

GRACHTEN FESTIVAL

HOOFDLIJNEN BELEIDSPLAN 2021-2024



KLASSIEK & JAZZ | 10 DAGEN | LIVE CONCERTEN | DIVERSE LOCATIES

www.grachtenfestival.nl

1. Het Grachtenfestival staat

Het GF is het grootste klassieke muziekfestival van Nederland dat zich volledig richt op de presentatie en ontwikkeling van jong talent en jonge professionals in klassieke muziek en jazz. Sinds de eerste (vierdaagse) editie in 1998 is het festival in de loop der jaren uitgegroeid tot een zelfstandig tiendaags festival. Het GF is een van de grootste concertorganisatoren van Nederland met ruim 250 concerten, voorstellingen en een randprogrammering met radio-uitzendingen, workshops en lezingen en de organisatie van een eigen Concours. Amsterdam is de thuisbasis, maar het GF bedient ook de Metropool Regio (MRA). Een volwassen festival, dat toe is aan de volgende stap in de eigen artistieke en zakelijke ontwikkeling. Een sterk merk, dat zich kan verheugen in een grote publieke belangstelling, waardering van de landelijke muzikpers en een groeiende belangstelling uit het buitenland.

DNA

De visie van het GF bouwt voort op de verworvenheden van de afgelopen 23 jaar, de eigen signatuur en het DNA van het festival, als ook op de waargenomen maatschappelijke trends en ontwikkelingen. Onze kracht is het scouten, selecteren en programmeren van talentvolle jonge musici en het faciliteren van een podium passend bij hun ontwikkeling.

Missie

- Het GF biedt jonge musici een uniek podium en platform om op te excelleren en zich te presenteren aan een groot publiek en aan professionals uit de muziekwereld;
- Het GF presenteert en ontwikkelt samen met jonge musici en makers nieuwe concertvormen, muziektheater/opera en andere professionele podiumkunsten. Zo faciliteert het GF de artistieke, zakelijke en persoonlijke ontwikkeling van deze jonge makers en hun professionele carrière;
- Het GF weet met een innovatief programma en een aansprekende presentatie op overtuigende wijze een grote, brede en diverse doelgroepen voor klassieke muziek en jazz te bereiken;
- Het GF gebruikt heel Amsterdam als het podium voor muziek en als laagdrempelige concertzaal;
- Het GF faciliteert ontmoetingen in alle buurten en verbindt mensen met verschillende achtergronden.

1.1 Artistieke visie

Het GF zet in op *authenticiteit, uniciteit en kwaliteit*. Om die waarden optimaal tot uiting te kunnen laten komen, geeft het GF in haar artistieke beleid aandacht aan de volledige waardeketen van de artistieke en professionele ontwikkeling van getalenteerde musici. Dat doen we op uiteenlopende manieren: van de ontwikkeling van het ambacht en productie van nieuw werk en de presentatie en introductie bij een breed publiek tot het stimuleren van nieuwe genres. Verbreiding en verdieping zijn belangrijke thema's in dit kader: we richten ons op een breed repertoire, waarbij binnen klassiek en jazz een ruime verscheidenheid in stijlen en een gezonde balans tussen oud en nieuw wordt gepresenteerd. Binnen de algehele programmering wordt het geijkte klassieke en jazzrepertoire omarmd en afgewisseld met onbekend, nieuw, experimenteel en avontuurlijk repertoire. In dit kader stimuleren we bovendien het makerschap, door het verlenen van concrete opdrachten en optimalisering van *stage presence*, door coaching, training en workshops.

1.1.1 Producerend en presenterend

De artistieke visie van het GF komt tot uiting in twee takken: *producerend* en *presenterend*. Onder presenterende activiteiten vallen series als de *Monumentenconcerten* en de *Huis-, Tuin-, en Dak-terrasconcerten*; evenementen waarbij het GF artiesten uitnodigt om een programma te presenteren dat inhoudelijk is samengesteld in samenspraak met ons artistieke team. Het GF is zoekt hierbij naar locaties met een achterban. Zo bereikt het festival een nieuw publiek en worden musici uitgedaagd om gericht te programmeren.

Producerende activiteiten zijn activiteiten waarbij het GF actieve (co)producerende rol inneemt, zoals bij opera en muziektheater, clubconcerten, het Grachtenfestival Weekend en actieve evenementen zoals concertwandelingen en concertfietsroutes. Onder 'producerend' vallen ook de vele stukken die dankzij het GF gemaakt kunnen worden en/of tijdens het GF in première gaan. Bij diverse muziektheaterproducties nodigt het GF musici uit om met nieuw werk te komen, dat past bij het festivalthema en de bezoeker van het festival prikkelt. Sommige producerende activiteiten worden in samenwerking met andere organisaties opgezet, zoals de compositiewedstrijd Nieuwe Noten met Gaudeamus en

November Music, waarbij componisten tot 35 jaar worden uitgedaagd een nieuw werk te schrijven voor een geselecteerde musicus of ensemble.

Doorzetten van succesvolle lijnen

Er zijn verschillende GF-concertreeksen/activiteiten die hun waarde hebben bewezen als pijlers van talentontwikkeling. Wij koesteren deze bewezen platforms, juist omdat hierin de tijdgeest en het innovatieve karakter van het festival tot uiting komt. Dat geldt vooral voor de series *Meesterlijk!* en het *Artist in Residence-traject*, de compositieopdracht en de huiskamerconcerten. In *Meesterlijk!* worden in vier concerten de meest veelbelovende jonge klassieke talenten gepresenteerd, de ene keer gekoppeld aan gearriveerde en gelouterde musici, dan weer aan muzikale leeftijdsgenoten, maar altijd met een musicus van buitengewoon hoog niveau. De jonge talenten stellen met deze andere musicus een kamermuziekprogramma samen, dat zij ook samen uitvoeren.

Met de jaarlijkse compositieopdracht geeft het GF ruim baan aan ontwikkeling van jonge componisten. Deze opdracht werd voor het eerst in 2015 gegeven aan de jonge componist/musicus Thomas Beijer. Tot slot tonen de (piep-)jonge concourswinnaars (10 - 18 jaar) hun talent in de veilige en unieke omgeving van een huiskamer.

1.2 Maatschappelijke visie

Het samenwerken met uiteenlopende partijen is een intrinsiek onderdeel van de organisatie. Voor nagenoeg alle inhoudelijke activiteiten wordt samengewerkt met partners, variërend van individuele musici, orkestleiders, arrangeurs en componisten tot vertegenwoordigende conservatoria en programmeurs van collega-festivals en podia naast de (inhoudelijk) betrokken locaties. Het GF gaat verder dan het ontdekken en presenteren, het festival is ook een platform waarop verschillende doelgroepen met elkaar in contact komen. Het GF opent deuren, geeft ruimte aan ontdekking. We zijn ons bewust van onze krachtige maatschappelijke functie. Het creëren van een omgeving voor sociale interactie, de uitwisseling van ideeën en participatie is zelfs in hoge mate bepalend voor het succes van bijvoorbeeld buurtconcerten. Muziek is bij uitstek een instrument voor sociaal-maatschappelijke doelstellingen en wij zetten concerten doelbewust in om een verbinding te leggen tussen verschillende bevolkingsgroepen.

De succesvolle buurtconcerten zijn in 2018 toegevoegd als nieuw programmaonderdeel. Doordat bewoners zelf een gratis concert aan kunnen vragen, komen we op nog meer verrassende plekken en bereiken we een publiek dat anders wellicht niet in het vizier was gekomen. De focus op cultuurdeelname en publiekswerking die inherent is aan dit festivalonderdeel past goed bij onze programmering. Primaire doel is het publiek een positieve ervaring te geven en lokale inbedding te garanderen.

Diversiteit en inclusiviteit

Mede in het licht van onze maatschappelijke rol is diversiteit een belangrijk aandachtspunt in de komende jaren. Binnen de programmering is ruimte gemaakt voor een breder perspectief binnen de klassieke muziek en jazz. Door het programmeren van meer muziek uit andere continenten, zoals Indiase, Afrikaanse, Syrische en Surinaamse muziek, krijgen niet alleen een nieuwe uitvoerende doelgroepen de kans om zich te presenteren op het GF, maar worden ook nieuwe publieksgroepen aanbeoord.

2. Het Grachtenfestival ontdekt

Voor zowel het vroegtijdig signaleren van jong talent als het spotten van relevante ontwikkelingen binnen de muziek zijn goede relaties met het educatieve veld essentieel. Ons artistieke team scout en volgt talent, jonge makers en jonge professionals vanaf hun tienerjaren tot aan het moment dat ze met beide benen in de (internationale) muzikwereld staan, door onder andere het onderhouden van nauwe banden met andere concoursen en de conservatoria van Nederland. Het allerjongste talent spotten we dankzij de Bunschoten Jonger Talent Prijs, voor de beste prestatie van een klassieke musicus tot en met 18 jaar op het GF.

Een derde van de optredende musici wordt samengebracht dankzij het artistieke team. Zo kunnen wij de artistieke waarde en kwaliteit waarborgen. Dankzij de fantastische reputatie van diverse Nederlandse conservatoria trekken zij veel buitenlands talent aan. Dat stelt het GF in de gelegenheid internationaal talent van over de hele wereld te ontdekken, zonder dat hiervoor gereisd hoeft te worden – budgettair gezien onhaalbaar. Omdat het GF goed contact heeft met alle acht conservatoria, zijn wij gegarandeerd van het beste dat Nederland te bieden heeft en hebben alle studenten door heel het land gelijke kansen om geprogrammeerd te worden tijdens het festival.

Jonge makers

Het GF doet meer dan het ontdekken van nieuwe jonge musici. Jonge makers krijgen de kans om samen met het festival eigen projecten te ontwikkelen. Belangrijk is de eerdergenoemde *Compositieopdracht*. In 2017 heeft het GF dankzij de Nieuwe Makers-regeling van het FPK met Luke Dean kunnen samen werken, in 2020 ging eenzelfde traject met Camiel Jansen van start. Er wordt er ook samengewerkt met andere kunsten. Voorbeelden zijn House of Makers, stadsdichters en het collectief Woorden Worden Zinnen (Elten Kiene). Door cross-overs te bewerkstelligen tussen jonge makers uit diverse disciplines worden nieuwe concepten bedacht voor een aanvullend publiek.

Coproducties

We coproduceren jaarlijks een uniek concert met jong toptalent in een glansrol. Dit gebeurt in samenwerking met een groot orkest, zoals het NedPhO of het NJO en betreft uitvoeringen met een groot publieksbereik (> 5.000 bezoekers). Daarnaast brengen we jaarlijks een (grote) opera in coproductie met bijvoorbeeld Operafront, de Nederlandse Reisopera of de Nationale Opera Studio. Ook gaat elk jaar een speciaal voor ons ontwikkelde kinderopera in première tijdens het festival. Op deze manier willen we de operacultuur verrijken met moderne klassieke muziek of spraakmakende bewerkingen van eeuwenoude klassiekers. Zo zien wij kansen om de klassieke cultuur van opera nieuw leven in te blazen en een nieuw publiek kennis te laten maken met vernieuwende vormen binnen het genre.

Multidisciplinair samenwerken

Het GF wil zich de komende periode nog actiever inzetten om andere culturele domeinen aan het festival te verbinden. We stimuleren jonge musici om zich te laten inspireren door dans, theater, film, literatuur, poëzie, fotografie of beeldende kunst. Centraal hierin staat het hedendaagse non-lineaire denken en de toegenomen interesse in samenwerking. Wij zijn een netwerkorganisatie waarin jonge makers gestimuleerd worden buiten bestaande conventies te denken en kruisbestuiving met andere kunsten en daarmee ook een nieuw publiek op te zoeken. Vooral jonge makers mengen stijlen en vormen en gebruiken daarbij allerlei inspiratiebronnen en wij willen dit voeden.

2.1 Talentontwikkeling

Het GF is een springplank voor jonge musici in klassieke muziek en jazz en helpt hen op verschillende manieren bij de start van hun veelbelovende carrière. Die talentontwikkeling zit in het DNA van de organisatie en voert de boventoon in vrijwel alles wat we ondernemen en organiseren. Het GF stimuleert en lanceert op diverse niveaus en met uiteenlopende activiteiten die bijdragen aan het faciliteren van een nieuwe generatie musici en makers.

De winnaars van het Grachtenfestival Conservatorium Concours en de pitches keren terug binnen de serie *Grachtenfestival Lanceert*, alsmede winnaars van andere (inter)nationale concoursen. Daarnaast bieden wij de jonge talenten tijdens het festival airplay via het radioprogramma Earbites en worden er trailers gemaakt. Deze worden uitgezonden op de platforms van onze mediapartners zoals Het Parool, maar ook ter beschikking gesteld aan de musici.



Shin Sihan, Hotel Krasnapolsky

Artist in Residence

Het 'Artist in Residence'-schap van het GF stimuleert jonge musici om zichzelf zo veelzijdig mogelijk te presenteren aan het GF publiek. Zonder vastgelegde kaders worden zij uitgedaagd alles te laten horen en zien wat zij in huis hebben. Sinds 2013 wordt het Residency gekoppeld aan het winnen van de GrachtenfestivalPrijz. De Artist is een jaar lang letterlijk het gezicht van het nieuwe festival en wordt gesteund om zich in de volle breedte, artistiek en zakelijk, te ontwikkelen.

3. Het Grachtenfestival beweegt

We luisteren naar waar jonge musici mee bezig zijn en willen juist dat faciliteren. We volgen de maatschappelijke en culturele trends nauwlettend en reageren met innovatieve concepten. Om stappen te kunnen zetten in onze profilering naar het grootstedelijke publiek als inspirerend, vernieuwend en verbindend festival, is onderzoek en expertise in inhoudelijk opzicht nodig. In jonge programmeurs zit vernieuwingskracht én zij bevinden zichzelf in de jonge nieuwe doelgroep. Zo geven wij ook invulling aan talentontwikkeling binnen de eigen organisatie.

3.1 Programmering

Muziek is een wereldtaal, een taal die verenigt. Het is bij uitstek een manier om diversiteit en inclusiviteit te bevorderen. Door meer culturen, muziekstijlen, en bevolkingsgroepen, zowel onder de musici als onder de bezoekers, te betrekken en aan te spreken en diversiteit in muziek te laten horen binnen de programmering, kan veel bereikt worden. Het GF heeft zich meer verdiept in andere stijlen zoals jazz en volksmuziek uit landen in het Midden-Oosten, Zuid-Amerika en de Balkan. Daarnaast richt een deel van de concerten zich op cross-overs en muziek van buiten Europa. In de komende periode zal het onderscheid tussen de drie genres minder sterk worden gemaakt en er zal meer gezocht worden naar samenwerkingen.

Ook op het gebied van muziek van eigen bodem valt er veel te ontdekken. Gevestigde podia programmeren het liefst bekende musici of tenminste bekend werk. Het GF wil zich inzetten als ambassadeur van de Nederlandse muziek op het gebied van klassiek en jazz, in bestaand en nieuw repertoire. We zien een toenemende interesse in het componeren en schrijven eigen composities. Sinds 2019 is er een speciale reeks die zich geheel inzet voor de promotie van Nederlands werk: Opus Novum. Zowel klassiek Nederlands repertoire als nieuw, hedendaags repertoire krijgt een plek op het festival. Let wel: met muziek van Nederlandse bodem bedoelen we alle makers die in Nederland geboren zijn, dan wel hier wonen en/of studeren.



4. Het Grachtenfestival verbindt

Het verbinden van mensen is verankerd in het GF: wij willen mensen niet alleen laten kennismaken met en genieten van muziek, we willen door middel van diverse concerten bovendien nieuwe ontmoetingen bewerkstelligen. Zo nodigen we uit tot een actieve en gedeelde cultuurbeleving, waarbij iedereen welkom is: jongeren, ouderen, gezinnen, etc. We willen inspireren, buurtgenoten met elkaar in contact brengen en iedereen deelgenoot laten zijn van al het moois dat muziek kan brengen. We zijn als GF niet bij toeval aanwezig in de hele stad – de spreiding van de concerten is een nadrukkelijk speerpunt.

Voor de bezoekers van ons festival willen wij meer zijn dan een bundeling van goede concerten. Het festivalhart, het Compagnietheater, fungeert ook als plek van activiteit, ontmoeting en interactie; we werken bewust aan de creatie van een actieve bijenkorf waar mensen de hele dag door samenkomen: bezoekers, medewerkers, maar vooral ook musici. Naast het reguliere programma willen wij vaker verrassende nevenactiviteiten organiseren waarbij mensen met eenzelfde passie elkaar kunnen treffen. Dit varieert van speciale workshops, talks, discussieavonden en filmvertoningen tot performances, voordrachten en bijzondere optredens. In 'masterclasses' (bv. met Oorkaan) zullen geselecteerde studenten van conservatoria intensief samenwerken met gerenommeerde meesters. Veel van onze vrijwilligers zijn ook bezoeker en musicus en vullen daarmee een belangrijke rol in het samenbrengen van diverse groepen.

Publiekswerking

'Publiekswerking' is een belangrijk aspect voor het GF. Deze term is in de afgelopen jaren vanuit België in ons land geïntroduceerd. In Nederland worden nog altijd begrippen als cultuureducatie en publieksbegeleiding naast elkaar gebruikt, waarbij de eerste meestal scholenbezoeken impliceert en de tweede de educatie van volwassenen, het zogenaamde 'vrije publiek'. Publiekswerking omvat echter beide (binnen- en buitenschoolse) groepen, maar gaat ook verder: het raakt aan concepten als educatie, participatie en marketing, maar voegt hier begrippen als verbinden en inspireren aan toe. En dat is exact wat het GF nastreeft: het creëren van een cultureel bewustzijn waarmee de sociale inclusie wordt gestimuleerd. Een belangrijk ingrediënt voor publiekswerking is de sfeer van openheid en toegankelijkheid die zowel het festival als de organisatie uitstralen. Het welkome gevoel geven we via onze vrijwilligers, die iedereen laten merken op dit feestje genodigd te zijn, maar ook door ons open karakter: tien dagen lang programmeren wij van 's morgens vroeg tot 's avonds laat. De drempel om een concert te bezoeken is bewust laag gehouden. Concerten duren maximaal een uur en zijn gratis, of de prijzen liggen laag.

4.1 Toegankelijkheid

Het Grachtenfestival spant zich in om zo toegankelijk mogelijk te zijn, zonder aan artistieke kwaliteit in te leveren. Niet alleen door de bijzondere locaties en publieksvriendelijke toegangsprijzen, maar ook door de open wijze waarop musici het publiek betrekken.

Op *praktisch* vlak maken de prijsstelling en locatie het festival goed toegankelijk voor verschillende groepen mensen. Het GF streeft er naar (wanneer dit corona-technisch mogelijk is) om ruim een derde van haar aanbod gratis te organiseren, in de openbare ruimte. De betaalde concerten kennen een ticketprijs tussen de €5 en €20, wat relatief laag is voor klassieke muziek en jazz. Met deze concerten strijkt het GF neer op verschillende locaties door heel Amsterdam. Hierbij leggen we de nadruk op een goede spreiding door alle stadsdelen, als ook een passende balans tussen locaties die geworteld zijn in de wijken en professionele podia. De combinatie van een ruime keuze aan betaalbare concerten op gekende en benaderbare locaties werken drempelverlagend, wat maakt dat iedereen welkom is op het GF. De vele festivalmedewerkers (veelal vrijwilligers) die bij elk concert aanwezig te zijn (om meer informatie te geven, maar ook om corona maatregelen te nemen), zorgen ervoor dat iedereen zich ook echt welkom voelt.

Ook *inhoudelijk* is het GF een toegankelijk festival, met een programmering die cultuurdeelname stimuleert door middel van actieve publieksbenadering. De concerten die op het festival plaats vinden, worden onderverdeeld in verschillende series. Elke serie heeft een eigen insteek en focust steeds op een bepaald genre. Soms trekt dat een heel divers publiek en soms echt een specifieke doelgroep. Van de musici wordt steeds gevraagd om hun muzikale programma toe te lichten. De vorm van deze toelichting verschilt per serie en musicus, deze steeds in lijn met de insteek van de serie zelf, als ook met de doelgroep.

4.2 Specifieke doelgroepen

Een belangrijke groep omschrijven we breed als 'buurtbewoners'. Oudere en Amsterdamse bezoekers, ook focusgroepen, attenderen we in het bijzonder op de pop-up concerten en de gratis concerten zoals de buurtinitiatieven. Wij blijven ons inzetten om ook de moeilijker bereikbare groep kwetsbare ouderen te informeren en uit te nodigen. Het Junior Grachtenfestival richt zich op het jongste publiek, van 0 tot 12 jaar oud. Met deze jeugdprogrammering willen we kinderen op speelse wijze laten kennismaken met klassieke en jazzmuziek en ze op actieve wijze te betrekken bij de voorstellingen: we bieden hen een bijzondere, unieke muzikale beleving in een educatief kader. Ook musici en conservatoriumstudenten vormen een belangrijke doelgroep, voor wie we gedurende het jaar diverse activiteiten ontwikkelen.

Baby- peuter en familieconcerten

De speciale babyconcerten van het GF zorgen voor een bijzondere eerste kennismaking met klassieke muziek voor de allerkleinsten. Dankzij een beperkt aantal instrumenten en aansprekende klassieke muziek ontstaat al snel interactie tussen de musicus en de baby's en tussen de ouders en de baby's. Bij de peuterconcerten wordt nog meer ingespeeld op het muzikale en zintuigelijke voorstellingsvermogen van de kinderen. Bij deze voorstellingen gaat het om prikkelen, enthousiasmeren en betrekken.

Jongeren

De sociale media kanalen spelen een belangrijke rol bij het bereiken van de jongere bezoeker. Hier wil het GF een buzz creëren rond de concerten, zoals de clubserie. Met mediapartners worden campagnes opgezet en populaire venues wordt gevraagd events te promoten. We werken veel samen met partners om een jong en divers publiek te bereiken.

Ouderen

De ouderen zijn een belangrijke doelgroep. Nieuw is ons contact met de Stadsdorpen van Amsterdam. Zij organiseren niet alleen vervoer van en naar buurtactiviteiten voor bewoners maar stimuleren ook het contact aldaar. Een stadsdorp is een initiatief van en voor (veelal oudere) bewoners in een buurt en streeft modern nabuurschap na.

Toeristen

Amsterdam trekt weliswaar steeds meer (internationale en Nederlandse) toeristen, maar het is niet gezegd dat de verspreiding van deze bezoekers evenredig over alle culturele instellingen is. Wij zetten daarom doelgerichte en effectieve campagnes op via zoveel mogelijk verschillende kanalen (outdoor, online, pers, via acties, activiteiten en promoties) om een nieuw publiek te bereiken, hiertoe wordt o.a. samengewerkt met diverse grote hotels.

Vaste bezoekers

Naast deze specifieke doelgroepen ontvangt het GF uiteraard ook een grote schare aan vaste bezoekers. Deze groep bestaat voornamelijk uit iets oudere (50+), hoger opgeleide cultuurliefhebbers en overlapt grotendeels met zowel het reguliere publiek voor kamermuziek als voor jazz. Beiden groepen zijn liefhebbers/kenners van de genres en staan open voor het ontdekken van het nieuwste toptalent. Dit betreft zowel betalend als gratis bezoek en bestaat uit trouwe fans en liefhebbers.

5. Het Grachtenfestival onderneemt

Het GF wordt georganiseerd door een zelfstandige stichting. Het GF is trots op haar mix van inkomsten, waaraan - naast recettes uit kaartverkoop - zowel het bedrijfsleven als diverse fondsen en particulieren hun bijdrage leveren. Dit zorgt ervoor dat we, naast het brengen van meer gevestigde namen voor bijvoorbeeld de pontonconcerten, ook kunnen investeren in de ontwikkeling van kleinere producties met een meer experimenteel karakter. Er komen geen inkomsten uit horeca, het GF kan zo wel omzet voor haar (locatie)partners helpen genereren. Het GF ziet zichzelf als modern cultureel ondernemer: uitwisselingen en samenwerkingsverbanden horen bij de blauwdruk van de organisatie.

Partnerships

Een open en ondernemende geest is cruciaal voor de ontwikkeling van nieuwe projecten, maar ook voor die van nieuwe inkomstenbronnen. Het GF werkt samen met een breed scala aan organisaties. Dit betreft samenwerkingen op inhoudelijke gronden, maar ook met het bedrijfsleven, soms vanuit financieringsoogpunten, vaker vanuit een gedeelde missie van uitwisseling, uitbreiding van publieksbereik en/of aanvullende of vernieuwende programmering. Samen met een goede budgettaire discipline draagt dit bij aan een gezonde en duurzame verstandhouding met onze partners. Die zorgen immers niet alleen voor (financiële) continuïteit en extra exposure, maar vertegenwoordigen ook het maatschappelijke draagvlak dat voorwaardelijk is voor een verankering van de organisatie in de samenleving. Traditiegetrouw en met gepaste trots noemen wij ze allemaal op de achterpagina van onze jaarlijkse festivalkrant.

Sponsor- en fondsenwerving

Wij zetten de komende periode in op het betrekken van meer meerjarig-verbonden partners om continuïteit te bewerkstelligen. De zomerperiode is voor sommige bedrijven lastig in het kader van relatiebeheer, maar juist het maatschappelijke karakter van het festival is een aansprekende factor. Verder doet Het GF jaarlijks een beroep op vele private fondsen. Dit gaat momenteel veelal om eenmalige projectgebonden financiering. Werving, beheer en behoud is een tijdrovende taak, maar het houdt de organisatie ook scherp op toegevoegde waarde naar stakeholders, impact op publiek, bereik (fysiek en online) en vernieuwing.

5.1 Marketing & Communicatie

Het GF heeft zich succesvol geïmagineerd als een impactvolle organisatie met vele gezichten: we worden gezien als méér dan een festival omdat we meer brengen dan de bekende en geliefde concerten. Dat betekent niet dat we er zijn: marktaandeel veroveren is één ding, het behouden en uitbreiden hiervan kan alleen op basis van continue ontwikkeling, professionalisering en vernieuwing. Onze unieke positie willen wij met een goed doordacht aanbod van afwisselende activiteiten, bijzondere concerten en evenementen verder ontwikkelen. Om nog meer en verschillende doelgroepen aan te spreken, te inspireren en aan ons te binden in deze tijd van toenemende concurrentie is het essentieel om goed zichtbaar te zijn, de blik naar buiten te richten en sterke, soms onverwachte, samenwerkingen aan te gaan. Zichtbaarheid is belangrijk om in de hoofden van de mensen te komen en te blijven en kaartverkoop te boosten.

Naast het vergroten van onze zichtbaarheid middels postercampagnes, gaan onze marketingacties veelal online en via partnerships met lokale media. Hierbij wordt de marketingstrategie per programmaonderdeel bepaald, gebaseerd op wat passend is voor een specifieke doelgroep. Zo worden ouders attent gemaakt op het Junior Grachtenfestival door flyers op plekken waar zij tijdens de zomervakantie vaak komen: de BSO, (binnen)speeltuinen en andere plekken met activiteiten voor kinderen. Jongeren bereiken met online teasers. De vaste bezoekers bereiken we vooral via de festivalkrant. De oudere bezoeker bereiken we met lokale media in print, zoals huis-aan-huisbladen en stadskranten. De effecten van onze inspanningen via deze kanalen zijn moeilijker meetbaar dan online en onderzoek op openbare locaties is lastig omdat bezoekers zich niet hoeven te registreren. Wel voorzien onze vrijwilligers ons van gedetailleerde verslagen over de muziek en (de samenstelling van) het publiek.

Van de bezoekers komt ongeveer de helft uit de stad, 45% uit de rest van Nederland, waarvan het grootste deel uit een gebied in een straal van 40 kilometer om Amsterdam (de Metropoolregio), de rest zijn buitenlandse toeristen. Binnen onze marketingstrategie richten we ons in het bijzonder op bestaande en nieuwe bezoekers en betalende klanten. Onze focus ligt op het behouden van marktaandeel en uitbreiden door meer en verschillende doelgroepen aan te spreken en dit te verduurzamen. Strategieën om deze doelstellingen te bereiken zijn verdeeld over betaalde en onbetaalde kanalen, online en fysiek.

6. Het Grachtenfestival verduurzaamt

Met alle concurrentie in het veld is het voor ons nog belangrijker om ons onderscheidende karakter te benoemen en te borgen. Aspecten van verduurzaming spelen hierbij een cruciale rol: we willen onze bestaande vruchtbare relaties bestendigen en verder uitbreiden en een organisatie voeren en festival brengen waar diversiteit, inclusie en ontwikkeling de norm zijn, vóór en achter de schermen, herkenbaar in programmering, spreiding en organisatie. Nu wij ruim twintig jaar oud zijn, is het van belang om onze impact te claimen en te verduurzamen.

6.1 Belang voor de stad

Het GF is geworteld in Amsterdam, binnen de grachtengordel én in de omliggende stadsdelen. Het niet louter onze missie om de hoogste kwaliteit aan muziek van de jongste generatie te brengen, maar juist ook om muziek in te zetten om ontmoetingen te faciliteren en zo een leefbare stad te helpen creëren. Het GF spreidt haar aanbod, waardoor we prachtige concerten dicht bij huis aanbieden, het centrum ontlasten en meegroeien met de stad. Veel concerten worden gratis aangeboden en De Toegift is gelanceerd: betalende bezoekers kopen een extra kaartje (€15) en het GF stelt dat ter beschikking aan o.a. Stichting Prisma en The Refugee Company.

6.2 Landelijk belang

Het GF is van onmiskenbaar landelijk belang in het muzikale landschap. Waar de grote concertzalen een drempel hebben, is het GF toegankelijk en open. Samenwerken met anderen leert ons dat wij op landelijk niveau een unieke positie invullen. Om jong talent te kunnen presenteren, volgen en begeleiden moeten we hen natuurlijk eerst identificeren. Naast collega-instellingen zijn de Nederlandse muziekjournalisten en -recensenten een belangrijke groep, bijvoorbeeld bij het samenstellen van de longlist voor de GrachtenfestivalPrijz. Het GF haakt in op de behoeftes van jonge musici en makers om na het conservatorium meer gecoacht en begeleid te worden bij de zakelijke en producerende kant.



Tot slot

Het GF scout, presenteert en stimuleert jong talent en voelt een brede verantwoordelijkheid ten aanzien van de ontwikkeling van de nieuwste generatie musici. Binnen het talentbeleid is aandacht voor de volledige keten die een rol speelt bij hun artistieke en professionele groei: van de ontwikkeling en productie van nieuw werk, via de presentatie en introductie bij een breed publiek tot het aanboren van nieuwe netwerken. We verbinden (klassieke) muziek met het culturele erfgoed én architectonisch interessante nieuwbouw om een breed publiek te bereiken, te verrassen en verhalen te vertellen. Daarmee wijkt het festival niet af van eerdere edities, maar zoekt het wel een nieuw kader om van betekenis te zijn voor de nieuwe generatie musici en bezoekers.

Het GF is een culturele onderneming pur sang. Nieuwe makers presenteren nieuwe stukken op bijzondere (vaak nieuwe) locaties aan een (veelal) nieuw publiek. De basis is smal om de ontwikkeling van ons artistieke beleid uit te breiden en onze maatschappelijke impact en daarmee het publieksbereik te vergroten en te diversifiëren. We gaan ons team verbreden, willen buitenlandse festivals bezoeken, meer partnerships te entameren om inhoudelijke samenwerkingen aan te gaan met andere podia, om ook buitenlands talent te kunnen scouten buiten de radar van de Nederlandse conservatoria. Wij bestaan ruim twintig jaar en wij willen nog zichtbaarder uitdragen dat muziek verbindt!

De komende periode is het van belang verder te groeien als een culturele speler met een landelijke toegevoegde waarde. Met een versterking van de financiële structurele basis kan de kwaliteit en continuïteit van de kerntaken worden gewaarborgd: we staan voor de taak de gerealiseerde groei van de organisatie te financieren en toekomstige ontwikkeling mogelijk te maken. Dit betreft de verdere verbreding en spreiding van alle activiteiten: niet alleen op presenterend, maar juist ook op producerend gebied. Wij willen jonge makers van diverse achtergrond kunnen blijven stimuleren in het maken van nieuw werk. Innovatief en bijzonder werk, dat bij de grote podia minder makkelijk gerealiseerd kan worden. Het GF kijkt ernaar uit de komende vier jaar de mooiste muziek van de beste musici van de nieuwe generatie te presenteren aan een groot en divers publiek, met daarbinnen ruimte voor experiment en innovatie.