

Hierbij presenteren wij u het jaarverslag van het platform Extra Extra, opgesteld door de directie en goedgekeurd door het bestuur. De jaarcijfers werden door Force Finance administratie gecontroleerd en van een goedkeurende verklaring voorzien.

Het is de statutaire rol van het bestuur de stichting te besturen en de directie te adviseren.

Het bestuur is vier maal bijeen geweest. In deze vergaderingen zijn onder meer de jaarrekening 2015, begroting 2016, fondsenwerving en samenstelling van het bestuur aan de orde gekomen. Ook noemen we het opstellen van het beleidsplan 2017-2021. De directie en het bestuur ontwikkelde daarbij een visie op de rol van het platform en haar rol in het cultuur- en medialandschap en de samenleving.

Rotterdam

Jelle Bouwhuis, Voorzitter
Alexander Ramselaar
Roos van Put, tot en met 31 december 2016
Cathy Jacob, vanaf 1 januari 2017

Bestuursverslag 2016

Algemeen

Voor multidisciplinair platform Extra Extra is 2016 een succesvol en druk jaar geweest dat in het teken van de toekomst stond. Het was een jaar van nieuwe ontwikkelingen en veranderingen, er werd geïnvesteerd in nieuwe samenwerkingen met partners; het online platform werd bijgesteld en veranderd; tijdens een feestelijk event met speciaal programma werd het nieuwe online platform gelanceerd. Het redactioneel team van Extra Extra werd uitgebreid met twee nieuwe leden, Natasha Hoare en Paul Dallas, de back office werd versterkt met een assistent, Judith Couvee, en twee stagiaires, studenten van de Erasmus Universiteit Rotterdam. Veel aandacht is besteed aan de voorbereiding en het opstellen van het beleidsplan 2017-2021 waarin langs de 4 pijlers; Online, Projects, Magazine en Events de programmalijnen en beleidsvoornemens voor de toekomst helder zijn beschreven.

Activiteiten

Extra Extra blijft als hét platform voor stadsverhalen ambitieus in het vervullen van een betekenisgevende rol in het culturele veld in Nederland en daarbuiten. In 2016 werd in het bijzonder aandacht gegeven aan de verdiepende rol van het mediaplatform; er werd een nieuwe website ontwikkeld die onze mogelijkheden voor publiceren van hoogwaardige werken vergroot en gelegenheid biedt sneller in te spelen op actuele gebeurtenissen, evenals het uitzetten van opdrachten en opstarten van nieuwe projecten. Met het online profiel kan Extra Extra onafhankelijk opereren voor een relatief breed internationaal publiek van geïnteresseerden. Door het opzetten van een eigen online infrastructuur is de strategische ambitie onafhankelijk te publiceren verwezenlijkt. Het genereren van interactie tussen verschillende disciplines en stedelingen wereldwijd is van belang. Voor de ontwikkeling van deze online pijler ontvingen we substantiële steun van verschillende fondsen.

Er werden het afgelopen jaar twee edities van het magazine gerealiseerd met talrijke bijdragen van internationale cultuurmakers en wereldwijd gedistribueerd. Tijdens een vrij toegankelijk event op locatie van Witte de With Center for Contemporary Art in Rotterdam werd het nieuwe online platform gelanceerd dat als belangrijke pijler de mogelijkheid van presentatie en publieksbereik vergroot. Met een divers programma belichtten we de website en presenteerden we de nieuwste editie van het magazine. Verschillende contacten uit het netwerk van Extra Extra waren bereid bij te dragen, onder anderen Defne Ayas (Witte de With) met een Urbex Shanghai presentatie; Ari Versluis en Samira Benlaloua met een kort interview; Abdelkader Benali met een voordracht van zijn korte verhaal *Madame Clic Clac*; Margo van de Linden en Natasha Hoare met een kort interview en Daniël Dee met een voordracht uit eigen werk en Urbex Rotterdam presentatie. Op afstand werkten Nicolás Llano

Linares en Charles Usher mee, die beiden een Urbex video creëerden voor een screening tijdens het event. Daarnaast werd doorlopend Kenneth Anger's film *Scorpio Rising* getoond. Met een drank sponsoring van Warsteiner was het een zeer feestelijke avond met een gemiddeld bezoekersaantal van 80.

Prestaties

Met de verschijning van de zesde en zevende editie van het magazine in het voor- en najaar, ieder in een oplage van 5.000 exemplaren, presenteerden we 28 visies waarmee we 16 steden belichtten. De bijdragen werden ook online gepubliceerd, terug te vinden in het vrij beschikbare archief. Het online archief telt inmiddels 87 exclusieve werken, hiermee werden alleen al in de eerste maand 2000 unieke en terugkerende bezoekers bereikt. Dit aantal lag in de lijn der verwachting. De deelname aan verschillende *book fairs*, zowel independent als professioneel, waar Extra Extra gerepresenteerd werd door een van de distributeurs en/of door het Extra Extra team, heeft het publieksbereik vergroot. Extra Extra was het afgelopen jaar te vinden op NY Art Book Fair, New York; WIELS Art Book Fair, Brussel; Unseen, Amsterdam en de Frankfurter Buchmesse, Frankfurt. Aan het netwerk van vaste non-fictie auteurs werden verschillende gerenommeerde journalisten, wetenschappers en beschouwers toegevoegd. De basis van Extra Extra is het internationale netwerk van cultuurmakers en hun bijdrage aan het platform. Het netwerk bestaat inmiddels uit 121 personen, allen zijn met een korte biografie vermeld op de website.

Pilot project EUR

Extra Extra hecht er waarde aan onbekend schrijftalent een podium te bieden en te promoten. In 2016 werd een pilot project gestart, een samenwerking met de Erasmus Universiteit Rotterdam, faculteit Geschiedenis, Cultuur en Communicatie. Extra Extra bood praktische en inhoudelijke ondersteuning aan een groep van 5 jonge wetenschappers/auteurs die een reflectief essay schreven. De studenten, uit Frankrijk en Nederland, allen studierend aan de universiteit in Rotterdam, zijn door het team van Extra Extra geselecteerd. Deze essays werden als project gepubliceerd op het online platform van Extra Extra. Het pilot project is succesvol afgesloten en was een waardevolle leerschool voor de rol die Extra Extra kan spelen in praktijkbegeleiding voor studenten. Deze pilot dient dan ook als blauwdruk voor andere praktijkverdiepende projecten, Extra Extra heeft de ambitie de lijn door te zetten in een samenwerking met Erasmus Universiteit en verder uit te breiden naar andere schrijfopleidingen.

Distributeurs

Extra Extra werkte voor de verspreiding van het magazine samen met 4 internationaal georiënteerde distributeurs, ieder met een eigen expertise en netwerk aan verkooppunten – Idea Books, Amsterdam, verspreiding (inter)nationale boekhandel en museumboekhandel – Export Press, Parijs, verspreiding kiosk en *newsstands* wereldwijd – Antenne Books, Londen, verspreiding kleinschalige verkooppunten wereldwijd – Bruil van der Staaij, Meppel, internetverkoop. Het magazine was in 2016 verkrijgbaar in meer dan 27 landen, bij 151 verkooppunten.

Fondsenwerving

Er is gewerkt aan het werven van zowel lokale als landelijke fondsen. Eveneens is geïnvesteerd in persoonlijk contact met de landelijke fondsen. Het is nodig te blijven investeren in fondsenwerving, ook gezien de concurrentie op de fondsen- en sponsormarkt. Extra Extra heeft in 2016 naast publieke fondsen (Stimuleringsfonds Creatieve Industrie en Mondriaanfonds) ook private fondsen aangeschreven. De ondersteuning van private fondsen kan in de begroting opgevoerd worden als inbreng eigen kosten.

Het Prins Bernhard Cultuurfonds Zuid-Holland kende een subsidieaanvraag toe voor het ontwikkelen van het online platform; het Lira Fonds ondersteunt Extra Extra in het realiseren van een literatuur programma najaar 2017. Wat betreft publieke fondsen, heeft Extra Extra ondersteuning ontvangen van dKC Letteren, eveneens voor het literatuurprogramma.

Cultureel ondernemerschap

Extra Extra is een kleine flexibele organisatie met als bron van eigen inkomsten de verkoop van print en online advertenties en het magazine. Het platform ontving in 2016 geen structurele landelijke of gemeentelijke ondersteuning. Als organisatie was Extra Extra succesvol in het werven van sponsors en

fondsen. Van het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie, het Mondriaanfonds, het Prins Bernhard Fonds Zuid-Holland ontving Extra Extra een bijdrage voor de ingrijpende bijstelling van het online platform. Incidenteel is een bijdrage van het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie verleend voor het versterken van de communicatie en voor het bereiken van nieuwe publieksgroepen.

Extra Extra heeft een aanvraag ingediend voor opname in het cultuurplan van de stad Rotterdam, we waren ons bewust van de moordende concurrentie en dat we het als nieuwkomer extra zwaar zouden hebben. De adviescommissie spreekt in haar advies met enthousiasme over de artistieke kwaliteit van Extra Extra. De raad is positief over de inhoud, omvang en vorm van de voorgenomen activiteiten. Desalniettemin brengt de raad een negatief advies uit; de raad vindt het onduidelijk wat de instelling voor Rotterdam kan betekenen op het gebied van publiek, talentontwikkeling en educatie. Extra Extra opereert voornamelijk internationaal, omdat de activiteiten minder plaatsgebonden zijn. We zijn teleurgesteld dat de stad Rotterdam met een relatief bescheiden bijdrage het in stand houden van onze basale infrastructuur op dit moment niet heeft kunnen honoreren.

Verbreiding publieksbereik

Het publiek van Extra Extra groeit. Door de internationale oriëntatie, door een wereldwijde verspreiding van het magazine en online publicaties, door deelname aan internationale *book fairs*, lezingen aan kunstvak onderwijs en gastcolleges aan wetenschappelijke instellingen in Nederland en daarbuiten bereikt Extra Extra een breed en divers publiek. De inzet en deelname van stagiaires en vrijwilligers in het werkproces en tijdens events droegen eveneens bij aan een groeiend publieksbereik.

Samenwerkingen

Extra Extra continueert haar samenwerking met de Erasmus Universiteit en de Gerrit Rietveld Academie. Het initiatief tot het begeleiden en publiceren van nieuw talent in samenwerking met de EUR en GRA is een gedeelde ambitie georganiseerd door Extra Extra. Ook de samenwerking met het Nederlands Fotomuseum en Witte de With Centre for Contemporary Art wordt doorgezet. Samenwerkingen zijn behalve een bruikbaar instrument om het publieksbereik te vergroten een manier om vanuit een gedeelde maatschappelijke visie een krachtige positie in te nemen om vanuit de cultuur relevante ontwikkelingen te duiden en agenderen. In het verlengde hiervan nam Extra Extra het initiatief voor verschillende nieuw op te richten samenwerkingen met partnerorganisaties als het Post-office, Stedelijk Museum Amsterdam, Tent Rotterdam en Worm/Wunderbar. Met Hripsimé Visser, conservator fotografie van het Stedelijk Museum, wordt een nieuwe rubriek ontwikkeld, gelanceerd in 2017. Hierin staat een selectie uit de collectie van het museum centraal die zal worden voorgelegd aan de redactie en gast-schrijvers van Extra Extra die vervolgens hun 'lezing' van de beelden geven in een korte, intieme en persoonlijke tekst. Tent Rotterdam en Extra Extra verkennen momenteel de mogelijkheden voor het ontwikkelen van een live magazine. Ook internationaal zijn er allianties met onder andere New York Art Bookfair, New York; The White Cube, London; Art Brussels, Brussel. Aan het einde van het jaar 2016 werd Extra Extra voorgedragen door het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie voor een traject van masterclasses, een samenwerking tussen het Mediafonds en Sandberg Instituut waarbij de deelnemers in groepjes van twee aan een eigen project werken.

Back office

De back office van Extra Extra is gedreven en professioneel. Een actief meedenkend bestuur maakt dat de kleine staf steeds een beroep kan doen op een groot arsenaal aan kennis, inzet en netwerk, wat een grote waarde vertegenwoordigt. De inhoudelijke redactie van Extra Extra in 2016 bestond uit Samira Benlaloua, Paul Dallas, Nathalie Hartjes, Natasha Hoare, David van der Leer en Adam Kleinman, een team dat genereus hun kennis en verrassende inzichten heeft gedeeld.

De betere zichtbaarheid van het platform leidde tot meerdere stageverzoeken. Extra Extra bood studenten praktijk ervaring bij een multidisciplinair platform en onafhankelijk magazine, evenals de mogelijkheid om bij te dragen aan een van de weinige onafhankelijke mediaplatforms in Nederland.

Marketing en Communicatie

Marketing inspanningen

Inzet van de marketing is een zo hoog mogelijk resultaat met het meest efficiënte gebruik van het

bescheiden marketingbudget. Dat neemt niet weg dat we streven naar een gerichte en effectieve manier van communiceren met het publiek van het platform. De communicatie bestond uit zowel online als print middelen. Voor de presentatie en promotie van de werken en activiteiten werd optimaal gebruik gemaakt van de eigen kanalen van Extra Extra – nieuwsbrief, social media – via belrondes werd de pers op de hoogte gebracht. In de aanloop van events werd samengewerkt met de partnerorganisaties, met op maat ontwikkelde en ontworpen publiekscommunicatie. Hun promotiekanalen en marketingmiddelen werden ingezet voor het bereiken van een breed publiek. Daarnaast namen de betrokken makers hun eigen netwerk mee. Mediapartners Frieze Art Fair London/New York en Subbacultcha waren belangrijk bij het delen van online content. Ter promotie van het magazine werden back-issues van het magazine in kapsalons en koffiezaken verspreid. Affiches en A5-kaartjes werden eveneens verspreid in verschillende boekwinkels om te delen met contacten.

Social media

Bewezen is dat publiciteit via sociale media daadwerkelijk effect had, een groot deel van de bezoekers – zo'n 30% - komt via links op sociale media op de website. Naast de tweewekelijkse uploads van nieuwe, niet eerder gepubliceerde content, vestigde Extra Extra via Facebook de aandacht op archiefmateriaal, samenwerkingen, events van personen uit het netwerk en collega instellingen en werden bijzondere verkooppunten wereldwijd uitgelicht. Met het vijf keer per week plaatsen van een nieuwe post met link naar de Extra Extra website werd traffic gegenereerd. Het aantal volgers op Facebook is na de lancering van de website met meer dan 30% gegroeid.

In lijn met de vernieuwde Facebook pagina presenteerde Extra Extra in november een nieuw Instagram account. Via Instagram werden de portfolio's op een mooie manier getoond en stond elke week een beeldend kunstenaar uit het netwerk van Extra Extra centraal in een serie van drie uploads. Daarnaast kon Extra Extra middels dit kanaal op een interessante manier een inkijkje in de nieuwste editie van het magazine geven. Ook gaf Instagram meer ruimte tot interactie met volgers dan Facebook, er werden eenvoudig veel *likes* gegenereerd.

Nieuwsbrief en CRM-systeem

Met de bijstelling van het online platform werd ook een nieuwsbrief in het leven geroepen. Deze informeerde het publiek op maat over de activiteiten. Het aanmeldingsformulier is te vinden op de website van Extra Extra. Direct mailings werden ingezet om de potentiële bezoeker te informeren en te prikkelen het platform of event te bezoeken. Sinds de lancering van de website in september tot en met het einde van het jaar 2016 zijn twee nieuwsbrieven verzonden, naar een adresbestand van 700 personen. Het aantal inschrijvingen nam wekelijks toe, er waren weinig tot geen uitschrijvingen.

Een functioneel CRM-systeem (*customer relationship management*) stelde Extra Extra in staat het effect van de nieuwsbrief te meten. Daarnaast kunnen via dit systeem de bezoekers van de website geteld worden, naar interesse gemeten en houdt het bij hoe vaak verschillende onderdelen aangeklikt worden. Het aantal unieke bezoekers van de website is sinds de lancering toegenomen met 440%, waarvan zo'n 30% terugkerend was en 70% nieuw; het aantal paginaweergaven is gestegen met 360%; de gemiddelde sessieduur was ruim 2,5 minuut.

De verschillende bijdragen (interviews, korte verhalen, portfolio's etc.) gegroepeerd per stad onder de *header* Talk of Town is een populair onderdeel. Bijdragen die op sociale media zijn uitgelicht krijgen een extra impuls, wat betreft weergaven. Na binnenkomst op de website werd voornamelijk doorgeklikt naar de muziek playlists, naar A-Z (korte biografieën van alle betrokkenen bij Extra Extra) en naar een overzicht van alle voorgaande uitgaven van het magazine met een link naar een bestelformulier. Het CRM-systeem gaf ook inzicht in de geografische locatie van het publiek, hieruit blijkt dat het online platform wereldwijd bezoek trok. Extra Extra zette met haar communicatie in om grensoverschrijdende cultuuruitingen inzichtelijk aan te bieden.

Naamsbekendheid Extra Extra

Extra Extra heeft het afgelopen jaar aandacht besteed aan het genereren van zoveel mogelijk naamsbekendheid van het platform middels *free publicity*. Verschillende presentaties hebben de naamsbekendheid vergroot. Extra Extra werd vertegenwoordigd door oprichter en hoofdredacteur Samira Benlaloua tijdens een live lezing-rondleiding bij Witte de With, door de tentoonstelling Bik Van der Pol, WERE IT AS IF; een gastcollege bij de Erasmus Universiteit Rotterdam en een korte

presentatie bij de Dutch Design Week 2016, op uitnodiging van het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie. Een gezamenlijke actie met Subbacultcha, waarbij Extra Extra een aantal magazines beschikbaar stelde voor een *give-away* aan hun leden, was ook effectief in het bereiken van een hogere naamsbekendheid. Subbacultcha gaf Extra Extra aandacht in een kort artikel op hun website. De hiervoor genoemde promotie middels back-issues, affiches en A5-kaartjes heeft eveneens bijgedragen aan een vergrootte naamsbekendheid.

Extra Extra kijkt met trots terug op de in 2016 behaalde resultaten, inhoudelijke en qua bedrijfsvoering. We blijven doen waar we goed in zijn: ruimte bieden voor essentie in de queeste naar de internationale taal van de zachte stad, niet in termen van strijd, maar in termen van ontroering, verontrusting, sensualiteit en diversiteit. We presenteren uitdagende artistieke werken en bieden een podium voor culturele makers van verschillende disciplines.