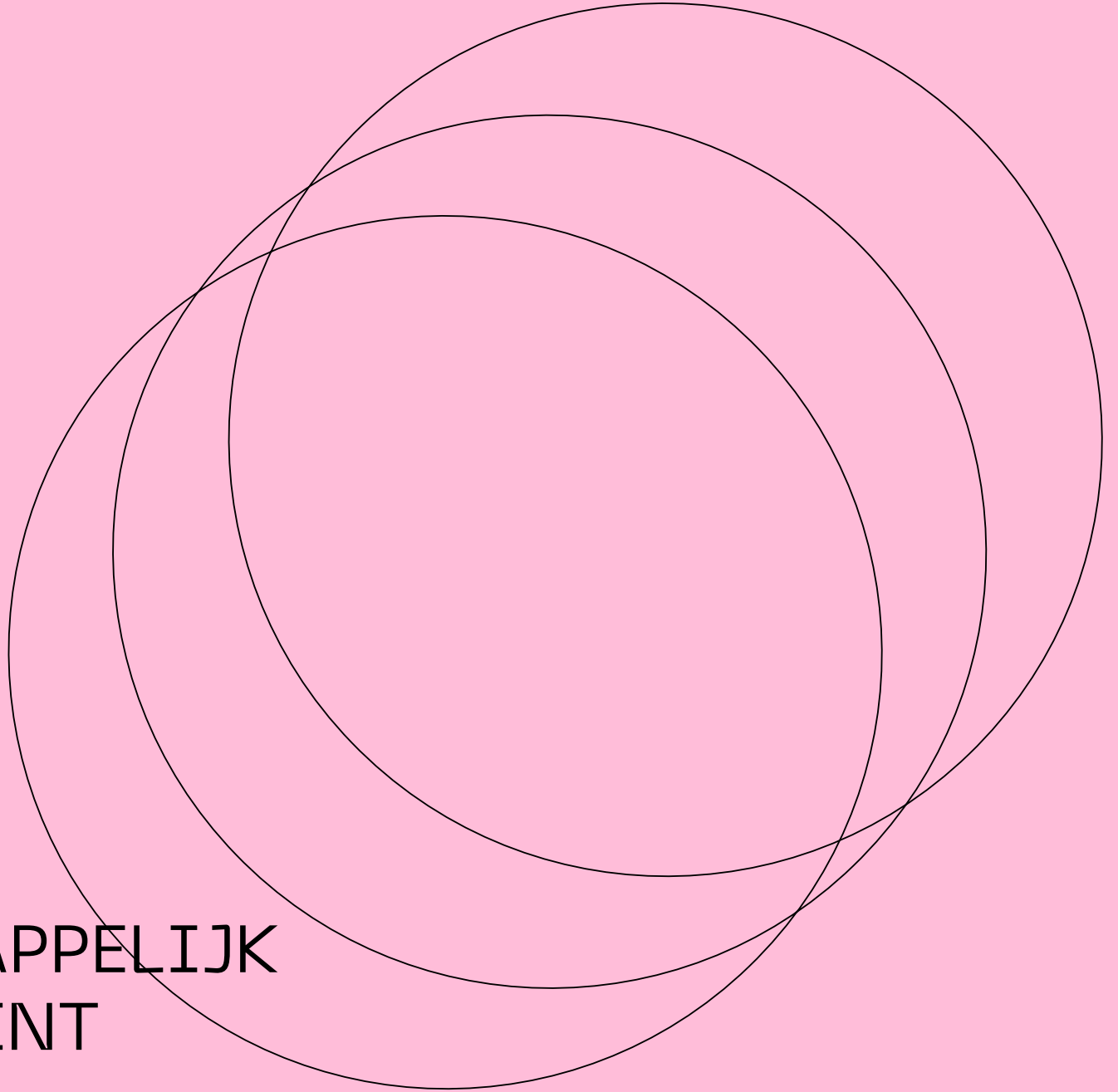


GOUDEN BOCHT – Peter Vink



Chairwave – VOUW

3. MAATSCHAPPELIJK ENGAGEMENT



3. MAATSCHAPPELIJK ENGAGEMENT

Meer dan 1500 Amsterdamse leerlingen doen mee

3.1 EDUCATIE

Al sinds de eerste editie van 2012 zetten we ons actief in voor het enthousiasmeren van een nieuwe generatie over (licht)kunst en ontwikkelen we speciaal voor het primair onderwijs een educatieproject. We werken sinds Editie 11 (2022-2023) nauw samen met Projectbureau Bruggen en Kademuren van Gemeente Amsterdam en technische bouwpartners, die actief deelnemen aan het project.

Zo'n 1500 basisschoolleerlingen, in de leeftijd van acht tot twaalf jaar, van 55 scholen uit alle Amsterdamse zeven stadsdelen, leren in een viertal workshops over creativiteit, techniek en licht als kunstvorm. In het educatieproject komen kunst, wetenschap, techniek en burgerschap samen. De leerlingen werken samen met een kunstenaar aan een van de kunstwerken in de route en maken zo deel uit van een groot cultureel festival in de eigen stad. Dit jaar was dat het werk Next Connection van Yasser Balleman. Hij nodigde kinderen echt contact te maken met elkaar en te vertellen waar zij hun blik op richten. Het leverde grappige en ontroerende inzichten op, die op verschillende manieren werden toegepast in het werk.

Het project wordt feestelijk afgesloten met een afsluitende workshop tijdens een rondvaart waarbij de kinderen hun ouders of verzorgers mogen meenemen en zij het verhaal van de editie vertellen.



3. MAATSCHAPPELIJK ENGAGEMENT

3.2 GOUDEN DAGEN-OUDERENPROJECT

Die Gouden Lichttour is onderdeel van ons partnerschap met Gouden Dagen, de stichting die gevoelens van eenzaamheid onder ouderen tegengaat. Na de pilot in Editie 11, hebben we de handen ineengeslagen voor een grotere samenwerking, waarbij uiteindelijk meer dan driehonderdmensen hebben meegedaan.

Geïnspireerd door de inventiviteit en de duidelijke behoefte van mensen om met elkaar in contact te blijven, hebben we samen De Gouden Lichttour ontwikkeld. Binnen dit project krijgen Amsterdammers de kans om in hun eigen straat bij een (eenzame) oudere aan te bellen

en ze uit te nodigen om mee te gaan naar de Gouden Lichttour, met het doel om samen de kunstroute te bezoeken en wellicht duurzaam contact op te bouwen.

Dit jaar vond de Gouden Lichttour plaats op 15 januari, Blue Monday. Tijdens de rondvaarten genoten de ouderen van de route, terwijl deelnemende kinderen van het educatieproject fungeerden als gidsen en vertelden wat zij geleerd hebben over licht, kunst, de stad en natuurlijk hun 'eigen' kunstwerk. Zo verbinden we generaties door middel van kunst.



**Unieke rondvaart gaat
eenzaamheid onder ouderen tegen**

3. MAATSCHAPPELIJK ENGAGEMENT

3.3 HOFTUIN

De Hoftuin, een fotogenieke binnentuin in het hart van Amsterdam, fungeerde dit jaar als centrale festival hub. De tuin hoort bij de Protestantse Diaconie die hier is gehuisvest. Tijdens de kerstvakantie waren er twee extra kunstwerken te zien. Bezoekers konden een hapje en een drankje nuttigen, informatie krijgen bij onze vrijwilligers en genieten van een diner bij onze horecapartner Dignita.

Festival hub geslaagde toevoeging

De toevoeging van de Hoftuin als festival hub was uiteindelijk zeer succesvol. Ondanks dat we een aantal dagen dicht moesten wegens extreme regenval, verwelkomden we dagelijks duizenden bezoekers. We organiseerden ook een speciale openingsavond voor omwonenden, waarbij we het publiek niet alleen meer vertelden over de kunst en kunstenaars maar bovendien over de thematiek. Daarnaast spraken er mensen van de Diaconie en Dignita over hun (gedeelde) idealen en kwamen we meer te weten over de geschiedenis van de plek.

3.4 INCLUSIE EN DUURZAAMHEID

Inclusie en duurzaamheid zijn ook in 2023 een aandachtspunt gebleven. De verscheidenheid aan mogelijkheden om verlicht te worden door de kunst is versterkt met de festival app. Verder is het educatieproject wederom een impactvolle verbinding met jonge Amsterdammers

uit veel verschillende stadsdelen. De verbinding tussen jong en oud is versterkt door de Gouden Lichttour. Dit project is ontstaan in 2022 en gegroeid in 2023. Daar zijn we zeer trots op.

In 2022 hebben ruim 20 festivals in Europa het ILO Sustainable Manifesto ondertekend, waaronder Amsterdam Light Festival. Dit manifest is opgesteld door de internationale branchevereniging International Lightfestival Organisation (ILO) om wereldwijd een bijdrage te leveren aan de verduurzaming van lichtfestivals. Door het ondertekenen, committeren wij ons als festival aan het verduurzamen van onze werkzaamheden in Amsterdam en het uitdragen van kennis daarover. Festivaldirecteur Frédérique ter Brugge is bestuurslid van deze branchevereniging.

Concreet betekent dat voor onze energieconsumptie dat wij waar mogelijk alleen LED-verlichting toepassen en alleen bij hoge uitzondering neonlicht. We gebruiken altijd (groene) netstroom, vanzelfsprekend geen dieselaggregaten, en nieuw aan te leggen energiepunten blijven voor de buurt beschikbaar. De vaarbeleving wordt uitgevoerd door Official Partners met boten die inmiddels grotendeels voorzien zijn van een elektrische motor. Wij gaan voor 100% elektrisch in 2025. Lees er [hier](#) meer over.

Een groot deel van de kunstwerken wordt na afloop van het festival herplaatst of krijgt een permanente plek. Van de kunstwerken die na het festival niet herplaatst kunnen worden, wordt het materiaal

3. MAATSCHAPPELIJK ENGAGEMENT

gescheiden en zoveel mogelijk gerecycled. Banieren en overige buitencommunicatie worden jaarlijks hergebruikt. Bij slijtage geven we ze aan een kunstenaar of instelling die deze gebruikt.

De focus ligt op digitale communicatie in plaats van gedrukte middelen. Naast een digitale kaart bieden wij, vanuit het oog van inclusiviteit, nog wel in bescheiden oplage een geprinte kaart aan, in het Nederlands en het Engels. In totaal werden er afgelopen editie zo'n tweeduizend stuks verkocht.

3.5 BEWONERS

Gedurende de gehele festivalcyclus betrekken wij bewoners langs de route in het proces. Dat doen wij onder meer door huis-aan-huis informatie te verstrekken, een e-mail-listing op te stellen en lichttesten te doen.

Ook organiseren van bewonersbijeenkomsten, waarbij we vertellen over praktische en logistieke zaken, maar bewoners ook meenemen in het verhaal van het thema en de kunstwerken. Bewoners kunnen daar ook terecht met vragen, opmerkingen en andere feedback. We richten ook een WhatsApp-groep in voor directe communicatie en bieden een bewonersvaart aan.

Deze editie is alles vlekkeloos verlopen, met een heel prettige relatie tot gevolg. We zijn er trots op dat er nul klachten binnengekomen zijn over overlast.





0,12 – Aram Bartholl



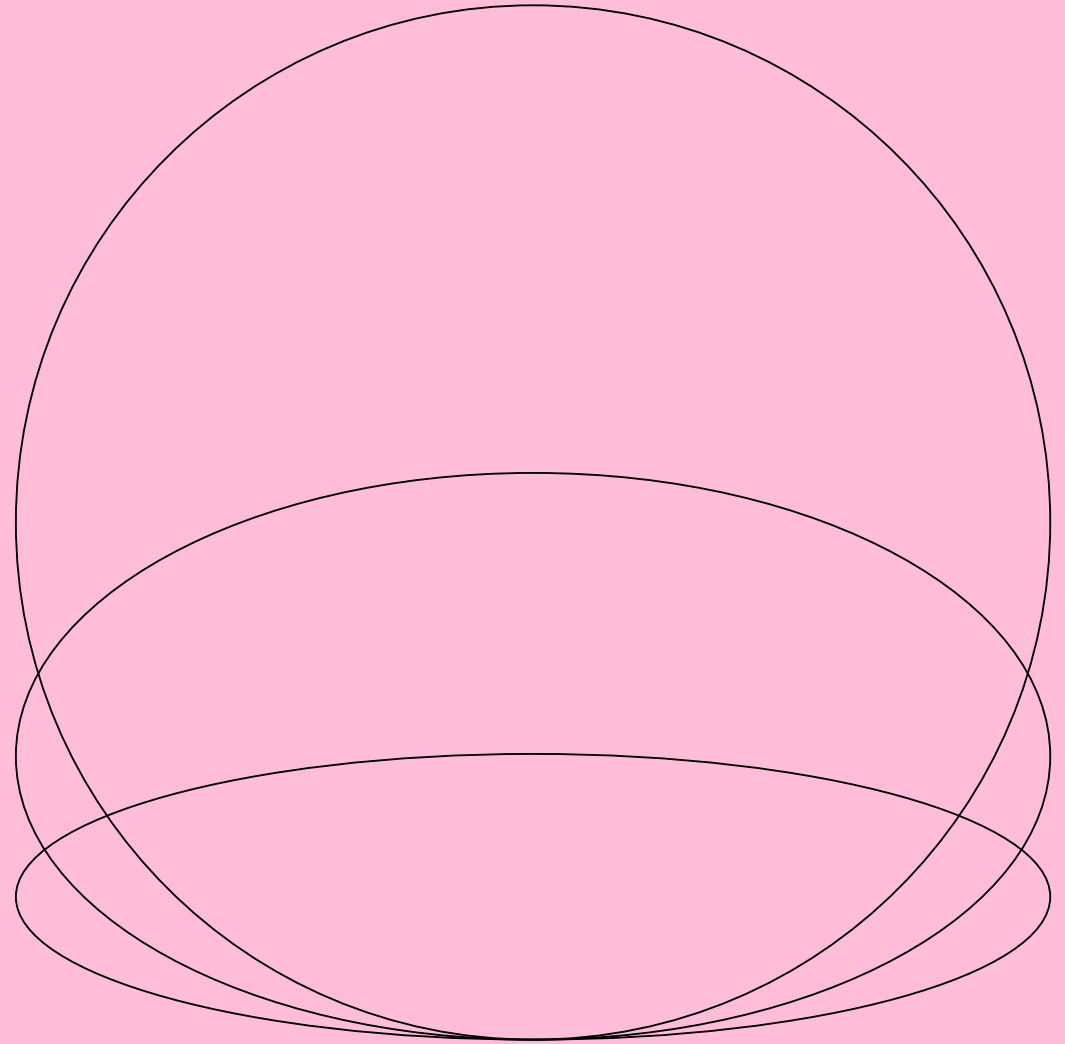
Pool of Dreams – Vibhor Sogani



Chromatic Rain – Joan Giner



Waves – Florian & Michael Quistrebert



4. PRODUCTEN, BEDRIJFSVOERING EN ORGANISATIE

4. PRODUCTEN, BEDRIJFSVOERING EN ORGANISATIE

4.1 BEZOEKERSBELEVING

Amsterdam Light Festival kun je op meerdere manieren bezoeken: je kunt zelfstandig, gratis van de kunst genieten door rond te lopen, te fietsen of met een eigen bootje langs de kunst te varen. Daarnaast bieden we twee mogelijkheden tot verdieping: de vaarbeleving met uitleg in een boot van een van de deelnemende Amsterdamse rederijen of zelfstandig met de info in de app, die zowel wandelend als varend te gebruiken is.

De app is dit jaar gelanceerd in samenwerking met appontwikkelaar Q42. Het is een grote sprong voorwaarts in vergelijking met de browser-based routekaart van voorgaande edities. De app is gratis te downloaden en biedt informatie over het festival, het thema en de organisatie. In de app kan de routekaart worden aangeschaft voor de eenmalige prijs van € 7,99. De routekaart geeft informatie over de kunstwerken, de kunstenaars en de verschillende horecapartners. Daarnaast is er een audiotour beschikbaar, waarbij on-demand geluisterd kan worden naar deze teksten.

De app is 39.000 keer gedownload voor iOS en heeft 18.000 in app purchases. Voor Android gaat dat om 18.000 downloads en 9000 in app purchases. Per download schatten wij op basis van waarneming dat gemiddeld vier bezoekers over de informatie beschikken. Naar schatting gebruikt 80% van de totale gebruikersgroep de app in de Nederlandse taal en 20% Engels.



Investing in app een succes

Voor de vaarbeleving werken we samen met meer dan veertig rederijen in Amsterdam. Op de grote rondvaartboten komen bezoekers meer te weten over het thema, de kunstwerken en de kunstenaars door middel van een onze audiotour. Deze is beschikbaar in het Nederlands en het Engels, en dit jaar voor het eerst ook in het Duits.

4. PRODUCTEN, BEDRIJFSVOERING EN ORGANISATIE

Voor alle partijen, maar vooral voor de organisaties met kleine(re rondvaartboten die vaak geen geluidssysteem aan boord hebben, trainen we de schippers en gidsen en leveren we een gidsendocument, waarmee zij zelf het festivalverhaal kunnen vertellen. Ruim voordat het festival start, worden schippers en gidsen uitgenodigd om naar een briefings-avond te komen, waar ons team ze alles vertelt over het thema, de kunstwerken, de kunstenaars, de route en praktische zaken.

We verkochten via onze eigen online ticketshop dit jaar 54.122 tickets. Onze partners verkochten er 227.462. In totaal werden er dit jaar 281.584 tickets voor de vaarbeleving verkocht.

4.2 COMMUNICATIE EN PR

De in samenwerking met Total Design ontwikkelde LOADING... campagne werd gedurende het hele festival, en ook daarvoor en daarna, versterkt door nagenoeg dagelijks content te maken en te publiceren. Denk aan BTS-materiaal, interviews, artikelen, blogs, reels, stories en posts.

In de openbare ruimte in de regio Groot-Amsterdam, bereikten we een zeer groot publiek, met 26 miljoen impressies tot gevolg. Middels PR haalden we negentig verschillende publicaties, zowel print als digitaal, en met radio en TV erbij bereikten we zo in totaal bijna vierenhalf miljoen mensen. Ook online (Meta en Google Ads) en via onze sociale mediakanalen is het bereik groot, met meer dan vier miljoen impressies.

Naast onze publiekscommunicatie, via onze website, sociale media-kanalen, nieuwsbrief, app, klantenservice en ticketshop, hebben wij ook specifieke interne partnercommunicatie met een periodieke e-mail-nieuwsbrief en een speciale WhatsAppgroep. De lijnen zijn tijdens het festival kort en direct, zodat er snel geschakeld kan worden. Daarnaast wordt er regelmatig telefonisch, online en op locatie overleg gepleegd over praktische, logistieke en inhoudelijke zaken.

Campagne bereikt miljoenenpubliek

Voor partners wordt bovendien ruim voor de start van het festival een brandbook samengesteld met middelen, richtlijnen, beeldmateriaal, promotionele teksten en meer. Ook verzorgen wij de fysieke assets die aanwezig zijn om en rond opstapplekken en aan boord van boten: onder andere banners, vlaggen, flyers, bestickering en bierviltjes.

4.3 MEDEWERKERS

Amsterdam Light Festival kent, zoals veel festivalorganisaties, een vast team dat het gehele jaar werkt aan meerdere edities tegelijk, en een festivalteam, dat het lopende festival komt versterken. Een speciale vermelding verdienen de technisch producenten die al in een vroeg stadium aanhaken voor het co-creatieproces en zich van begin tot eind bezighouden met opbouw, onderhoud en afbouw van de kunstwerken. Zij zijn een onmisbare schakel tussen de kunstenaars en het vaste team. Deze technische productieploeg is het hart van

4. PRODUCTEN, BEDRIJFSVOERING EN ORGANISATIE

De samenwerking tussen het vaste team en festival professionals is essentieel voor het succes van Amsterdam Light Festival

het festivalteam, dat gecompleteerd wordt met de vele enthousiaste freelancers, vrijwilligers en stagiairs die zich op een later moment van de festivalcyclus bij ons voegen.

In 2023 begonnen we met een vast team van acht medewerkers. Gedurende het jaar verwelkomden we zeven nieuwe medewerkers en namen we ook afscheid van drie medewerkers. Op 31 maart 2024 (sluiting van het boekjaar) hadden we twaalf mensen in het vaste team. Binnen dit team in 2023 heeft Amsterdam Light Festival een gezond en stabiel ziekteverzuimpercentage. Met een gemiddeld ziekteverzuim van 3,9 % konden we alle werkzaamheden goed voortzetten. In het najaar groeit het team met de toevoeging van externe professionals en ZZP'ers. In 2023 maakten 46 professionals deel uit van dit festivalteam.

Het Artistic Management Team bestaat uit Frédérique ter Brugge (Director), Jin Choi (Lead Curator) en Niels Carels (Lead Storyteller). Het vaste team van Editie 12 bestaat verder uit Christopher Grabski (Junior Curator), Joanne de Roest (Productie & Operations), Joshua Lindeman (Co-creatie), Ping Gao (Finance), Arsalan Alim (Finance),



Gonny Groothuis (Office Manager), Elise van Heck (Senior Development), Koen in 't Veld (Partnerships), Janette van der Valk (Stakeholder Marketing), Nicoline Meijer (Visitor Marketing), Friso Bleeker (Marketing), Else-Marie Rombouts (Educatie), Michal Kranenfuss (Project Coördinator) en Shirley Ultee (HR).

De samenwerking tussen het vaste team en festival professionals is essentieel voor het succes van Amsterdam Light Festival. Met deze combinatie blijven we in staat om een fantastische ervaring te bieden aan publiek én partners.

4. PRODUCTEN, BEDRIJFSVOERING EN ORGANISATIE

4.4 HUISVESTING

Amsterdam Light Festival is gehuisvest in Capital C aan het Weesperplein, in het centrum van Amsterdam. De locatie is centraal gelegen in het festivalgebied en uitstekend bereikbaar met openbaar vervoer en de fiets.

Capital C is een professionele, moderne en inspirerende werkomgeving voor het team dat gemiddeld twee dagen per week op kantoor is. De andere dagen werken collega's van Light Art Collection in het kantoor en de medewerkers vanuit huis. Voor bijeenkomsten met jury, bewoners en teamvergaderingen met kern- en festivalteam, wordt gebruik gemaakt van externe culturele ruimtes en ruimtes bij partners van het festival.

In het najaar was het festivalteam actief met bijna een verdubbeling van het aantal medewerkers. Door samenwerking met gemeente Amsterdam, konden we in de periode september en oktober een deel van het productieteam huisvesten vlakbij Capital C. Vanaf de opbouw van de kunst in november, tot afbouw begin februari 2024, werkt het productieteam vanuit het werkterrein aan het water, gelegen aan het Oosterdok.

Centrale, goed bereikbare locatie vlak bij de festivalroute

4.5 FINANCIËN

Nieuw ontwikkelde lichtkunst gedurende twee maanden in de winterse openbare ruimte plaatsen blijft een kostbare zaak. De kosten bedroegen €2.807.585. Ons inkomstenmodel kent geen structurele subsidie uit overheid of culturele fondsen, maar wel heel goede, langjarige verstandhouding met een groot aantal partijen, die zich zowel in de publieke als in de private sector bevinden. Amsterdam Light Festival is daarmee een voorbeeld van publiek-private samenwerking.

In het boekjaar 2023-2024 zijn wij verheugd te kunnen melden dat onze inspanningen hebben geresulteerd in een omzet van €2.836.207. Een groot deel van onze inkomsten, circa 75%, is afkomstig van onze vaste partners in de rederijsector. Hun voortdurende steun en samenwerking zijn van onschatbare waarde voor ons werk en stellen ons in staat om onze programma's en diensten te blijven leveren aan de mooie stad Amsterdam.

Daarnaast hebben wij ongeveer €700.000 verkregen uit verschillende fondsen en partnerschappen, waaronder bijdragen van belangrijke partners zoals Gemeente Amsterdam en het Mondriaan Fonds.

Wij hebben ons ingezet om onze middelen verantwoord en efficiënt te gebruiken. Van onze totale uitgaven van €2.807.585 werd 91,5% besteed aan onze primaire doelstellingen, wat hoger is dan de begroting van 90,3%. Deze bestedingen waren gericht op het realiseren van unieke kunstwerken en het leveren van waarde aan de gemeenschap. De resterende 8,5% werd toegewezen aan

4. PRODUCTEN, BEDRIJFSVOERING EN ORGANISATIE

beheer- en bedrijfsvoeringkosten, wat lager was dan de begroting van 9,7%. Deze kosten zijn noodzakelijk om onze activiteiten effectief te coördineren en te beheren.

Als resultaat van ons streven naar financiële duurzaamheid, zijn wij heel blij met een positief financieel resultaat van €34.416 voor het boekjaar 2023-2024. Dit positieve resultaat zal worden toegevoegd aan onze bestemmingsreserve voor de lichtkunst. Na toevoeging komt ons eigen vermogen totaal uit op €414.821. Wij streven ernaar dit geleidelijk te laten groeien, zodat er een buffer van de jaarlijkse vaste kosten van de werkorganisatie ontstaat om tegenvallers in exploitatie op te vangen.

4.6 STEUN VOOR NEDERLANDSE KUNSTENAARS

Amsterdam Light Festival ontvangt geen structurele steun of subsidie. Wel wordt voor elke editie bij diverse fondsen een aanvraag ingediend. Voor Editie 12 was dat ook het geval en we waren verheugd dat er twee aanvragen bij het Mondriaan Fonds zijn gehonoreerd, waarmee het Fonds zes kunstwerken van Nederlandse makers heeft ondersteund.

Mondriaan Fonds honoreert twee aanvragen

In de eerste aanvraag gaat het om 50% van de productiekosten van de werken GOUDEN BOCHT – Peter Vink, Error – Vendel & de Wolf, City Camouflage – Marleen Sleeuwits, Water – Herman Kuijer, Invisible Vision – Joris Strijbos en Next Connection – Yasser Ballemans. En in de tweede aanvraag gaat het om de honoraria voor de kunstenaars van deze werken.



4. PRODUCTEN, BEDRIJFSVOERING EN ORGANISATIE

4.7 GOVERNANCE: BESTUUR EN TOEZICHT

Stichting Amsterdam Light Festival een culturele ANBI die wordt geleid door een onafhankelijk en onbezoldigd bestuur met voor de uitvoering van de missie van de stichting relevante professionele ervaring en netwerk, en bestaat uit: Felix Guttman (Voorzitter & Co-initiator), Hans Bakker (Penningmeester), Annemarie den Dekker (Bestuurslid), Dick de Graaff (Bestuurslid) en Paul Jongen (Juridisch Adviseur).

Wij werken met het bestuursmodel. Het bestuur heeft bevoegdheden en taken verdeeld, waarvan een deel is gedelegeerd aan de directeur, Frédérique ter Brugge. Ook het financiële beleid wordt vastgesteld en gecontroleerd door het bestuur, onder andere door tussentijdse rapportages en jaarverslagen, die door de externe accountant worden gecontroleerd.

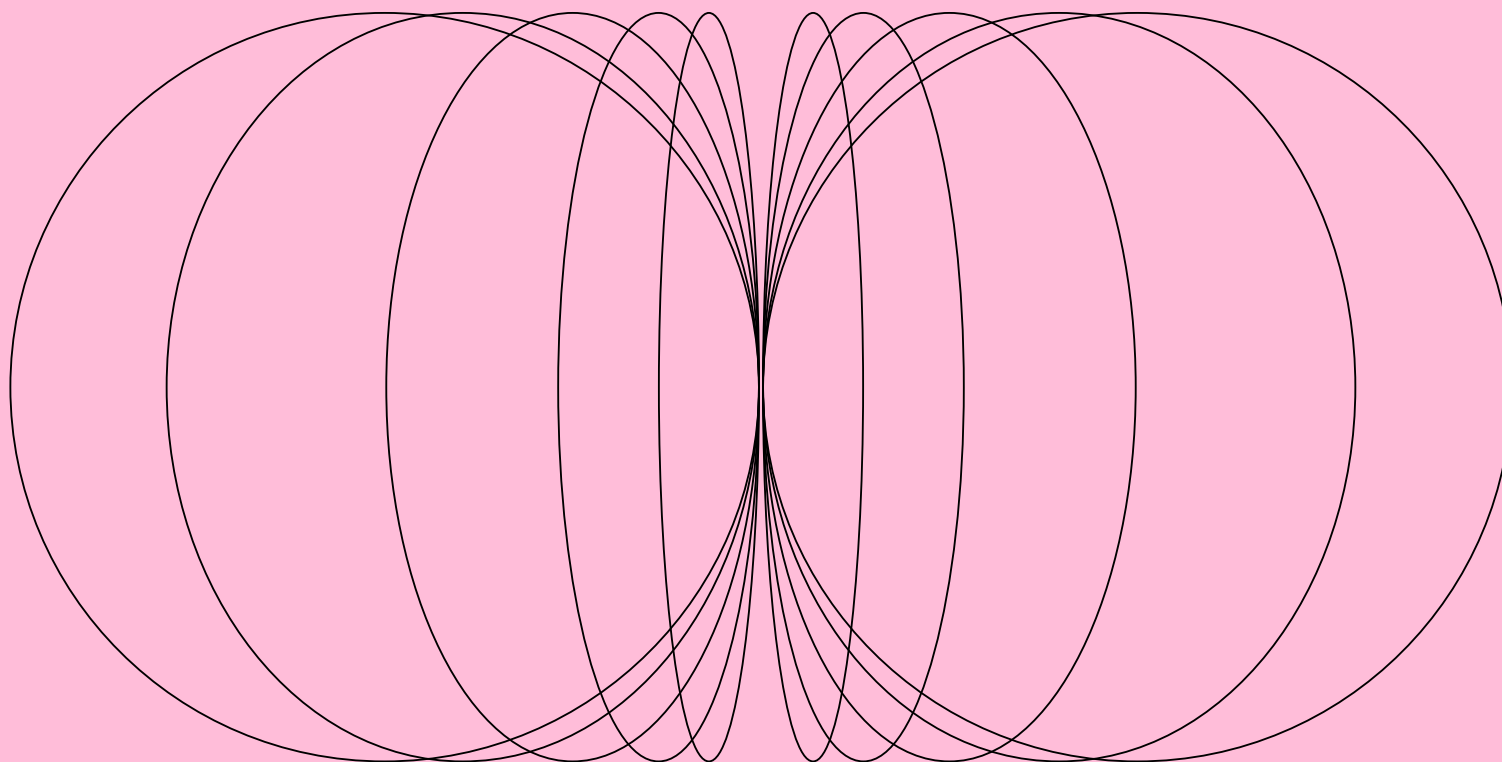
In 2023 is binnen het bestuur uitgebreid aandacht besteed aan governance. Er is een werkgroep samengesteld waarmee de wisseling van bestuursmodel naar RVT-model wordt voorbereid. In de bestuursvergaderingen is dit een vast agendapunt geweest en zijn de vorderingen met bestuur en directie besproken.

Ook is er in 2023 uitvoerig oog geweest voor Fair Practice en Fair Pay voor kunstenaars. De co-creatiecontracten met kunstenaars zijn afgesloten en persoonlijk toegelicht en besproken met alle kunstenaars tijdens de kick-off in januari 2023 en in aanvullende vervolgesprekken.



**Uitgebreide aandacht voor
Fair Practice, Fair Pay,
toegankelijkheid en inclusie**





BIJLAGEN

BIJLAGE: PARTNERS AMSTERDAM LIGHT FESTIVAL

Ons festival kan niet bestaan zonder de ondersteuning van onze partners. We onderscheiden kunstpartners, kennispartners, maatschappelijke partners, belevingspartners, hospitality partners, en bouw- en operational partners.

Kunstpartners zijn (culturele) partners die onze lichtkunst mede mogelijk maken, door middel van financiële steun, subsidie of door ruimte beschikbaar te stellen. Zo projecteerden we deze editie kunst op NEMO en het Scheepvaartmuseum, en vond Modern Guru and the Path to Artificial Happiness van ENESS onderdak in de glazen kubus naast het hoofdkantoor van Booking.com.

Onze kennispartners zorgen voor verdieping van het thema, nemen plaats in de jaarlijkse jury of doen wetenschappelijk onderzoeken die aansluiten bij onze organisatie. Dit jaar waren we erg blij met Emma Beauxis-Aussalet, Assistant Professor of Ethical Computing aan de Vrije Universiteit Amsterdam, die niet alleen in de jury zat maar ons ook uitvoerig heeft geholpen met haar kennis en kunde over onze thematiek. Daarnaast waren we vereerd met de samenwerking met Rijksuniversiteit Groningen, die een groot onderzoek doen naar de impact van (licht)kunst.

Onze maatschappelijke partners verbinden ons met verschillende bevolkingsgroepen. Denk bijvoorbeeld aan Stichting Gouden Dagen, die zoals eerder beschreven, met ons samen de Gouden Lichttour organiseert.

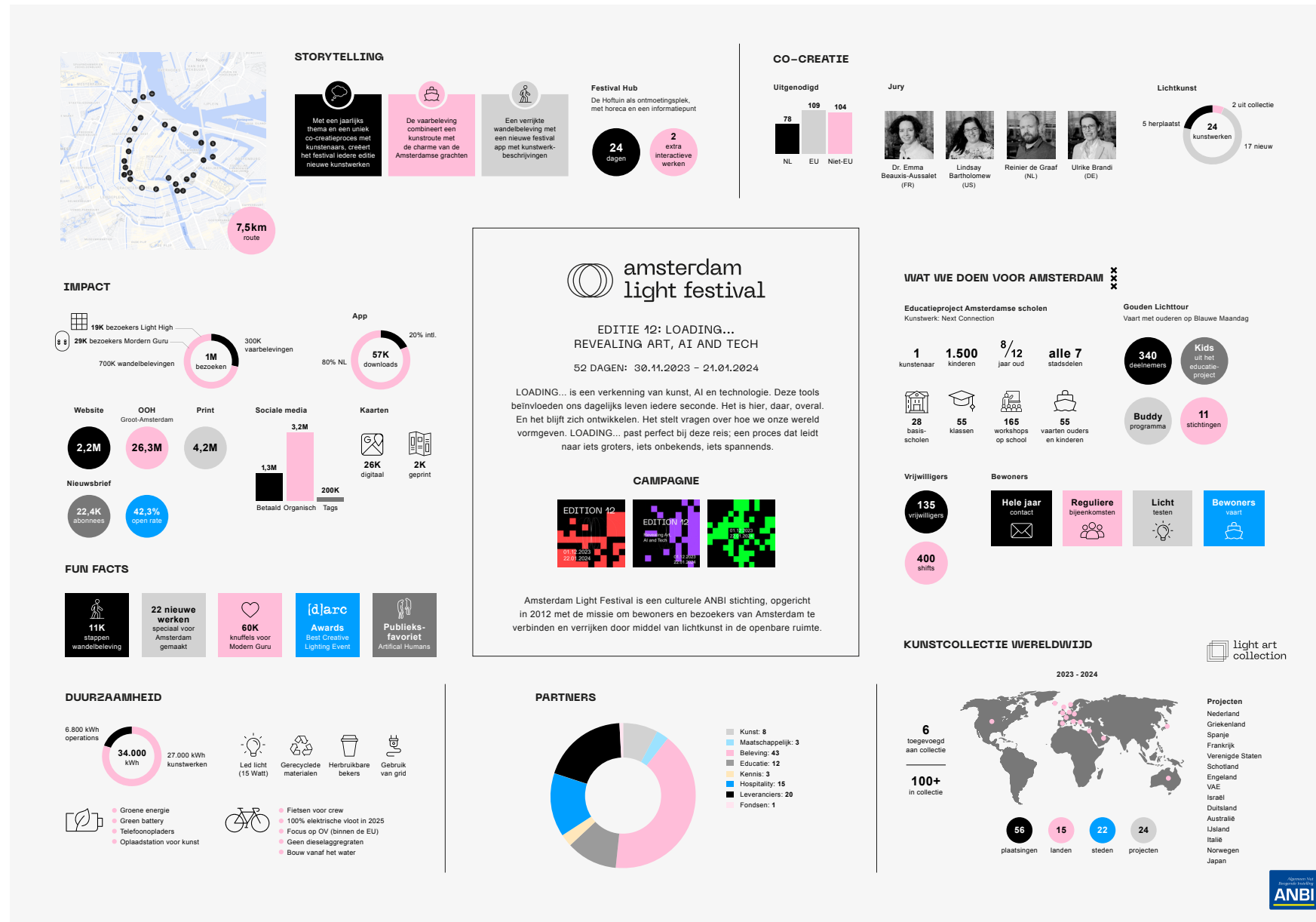
Onze belevingspartners maken het mogelijk om de lichtkunst te beleven vanaf het water. Dat zijn grote en kleine rederijen die allen ervoor zorgen dat bezoekers een optimale ervaring hebben en tevreden aan én van boord gaan. De vaarbelevingen lopen uiteen van grote rondvaartboten, tot historische salonboten en open sloepen. Daarnaast is audiostudio Big Orange een essentiële partner bij het tot stand komen van de audiotour.

Dankzij onze hospitality partners voelen kunstenaars en bezoekers zich thuis in de stad. Ze helpen ons met huisvesting van kunstenaars en juryleden die niet in Amsterdam wonen door het beschikbaar stellen van hotelkamers. Ook gebruiken wij hun ruimtes voor events, zoals de Jurydagen, de Kick-Off, de Making Of en onze feestelijke opening, deze editie in De Duif. Tevens werken we ook samen met restaurants en andere horecapartners die ervoor zorgen dat bezoekers kunnen genieten van een hapje en een drankje.

Onze bouw- en operations partners realiseren de plaatsing van de kunstwerken en operations tijdens het festival. We zien erop toe dit zo duurzaam mogelijk aan te vliegen, door onder andere veel van het vervoer over het water plaats te laten vinden en te werken met bestaande infrastructuur en gerecyclede materialen.

Een actueel overzicht van al onze partners is [hier](#) te vinden.

BIJLAGE: INFOGRAPIC EDITIE 12



COLOFON

Amsterdam, juni 2024

Foto's: Janus van den Eijnden

Cover: *Artificial Humans* – Atelier Haute Cuisine