

GRACHTEN FESTIVAL

ONDERNEMINGSPLAN 2021-2024



TIEN DAGEN WERVELEND KLASSIEK EN JAZZ DOOR HEEL AMSTERDAM

www.grachtenfestival.nl

Index

Voorwoord

| | |
|---|-----------|
| Terugblik | 1 |
| 1. Het Grachtenfestival staat | 2 |
| 1.1 Artistieke visie | 2 |
| 1.2 Producerend en presenterend | 3 |
| 1.3 Maatschappelijke visie | 4 |
| 2. Het Grachtenfestival ontdekt | 5 |
| 2.1 Het Grachtenfestival Weekend | 7 |
| 2.2 Talentontwikkeling | 8 |
| 3. Het Grachtenfestival beweegt | 8 |
| 3.1 Divers en inclusief | 9 |
| 3.2 Programmering | 9 |
| 4. Het Grachtenfestival verbindt | 10 |
| 4.1 Publiekswerking | 10 |
| 4.2 Specifieke doelgroepen | 10 |
| 5. Het Grachtenfestival onderneemt | 12 |
| 5.1 Marketing & Communicatie | 13 |
| 5.2 Internationaliseren | 15 |
| 6. Het Grachtenfestival verduurzaamt | 15 |
| 6.1 Belang voor de stad | 15 |
| 6.2 Landelijk belang | 16 |
| 6.3 Governance | 17 |
| Tot slot | 19 |

Voorwoord

De stad Amsterdam en het Grachtenfestival zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden: in onze stad ontvangt het Grachtenfestival jaarlijks 50.000 bezoekers uit binnen- en buitenland. Verspreid over alle stadsdelen worden gemiddeld 250 concerten, op ruim 100 locaties uitgevoerd. In het centrum bevindt zich het kloppend hart van de organisatie, waar het programma van het festival wordt ontwikkeld en vanuit waar alle activiteiten ontplooid worden. Dit alles is gebaseerd op de leidende artistiek-inhoudelijke visie van het festival: het aanspreken van brede en diverse doelgroepen – lokaal, nationaal en internationaal – door op verrassende wijze de beste jazz en klassieke muziek van en door de nieuwste generatie musici te presenteren. Oog voor relevante nieuwe ontwikkelingen en het signaleren, presenteren en stimuleren van muzikaal talent aan zowel de kenner als de leek zijn onverminderd speerpunten van het festival. Dankzij de aandacht voor de volledige keten van talentontwikkeling van jonge musici, van pre-opleiding en conservatorium van de kleine zalen naar uiteindelijk – voor enkelen – de grote podia, weet de organisatie al jaren een keur aan partners aan zich te binden. Op deze manier heeft het Grachtenfestival zich de afgelopen jaren ontwikkeld tot één van de belangrijkste podia voor jonge musici in Europa. Het succes van het talentbeleid, dat zowel tijdens het festival in augustus als op andere momenten gedurende het jaar veel aandacht krijgt, staat buiten kijf: de waardering van andere organisaties voor ons vermogen om jonge musici vroegtijdig te scouten en te presenteren, en hen waar mogelijk te ondersteunen in het verdere verloop van hun carrière, blijkt hoog. Samenwerkingsverbanden met uiteenlopende partners zijn hierbij onontbeerlijk, net als kennis, daadkracht en flexibiliteit: bij uitstek waarden die passen bij het Grachtenfestival.

Het Grachtenfestival wil met volle kracht vooruit en op basis van het sterke fundament en het ingezette beleid van de afgelopen jaren ten aanzien van talentontwikkeling en publieksbereik haar positie – die tevens gekenmerkt wordt door bloeiend cultureel ondernemerschap en een verantwoorde financiële huishouding – verstevigen en verder uitbouwen. Werden in het vorige kunstenplan verbreding en verdieping van de activiteiten van het Grachtenfestival centraal gesteld, in dit beleidsplan hebben wij ervoor gekozen om te focussen op het feit dat juist onze identiteit die toegevoegde waarde biedt waar de stad nu om vraagt. De activiteiten van het Grachtenfestival zijn een logisch gevolg van ons DNA en onze ambities zijn nauw verbonden aan maatschappelijk vraagstukken. In dit Ondernemingsplan zullen wij in de respectievelijke hoofdstukken aantonen dat het Grachtenfestival: staat als een huis (hfdst 1), onverminderd ambitieus scout naar toptalent binnen de nieuwe generatie musici (hfdst 2), innoveert wanneer mogelijk en wenselijk (hfdst 3), actuele maatschappelijke thema's verbindt aan onze muzikale missie (hfdst 4), een cultureel ondernemer pur sang is (hfdst 5) en de komende periode wil gebruiken om relaties te verduurzamen en relevante codes te verankeren in het beleid (hfdst 6).

Voor haar organisatie en programmering is het Grachtenfestival grotendeels afhankelijk van incidentele projectfinanciering. Het financiële fundament dat noodzakelijk is voor de gewenste groei, is fragiel. In relatie tot het belang dat het Grachtenfestival hecht aan verantwoord cultureel ondernemerschap is de huidige financiële basis voor de structurele kerntaken en voorgenomen ontwikkeling onvoldoende. Onze ambitie staat echter centraal in dit ondernemingsplan. Wij zijn niet meer weg te denken uit het culturele veld, onze kwaliteit is reeds bewezen en de zware jaren liggen ver achter ons. We willen inzetten op groei. Groei in diversiteit en groei in spreiding, op diverse niveaus. Het Grachtenfestival vraagt voor de kunstenplanperiode 2021-2024 een subsidie van €275.000,- om twee hoofddoelstellingen te realiseren:

- Het diversifiëren van het inhoudelijke programma, met meer ruimte voor jazz en klassieke muziek uit niet-westerse werelddelen, om nieuwe publieksgroepen te bereiken, te betrekken en relaties te verduurzamen, letterlijk verspreid door de stad;
- Het structureel mogelijk maken van activiteiten die tot de kerntaken behoren, met name op het gebied van talentontwikkeling, coaching en stimuleren van makerschap.

Dit zorgt voor continuïteit en rust in de organisatie en bij stakeholders. Door de financiële basis te versterken, kan de organisatie toekomstige groei realiseren op diverse niveaus.

Wij achten het van groot belang dat een juiste verhouding blijft bestaan tussen publieke en private financieringsbronnen van het Grachtenfestival. Met de gevraagde subsidie groeit het aandeel financiering van het AFK tot 25% van de totaalbegroting, hetgeen verankering in de organisatie borgt en groei garandeert. Wij danken u voor het vertrouwen in onze organisatie en onze toekomst.

Tex Gunning
Voorzitter

Marie-Luce Bree
Directeur

Terugblik

Het Grachtenfestival (hierna: GF) heeft zijn oorsprong in 1998. Met het succes van het grootse Prinsengrachtconcert ontstond de behoefte om het publiek iets nieuws te bieden: een klassieke muziek festival met intieme concerten in huiskamers aan de gracht en in monumentale panden in het centrum van Amsterdam. Sindsdien heeft het GF zich met een focus op jong toptalent en jonge professionals ontwikkeld tot één van de meest vooraanstaande festivals van Europa.

Wij kunnen terugblikken op drie mooie edities met jaarlijks ruim 50.000 fysieke bezoekers tijdens het festival. Nieuw waren de Clubtour, de voorbereiding van de buurtconcerten en de concerten in de MRA (Metropool Regio Amsterdam) in de afgelopen periode. Het publieksbereik van het GF is veel groter dan het aantal fysieke bezoekers en het is door onze samenwerking met diverse (media) partners ook fors toegenomen. Daarnaast bereikten we het publiek ook via concertregistraties op radio en tv, live radio-uitzendingen vanuit het Festivalcentrum, NTR Podium en de Grachtenfestival Reports.

Uit het jaarlijkse publieksonderzoek zijn over de afgelopen drie jaar de volgende gegevens op te maken:

- Een derde van de bezoekers bezoekt het GF voor het eerst en bezoekt normaal zelden of nooit een klassiek concert. Een hoog percentage (87%) geeft aan het festival aan derden aan te raden.
- De bezoekers van het GF zijn gemiddeld 45 jaar oud (excl. Junior Grachtenfestival). Ongeveer de helft van de bezoekers is tussen de 18 en 55 jaar en de rest is 56 jaar en ouder.
- De vaste bezoekers zijn meestal wat oudere en hoger opgeleide liefhebbers van klassieke muziek en jazz; nieuwe bezoekers zijn jonger; van de bezoekers van de gratis concerten is 50% jonger dan 35 jaar.
- Ongeveer de helft van de bezoekers komt van buiten Amsterdam.
- Het overgrote deel is jaarlijks van plan om het GF weer te bezoeken (80% kiest: Zeker).
- De economische betekenis van het festival voor de stad is ongeveer € 6,2 miljoen, waarvan € 4,3 miljoen is uitgegeven door bezoekers van buiten Amsterdam.

Ambitie kunstplan 2017-2020: van podium naar platform

Het GF is het podium waar jong muzikaal talent zich kan presenteren aan een groot publiek. De afgelopen kunstplanperiode heeft het GF zich sterk ingezet om van podium naar platform te groeien. Het GF Conservatorium Concours is daar een goed voorbeeld van, net als Grachtenfestival De OpMaat, waarvan in 2015 de eerste editie plaatsvond.

We boden in de afgelopen periode ruimte voor:

- **Presentatie:** een kans om te pitchen tijdens De OpMaat en uitvoeringen tijdens het GF;
- **Publicatie:** aandacht en mediaoptredens in onze dagelijkse live radioshow Earbites (uitgezonden op NPO Radio 4, vanuit het Festivalcentrum) en de Grachtenfestival Reportages (door het jaar heen) en Reports (tijdens het festival) via onze TV-mediapartners en digitale media;
- **Excellentie:** de competitie tijdens het Grachtenfestival Conservatorium Concours en de Avond van de GrachtenfestivalPrijzen en de waardering die daarbij hoort;

- **Ontwikkeling:** talentontwikkelingstrajecten, waaronder summerschools, masterclasses, presentatietrainingen, samenwerkingen met bv Oorkaan, de theatertour en de compositieopdracht;
- **Samenwerking:** gelegenheid om unieke concerten of voorstellingen te maken met andere musici; cross-overs en bijzondere samenwerkingen aan te gaan met inhoudelijke of maatschappelijke partners en locaties;
- **Uitwisseling:** uitnodigen en uitwisselen met andere festivals, musici en conservatoria;
- **Netwerk:** tijdens het festival introduceren wij onze jonge musici aan tal van belangrijke partijen uit het veld, zoals impresario's, journalisten, (collega-)programmeurs en andere invloedrijke spelers.

Realisatie beleidsvoornemens Kunstenplan 2017 - 2020

- Jaarlijks 245 tot 265 concerten/voorstellingen (van kleinschalige tot grote openluchtconcerten) en randprogramming.
- Jaarlijks 700 optredende musici, van circa 40-50 verschillende nationaliteiten.
- 80 tot 95 verschillende (tijdelijke en bijzondere) concertlocaties, met name op en aan het water door heel Amsterdam, waardoor een sterke binding met en in de stad is ontstaan.

De beleidsvoornemens voor de Kunstenplanperiode 2017 - 2020 op het terrein van bezoekersaantallen en aantal voorstellingen zijn ruimschoots behaald. We hebben laten zien dat wij als geen ander samenwerken met partijen in de stad, uitvoering geven aan cultureel ondernemerschap door een hoog percentage eigen inkomsten te genereren en tegelijkertijd een grote bijdrage leveren aan het publieksbereik voor jong talent in klassieke muziek en jazz. Het festival heeft zich ook artistiek-inhoudelijk ontwikkeld. Dit geldt op alle terreinen: repertoire, uitbreiding met jazz, focus op (de ontwikkeling van) echt jong talent, sterke binding locatie en concert (storytelling), coproducties en bijzondere premières. Het festival is nu eerder zelfbewust en uitdagend, dan intern gericht en behoudend. Daarnaast is onze maatschappelijke impact tijdens deze periode significant gegroeid, met een toenemend aantal gratis concerten in de diverse buurten van Amsterdam (ruim 100 van de 265 in 2019) met daarbinnen specifieke aandacht voor muziek uit alle werelddelen. Wij zijn verheugd een positieve bijdrage te kunnen leveren aan de positionering van Amsterdam als internationale cultuurstad.

Marketing beleid 2017 - 2020

Het GF heeft zich in de loop der jaren ontwikkeld tot een sterk merk. De merkpositionering is gestoeld op een festivalbeleving waar je de nieuwe generatie musici en jong talent ontdekt, in klassieke muziek en jazz. Kernbegrippen zijn beleving en sprankeling dankzij jonge musici op bijzondere locaties. Het festival bereikt dit door een consequente boodschap, excellente programming en een goede zichtbaarheid: de Grachtenfestivalkrant (eerst verspreid via De Telegraaf om een nieuw publiek te bereiken, later via het Parool omdat die demografie passender bleek), de website, de grchtnfstvl.app, posters (beeldmerk) en overige signage, zoals infozuilen, vlaggen en banieren. Het GF weet mediapartners succesvol te binden en veel free publicity te genereren voor het festival en het rijke aanbod. De media worden structureel betrokken en benaderd, er verschijnen vooraf artikelen in diverse kranten en recensies van voorstellingen tijdens het festival. Dat trekt nieuwe partners aan en helpt bestaande te consolideren.

Zakelijk beleid 2017 - 2020

Zakelijk en organisatorisch was de afgelopen periode uitdagend. Het is balanceren wanneer de structurele overheidsbijdrage nog geen 20% van de begroting bedraagt. Het stelt bestuur en directie jaarlijks weer voor een uitdagende klus om de financiering rond te krijgen. We zijn er trots op dat we desondanks in de afgelopen jaren elk jaar overall een positief resultaat hebben behaald, financieel en inhoudelijk, kwantitatief en kwalitatief. Dat dit tot op heden is gelukt, is echter geen garantie voor de toekomst. Het festival kan rekenen op een fantastische steun vanuit diverse stakeholders in de stad, zonder wiens support, medewerking en inzet het GF niet zou zijn wat het nu is. Risicobeheersing is tot in de haarvaten van de organisatie doorgevoerd, dus de komende kunstenplanperiode wil het festival in kunnen zetten op groei. Niet zozeer qua volume, maar op het gebied van diversiteit van musici en muziekgenres en op het terrein van spreiding van publiek; dé ambities binnen de komende periode.

1. Het Grachtenfestival staat

Het GF is het grootste klassieke muziekfestival van Nederland, en het enige festival in Europa, 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 in Amsterdam, rondom het (toen 20-jaar oude) Prinsengrachtconcert, is het festival in de loop der jaren uitgegroeid tot een zelfstandig tiendaags festival, met meer dan 250 concerten op 100 verschillende locaties. Niet alleen in het centrum van Amsterdam en Noord, Nieuw-West, West, Oost, Zuidoost, het IJ en naar de Zuid-as, maar ook op diverse locaties in de Metropoolregio Amsterdam (MRA). Het GF trekt gemiddeld ruim 50.000 bezoekers per jaar aan en het lijdt geen twijfel dat het festival staat als een huis.

Het GF is een van de grootste concertorganisatoren van Nederland met ruim 250 concerten, voorstellingen en een gedegen randprogrammering van radio-uitzendingen, workshops en lezingen tijdens het festival en de organisatie van het Grachtenfestival Conservatorium Concours. Amsterdam is de thuisbasis, maar het GF bedient ook de Metropool Regio met activiteiten op locatie. 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 vakpers en een groeiende belangstelling van buitenlandse media. Een cultuurevenement, maar ook een icoonevenement met een economische impact en profilering van Amsterdam als aantrekkelijke stad voor bewoners, cultuurtoeristen en het bedrijfsleven.

DNA

Muziek is bedoeld om publiek te inspireren, te vervoeren, verwarren, verontrusten of verwonderen. Een geslaagd concert, een prachtig gespeelde uitvoering op een bijzondere locatie tilt je op boven het alledaagse. Het GF heeft een unieke eigen signatuur door het benutten van de stad als podium voor jong muzikaal talent. Niet alleen door het historisch erfgoed van de stad aan te grijpen als locatie, maar ook door te werken met nieuwe architectuur en locaties die normaliter gesloten zijn voor publiek. Het festival stimuleert daarmee de ontdekking van zowel de stad als dat van jonge musici door een groot publiek.

Dit publiek bieden we een unieke muzikale beleving, verrijkt met de verhalen van het (historisch) erfgoed op unieke locaties. Want het GF is een publieksfestival pur sang: de ervaring van het publiek, de individuele toeschouwer tijdens concert of uitvoering staat centraal. Het GF is een niet meer weg te denken springplank voor jong talent in klassieke muziek en jazz. Het GF ontdekt, lanceert en helpt hen op verschillende manieren bij de start van hun carrière. Deze ingrediënten vormen de ruggengraat van het festival en bieden naar onze mening exact waar de stad nu om vraagt: een organisatie die de geliefde culturele en historische waarden toegankelijk maakt voor een breed publiek van bewoners en bezoekers binnen een setting die verbindt, ongeacht taal en achtergrond.

Visie

De visie van het GF bouwt voort op de verworvenheden van de afgelopen 22 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. Jong toptalent bestaat voor het GF uit twee generaties talenten. De tieners en begin twintigers die uitblinken in hun discipline, vaak prijswinnaars in hun categorie bij concoursen zijn of zich onderscheiden binnen de conservatoria. En de eind twintigers en begin dertigers die aan het begin van hun beroepspraktijk en verdere artistieke ontwikkeling staan, op nationaal niveau aan de weg timmeren en internationaal de eerste stappen zetten of op het punt van doorbreken staan. We presenteren talent.

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. Verbreding 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 program-

Kerncapaciteiten van het GF

| | |
|---------------------|--|
| Kwaliteit | Getalenteerde jonge musici van het hoogste niveau spelen op toplocaties. |
| Verrassend | Elk jaar anders, ander thema, andere locaties, andere partners, (altijd mooie muziek). |
| Toegankelijk | 1/3e gratis te bezoeken, veel toegankelijke muziek, overal bij jou in de buurt. |
| Zelfstandig | Niet van één partij afhankelijk, niet voor/door één belanghebbende opgericht. |
| Dynamisch | Ruim 250 concerten in 10 dagen betekent een muzikale take-over van de hele stad. |
| Verbindend | Buurtconcerten garanderen ontmoetingen en bevorderen onderling contact. |
| Sfeervol | Ook intieme concerten voor 20 personen, in bootjes op het water, verlicht in de avond. |
| Sympathiek | Geen commerciële doelstelling, geluidsoverlast, vervuiling of massale toestroom. |
| Relevant | Toont Amsterdam op zijn mooist, gastvrij voor bezoekers én bewoners. |
| Samen | Met veel partners (en een klein eigen team) veel gedaan krijgen (hoge gun-factor). |
| Ondernemend | 250 concerten voor een bescheiden budget = oog voor wederzijdse belangen. |
| Inclusief | Elk jaar 1/3 deel nieuwe bezoekers, van diverse leeftijden. Language no problem! |

mering wordt het geijkte klassieke en jazzrepertoire omarmd en afgewisseld met onbekend, nieuw, experimenteel en avontuurlijk repertoire, bijvoorbeeld in de serie Opus Novum, waarin het GF jonge musici en componisten stimuleert zich te verdiepen in (nieuw) repertoire van Nederlandse bodem. Het GF daagt deze musici uit samenwerking met andere kunst disciplines aan te gaan en de grenzen te verkennen van het eigen instrument en kunnen. Dat zorgt voor een verbreding in de ervaring op het podium als ook in samenwerking met musici en artiesten uit andere kunst disciplines. Het verhaal dat deze musici vertellen, komt daarbij voort uit ofwel de bijzondere locatie ofwel de eigen inspiratie, waarbij het GF een passende venue zoekt.

Het aangaan en onderhouden van hoogwaardige relaties met alle betrokkenen binnen deze keten is onontbeerlijk om onze artistieke visie te realiseren. Alleen als betrouwbaar partner, immers, kunnen wij een actieve en duurzame rol spelen. In dit kader stimuleren we bovendien het makerschap, door het verlenen van concrete opdrachten en optimalisering van *stage presence*, door coaching, training en workshops op het gebied van theater en presentatie. Deze worden onder meer verzorgd door artistiek adviseur Ab Nieuwdorp (podiumpresentatie) en het eigen programmeringsteam (artistiek-inhoudelijk). Daarnaast werkt het festival nauw samen met coaches uit partnerorganisaties. Ook tijdens het festival zelf vinden diverse coachingtrajecten plaats, waaronder de Performing Opera Summer School (Elsina Jansen) en diverse workshops en masterclasses voor makers en musici.

1.2 Producerend en presenterend

De artistieke visie van het GF komt tot uiting in twee onderscheidende 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. Veel van de presenterende activiteiten worden in samenwerking met een locatie opgezet. Het GF is hierbij steeds op zoek naar locaties met een specifieke achterban, zoals NEMO (kinderen), de Portugese Synagoge (Joodse gemeenschap),

Heesterveld Creative Community (jonge creatieve gemeenschap Zuidoost), Foam (museumbezoeker, interesse in cultuur) en Spaces (jonge professionals). 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 binnen het festival met nieuw werk te komen, dat past bij het festival en het festivalthema, de maker en de bezoeker van het festival prikkelt en enthousiasmeert. Een goed voorbeeld is de serie voorstellingen die voortkomt uit de zogeheten *Pitches*: tijdens het Grachtenfestival Weekend (jaarlijks in februari) kunnen jonge makers een idee pitchten in één van de door het festival uitgezette categorieën. De winnaars mogen hun idee, begeleid door het artistieke en producerende team van het festival, uitwerken tot volwaardige voorstelling die in première gaat op het GF. Verdere producerende activiteiten worden vaak 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.

Met zowel onze presenterende als producerende activiteiten bereiken wij een groter publiek dan uitsluitend onze eigen festivalbezoekers. Veel van deze producties beleven hun première op het GF en gaan vervolgens op tour door Nederland. Zo draagt het festival niet alleen bij aan nieuw werk en talentontwikkeling, maar speelt het ook een belangrijke rol in de spreiding door het land, waarbij een ander, nieuw publiek wordt bereikt. Voorbeelden uit de periode 2017-2019 zijn:

- **Ikarai:** ensemble Ikarai en artistiek leider Camiel Jansen maakten in 2019 speciaal voor het Grachtenfestival de voorstelling 'Kafka on the Shore on Music', geïnspireerd op het boek van Mukarami, waarbij jazz, klassiek, improvisatie en tekst samensmolten. Het inspirerende maakproces en het overweldigende succes van de première hebben het ensemble ertoe gezet om een grootse tournee op te zetten

in seizoen 2020-2021 waarbij de voorstelling op festivals als November Music en in heel Nederland te bewonderen is.

- **Over Orpheus:** violist Peter van Loenen, danser Frederik Kaiser, regisseur Lisenka Heijboer en choreograaf Peter Leung maakten in 2018 de voorstelling 'Over Orpheus' waarin ze, geïnspireerd door de mythe van Orpheus & Eurydice, de vijf fasen van rouw verwoordden. De voorstelling ging in de zomer van 2018 succesvol in première tijdens het 21e Grachtenfestival. Pieter gebruikte 'Over Orpheus' vervolgens als hoofdonderdeel van zijn Dutch Classical Talent tournee, waarbij hij samen met Frederik optrad in tien grote zalen van Nederland, waaronder TivoliVredenburg in Utrecht en Muziekgebouw Eindhoven.
- **Lilith & Lulu:** in februari 2019 won duo Andreas Mader & Christos Papandreopoulos de OorkaanPrijs tijdens de Pitches. Hun wens om een programma over femmes fatales Lilith en Lulu te maken kwam hiermee uit. Samen met Oorkaan coachte het GF de twee jonge musici en werkte het duo hun idee uit tot een volwaardige voorstelling. Mader en Papandreopoulos namen het programma vervolgens op cd op bij 7 Mountains Records en toerden er mee door heel Nederland, waaronder in Het Cenakel Tilburg en festival Oranjewoud.

2021-2024

Ook in de komende jaren willen wij een festival zijn dat publiek en musici inspireert. Een bezoek aan het GF moet onverminderd verrassen, door de inhoud en de vorm, de muziek én de locatie. Voor een breed en veelzijdig aanbod aan concerten en activiteiten is het essentieel open te staan voor nieuwe ideeën en nieuwe inzichten: we willen actueel en relevant blijven. Het nauwe contact met jonge spelers binnen het muzikale veld blijven wij koesteren, onder andere met het GF Weekend. Die structurele aandacht voor jonge musici en het gericht programmeren van nieuw werk wordt door een grote en invloedrijke groep bezoekers ervaren als verrassend en inspirerend. Zo gaan wij bewust op zoek naar vernieuwing en de grenzen van klassieke muziek en jazz.

Doorzetten van succesvolle lijnen

Er zijn verschillende GF-concertreeksen/activiteiten die hun waarde hebben bewezen als pijlers van talentontwikkeling en vernieuwing. Wij koesteren deze bewezen platformen, juist omdat hierin de tijdgeest en het innovatieve karakter van het festival tot uiting komt. Dat geldt met name voor de serie *Meesterlijk!*, de *Artist in Residence*-serie, de compositie-opdracht 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 deze 'droomscenario'-concerten biedt het GF de jonge talenten een leerzame ervaring en het publiek een uniek concert op hoog niveau. Met de benoeming van de Artist in Residence toont het GF zijn jaarlijks wisselende 'gezicht'. De winnaar van de GrachtenfestivalPrijs wordt benoemd tot Artist in Residence van het opvolgende festival. (zie hfdst 2.2).

Met de jaarlijkse compositieopdracht, waarbij het festivalthema als uitgangspunt dient, geeft het GF ruim baan aan talentontwikkeling van jonge componisten. Deze op-

dracht werd voor het eerst in 2015 gegeven, destijds aan de jonge componist/musicus Thomas Beijer. De waarde ervan wordt inmiddels breed erkend: in 2019 noemde het NRC de invulling van componiste en jazzsaxofonist Kika Sprangers een hoogtepunt van het hele festival en gaf het vijf sterren. Tot slot hebben we de populaire huiskamerconcerten: de HTD's. (Piep-)jonge concourswinnaars (10 – 18 jaar) tonen hun talent in de veilige en unieke omgeving van een huiskamer: een intieme ervaring voor een klein publiek. Deze reeks (sinds 1998 onderdeel van het GF) helpt nog altijd een nieuw publiek te bereiken.

"In my function as Deputy Director of the Conservatorium van Amsterdam, I wish to underline the importance that the Grachtenfestival is playing in the artistic ecosystem in Amsterdam, in particular in the field of Music. The wide variety of musical styles and talent showcased at the Grachtenfestival is a true enrichment for the musical life of our beloved city. It hosts talents from disparate cultures, ethnical and social backgrounds, mirroring the rich diversity that Amsterdam has to offer. I can't stress enough the importance that this festival has for the musical growth of students and alumni of numerous institutions for higher musical education. In the last years I witnessed how the Grachtenfestival played an important role in motivating our students to bundle their talent and presenting their music in a unique and distinguished Festival, in Amsterdam, for Amsterdam!"

Edo Righini, Associate Director, Head of Jazz and Pop Music department, CEO of CvA Online, Conservatorium van Amsterdam

1.3 Maatschappelijke visie

Het samenwerken met zeer uiteenlopende partijen is een intrinsiek onderdeel van de organisatie. Wij willen een zo breed mogelijk publiek bereiken door goed en gevarieerd te scouten. Voor nagenoeg alle inhoudelijke activiteiten wordt samengewerkt met partners, variërend van individuele musici, orkestleiders, arrangeurs en componisten tot vertegenwoordigende conservatoria en programmeurs van collegafestivals en podia naast de (inhoudelijk) betrokken locaties. Het GF laat daarbij zien dat haar waarde veel verder gaat dan het ontdekken, stimuleren en presenteren van jonge musici voor een zo breed mogelijk publiek: het festival is ook een platform waarop verschillende doelgroepen met elkaar in contact komen, ontmoeten, meedoen, samenwerken.

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. Door zoveel mogelijk verschillende mensen aan te spreken en te betrekken bij het culturele aanbod in Amsterdam, heeft het GF er vertrouwen in met bijzondere projecten een positief klimaat te helpen creëren in een fijne en leefbare stad.

Diversiteit

Mede in het licht van onze maatschappelijke rol is diversiteit een belangrijk aandachtspunt in de komende jaren.

In de periode 2017-2020 heeft het GF al ruimte gemaakt voor een breder perspectief binnen de klassieke muziek en jazz. Door het programmeren van meer muziek uit andere continenten, zoals Afrikaanse, of uit landen zoals Indiase, Syrische en Surinaamse muziek, kreeg niet alleen een nieuwe uitvoerende doelgroep de kans om zich te presenteren op het GF, maar werden ook nieuwe publieksgroepen aangeboord. In de periode 2021-2024 zal het festival deze lijn voortzetten en zich nog meer richten op klassieke muziek en jazz uit alle werelddelen, waarbij niet alleen programma's worden gepresenteerd, maar ook nieuwe producties worden ontwikkeld en andere doelgroepen worden aangesproken. Zo wordt samenwerkingen gezocht met jonge musici en makers, zoals Yannick Hiwat en Maru Asmellash en met organisaties zoals het Amsterdam Roots Festival, Newlands Festival, ADE en City Collective Amsterdam.

Met een gebalanceerde variatie in programmering, makers, samenwerkingen en locaties (spreiding door heel Amsterdam) denken wij enerzijds het huidige publiek een kans te bieden om de eigen horizon te verbreden en anderzijds een nieuw en breder publiek te bereiken. Inhoudelijk streven we naar artistiek uitdagende en gediversifieerde producties waarbij zowel de makers en het artistieke team van het festival worden aangemoedigd om grenzen te verleggen en zich te verdiepen in uiteenlopende culturele achtergronden en daaraan gerelateerde muziek- en kunstvormen. Ook zijn wij alert op de zichtbare diversiteit van onze musici.

Inclusiviteit

Het GF is een festival voor de stad, voor iedereen. Naast de al eerder geschetste aandacht voor diversiteit in zowel genres als (culturele) doelgroepen wordt onderzocht welke rol het GF kan spelen op het gebied van sociale infrastructuur en inclusiviteit. Hoe creëren we plek voor ouderen, eenzame jongeren, doven, blinden en mensen met een verstandelijke beperking? De eerste stappen hiertoe werden in 2017-2020 al gezet met de gratis buurtconcerten gericht op ouderen en eenzame mensen. Ook een voorstelling als *Journey* (in 2020 in première), waarin communicatie centraal staat en gebarentaal, mime, trillingen, dans en muziek samensmelten, getuigt van aandacht voor inclusiviteit. Voor de periode 2021-2024 gaat het festival in gesprek met instellingen als Stichting Blinden-Penning, het Mooi-Contactfonds (sociaal isolement) en HVO Querido (eenzaamheid) om producties te ontwikkelen die zich richten op de respectievelijke doelgroepen. Er zal onderzoek worden gedaan en daarin worden samengewerkt met musici en makers met een bijzondere interesse hiervoor. De afgelopen edities heeft het GF podium geboden aan een trompettist met één arm (2019) en een blinde klarinetist (2020). Niet omdat wij daar specifiek naar op zoek zijn gegaan of omdat het conservatorium daar speciale aandacht voor heeft gehad. Puur omdat deze musici dankzij hun eigen talent, inzet en muzikaliteit bij de top van hun generatie horen. En daar bieden wij graag een platform aan. Ook blijft De Toegift bestaan, waarin betalende bezoekers een kaartje voor een ander kunnen kopen, welke het GF uitzet onder diverse maatschappelijke partners.

Buurtinitiatieven

De succesvolle buurtconcerten zijn in 2018 toegevoegd als nieuw programmaonderdeel. Doordat Amsterdammers 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. Omdat de locaties drempelverlagend werken, kan de muziek vernieuwend en anders zijn, zonder mensen af te schrikken. Een bijzondere ervaring delen, juist met 'vreemden' breekt het ijs. Intieme buurtconcerten zijn dan ook bij uitstek activiteiten die de verbinding in een buurt helpen versterken en eenzaamheid kunnen aanpakken. Primaire doel is het publiek een positieve ervaring te geven. Bijzondere aandacht gaat uit naar de allerkleinsten, voor wie alles nieuw is. Dat doen we met echte familieconcerten. Het is onze intentie om zoveel mogelijk Amsterdammers te bereiken met muziek en dankzij de groei van deze buurtinitiatieven weten we dat we door de hele stad gewaardeerd worden, een mooi compliment! Het toont aan dat de internationale taal van muziek een belangrijke rol kan spelen in het samenbrengen van mensen in de stad.

Uit de aanvraag van het Noorderhof in 2018:

"Nog geen dag nadat het berichtje over het Grachtenfestival rondging in onze buurt what's app groep, meldden zich al 38 buurtbewoners die actief willen meehelpen bij de organisatie. Hun namen staan op de volgende pagina. Ons kerkpleintje, het M.J. Granpré Molièreplein, leent zich uitstekend voor een intiem concert. Maar op ons strand naast Hotel Buiten kunnen we wel een heel orkest kwijt! We klappen de strandstoelen uit, en gaan er een muzikaal strandfeest van maken compleet met dobberende bootjes en een gezellig terras van Hotel Buiten."

De afgelopen jaren zijn wij op ruim twintig verschillende pleinen en parken geweest, verspreid door de hele stad maar met de nadruk op Nieuw-West, Zuidoost en Noord. De ene keer was het de enthousiaste oproep van opgewekte buurtbewoners die hun mooie plein wilden promoten, de andere keer een wanhopige hartenkreet om een kale plek in een kaal ogende buurt te komen verwarmen, die ons deed besluiten een buurtaanvraag te honoreren met een gratis concert. De komende jaren wil het GF meer impact maken met haar grotere gratis toegankelijke concerten, veelal de ponton concerten. Voor 2020 onderzoeken wij gezamenlijk met theater De Meervaart de mogelijkheden om een dergelijk concert op het water, dat nu alleen in het centrum plaats vindt, bij of op de Slotterplas te organiseren.

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) muziekwereld staan, door onder andere het onderhouden van nauwe banden met organisaties als het Prinses Christina Concours (klassiek en jazz), Dutch Jazz Competition, Nationale Violonconcouren, Young Pianist Foundation, Cello Biënnale en de conservatoria van Nederland. We volgen en bieden plaats aan jonge artiesten door de jaren heen. Zo trad de in 2008 14-jarige celliste Ella van Poucke op in een intiem huiskamerconcert, werd zij op haar 22^e genomineerd voor de GrachtenfestivalPrijz en was zij in 2018 als 24-jarige 'Grachtenfestivalveteraan' Artist in

Residence van het GF. Het allerjongste talent spotten we met de uitreiking van de Bunschoten Jonger Talent Prijs, welke het GF en Het Bunschoten Fonds gezamenlijk initieerden: de prijs voor de beste prestatie op het festival van een jonge klassieke musicus tot en met 18 jaar.

Een derde van de optredende musici tijdens de ruim 250 concerten van het GF wordt samengebracht door het artistieke team. Zo kunnen wij de artistieke waarde en kwaliteit waarborgen. Het GF kan jong talent op verschillende momenten in de vroege loopbaan ondersteunen en voelt een bredere verantwoordelijkheid ten aanzien van deze groep: wie eenmaal op het festival is geïntroduceerd, wordt door ons gevolgd. Ook onderzoeken we welke nieuwe kant deze jonge musici kunnen laten zien in een volgende editie. Drie conservatoria – in Rotterdam, Den Haag en Amsterdam – nemen een bijzondere positie in: dankzij hun fantastische reputatie 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 – iets dat budgettair gezien onhaalbaar zou zijn. Omdat het GF goed contact heeft met alle acht conservatoria, zijn wij gegarandeerd van het beste dat heel Nederland te bieden heeft en hebben alle studenten door heel Nederland 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. Zo geeft het festival jaarlijks concrete opdrachten aan jonge makers. Componisten waar mee werd samengewerkt zijn onder andere Mathilde Wantenaar, Tijn Wybenga en Jan-Peter de Graaff. Een belangrijke in het oog springende activiteit is de eerder genoemde *Compositieopdracht*. Voor het jaar 2019 was Kika Sprangers geselecteerd om nieuwe muziek te schrijven voor een zelf samen te stellen ensemble/band. In 2016 was Peter Vigh de gelukkige winnaar, in 2017 Daahoud Salim en in 2018 Julian Schneemann. In 2017 heeft het GF dankzij de Nieuwe Makers-regeling van het FPK een 2-jarig traject met Luke Dean uit kunnen zetten. Zijn interesse was veel breder dan louter muzikaal en het GF heeft coaching kunnen bieden om niet alleen zijn performance te perfectioneren, maar ook de techniek die nodig was deze te helpen realiseren. Naast trajecten met makers uit de muziekwereld zal er meer worden samengewerkt met makers en organisaties uit andere kunsten, zoals dans, literatuur, poëzie en spoken word. Voorbeelden hiervan zijn House of Makers (Peter Leung), stadsdichter Gershwin Bonevacia en het collectief Woorden Worden Zinnen (Elten Kiene). Door cross-overs te bewerkstelligen tussen jonge makers uit de muziekwereld en makers uit andere disciplines worden nieuwe concepten bedacht en een ander publiek bereikt.

Coproducties

We coproduceren jaarlijks een uniek concert op een groot plein of in een park, met jong toptalent in een glansrol. Dit gebeurt in samenwerking met een groot orkest, zo-

Scouting en coaching

Wij nemen onze verantwoordelijkheid in de keten van talentontwikkeling serieus. Echter, we doen het niet alleen, juist samen met andere volgen we een grote variëteit aan musici. Wij onderhouden contact met diverse collega's, mede-talentscouts:

| | |
|--|--|
| Bas van Otterloo | voor jazzprogrammering, vanuit Conservatorium van Amsterdam |
| Dominique Citroen | vanuit Sena Performers, Ntb en NJJO |
| Pieter Alferink | talentscout klassieke muziek, voornamelijk zang |
| Wyske Dijkstra en Cathelijne Noorland | vanuit het Prinses Christina Concours |
| Marlon Titre | Coördinator klassiek Koninklijk Conservatorium |
| Okke Westdorp | hoofd klassieke afdeling en adjunct directeur Conservatorium van Amsterdam |
| Edo Righini | hoofd Jazz van het Conservatorium van Amsterdam |
| Maria Croese | Classic Young Masters |
| Ewout van Dingstee | NJO & Jong Metropole |
| Caecilia Thunnissen | regisseur en dramaturg |
| Dagmar Slagmolen | regisseur en actrice |
| Jesler Amarins | programmeur ADE |
| Mascha Ihwe | directeur Newlands Festival |
| Cees Gog | talentscout jazz / producer en agent Dutch Jazz Competition / NJJO |
| Martijn Buser | programmeur Gaudeamus / talentscout jonge makers en hedendaagse muziek |
| Maru Asmellash | creatief ondernemer o.a. Reigerbos (culturele broedplaats Zuidoost) |
| Caspar Vos | programmeur jong talent Podium Witteman, programmeur Festival Jong Talent Schiermonnikoog |
| Hans Twint | programmamaker NTR |
| Dieuwertje Blok | radiomaker Radio4 |
| Mirjam Wijzenbeek | programmeur kleine zaal Concertgebouw |
| Mijke Loeven | directeur Bimhuis |
| Joanne Oldenbeuving | programmeur VondelCS/Avrotros |
| Claudia Lotti | hoofd educatie bij het Concertgebouw, organisator van het Concertgebouw Concours voor kinderen tot 14 jaar |

als het NedPhO of het NJO. Het 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, die in première gaat op het GF. 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. Juist op ons festival 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.

“We hebben met de makers een hele bijzondere tijd gehad en nieuwe dingen uitgeprobeerd. Ik ben daarnaast het Grachtenfestivalpubliek heel erg dankbaar, zij waren nieuwsgierig naar nieuwe ervaringen los van de ervaringen die ze zelf al hadden, ze stonden open voor elkaar en voor een dialoog over een vaak moeilijk te bespreken onderwerp. We hadden ons geen beter publiek kunnen wensen.”

Lisenka Heijboer, regisseur Vrouwenstemmen (in première tijdens het GF van 2019)

2.1 Het Grachtenfestival Weekend

Naast het tiendaagse festival in de zomer organiseert het GF ook diverse activiteiten in de winterperiode. Deze activiteiten zijn voor een groot deel gebundeld in het Grachtenfestival Weekend. Met name de diverse onderdelen van het Grachtenfestival Weekend brengen een grote variëteit aan studenten onder onze aandacht en zijn geschikt om dit talent te scouten, omdat deze studenten zichzelf hiervoor op kunnen geven. Bijzondere aandacht in dit kader verdient het Grachtenfestival Conservatorium Concours (GCC): het is het enige concours waaraan alle acht Nederlandse conservatoria deelnemen.

Grachtenfestival Conservatorium Concours

Sinds 2003 is het Grachtenfestival Conservatorium Concours (GCC) onderdeel van het GF. Het GCC geeft de beginnende carrières van aankomende professionele musici een impuls. Klassieke muziekstudenten (zowel bachelor als master) kunnen als solist of ensemble worden geselecteerd door een conservatorium voor de voorronde in november. Daar wijst een vakjury vijf deelnemers aan als finalist, het aanwezige publiek kiest de zesde. Tussen de voorronde en finale krijgen alle finalisten een presentatietraining. Op de zondagmiddag van het Grachtenfestival Weekend strijden zij vervolgens om de Vakjury- en Publieksprijs. Om de winnaars van het Grachtenfestival Concours de kans te bieden om zich in Nederland op verschillende podia te presenteren, werkt het GF samen met verschillende gerenommeerde theaters en concertzalen door heel Nederland. Gedurende het seizoen ontvangen zij de jonge musici op hun (uit vijf tot zeven concerten bestaande) tournee in theaters van steden als Arnhem, Zoetermeer, Assen, Gouda en Apeldoorn.

De OpMaat

De OpMaat is een reeks talentontwikkeling- en samenwerkingstrajecten resulterend in een voorstelling of concert tijdens het GF. Op de zaterdagmiddag van het weekend vindt een centrale OpMaat-bijeenkomst plaats, die gratis

toegankelijk is voor publiek. Hier pitchen jonge musici hun ideeën voor het festival aan het artistieke team. De beste ideeën krijgen een plek in het festival. De dag richt zich op conservatoriumstudenten klassiek, jazz en wereldmuziek en op studenten die hooguit drie jaar geleden zijn afgestudeerd. De OpMaat geeft hen de ruimte hun kunnen te tonen. De OpMaat markeert ook de start van *Nieuwe Noten*, de compositiewedstrijd i.s.m. Gaudeamus Muziekweek en November Music.

Muzikaal Ondernemerschap

Dat het GF het grootste platform is voor jonge talentvolle musici, onderkennen ook collega-instituten als de Cello Biennale, de Young Pianist Foundation en het Nederlands Vioolconcours. Met deze drie partijen organiseren wij vanaf 2020 gezamenlijk een tweejaarlijkse conferentie voor studenten, waarin muzikaal ondernemerschap centraal staat. Hier komen de meer praktische en commerciële kanten van het muzikale leven aan bod. Hoe kun je na je opleiding leven van je vak en talent? Hoe kom je aan optredens? Bestaat er zoiets als een ‘foute’ opdracht? Het GF heeft gemerkt dat studenten en opleidingen interesse hebben in dergelijke bijeenkomsten rond muzikaal ondernemerschap: onze programmeur is een veelgevraagd spreker als guest lecturer op diverse conservatoria. Met een gevarieerd en relevant programma willen we zorgen voor maximale attentiewaarde. Alles gericht op het vergroten van het ondernemerschap van jonge musici: management, muziekrechten, professionele opname kansen, branding, mediaprofilering, etc. De netwerkfunctie van een dergelijke bijeenkomst is van grote waarde. Zo kunnen wij onze rol als coach en inspirator voor de nieuwe generatie nog beter en breder invullen.

“Het Grachtenfestival biedt vele jonge Nederlandse violisten en musici een podium. Spelen voor een geïnteresseerd en open-minded publiek is een van de beste manieren voor jonge musici om zich artistiek te ontwikkelen en hun kunstenaarschap te ontdekken. Het Nederlands Vioolconcours ziet dat de samenwerking tussen onze organisaties grote meerwaarde voor onze laureaten oplevert.”

Aart-Jan van de Pol, Directeur Nederlands Vioolconcours

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 andere cultuuruitingen, zoals dans, theater, film, literatuur, poëzie, fotografie of beeldende kunst. Centraal hierin staat het hedendaagse non-lineaire denken en de toegenomen interesse in samenwerking. Wij zien onszelf als een netwerkorganisatie waarin jonge makers gestimuleerd worden buiten bestaande conventies te denken en kruisbestuiving met andere kunsten en daarmee ook een ander aanvullend publiek op te zoeken. Vooral jonge makers mengen stijlen en vormen en gebruiken daarbij allerlei inspiratiebronnen en juist een festival als het onze kan dit voeden. Musici worden uitgenodigd om hierop te komen pitchen tijdens het GF. Goede voorbeelden van multidisciplinaire samenwerkingen zijn de clubavond Spoken Word Party in 2018 in samenwerking met de band Cast Class en drie jonge spoken word artiesten van SLAA (Stichting Literaire Activiteiten Amsterdam) en de voorstelling Water Works in samenwerking met het Syrène Saxofoonkwartet en de dansers van Artbeat in 2019.

2.2 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.

Grachtenfestival Lanceert

Aanstormend en door het GF ontdekt talent geeft het startsein voor een compleet programma. Zo zien we de winnaars van het Grachtenfestival Conservatorium Concours en winnaars van de pitches terug tijdens het GF binnen de serie *Grachtenfestival Lanceert*, alsmede winnaars van andere (inter)nationale concoursen. Deze serie wordt tijdens het festival horizontaal geprogrammeerd: circa tien concerten (klassiek, jazz en wereldmuziek), elke dag om 16.00 uur op bijzondere locaties. Daarnaast bieden wij de jonge talenten tijdens het festival airplay via het radioprogramma *Earbites*, worden zij op beeld vastgelegd door onze fotografen en wordt er een korte trailer of Grachtenfestival Reportage gemaakt. Deze worden uitgezonden op de platforms van onze mediapartners zoals Het Parool, maar ook ter beschikking gesteld aan de musici. Onder de naam *Grachtenfestival Lanceert* brengen wij hen ook onder de aandacht bij de programmeurs van de kleinere theaterzalen in het land.

Huis, Tuin, en Dakterrasconcerten (HTD's)

Tijdens de *Huis, Tuin - en Dakterrasconcerten* treden de jongste musici vanaf tien jaar oud op in de oudste panden aan de grachten van de stad. Al sinds de eerste editie van het GF is het één van de populairste onderdelen van het programma. Bewoners van de Amsterdamse grachtengordel stellen hun huis, om niet en met plezier, beschikbaar voor concerten met prijswinnaars van (inter-)nationale concoursen. Elk jaar vindt het GF onontdekte pareltjes, onder zowel de musici als in de stad.

Talentontwikkelingstrajecten

Juist op het gebied van talentontwikkeling vinden wij het van belang om samenwerkingen en andere experts op te zoeken. Samen met vaste partners organiseren wij een tweetal langer lopende projecten:

- **Summer School Performing Opera:** deze zomercursus organiseren Pitstop Studio en het GF voor het zesde jaar op rij. Jonge operazangers worden een week lang gecoacht door operaregisseurs Elsina Janssen en David Prins en presenteren het resultaat tijdens een GF-concert.
- **Nieuwe Noten:** een compositiewedstrijd uitgezet door GF, Gaudeamus Muziekweek (Utrecht) en November Music ('s-Hertogenbosch) voor componisten tot 35 jaar. De winnende composities worden uitgevoerd op de drie festivals.

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. Onder begeleiding, maar naar eigen inzicht en keuze. Het GF is er trots op om musici aan de start van een succesvolle carrière een podium te bieden als vergetenwoordiger van het festival en het publiek de gelegen-

heid te geven die musici beter te leren kennen. De Artist in Residence is op zijn beurt in de unieke positie om samen met de programmeur een veelzijdig en hoogwaardig programma samen te stellen van vijf à zes concerten en samen te werken met musici naar keuze.

Sinds 2013 wordt het Residency gekoppeld aan het winnen van de GrachtenfestivalPrijs: de winnaar wordt bij de volgende editie de Artist in Residence. De Artist is een jaar lang het gezicht van het nieuwe festival, geeft letterlijk smoel aan de editie en genereert specifieke pers. De Artist in Residence is weliswaar niet financieel eindverantwoordelijk, maar dient open te staan om zich in de volle breedte, dus ook zakelijk, te ontwikkelen: zowel de artistieke als de zakelijke kanten en publiciteit van het vak worden belicht in de begeleiding.

- **Harpiste Remy van Kesteren**, winnaar in 2014: "De mogelijkheid om een Residency tijdens het Grachtenfestival te krijgen was een groot voorrecht. Ik heb me in 2014 heerlijk kunnen uitleven en mijn muzikale eigen weg kunnen gaan; het is zeer waardevol dat zo'n toonaangevend festival de ruimte biedt voor vernieuwing en ruim baan geeft aan de muzikanten van nu en de toekomst."
- **Pianiste Sophiko Simsive** (2017): "Mijn residency bij het Grachtenfestival is absoluut een mijlpaal in mijn carrière, zeker omdat het zo goed samengaat met mijn grootste ambitie: het delen van muziek met publiek. Dankzij het winnen van de GrachtenfestivalPrijs krijg ik hiertoe ruim de gelegenheid."
- **Raoul Steffani** (26), was Artist in Residence in 2019. Hem werd gevraagd zich binnen zijn expertise, lied en operette, verder te verdiepen en te verbreden. Daarnaast werd hij uitgedaagd om een samenwerking te zoeken met musici uit een ander genre, zoals jazz en budgettair scherp te zijn. Het programmeren van de (totaal uitverkochte!) *Carmina Burana* was een financiële uitdaging. Daarnaast was hij het gezicht van het festival. Het leerde hem omgaan met de media in een drukke periode en na te denken over de juiste balans tussen de focus op concerten, aandacht voor de pers en het nemen van voldoende rust.

3. Het Grachtenfestival beweegt

Het GF is continu in beweging en ons vernieuwende karakter manifesteert zich door de jaren heen op allerlei gebied en op verschillende niveaus: na de eerste tien jaar werd het roer grondig omgegooid en werd er meer jazz geprogrammeerd om een jonger publiek aan te trekken. Vijf jaar later werden er steeds meer gratis concerten in de buurten georganiseerd om daar een nieuw publiek te bereiken. Ook nu blijven we de vernieuwing opzoeken: klassieke muziek en jazz blijven artistiek bepalend, maar juist daarbinnen zoeken we verbreding door meer klassieke muziek en jazz uit verschillende werelddelen te programmeren en in uiteenlopende settings, van concertopstelling tot club. We luisteren naar waar jonge musici mee bezig zijn en willen juist dat een podium geven. Zo volgen we de maatschappelijke en culturele trends nauwlettend en reageren we daarop met innovatieve concepten. De eerder genoemde voorstelling *Journey*, waarbij gebarentaal, dans en muziek worden samengesmolten, is hiervan een goed voorbeeld. Daarnaast blijven we de muziek op bijzondere, verrassende plekken brengen, die doorgaans

niet toegankelijk zijn, zoals in 2019 op de 24^e verdieping van het nhow Amsterdam Rai Hotel (destijds nog in aanbouw), of in de normaliter besloten club Mayer Manor aan de Nes. Ook worden musici en makers uitgedaagd om voorstellingen en concerten te creëren voor een specifieke locatie, publiek of voor het festivalthema. Zo zijn de 3VIOLAS, die in 2017 hun debuut maakten op het GF tijdens de veerpontconcerten, uitgenodigd om in 2020 een eigen clubavond te ontwikkelen geïnspireerd door hun eigen composities (klassiek vs. trance) en het festivalthema van 2020: *Wonder*.

Nieuw: junior programmeur jazz

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. Dankzij de innovatieregeling van het AFK kunnen wij in 2020 een tweede (junior) programmeur aan ons binden, die de inhoudelijke randprogramma's helpt vernieuwen. Hiermee is er financiële ruimte om invulling te geven aan onze wens om vanuit de organisatie meer kennis op te bouwen op het gebied van jazz en muziek uit alle werelddelen. We kiezen voor een junior programmeur omdat het bieden van kansen aan jong talent in ons DNA zit. De mogelijkheden daartoe zijn bij de grotere podia beperkt. Ook omdat juist in jonge programmeurs de vernieuwingskracht zit én zij zich in de doelgroep bevinden die centraal staat binnen het nieuwe publiek: de twintigers, met goed inzicht in wat jonge musici en jong publiek willen spelen, zien en horen. Zo geven wij ook invulling aan talentontwikkeling binnen de eigen organisatie.

3.1 Divers en inclusief

Onze ambitie is helder: wij willen meer diversiteit in muziek en publiek. Niet omdat de politiek dat van ons verlangt, maar omdat dit past bij ons als culturele Amsterdamse instelling. Niet omdat de Code Culturele Diversiteit ons vraagt dit onderwerp te agenderen, maar vanuit ons eigen intrinsieke verlangen om de stad in al haar meerstemmigheid te laten horen. We hebben hierin een voorbeeldfunctie voor de komende generaties en willen graag juist aan kinderen tonen - uit welk stadsdeel ook, met welke achtergrond ook - dat iedereen een plek kan verdienen op de grote podia van de stad. We willen de bekendheid en attractiviteit van het hele festival vergroten, het festival breder trekken op zowel artistiek gebied als op het gebied van publieksbereik en de nieuwe relaties, die hieruit ontstaan, verduurzamen. We laten ons hiertoe graag inspireren door andere festivals met vergelijkbare doelstellingen. In de komende periode wil het GF budget vrijmaken om deze festivals in binnen- en buitenland te bezoeken om relaties op de bouwen die weer kunnen leiden tot samenwerking.

In 2020 gaan we in gesprek met verschillende relevante partijen om inclusiviteit te bevorderen. Bij het bepalen van locaties wordt nadrukkelijk gekeken naar fysieke toegankelijkheid en spreiding binnen heel Amsterdam. Belangrijk is dat deze locaties onderling contrastrijk zijn en een aanvullende achterban hebben of zoeken.

Voor ons, als grootstedelijke culturele organisatie, is het glashelder dat (nog) meer diversiteit en inclusie een gewenste ontwikkeling is: ons festival is bij uitstek geschikt om zoveel mogelijk Amsterdammers aan te spreken en

te inspireren. In onze aanpak onderscheiden we vier niveaus: de organisatie (personeel), de programmering en het publiek, met diverse partners (oftewel de vier P's van de Code Culturele Diversiteit). Uiteraard staan deze vier in nauwe verbinding met elkaar: vanuit een organisatie met een bredere scope is er meer tijd voor reflectie, onderzoek en strategie. Met een beter en breder beeld van het veld, kan er diverser gescout worden en kunnen we nieuwe, verrassende samenwerkingen aangaan. Kunnen we een (nog) breder en spannender aanbod realiseren dat een (nog) breder publiek bereikt en inspireert. En met de juiste partners een festival creëren, dat in alles onze (grootstedelijke) samenleving optimaal weerspiegelt. En een diverser publiek trekt dan nu doorgaans het geval is.

3.2 Programmering

Muziek is een wereldtaal, een taal voor iedereen, 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 uit Amsterdam en omgeving - te betrekken en aan te spreken en diversiteit in muziek te laten horen binnen de programmering kan veel bereikt worden. Het GF heeft zich het afgelopen jaar meer verdiept in andere stijlen zoals jazz en volksmuziek uit landen in het Midden-Oosten, Zuid-Amerika en de Balkan. Zo werd er in 2018 voor het eerst in Nieuw-West een serie concerten geprogrammeerd rondom muziek buiten van Europa. Daarin speelden onder meer Orchestre Partout (Arabische muziek), het Modar Salama Ensemble (Arabisch en Afrikaans meets classical) en PercussionParty (Afrikaanse en Zuid-Amerikaanse muziek). Daarnaast richt een deel van de bekende Grachtenfestivalseries, zoals *Grachtenfestival Lanceert*, zich op klassieke muziek maar ook op jazz, cross-over en muziek van buiten Europa. In 2018 was circa 20% van de programmering jazz en 10% wereldmuziek. In de komende periode zal het onderscheid tussen de drie genres minder sterk worden gemaakt: er zal meer gezocht worden naar samenwerkingen en cross-overs tussen en binnen de genres. Ook willen wij vaker (jonge) sterren uit andere continenten met een bestaande internationale achterban uitnodigen: inspirerende musici die volle zalen kunnen trekken dankzij hun bewezen talent. Dit zal niet alleen een jonger en diverser publiek aantrekken, maar ook de urgentie van het festival verhogen.

“Een van de belangrijke festivals waar jaarlijks nog veel muziek van Nederlandse componisten te horen zijn, is het Grachtenfestival. Nederland is altijd een voorloper geweest op het gebied van compositie en uitvoering van hedendaagse muziek. Echter de laatste jaren staat de sector onder druk en is onder andere het aantal speelplekken aanzienlijk verminderd. Dit heeft tot gevolg dat de muziek steeds minder bekend is bij een breed publiek. Daarom achten wij, Buma Cultuur, juist een laagdrempelig festival als het Grachtenfestival en hun ruime programmering van hedendaagse muziek als zeer waardevol en ondersteunen hen bij de realisatie.”

Ikaros van Duppen, Genremanager - Buma Cultuur

Ook op het gebied van muziek van eigen bodem valt er nog veel te ontdekken. Want ook daarin schuilt innovatiekracht. Gevestigde podia programmeren het liefst bekende musici of dan tenminste bekend werk. Het GF wil

zich meer inzetten als ambassadeur van de Nederlandse muziek op het gebied van klassiek en jazz, in bestaand en nieuw repertoire. Met name als het gaat om jazz, maar ook in de klassieke wereld, zagen we bij de musici de afgelopen periode 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. In deze serie staat het nieuwe werk van Nederlandse bodem centraal. Zowel klassiek Nederlands repertoire, van Jan Pieterszoon Sweelinck tot aan Henriëtte Bosmans, als nieuw, hedendaags repertoire van componisten als Bec Plexus en Tijn Wybenga krijgen een plek op het festival. Hiermee geeft het festival ook musici en ensembles die zich willen verdiepen in dit muziekgenre een kans om een speciaal programma te presenteren.

Tijdens het Grachtenfestival 2018 waren maar liefst 65 Nederlandse werken te horen in circa 30 concerten. Bij het thema van 2019 'Schatten van vrouwen' werd onderzoek gedaan naar composities van Nederlandse vrouwen en werden werken van Nederlandse (vrouwelijke) componisten uitgevoerd op prominente plekken binnen 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 in de Amsterdamse wijken 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. We willen actief bijdragen aan een leefbaar Amsterdam.

Voor de bezoekers van ons festival willen wij meer zijn dan een bundeling van goede concerten. Ons festivalhart, het Compagnietheater, fungeert ook als plek van activiteit, ontmoeting en interactie; we werken sinds 2019 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 de komende periode vaker verrassende nevenactiviteiten organiseren waarbij mensen met eenzelfde passie elkaar kunnen treffen. Dit kan variëren van speciale workshops, musical talks, discussieavonden en filmvertoningen tot performances, voordrachten en bijzondere muzikale optredens. Wij vragen de jonge makers hun werk toe te lichten of concreet met het publiek in gesprek te gaan. In 'masterclasses' 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. Met de jamsessies die wij elke avond organiseren, creëren we een sfeer die uniek is in de stad. In de komende jaren willen wij onderzoeken hoe we deze positieve energie kunnen door ontwikkelen naar een open leeromgeving om het uitwisselen van ideeën nog beter en gericht te stimuleren.

4.1 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 met haar vele buurtconcerten: 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 zijn laag (onder de €20).

Met het aanbod van zowel betaalde als gratis concerten en aanvullende educatieve evenementen en de laagdrempelige locaties als stadspaleizen, buurthuizen en kerken wordt een grote diversiteit aan publiek (in leeftijd en achtergrond) bereikt én groeit het gevoel van onderlinge betrokkenheid. Iedereen is immers welkom. Aangezien het GF in de zomer(-vakantie) plaatsvindt, heeft met name het vrije publiek in dit kader onze aandacht. Dat neemt niet weg, dat we ook vele peuters en kleuters via BSO's ontvangen en in samenwerking met Oorkaan verdiepende workshops voor schoolgaande kinderen gaan verzorgen. Marketingsegmentatie van het vrije publiek geschiedt zowel op basis van leeftijd als op basis van sociale omstandigheden, afhankelijk van soort concert en eventuele aanvullende activiteiten rond de concerten.

4.2 Specifieke doelgroepen

Een van onze belangrijkste groepen omschrijven we breed: 'buurtbewoners door heel Amsterdam'. Oudere en Amsterdamse bezoekers attenderen we in het bijzonder op de pop-up concerten en de gratis concerten zoals de buurtinitiatieven. Bij al die concerten zijn medewerkers aanwezig om ouderen te helpen en nieuwe bezoekers uitleg te kunnen geven. Het GF is zich ervan bewust dat veel andere festivals zich nadrukkelijk op een jonger publiek richten. Festivals die ouderen eerder overlast bezorgen, dan dat ze ervan meegenieten. Wij zien hierin voor ons zelf een belangrijke rol en willen een bezoek aan één van de gratis concerten zo goed mogelijk faciliteren, óók wanneer de bezoeker minder mobiel is of anderszins minder makkelijk buiten komt. Onze inspanningen sorteren gelukkig effect. We zien dat de gemiddelde leeftijd van onze festivalbezoekers juist bij de (gratis) buurtconcerten in de verschillende kerken (significant) hoger ligt dan bij andere concerten. Wij blijven ons dan ook inzetten om ook de moeilijker bereikbare groep kwetsbare ouderen te informeren en uit te nodigen via de bekende en nieuwe instellingen in de verschillende wijken. Daarbij zorgen we er natuurlijk voor, dat de programmering van deze

concerten ook inhoudelijk aantrekkelijk is voor de hele buurt. Na afloop van de buurtconcerten mengen de musici zich met het publiek; dat kan in een spontaan informeel samenzijn, maar sommige buurten organiseren ook echt speciale events hiervoor, zoals een koffietafel of buurtbarbecue.

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 met een educatief kader. Ook bij de juniorprogrammering wordt muziek gemaakt op het hoogste niveau. Jonge musici treden op voor een jong publiek in een theatrale setting.

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 zintuiglijke voorstellingsvermogen van de kinderen. Bij deze voorstellingen gaat het om prikkelen, enthousiasmeren en betrekken. De voorstelling *Uit Logeren* (2019) richtte zich op peuters tussen de 2 en 4 jaar. Met een mimespeler, bijzondere instrumenten als de panfluit en Middeleeuwse dansmuziek tot aan swingende jazz werden de kinderen meegevoerd naar een nieuwe magische wereld. De familieconcerten zijn bedoeld voor kinderen vanaf 6 jaar en hun ouders, opa's en oma's. Door een uitdagende muziekprogrammering, jonge topmusici en samenwerking met ervaren regisseurs zijn deze voorstellingen een feestelijke beleving voor jong en oud. Zo liet het Ardemus Saxofoonkwartet samen met regisseur

Margith Vrengoer zien dat ze ook onderscheidend zijn op het gebied van muziektheater in de voorstelling *Grote Pinquin en Bananenshow*. Met Opera Dolleboelja maken we elk jaar gezamenlijk een nieuwe kinderopera die tijdens het GF in première gaat. Ook wordt er onderzoek gedaan naar het bereiken van jongeren tussen de 12 en 18 jaar oud. Hierbij wordt advies ingewonnen van cultuurcoaches in Amsterdam.

Jongeren

De sociale mediakanalen spelen een belangrijke rol bij het bereiken van de jongere bezoeker. Hier wil het GF een buzz creëren rond de concerten die speciaal zijn geprogrammeerd voor de 20 en 30 jarigen, zoals de clubserie. Er wordt groots ingezet op online campagnes via Social Media en AdWords (met behulp van Google Grants), in samenwerking met het gespecialiseerde bureau INTK. Ook met mediapartners worden awareness en re-targeting campagnes opgezet, die een heel breed geïnteresseerd publiek bereiken. Uiteraard worden de populaire venues gevraagd deze events te promoten. Denk hierbij aan Sexyland en NEMO. Voor de komende editie onderzoeken we ook een samenwerking met Amsterdam Roots, die zich richt op muziek uit alle culturele windstroken en een jong en divers publiek aan zich weet te binden.

Ouderen

Binnen ons streven naar het bereiken van uiteenlopende publieksgroepen zijn zoals eerder genoemd de ouderen van Amsterdam een belangrijke doelgroep. Met de gratis buurtconcerten speelt het GF in op eenzaamheid en hulpbehoefendheid van deze 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, gebruik makend

Aanbod per doelgroep

| | Ontmoeten | Participeren | Inspireren | Verdiepen |
|--------------------------------------|--|---|---|--|
| Junior Grachtenfestival | | | | |
| Kinderen 0 - 12 jaar | Gratis en betaalde uitvoeringen | Na afloop instrument uitproberen | Jonge talenten spelen voor kinderen | Cursusmateriaal kan na gemaild worden, workshop na afloop |
| Club Grachtenfestival | | | | |
| Jong publiek 20 - 40 jaar | Pop-up concerten Pontonconcerten | Als uitvoerend musicus meedoen met jamm sessie | Klassieke muziek/jazz met film, dj etc. en op hippe locaties | Q&A, lezing i.s.m. College Club, maar ook door locatiekeuze |
| Grachtenfestival | | | | |
| Vaste bezoekers | Activiteiten in CT, met eten of rondleiding | Live radio in het festivalcentrum | Ontdekken nieuwe musici. Bijzondere series van uitzonderlijk niveau | Inleidingen, Q&A's. Kijkje achter de schermen bij masterclasses. |
| Nieuwe bezoekers | Concerten in de stad in parken, pleinen en cultureel erfgoed | Deelnemen aan Q&A's en Meet&Greets met musici | Ontdekken van klassieke muziek en jazz uit alle werelddelen. | Meer leren over repertoirekeuze en nieuwe composities |
| Jongere bewoners | Gratis concerten in parken en kerken | Huren bootjes en organiseren picknicks | Samenbrengen van diverse achtergronden | Niets willen missen in onze mooie stad. |
| Oudere bewoners | Gratis concerten in parken en kerken | Ontmoetingen met buurtgenoten, mee zing concerten | Samensmelten van culturen en diverse achtergronden | Meer leren over de buurt en wie er woont. |
| Toeristen | Gratis en betaalde monumenten concerten | Ontmoetingen met lokale bewoners bij buurtconcerten | Concerten op bijzondere plekken, grachtenpanden en erfgoedlocaties. | Meer leren over Amsterdam als leefbare stad waarin iedereen welkom is. |

van de ideeën en ervaringen van het *Village to Village Network*. Zo kunnen ouderen elkaar helpen lang actief, gezond en veilig thuis te (blijven) wonen. Sinds hun start in 2010 is het aantal stadsdorpen in en om Amsterdam groeiende. Omdat ieder stadsdorp zich ontwikkelt naar de aard van de buurt en de initiatiefnemers, is de verscheidenheid groot. Het GF focust zich in deze samenwerking op de concerten in de openbare kerken.

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. De komende jaren blijven we investeren om via verschillende platforms en kanalen met relevante content een groot en gedifferentieerd publiek te bereiken. Inhoud, kwaliteit en nieuwswaarde vormen uiteraard de basis. We richten ons op toeristen die tijdens het festival in de stad verblijven, hiertoe wordt samengewerkt met diverse hotels. We merken daarnaast de belangstelling voor het GF als culturele zomerbestemming voor cultuurtoeristen uit Duitsland en Engeland. De algemene communicatie van het GF, gericht op buitenlandse bezoekers, loopt via Amsterdam Marketing. Het GF lift mee op hun netwerk, persreizen en communicatie uitingen.

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.

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. De Gemeente Amsterdam is vanaf het begin een belangrijke partner geweest, niet alleen omdat zij het GF subsidieert via het Amsterdamse Fonds voor de Kunsten (17% van de totale inkomsten in 2019), maar ook vanwege de vele vergunningen die nodig zijn om de concerten in de openbare ruimte te mogen organiseren. Het GF ziet zichzelf als modern cultureel ondernemer: functionerend in verbinding met anderen om op een goede manier invulling te geven aan haar eigen missie. Uitwisselingen, partnerships, samenwerkingsverbanden en sponsorovereenkomsten horen bij de blauwdruk van de organisatie en het bouwen, onderhouden en uitbreiden van een groot en wijdvertakt netwerk (nationaal en internationaal, cultureel en commercieel) is van eminent belang.

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, groot en klein, nationaal, lokaal en internationaal. Dit betreft samenwerkingen op inhoudelijke gronden, maar ook met het bedrijfsleven, soms vanuit financieringsoogpunten, vaker vanuit een gedeelde missie van uitwisseling, uitbreiding publieksbereik en/of aanvullende of vernieuwende programmering. Plus uiteraard de locaties. Ook het onderhouden van onze supportgroep 'De Ambassadeurs' is van groot belang voor onze financiële onderbouw. Het GF is voortdurend op zoek naar nieuwe relevante connecties. Bij het vinden en binden van partners - of het nu gaat om collega-instituten waarmee inhoudelijk wordt samengewerkt, om private en publieke fondsen die van belang zijn voor de financiële ondersteuning van projecten, of om overheden of vertegenwoordigers uit het bedrijfsleven waarmee sponsorovereenkomsten worden gesloten - valt en staat alles met het creëren van waarde voor beide partijen. Het GF wil bekend staan als een betrouwbare partner die kwaliteit levert, afspraken nakomt, oog heeft voor de belangen van haar partners en open staat voor vormen van wederkerigheid. 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 aantrekkelijke factor. Verder doet Het GF jaarlijks een beroep op vele private fondsen. Dit gaat veelal om eenmalige projectgebonden financiering, het GF streeft ernaar met enkele fondsen meer langlopende afspraken te maken. Deze geldstromen zijn cruciaal voor het festival. Ondanks het feit dat werving, beheer en behoud een tijdrovende taak is, houdt het de organisatie ook scherp om voortdurend rekening te houden met toegevoegde waarde naar stakeholders, impact op publiek, bereik (fysiek en online) en vernieuwing. Om op verantwoorde wijze onze toekomst te kunnen bestendigen, onderzoeken we hoe wij als organisatie meer 'corporate partners' kunnen aantrekken.

Financiën

Het GF heeft stevige ambities voor de toekomst. Deze kunnen alleen ten volle gerealiseerd worden wanneer het festival voldoende financiële middelen weet te verkrijgen. We maken ons al jaren sterk voor een gevarieerde financieringsmix, echter de gemeente blijft onze belangrijkste partner. We rekenen op de stad om onze doelstellingen op het gebied van diversiteit, spreiding, scouting en internationalisering waar te kunnen maken. We willen meer impact maken op meer verschillende mensen met meer grote concerten in de hele stad van nieuw werk van jonge makers, van muziektheater tot genre-brede composities. De afgelopen jaren lag de totaalbegroting net boven de

miljoen euro. Om de festivalorganisatie te verstevigen, maar vooral ook het programmeringsbudget te verhogen, willen we groeien naar bijna €1,2 miljoen in 2024. Mede gezien het wegvallen van subsidie uit het Evenementenfonds (voorheen €60.000 p/j) vragen wij een bedrag van €275.000. Deze verhoging wordt ingezet op het consolideren van de functies van 2 junior programmeurs (klassiek en jazz), fondsenwerver (beheerlasten personeel) en voor musici (honoraria; activiteitenlasten personeel) en internationalisering (activiteitenlasten materieel).

“Het Grachtenfestival is heden ten dage een zeer invloedrijk, niet weg te denken festival voor gevestigde musici maar ook een zeer belangrijk podium voor jong talent. Dit jong talent krijgt kansen die ongelofelijk belangrijk zijn voor hun ontwikkeling. Zij leren om na te denken over hun programmering en worden in de gelegenheid gesteld om programma's uit te voeren op prachtige, spannende en soms spectaculaire locaties in en rondom Amsterdam. De concerten zijn meestal uitverkocht, waardoor de musici leren hoe om te gaan met een groot publiek. Deze ervaringen leggen de basis voor een stevige muzikale toekomst en is onontbeerlijk en zeer belangrijk voor hun muzikale carrière.”

Dominique Citroen, Sena Performers

5.1 Marketing & Communicatie

Het GF heeft zich succesvol gepositioneerd als een impactvolle organisatie met vele gezichten: we worden gezien als méér dan een festival omdat we meer brengen dan de bij het grote publiek bekende en geliefde concerten. Dat betekent niet dat we achterover kunnen leunen: marktaandeel veroveren is één ding, het behouden en uitbreiden hiervan kan alleen op basis van continue ontwikkeling, professionalisering en vernieuwing. Het GF is een Amsterdams uithangbord van nationale en internationale allure. Onze unieke positie, in Amsterdam en ver daarbuiten, willen wij met een goed doordacht aanbod van afwisselende activiteiten, bijzondere concerten en evenementen behouden en 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. We blijven daarbij onverminderd het GF neerzetten als muziekfestival met een uniek decor: de stad Amsterdam. In onze communicatie naar het grote publiek zijn we allesbehalve bescheiden: we kunnen met trots zeggen dat we qua zichtbaarheid in de stad, zowel in de aanloop naar als tijdens het festival, onmogelijk te missen zijn. Zichtbaarheid is belangrijk om in de hoofden van de mensen te komen en te blijven. Tijdens het festival is het een trigger om mensen direct aan te trekken en kaartverkoop te boosten.

Zeer beperkte budgetten maken creatief: naast het vergroten van onze zichtbaarheid middels postercampagnes in de directe omgeving van de locaties (in de openbare ruimten en/of binnen), doen we onze marketingacties veelal online en via partnerships met lokale media. Hierbij gaat de marketingstrategie per doelgroep en per programmaonderdeel hand in hand, gebaseerd op wat passend is voor de 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. Ook worden activiteitenkalenders specifiek voor kinderen (zoals bijvoorbeeld Bier & Appelsap) geattendeerd op het festival. Jongeren voorzien we met informatie over Club Grachtenfestival door middel van specifieke campagnes. De vaste bezoekers bereiken we vooral door festivaleigen uitingen zoals de festivalkrant, maar ook steeds meer via Facebook. Ook voor hen richten we een specifieke campagne op. Deze marketingactiviteiten zijn meetbaar en de resultaten tonen aan dat het GF het vooral online steeds beter doet. De oudere bezoeker bereiken we door lokale media in print in te zetten, zoals huis-aan-huisbladen en stadskranten. De effecten van onze inspanningen via deze kanalen zijn moeilijker meetbaar (onderzoek op specifieke locaties is lastig omdat bezoekers zich niet hoeven te registreren). Wel voorzien onze vrijwilligers ons vaak van gedetailleerde verslagen over de muziek en (onder meer de samenstelling van) het publiek, wat ons een goed beeld geeft. Met ons aanbod van evenementen hebben we een loyale groep liefhebbers aan ons weten te binden, die we jaarlijks terugzien.

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 nog meer en verschillende doelgroepen aan te spreken en aan ons te binden. Strategieën om deze doelstellingen te bereiken zijn verdeeld over betaalde en onbetaalde kanalen, online en fysiek:

Free publicity

De Nederlandse media besteden ieder jaar ruim aandacht aan het GF. Niet alleen onze media-partner Het Parool maar ook de NTR, SALTO en de Concertzender berichten tijdens het festival vrijwel dagelijks over de verschillende evenementen vanuit uiteenlopende festivallocaties. Ook andere media besteden ruim aandacht, naast populaire televisieprogramma's zoals Podium Witteman en Vrije Geluiden. Veel publiciteit krijgt het festival via websites, digitale nieuwsbrieven en kranten. De naams- en merkbekendheid van het festival neemt door de grote media-aandacht nog steeds toe. Het festival en specifieke concerten krijgen stevast vier tot vijf ballen/sterren in recensies van diverse landelijke bladen. Het GF Weekend is een belangrijke aankondiging van het jaarlijkse festival en biedt gelegenheid om op inhoudelijke gronden weer op de culturele agenda te komen.

Paid Publicity

Eind juni komt onze festivalkrant uit als speciale bijlage in de zaterdageditie van Het Parool, met een oplage van 110.000 stuks (verspreid onder abonneehouders, op vele locaties in de stad en via de losse verkoop). Dit zorgt voor gerichte aandacht onder ons bestaande, maar ook een groot nieuw publiek. Verder worden er A0 posters verspreid op zichtbare plekken zoals elektriciteitskasten en posterframes. We plaatsen driehoeksborden en A2 frames op strategische locaties en vele A2 posters hangen op culturele locaties/cafés en restaurants overal in Amsterdam. Zeker 150 vlaggen wapperen verspreid door de hele stad met vermelding van onze belangrijkste sponsoren, 5 enorme visual towers sieren A-locaties in de stad (zoals op de Nieuwmarkt) en tot slot worden er 10.000 Junior Grach-

tenfestival flyers verspreid. Vanzelfsprekend benaderen we specifieke doelgroepen vooral via onze onlinekanalen via gerichte (betaalde) campagnes.

Online presence

Een cruciale groeifactor is onze online community. Wij investeren gericht in een sterker online profiel om te voldoen aan de in hoog tempo veranderende normen op het gebied van informatieverstrekking en service. Een gebruiksvriendelijke en inspirerende online identiteit draagt bij aan de merkbeleving die wij nastreven: wij willen gezien worden als toegankelijk, dynamisch en gastvrij muziekfestival. Ook in commercieel opzicht willen we de mogelijkheden van het internet optimaal benutten. Het verder activeren van de groeiende schare volgers, fans, supporters en klanten die wij aan ons merk hebben verbonden, heeft prioriteit. Een volwassen online platform en een gedegen content strategie zijn vereisten om een (inter-)nationaal publiek aan te spreken, geboeid te houden en verder te betrekken, ook als klant in de webshop. En met een groeiende bekendheid voor onze organisatie als talentscout, trekken we weer een ander publiek aan.

Kaartverkoop

Tussen 2010 en 2019 is het aandeel inkomsten uit kaartverkoop gegroeid van 9% naar 18%. Het GF heeft zich tot doel gesteld om het aandeel inkomsten uit kaartverkoop als percentage van de totale inkomsten te verhogen naar een structureel niveau van 20% van de begroting. Gemiddeld raakt de helft van onze (betaalde) concerten uitverkocht, in 2019 waren dat er 68. Capaciteit varieert echter van 35 tot 750 stoelen per voorstelling. Voor echte groei zal onder meer een verdere prijsdifferentiatie worden doorgevoerd. Nu bewegen de ticketprijzen van de betaalde concerten zich tussen € 7,50 en € 35,00. In het licht van onze doelstelling een groot publiek te laten kennismaken met klassieke muziek en jazz, blijft het noodzakelijk een belangrijk deel van het programma gratis te blijven aanbieden. Dankzij samenwerkingsverbanden weten we een nieuw publiek te bereiken, zo geven we kortingen via deze partners, zoals We Are Public, via de Stadspas en aan de deelnemers van de BankGiro Loterij.

Onze doelstellingen bereiken we ook door samen te werken met andere organisaties uit het culturele veld:

| Organisatie | Vorm |
|----------------------------|---|
| SLAA | Samenwerking en gezamenlijke ontwikkeling van de programmaonderdelen |
| Culturele zondagen | Kadeconcert Weerdsloos met Youth Percussion Pool |
| Operafrent | Coproductie van Vrouwenstemmen |
| Gaudeamus | Nieuwe Noten, gezamenlijke Call for Works (in 2019 voor cellist James Oesi) |
| Alle NL'se conservatoria | Grachtenfestival Conservatorium Concours, pitches en talentscouting |
| Pitstop Studio | Performing Opera Summer School en Achter de coulissen |
| Prinses Christina Concours | Jonge winnaars van het concours presenteren wij in de Wester/Waalsekerkerie |
| College Club | Lezing (in 2019 over Girl Power in de wereld van Muziek) |

| Organisatie | Vorm |
|------------------------------|---|
| Vrije Academie | Lezing (in 2019 over Vrouwelijk Componisten uit de 19 ^e eeuw met GF-musici) |
| Museum van Loon | Samenwerking voor de opera in de tuin van Van Loon |
| Portugese synagoge | Samenwerking voor concert met de Jewish Amsterdam Chamber Ensemble |
| Concoursen | Met de Cello Biennale, Vioolconcoursen en Young Pianist Foundation gaan we gericht samenwerken om het muzikaal ondernemerschap te stimuleren en te versterken. |
| November Music | Nieuwe Noten |
| Erfgoed instellingen | Hendrick de Keyser en Stadherstel voor bijzondere erfgoedplekken, naast museale locaties zoals Eye, Foam, Hermitage, Nemo, Scheepvaartmuseum, Franckendaal en de vele kerken. |
| Newlands Festival | Pitch wereldmuziek en concerten met muziek uit het Midden-Oosten en Q&A |
| Het Koninklijk Concertgebouw | Prijs voor de winnaar van het Grachtenfestival Conservatorium Concours. |
| Oorkaan | Begeleiding winnaars pitch Oorkaan Prijs. Inhoudelijke coaching en regie voor een betere theatrale voorstelling. |
| 4/5 theaters in het land | De beide winnaars van het Grachtenfestival Conservatorium Concours maken een tournee langs meerdere Nederlandse theaters |

Bezoekersonderzoek

Uiteraard willen wij ons resultaat kunnen meten. Financieel via de resultaten uit de webshop, online via de effectiviteit van campagnes, maar ook qua beleving. Onze jaarlijkse bezoekeronderzoeken, in de vorm van publieksenquêtes, voorzien ons van waardevolle informatie over de waardering en ervaringen van het publiek, de ontvangst van de ingezette marketingmiddelen, de woonplaats en socio-demografische achtergrond van de bezoekers (leeftijd, geslacht, opleidingsniveau, etc.). De resultaten van het onderzoek geven ons veel informatie over het publiek en haar waardering, als ook het effect van campagnes en toegepaste communicatiemiddelen. In het algemeen laten de cijfers over de demografische kenmerken van de bezoekers een stabiel beeld zien. Zo is ongeveer de helft van de bezoekers jonger dan 36 jaar en de gemiddelde leeftijd schommelt rond de 45 jaar. Vrienden, familie of kennissen brengen circa een kwart van de bezoekers op het idee voor een bezoek. Maar ook de media – naast outdoor reclame vooral kranten en tijdschriften – worden veel genoemd als aanleiding.

Sinds enkele jaren is er in de publieksenquêtes ook aandacht voor de 'aanbevelingswaardigheid'. Hiervoor is de *Net Promotor Score* berekend, op basis van de vraag: "Hoe waarschijnlijk is het (op een schaal van 0 tot 10) dat u het GF zou aanbevelen aan een vriend of collega?". De NPS score blijft met 8,4 hoog. Circa 70% á 75% van het publiek komt voor het GF in het algemeen. Met een zeer wisselend aanbod bouwen we aan een sterk merk, doordat mensen erop vertrouwen dat er altijd wel iets nieuws en interessants te zien en te horen is. De mate van herhaalbezoek onderschrijft dit: ruim 50% komt voor het eerst en de

andere 50% is dus herhaalbezoek. Naast de publieksenquêtes zijn de concertrappontages, opgemaakt door onze vrijwilligers na ieder concert, van onschatbare waarde voor ons. Juist deze geven ons directe feedback over het verloop van de concerten, voor- en nadelen van de locatie en informatie over het publiek.

5.2 Internationaliseren

Sinds het bijna-faillissement van het festival in 2009 heeft de organisatie hard gewerkt om zijn zakelijke basis te verstevigen en zijn onderscheidend vermogen waar te maken. Daarbij is er weinig ruimte geweest om de blik naar buiten te keren en zich te laten inspireren door andere festivals en podia buiten Nederland. Zodoende zijn er ook geen noemenswaardige internationale samenwerkingen ontwikkeld, anders dan met de vele excellente buitenlandse studenten die aan de Nederlandse conservatoria studeren. Dat is spijtig, want er valt enorm veel te leren van anderen, juist als het gaat om ontwikkeling van diversiteit in publiek en van impact op deze nieuwe doelgroepen. Daarom richt het GF de komende kunstenplanperiode bewust het vizier meer naar buiten. Mede dankzij de toekenning van de innovatie-regeling van het AFK kan daar ook budget voor vrij gemaakt worden. In 2020 nam het GF deel aan het gerenommeerde internationale ISPA congres voor *performing arts festivals* in New York.

Nationaal, maar ook internationaal gezien zijn er weinig festivals zoals het GF. De meeste klassieke festivals richten zich niet uitsluitend op jong talent, of organiseren vooral masterclasses en workshops. Zowel bezoekers als musici van klassieke festivals en series zijn nog steeds grotendeels van westerse origine. De bezoekers zijn bovendien veelal 55-plussers. Dat geldt soms ook nog voor het GF, al is er de afgelopen jaren succesvol geïnvesteerd in het bereiken van een jongere doelgroepen, o.a. met het Junior Grachtenfestival en de Club Grachtenfestival reeks; een serie "late night" concerten waarbij jong publiek met een biertje in de hand kan genieten van (voornamelijk) jazz uit alle werelddelen. Tegelijkertijd is op grote Nederlandse jazzfestivals als North Sea Jazz en Amersfoort Jazz al veel diversiteit in musici te zien, maar ook daar helaas niet echt in publiek. Dat roept vragen op. Hoe verhouden leeftijd, culturele achtergrond en genre zich tot elkaar op festivals, podia en series in het buitenland? Zou muziek, in wat voor genre dan ook, niet juist iedereen moeten bereiken? Het GF gaat onderzoek doen en wil leren van *best practices*.

Het GF heeft een benchmark gemaakt en wil zich de komende jaren laten inspireren door peers op een manier die zich zal vertalen naar het publiek en naar de organisatie. In de benchmark is gekeken naar festivals/podia in het buitenland die een jong publiek aanspreken en/of interculturele uitstraling hebben, zowel qua publiek als qua artiesten en programmering: festivals en podia die een missie uitstralen. Wij laten ons in de komende periode graag inspireren door onder meer festivals als HIFA (Harare International Festival of the Arts) in Zimbabwe, het Morgenland Festival Osnabrück en podia als Southbank Center in Londen en National Sawdust in New York. Het zijn organisaties waarbij allerlei muziekstijlen en kunstvormen naast elkaar en met elkaar worden gepresenteerd, met een oog voor interculturele muziek die een divers, breed publiek trekken. Inspirerend is de samenwerking met (jonge) topmusici en ensembles als het Chineke! (Junior) Orchestra,

het eerste professionele orkest dat volledig uit musici met een etnische achtergrond bestaat, zangeressen Sarah Elizabeth Charles (USA), Bedouine (Armenië), violiste Layale Chakar (Libanon) en percussioniste Naghmeh Farahmand (Iran).

6. Het Grachtenfestival verduurzaamt

Met alle concurrentie in de stad is het voor ons nog belangrijker om ons onderscheidende karakter te benoemen, te borgen en onszelf voortdurend te blijven vernieuwen. Sinds eind 2018 heeft het GF een nieuwe directeur en met haar een relatief nieuw, jong team. Gezamenlijk en met volledige steun van het bestuur zijn de doelstellingen nu verder uitgewerkt. 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 in het muzikale veld en in de stad te claimen en te verduurzamen.

"Het Grachtenfestival biedt een podium aan musici in alle fasen van hun loopbaan, maar maakt ook de transitie van jong talent tot gevestigd musicus mogelijk. Met een uitgebreid programma voor talentontwikkeling fungeert het festival voor veel musici als een opstap naar een professionele carrière. Maar misschien wel het meest onderscheidende element van het Grachtenfestival is de manier waarop het mensen bij elkaar brengt: musici uit allerlei disciplines komen samen, ontmoeten het Amsterdamse publiek en spelen op de bijzondere en iconische plekken van de stad. Het is een festival van iedereen."

Marlon Titre, Gitarist, componist, hoofd klassieke afdeling
Koninklijk Conservatorium

6.1 Belang voor de stad

Het GF is diep geworteld in Amsterdam, binnen de grachtengordel én in de omliggende stadsdelen. Het is 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 mooiere, sterkere en vooral leefbare stad te creëren (zie 1., 'Missie'). Dit bereikt het GF middels het Junior Grachtenfestival, waarbij we actief de wijken in trekken met gratis voorstellingen en zo cultuurbeleving en –participatie stimuleren door kinderen in aanraking te brengen met klassieke muziek en jazz, én de prijsvraag voor buurtconcerten die het GF organiseert. Binnen beide programmaonderdelen staan zowel ontmoetingen binnen de wijk als met klassieke muziek en jazz centraal. Het GF spreidt deze programmeringen over de stad, waardoor we prachtige concerten dicht bij huis aanbieden, het centrum ontlasten en meegroeien met de stad. Al deze concerten worden gratis aangeboden en om mensen met een smalle beurs ook een ticket tot de betalende concerten te kunnen aanbieden is De Toegift gelanceerd. Betalende bezoekers kopen een extra kaartje (€15) en het GF stelt dat ter beschikking aan Stichting Prisma en The Refugee Company. Het festival ambieert zo een concrete bijdrage te leveren aan een aantrekkelijk woonklimaat en een leefbare

stad, in al haar wijken en buurten. Ongeveer 35% van de concerten vindt jaarlijks plaats buiten het centrum. In de stad werken wij met enorm veel partners samen om onze concerten op mooie en bijzondere locaties te kunnen programmeren en kruisbestuivingen met elkaars publiek te bewerkstelligen. We werken hiervoor onder meer samen met Stadsherstel Amsterdam, collega-muziekinstellingen zoals Muziekgebouw aan 't IJ en vele museale organisaties zoals bijvoorbeeld Museum van Loon. Voor de buurtconcerten werken we samen met initiatieven die zijn ingebed in de wijken, zoals de Heesterveld Creative Community in Zuidoost en Het Zonnehuis in Noord. Zowel voor de buurtconcerten als voor de Huis-, Tuin- en Dakterrasconcerten (HTD's) werken we ook actief en rechtstreeks samen met de inwoners.

Amsterdam profileert zich als metropool en kan zich middels het GF onderscheiden – in heel Europa bestaat er geen equivalent. Het GF draagt direct bij aan Amsterdam op het vlak van het culturele en economische klimaat – door haar culturele uitstraling en economische spin-off – maar vooral ook door mee te bouwen aan Amsterdam als stad waar kinderen kunnen opgroeien, mensen zich op verschillende vlakken ontwikkelen en met veel plezier wonen en zijn.

“Met hart en oor voor jonge musici uit de klassieke muziek, jazz en muziek uit andere culturen, is het Grachtenfestival een springplank naar de nationale en internationale concertpodia (zoals Het Concertgebouw). Generaties musici en componisten zijn door het festival in staat gesteld om programma's te ontwikkelen en podiumervaring op te doen. Daarmee is het Grachtenfestival een onmisbare schakel in de carrièreontwikkeling van jonge aanstormende artiesten. Het open karakter van het festival met veel gratis toegankelijke concerten in diverse Amsterdamse stadsdelen maakt muziek bereikbaar voor een breed publiek, en dat is een groot goed.”

Simon Reinink, Algemeen Directeur Het Concertgebouw

6.2 Landelijk belang

Het GF is van onmiskenbaar landelijk en zelfs internationaal belang in het muzikale landschap. Waar de grote concertzalen voor veel mensen een hoge drempel hebben, is het GF toegankelijk en open. Om die kernkwaliteiten van het GF te behouden en te versterken, moeten wij onze unieke positionering voortdurend bewijzen en dat houdt ons scherp. Samenwerken met anderen leert ons ook dat wij op landelijk niveau een unieke positie invullen. Om jong talent door de jaren heen te presenteren, volgen en begeleiden moeten we hen natuurlijk eerst identificeren. Wij leren ze kennen, via de vooraanstaande (jeugd)concoursen. Ook onderhouden wij contacten met alle Nederlandse en ook Vlaamse conservatoria, op het terrein van klassieke muziek en jazz wereldwijd. Zo blijven wij wederzijds aangesloten op ontwikkelingen. De Nederlandse muziekjournalisten en -recensenten zijn een andere belangrijke groep. Zij helpen ons bij het samenstellen van de longlist voor de GrachtenfestivalPrijzen. Daarnaast laat het festival zich graag inspireren en adviseren door musici uit alle windstreken, die hun sporen reeds verdiend hebben. Het GF haakt bovendien in op de behoeftes van jonge musici en makers om meer gecoacht en begeleid te worden bij de zakelijke en producerende kant van het muziekleven. Het festival streeft ernaar naast een presenterend en producerend podium

ook een platform te zijn waar musici en makers elkaar kunnen vinden, geïnspireerd en geïnformeerd kunnen worden door ervaringsdeskundigen op het gebied van organisatie en artistiek conceptuele ontwikkeling.

De komende periode willen we ook meer nationale en internationale samenwerkingen opzoeken met andere podia, maar ook in bredere zin, met bijvoorbeeld musea, broedplaatsen en andere plekken waar jonge creatieve makers bijeenkomen. De locaties, die zo een belangrijk onderdeel van het festival en de ervaring vormen, gaan we dan ook op basis van hun bereik en community benaderen en niet alleen op basis van grootte en beschikbaarheid. Want ook deze locaties bieden meer dan een podium, zij hebben een achterban die middels de juiste toon en content geactiveerd kan worden. Daarmee hebben we ook oog voor aanvulling en verbreding. Welke partijen zijn interessant op het gebied van inclusiviteit, hoe kunnen we het festival breder trekken op zowel artistiek gebied als op het gebied van publieksbereik? Wij willen niet vanuit het isolement van het eigen relatief kleine team werken, maar samenwerken met organisaties die meer of vooral aanvullende expertise hebben op dit gebied.

Op nationaal niveau is het GF de afgelopen tien jaar een steeds belangrijker, relevantere en invloedrijkere speler geworden. Andere partijen zoeken ons op voor partnerships, locaties bieden zich aan en talentvolle musici zorgen dat ze in augustus beschikbaar zijn. Nieuwe composities kunnen gemaakt worden dankzij onze opdrachten en nieuwe opera's geschreven dankzij onze aanvullende financiering en coaching. In samenspraak met collega-festivals zorgen we ervoor dat wat bij ons in première gaat kan doorreizen en dat winnaars van ons concours ook op andere podia gehoord en gezien kunnen worden. In de komende kunstenplanperiode zullen wij het Fonds Podiumkunsten dan ook vragen ons ook daar in de vierjaarsregeling (voor festivals) op te nemen, hetgeen in het verleden (nog) niet het geval was, namelijk alleen in de vervallen 2-jaarsregeling.

Concerten buiten de stad

Een groeiend aantal concerten vindt plaats buiten Amsterdam, binnen de Metropool Regio. In 2017 gingen we al verder buiten de ring naar Amstelveen en Zaandam, in de editie van 2019 waren er concerten in de Gooi- en Vechtstreek, Weesp, Muiden, Maarssen, Zaanstad, Korte- en Wijdemeren. Een wel zeer bijzonder concert werd gerealiseerd in samenwerking met Forteiland Pampus en het NMF (Nationaal Muziekinstrumenten Fonds). Pampus, gelegen in het IJmeer, is het boegbeeld van de Stelling van Amsterdam en daarmee UNESCO Werelderfgoed. In 2019 vierde deze samenwerking haar vijfde verjaardag. De concertbeleving begint al aan boord op de boot tijdens de overtocht van IJburg. Een heus Grachtenconcert in Utrecht is inmiddels ook aan ons aanbod toegevoegd: het Kadeconcert Weerdsloot is opnieuw een typisch voorbeeld van een vruchtbare samenwerking met een gelijkgestemde organisatie.

“Concert in Huizen: wat geweldig dat jullie de grens om Amsterdam groter maken!” “De locatie in Huizen - de Botterwerf - was magnifiek... Daarvoor kom ik zeker weer terug... De setting van de oude haven van Huizen is echt geweldig voor het Grachtenfestival...”

Anonieme bezoekers

6.3 Governance

De organisatie bestaat uit een klein kernteam met daarboven een dagelijks bestuur. De governance structuur van het GF is gemodelleerd naar het zogenaamde bestuur-directie model zoals bedoeld in de Governance Code Cultuur. Dit houdt in dat het bestuur taken heeft gedelegeerd aan de directeur middels een directiereglement. In 2018 is de nieuwe directeur aangetreden. Zij was daarvoor ruim tien jaar adjunct-directeur bij Foam (Fotografiemuseum Amsterdam). Deze organisatie heeft een sterk track-record als het gaat om het betrekken van diverse doelgroepen en het genereren van eigen inkomsten – beide waren daar haar prioriteit. Er is in dat jaar ook een nieuwe hoofdprogrammeur aangetrokken. Als pianiste – ze heeft zelf op 15-jarige leeftijd opgetreden tijdens het festival in 1999 – toert ze nog altijd op hoog internationaal niveau en heeft een eigen Pianoduo festival opgezet. Deze twee personen vormen de kern van het team, waarbij zakelijk inzicht, kansen creëren en verzilveren, gevoel voor kwaliteit en uniciteit gedeelde waarden zijn. Het vaste GF-team, inclusief directeur en programmeur bestaat uit 4,8 FTE, verdeeld over zes mensen. Zij zetten de blauwdruk van het festival in elkaar, organiseren de financiering, houden het publiek geëngageerd en bewaken de positionering. In de periode maart-augustus wordt het team uitgebreid met zeker twaalf producenten, die de concerten op de specifieke locaties voorbereiden en begeleiden op zowel artistiek en muzikaal niveau, als op het gebied van veiligheid en techniek. Het vaste GF team bewaakt ook in deze periode het artistieke beleid als kern van de identiteit en de programmering. Er is oog en aandacht voor meerstemmigheid in deze samenstelling. De organisatie, aangemerkt als culturele ANBI, groeit zo nauwelijks in overhead en is gericht op flexibiliteit en output.

Met een gemiddelde leeftijd van 29 jaar, zien wij onze eigen organisatie ook als plek voor talentontwikkeling, vooral ten aanzien van programmering en projectmanagement. Zonder de ruim 100 vrijwilligers die tijdens het festival actief zijn, zouden we geen festival kunnen organiseren. Studenten, recent afgestudeerden en senioren, zij zijn als gastvrouwen en -heren op de vele locaties onze rots in de branding: zij zorgen dat alles op het juiste moment gereed is, verplaatsen en vervoeren stoelen, vlaggen en banieren, staan de bezoekers met raad en daad bij en zorgen ook dat de locatie na afloop weer netjes achterblijft. Wij doen een beroep op hun organisatietalent, stressbestendigheid en gastvrijheid en natuurlijk helpen wij hen daarbij, zodat iedereen goed geïnformeerd en voorbereid aan het festival kan beginnen en er van kan genieten. Uiteraard is de stichting GF zich bewust van de codes die meer transparantie extern en houvast intern bieden binnen de volle breedte van de culturele sector. Hieronder behandelen wij ze en leggen uit hoe wij deze toepassen.

“Historie en heden kwamen bij elkaar in de mooie Botterwerf in Huizen. De prachtige muziek van het Nederlands Saxofoon Octet vulde de thuishaven van de Huizer Botters. Tweemaal volle bak: het Grachtenfestival en Huizen: een perfecte match!”

Marlous Verbeek, Wethouder Huizen

Governance Code Cultuur

Op de Stichting Grachtenfestival is de Governance Code

Cultuur van toepassing. In dit kader evalueert het vijf-koppige bestuur jaarlijks het eigen functioneren. De bestuursleden van de Stichting Grachtenfestival ontvangen geen vergoeding voor hun werkzaamheden. Het Rooster van Aftreden (maximaal 2 termijnen van vier jaar) wordt goed bijgehouden en wanneer een opening ontstaat bij vertrek, wordt doorgaans een vacature geplaatst op de website van het GF en op de website Culturele Vacatures. Bij de samenstelling van het bestuur wordt gekeken naar de man-vrouw verhouding, leeftijd, de representatie van specifieke relevante sectoren, culturele achtergrond en binding met de stad en met muziek. Ons bestuur is al jaren met recht divers te noemen. Uiteraard is er aandacht voor het vermijden van belangenverstrengeling op alle niveaus en worden alle nevenactiviteiten vermeld. Ook voor het overige is het GF bestuurlijk en administratief ingericht in overeenstemming met de Governance Code Cultuur: naast het Directiereglement Stichting Grachtenfestival zijn alle administratieve processen vastgelegd in een gedetailleerd document ‘Administratieve Organisatie’. De Arbeidsvoorwaardenregeling Stichting Grachtenfestival is onderdeel van de contracten met het personeel in loondienst.

Code Culturele Diversiteit

Bestuur en directie hechten aan de Code Culturele Diversiteit en trachten deze zo goed mogelijk toe te passen, binnen de mogelijkheden van onze kleine organisatie. Binnen de grote groep festivalmedewerkers (freelance en vrijwilligers) wordt culturele diversiteit nagestreefd én gerealiseerd en dat geldt eveneens voor de bestuurssamenstelling van het GF. Binnen de onderdelen Publiek, Programma, Personeel en Partners werkt het GF gericht aan de realisatie van toenemende diversiteit:

- Publiek: de Buurtconcerten in alle stadsdelen zorgen voor een cultureel divers publiek en bereiken mensen in hun eigen wijk.
- Programma: we zijn een ontwikkeltraject gestart voor een inclusievere blik op diversiteit. We spreken niet langer over wereldmuziek, maar over de beste klassieke muziek en jazz uit alle werelddelen. Zo benadrukken we dat wij uitsluitend kijken naar waar de beste muziek geschreven is en wie de beste uitvoerende musici zijn, zonder een aparte categorie te hoeven toevoegen. Omdat het werkveld flink uitgebreid is, raadplegen we eveneens meer expertise van buiten het kernteam: een welkome verrijking van ons netwerk, waar we ook de komende jaren in blijven investeren.
- Personeel: sinds 2018 is bewust gekeken naar een goede representatie van diversiteit en meerstemmigheid, binnen het vaste kantoorsteam, onze freelancers, de festival vrijwilligers en binnen de diverse besturen. Vacatures worden via specifieke websites uitgezet en onder relevante relaties verspreid om een diverse doelgroep te bereiken.
- Partners: samenwerking met vele locaties met een eigen achterban, zoals Heesterveld Community, maar ook BSO Impuls (kinderopvang), Stichting Prisma (licht verstandelijk beperkten), The Refugee Company (vluchtelingen), en de BankGiro Loterij (laagdrempelige concerten voor een nieuw landelijk publiek) zorgen voor sociaal economische en culturele diversiteit.

Bestuur en directie dragen het belang van diversiteit voor de organisatie uit: ons beleid bevat specifieke doelstellingen om in samenwerking met diverse partners en met de inzet van een mix van communicatiekanalen (delen van) het programma te laten aansluiten op een cultureel divers

publiek. In voorgaande hoofdstukken staat beschreven hoe wij onze ambitie om binnen afzienbare tijd meer diversiteit met ons aanbod willen realiseren en hoe wij op authentieke en natuurlijke wijze een diverser publiek willen bereiken en behouden. Ten aanzien van de eigen organisatie kunnen we stellen dat GF-medewerkers er zijn in vele soorten en maten: de één is geschoold in de klassieke muziek, de ander heeft een mbo-opleiding. We verschillen in seksuele geaardheid, gezinssamenstelling, herkomst, leeftijd/generatie, culturele achtergrond, talenten en beperkingen. Enkelen van ons zijn in het buitenland geboren, veel van onze ouders komen oorspronkelijk niet uit Nederland. Onze verschillen in smaak en interesse zorgen ervoor dat vrijwel elke muzikale voorkeur binnen de klassieke muziek en jazz een eigen interne pleitbezorger heeft. We streven naar interne meerstemmigheid waarin elke mogelijke doelgroep vertegenwoordigd is of kan zijn en we het gevoel van gastvrijheid op zoveel mogelijk manieren interpreteren, opdat zoveel mogelijk verschillende mensen zich welkom voelen bij ons. Met het aantrekken van iedere nieuwe medewerker en freelancer kijken wij specifiek naar diversiteit, op basis van achtergrond en levensloop. Representatie is cruciaal, zeker naar een jong publiek, om te laten zien dat elke gewenste toekomst voor iedereen te ambiëren zou mogen zijn.

Fair Practice Code

Het GF onderschrijft de Fair Practice Code, waarmee wordt gestreefd naar een gezonde sector en een toekomstbestendige beroepspraktijk. Wij willen aantoonbaar opkomen voor de rechten van makers en juist omdat wij met uitsluitend jonge musici werken (tussen de 10 en de 34 jaar oud), zijn we bij uitstek een organisatie die een positieve bijdrage kan leveren aan deze ontwikkeling. Alle uitvoerenden, makers en musici, krijgen sinds het prille begin van het GF voor hun werkzaamheden betaald, waarbij er kritisch wordt gekeken naar een gezonde balans tussen inspanning en beloning. Het GF focust op jong talent dat aan het begin van de carrière staat, waarop de honoraria zijn aangepast (met een minimale gage van €250 per concert van maximaal één uur). Naast honoraria worden transportkosten voor instrumenten, huur van grote instrumenten (vleugels en slagwerk) en vliegtickets vergoed. Voor musici uit het buitenland wordt wanneer nodig een slaapplek geregeld. Ook krijgen musici lunch en/of diner aangeboden.

Er wordt per festivalonderdeel gekeken hoe de code het beste kan worden nagestreefd. Het GF maakt op het gebied van beloning onderscheid tussen presenterende en producerende concerten of voorstellingen. Zo kan een pianotrio zijn seizoenprogramma tijdens een concert van het GF spelen (presenteren), of kan een strijkkwartet een programmaconcept ontwikkelen gericht op het thema van het festival (produceren). In heeft laatste geval heeft een ensemble extra werk aan conceptontwikkeling, het instuderen van nieuwe werken en repetities. Dan wordt naar mate van intensiteit van het maakproces extra vergoed. Binnen de presenterende concerten wordt gekeken naar de moeilijkheid van het programma (voorbereidingstijd), de intensiteit van het optreden, en de plaats waar de musicus of het ensemble zich bevindt binnen de muziekwereld. In het geval van een musicus of ensemble van internationale faam, zoals het Schumann Quartett dat in 2018 optrad met Artist in Residence Ella van Poucke, wordt er een open gesprek met het management of de musici aangegaan om tot een oplossing te komen die zowel binnen

de Fair Practice Code als binnen de maatstaven van het festival valt, zoals ook bij opera en muziektheater. Het GF heeft geen financiële middelen om een volledige opera te produceren. Samen met de makers wordt er een gebalanceerde verdeling gemaakt: het GF levert een fundamentele financiële bijdrage aan het maakproces en de honoraria en zorgt voor locatie, een groot deel van techniek en productie. De makers doen op hun beurt aan eigen fondsenwerving, waarbij het festival een adviserende rol in neemt.

Ook voor niet-makers, waaronder freelancers voor specifieke festivalonderdelen, volgt het GF de code. Vrijwilligers en stagiairs die kortdurend worden ingezet, krijgen een vergoeding volgens de landelijke regelgeving. Alleen bestuursfuncties zijn onbezoldigd. De ontwikkelingen van de wet Arbeidsmarkt in Balans hebben op ons geen directe impact, daar wij onze freelancers voor een specifieke periode aannemen (minimaal 2 weken, maximaal 6 maanden). Salariëring van de directie is conform de WNT (wet normering topsalarissen) en zit ruim onder het plafond voor de bepaling van het bezoldigingsmaximum voor de culture sector. Los van de fondsen die nodig zijn om de concerten überhaupt te kunnen financieren, zijn voor ons geen additionele investeringen nodig om aan de uitvoering van de Fair Practice Code te voldoen.

“Ik ben het festival enorm dankbaar voor alle vlieguren die ik bij ze heb mogen maken. Ons vak leer je uiteindelijk toch op de bühne. Ik heb zoveel kansen gekregen en daarbij ook geleerd dat alles mogelijk is in klassieke muziek zolang je maar flexibel bent. Ik heb op de meest gekke, onverwachte plekken mogen spelen. Alles kan, flexibiliteit is alles. En plezier is een grote must zowel voor de musicus als voor het publiek. Daardoor heb ik het gevoel dat ik een veelzijdigheid heb ontwikkeld wat mij gelukkig maakt als musicus. Ik hoop dat er nog heel veel beginnende musici deze mogelijkheden krijgen door op het Grachtenfestival te mogen spelen, het is een must voor je ontwikkeling.”

Karin Strobos, Mezzosopraan

Risicomanagement

Ieder jaar moet het GF een groot deel van de financiering via incidentele middelen verkrijgen. De basis was de afgelopen jaren verzekerd door de toekenning vanuit het Kunstenplan Amsterdam en bijdragen van beide steunstichtingen van het GF. Daarnaast wordt direct na afloop van het festival alweer gestart met sponsor- en fondsenwerving. Dit maakt dat het bestuur jaarlijks in januari een basisbegroting kan vaststellen. De directie mag verplichtingen aangaan tot de vastgestelde basisbegroting. In de loop van de daaropvolgende maanden, als extra middelen zijn geworven, groeit de begroting en kunnen ook componenten, die eerst alleen onder voorbehoud waren gepland, worden vastgelegd. Aan de organisatie van een festival als het GF kleven altijd risico's. Deze zijn echter beheersbaar en voldoende afgedekt (zie onder). Daarnaast wordt er gezorgd voor adequate verzekeringen om risico's van ongevallen en aansprakelijkheid ten aanzien van materiaal, musici en tijdelijk personeel voldoende af te dekken. Er zijn geen noemenswaardige investeringen gedaan de afgelopen periode.

De belangrijkste verplichtingen zijn de huur van het kantoor, de huurovereenkomst is telkens aangegaan voor één jaar en heeft een opzegtermijn van drie maanden. De

maandelijkse huurlasten zijn daarnaast beperkt. De hoogste post betreft de salarissen van de medewerkers, een klein vast team borgt kennis en kwaliteit. Doordat het GF veel concerten buiten programmeert, kan het weer een spelbreker zijn. Dit risico van afgelastingen wordt onderhouden door voor iedere buitenlocatie een uitwijklocatie vast te leggen. Alle concerten gaan dus altijd door. Verplaatsingen kunnen extra kosten met zich meebrengen, maar deze zijn beperkt, duidelijk in beeld en goed beheersbaar. Het weer is in financiële zin nauwelijks een risicofactor; het heeft wel invloed op de bezoekersaantallen. De 'binnen' locaties hebben doorgaans niet de capaciteit van een park, plein of de gracht.

"Ik vond de concerten op de verschillende locaties erg leuk. Ook die jonge ensembles en de onbekende componisten (vrouwen!). Ik was in het verzetmuseum, de singelkerk, compagnietheater. Allemaal goeie plekken!!"

Anonieme bezoekers

Steunstichtingen

Het GF verkeert in de bijzondere omstandigheid van een groot aantal adviseurs dat zich onbezoldigd inzet voor het festival. Wij hebben twee aparte zelfstandige steunstichtingen, die helpen bij het werven van middelen. Beide zijn opgericht in 2009 en worden geleid door betrokken bestuursleden die zich op diverse terreinen met netwerk en advies inzetten. De Stichting Ambassadeurs van het GF richt zich op de werving van particulieren als donateur (Ambassadeurs). Op dit moment zijn er ruim 80 Ambassadeurs, die jaarlijks een bedrag van gemiddeld €1000 doneren. De Stichting Steun Programmering Grachtenfestival fungeert als sponsorcommissie en richt zich op het bedrijfsleven. Jaarlijks kan het GF rekenen op een donatie van beide stichtingen. Maar onze Ambassadeurs en bestuursleden doen meer: velen van hen stellen ook hun huis ter beschikking voor de woonkamerconcerten (onze HTD's). Ook stellen meerdere relaties jaarlijks hun huis ter beschikking aan de organisatie als logeeradres voor buitenlandse musici, hetgeen voorkomt dat het GF hoge hotelkosten heeft in de zomer.

Tot slot

Het GF is onlosmakelijk verbonden aan onze stad en opereert daarbinnen met een enorme variëteit aan partners en organisaties. 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 in en om de stad om een breed publiek te bereiken, te verrassen en verhalen te vertellen. Dit is een uitgelezen manier om enerzijds jonge musici te inspireren en anderzijds zoveel mogelijk Amsterdammers (bewoners en werkenden) te raken en te verbinden. 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 alle bewoners in de

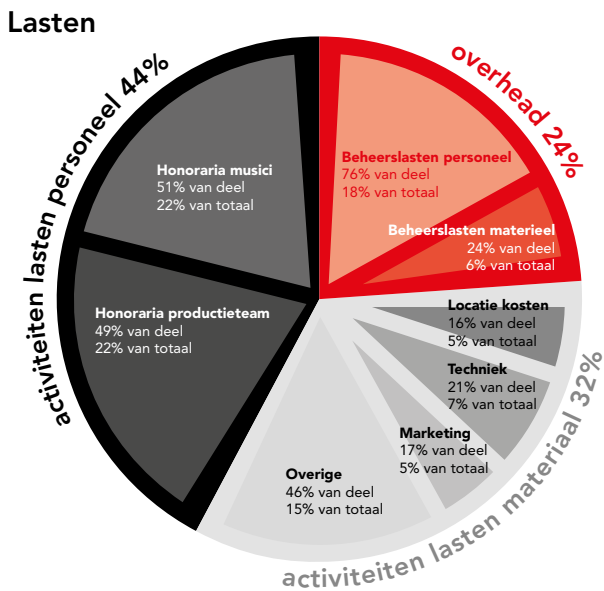
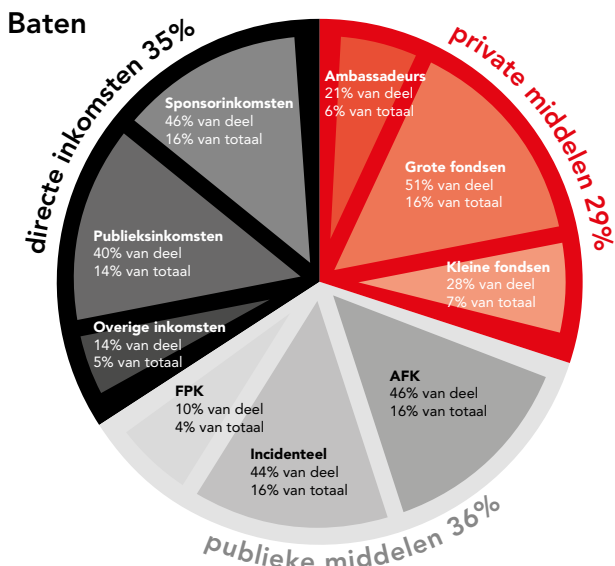
stad. Het GF staat voor inclusiviteit. We besteden extra aandacht aan het bereiken van kwetsbare doelgroepen (o.a. ouderen en slechthorenden) en we staan voor diversiteit: Amsterdam is sinds 2011 een *majority-minority city* en herbergt 180 nationaliteiten. Deze verschillende doelgroepen zoeken we actief op met een aantrekkelijk en divers aanbod.

Wij willen met dit plan aantonen dat het GF een culturele onderneming pur sang is. Onze inkomstenmix is uiterst divers, en daarbij zit het pionieren in ons DNA. Nieuwe makers presenteren nieuwe stukken op bijzondere (vaak nieuwe) locaties aan een (veelal) nieuw publiek. De basis is echter te smal om de ontwikkeling van ons artistieke beleid uit te kunnen breiden en onze maatschappelijke impact en daarmee het publieksbereik te vergroten en te diversifiëren. We gaan ons eigen team verbreden, gaan meer adviezen vragen aan externe experts, willen buitenlandse festivals bezoeken om partnerships te entameren, om inhoudelijke samenwerkingen aan te gaan met andere podia en festivals om ook buitenlands talent te kunnen scouten buiten de radar van de Nederlandse conservatoria. Dit alles met als doel: een diverser beeld op het podium en in het publiek, dankzij de allerbeste muziek van de nieuwe generatie musici. Zoals altijd bij het GF. Wij zijn al ruim twintig jaar een grootstedelijk festival en wij willen nog zichtbaarder uitdragen dat juist muziek verbindt!

Wij vragen voor de kunstenplanperiode 2021-2024 een hogere subsidie. De afgelopen jaren is met succes ingezet op spreiding in de stad en het verder ontwikkelen van een veelzijdig talentbeleid. De komende periode is het van belang door te groeien tot een culturele speler die van toegevoegde waarde is voor alle bewoners én bezoekers van heel Amsterdam en daarbuiten. Daartoe zien wij volop kansen. Echter, waar kernactiviteiten nu afhankelijk zijn van incidentele projectfinanciering zorgt structurele financiering voor verdere ontplooiing. Een gegarandeerd fundament van 25% van de totale inkomsten is noodzakelijk om onze ambities op het gebied van spreiding, talentontwikkeling en diversiteit te verwezenlijken. Met deze versterking van de financiële structurele basis van het GF 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 – zeker na het wegvallen van financiering via het Evenementenfonds. Ook is een hogere bijdrage nodig voor de verdere verbreding en spreiding van alle activiteiten: niet alleen op presenterend, maar juist ook op producerend gebied. Daarom vragen we ook het Fonds Podiumkunsten via de festivalregeling om een hogere bijdrage. 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. Dat past bij onze organisatie en dat past bij de stad Amsterdam. Open, nieuwsgierig, van de hoogst mogelijke kwaliteit, met de blik naar de toekomst.

Verdeling kosten en inkomsten gebaseerd op december 2019



Mensen van het GF

Gebaseerd op gegevens dec 2019



Structurele partners

- ADE
- Broedplaats Reigersbos
- Buma Cultuur
- CC Amstel
- Cello Biennale
- City Collective Amsterdam
- College Club
- Concertgebouw
- Conservatorium Amsterdam
- Culturele zondagen
- Eye
- Foam
- Frankendael
- Gaudeamus muziekweek
- Geelvinck Fortepiano Festival
- Heesterveld Community
- Hendrick de Keyser
- Hermitage
- Jong Metropole
- KASKO, Huis voor Muziektheater
- Klassifest
- Liszt Concours
- Museum van Loon
- Nederlands Violonconours
- Nemo
- Newlands festival
- NJJO
- NJON
- November Music
- NTR
- Oorkaan
- Opera Studio
- Parool
- Performing Opera Summer
- Prinses Christina Concours
- Prisma
- Radio4
- Refugee Company
- Scheepvaartmuseum
- Sena Performers
- Stadsherstel
- Stichting Literaire Activiteiten Amsterdam
- Stichting ter Bevordering Jong Talent
- Via Berlin
- Vondelpark Openluchttheater
- Vrije Academie
- Waalse Kerk
- We Are Public
- Westerkerk
- Young Pianist Foundation

Concerten

Gebaseerd op 2019

