WONDERFEEL

PROJECTPLAN 2021

© Maart 2021

INHOUD

01. **WONDERFEEL** 3

02. **VISIE & MISSIE** 4

03. **EEN TERUGBLIK** 5

04. **COVID-19** 8

05. **PROGRAMMERING** 11

06. **CARRIÈREONTWIKKELING** 16

07. **PUBLIEKSONTWIKKELING** 17

08. **OMGEVING** 22

01. WONDERFEEL *inleiding*

WONDERFEEL
IN 60 SECONDS

Onze artistieke, publieke en organisatorische ambities voor Wonderfeel 2021 worden sterk beïnvloed door de coronapandemie. Alle onzekerheden en steeds wijzigende omstandigheden ten spijt, zien we het als onze opdracht te kijken naar de mogelijkheden om Wonderfeel in 2021 te organiseren. Ondanks de twee troeven die we in handen hebben – buitenlucht en ruimte – beseffen we dat deze zevende editie op alle fronten anders zal zijn dan eerdere edities.

Tijdens de laatste editie van Wonderfeel in 2019 ontvingen we op de drie festivaldagen bijna 10.000 bezoekers en gaven ruim 500 musici meer dan 100 optredens. Op het 25 hectare natuurgebied in 's-Graveland lagen, op wandelafstand van elkaar, zeven podia met een eigen muzikaal karakter. Die aantallen hebben we voor 2021 los moeten laten. Wat onveranderd blijft, is dat Wonderfeel klassieke muziek biedt in al haar verschijningsvormen: van barok tot minimal, van klassieke hits tot kersverse noten, met lijnen naar jazz, pop en niet-westerse muziek. Dit alles uitgevoerd door (inter)nationale musici van wereldklasse, jonge honden en oude rotten. Daarnaast presenteert Wonderfeel kunstdisciplines die aansluiten bij of in het verlengde liggen van (klassieke) muziek, zoals dans, muziektheater en poëzie. Natuurwandelingen, yoga en diverse kinderactiviteiten complementeren het programma. Door de verkoop van dagtickets, parallelle programmering, rollende keukens en een camping op loopafstand van het festivalterrein, heeft Wonderfeel het karakter van een popfestival. Hiermee neemt het festival een eigen positie in binnen het klassieke festivalaanbod en voegt daar een andere beleving van klassieke muziek aan toe.

Wonderfeel is betrokken bij de wereld als geheel en de eigen regio in het bijzonder, en draagt dat uit. Dat doen we door het nemen van duurzame maatregelen – op ecologisch en bedrijfsmatig vlak – en het delen van kennis hierover. Ook organiseren we in de regio Gooi- en Vechtstreek activiteiten op het gebied van sociale duurzaamheid en maken we het festival toegankelijk voor jongeren en kwetsbare doelgroepen.

Voor u ligt het projectplan voor 2021, waarin we nader ingaan op onze artistieke, publieke en organisatorische ambities tegen de ongewisse achtergrond van de coronapandemie.

02. VISIE & MISSIE

In het afgelopen decennium zagen we een steeds grotere behoefte ontstaan naar vernieuwing van de klassieke muzieksector. De negentiende-eeuwse infrastructuur past de creatieve ideeën van een nieuwe generatie musici niet altijd meer. Klassieke muziek klinkt steeds vaker buiten de concertzaal, waardoor deze laagdrempeliger toegankelijk wordt en de muziekbeleving een nieuwe dimensie krijgt. De (luister)ervaring wint aan belang, net als de authenticiteit van de uitvoerder. De live uitvoering wordt niet uitsluitend een einddoel, maar een middel om tot een gewenste beleving te komen. Klassieke muziek raakt gedemystificeerd[1] en de afstand tussen makers (musici, componisten, e.a.) en luisteraars verkleint. Laagdrempelige tv-programma's (Podium Witteman, Maestro, De Tiende van Tijl) en klassieke muziek op popfestivals als Lowlands, Into The Great Wide Open en Down The Rabbit Hole zijn niet meer dan een logisch gevolg van deze veranderende behoefte[2]. Steeds meer jongeren zien klassieke muziek als een 'ontsnapping aan het geraas van het moderne leven'[3]; de hang naar kwaliteit, authenticiteit, naar sámen bewuster leven, laat zich goed vertalen naar een festival voor (klassieke) muziek in de natuur. Dat het noodzakelijk is om die natuur in stand te houden door het nemen van duurzame maatregelen, wordt door een steeds groter worden groep als vanzelfsprekend beschouwd en uitgedragen. Ook voor andere urgente, maatschappelijke thema's – waaronder uiteraard inclusie en diversiteit – zijn festivals als tijdelijke mini-samenleving bij uitstek geschikt om duurzame ideeën te testen en door te voeren.

Deze observaties hebben geleid tot het ontstaan van Wonderfeel. Een festival dat de elasticiteit van klassieke muziek onderzoekt[4], haar in een natuurlijke context plaatst en de beleving ervan centraal stelt. Waar ruimte is voor nieuwe presentatievormen en noten. Een vrijplaats voor creatieve geesten; een aanjager van talentontwikkeling. Een festival waar iedereen zich welkom voelt.

Het is de missie van Wonderfeel om mensen samen te brengen voor een buitengewone en inspirerende ervaring van klassieke muziek, versterkt door de natuur en in relatie tot de wereld om ons heen.

WONDERFEEL
TOGETHERNESS

1 De hang naar demystificering komt wat ons betreft in volle glorie naar voren door de populariteit van de Facebookpagina Composers Doing Normal Shit: www.facebook.com/composersdoingnormalshit.
2 Het CBS publiceerde op 19 december 2019 de bezoekerscijfers aan professionele podia over de jaren 2008-2018, die een stijging laten zien aan bezoekersaantallen voor klassieke muziek van 5%. Zie: https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2019/51/concerten-trekken-meer-publiek-dan-ooit.
3 The Guardian publiceerde op 27 januari 2019 het artikel 'Young people are turning to classical music to escape 'noise of modern life'. Zie: https://www.theguardian.com/music/2019/jan/27/young-turn-to-classical-music-to-escape-scala-radio-station.
4 De Volkskrant kopte in 2016: 'Op (...) Wonderfeel blijken de grenzen van klassieke muziek vloeibaar (...).'

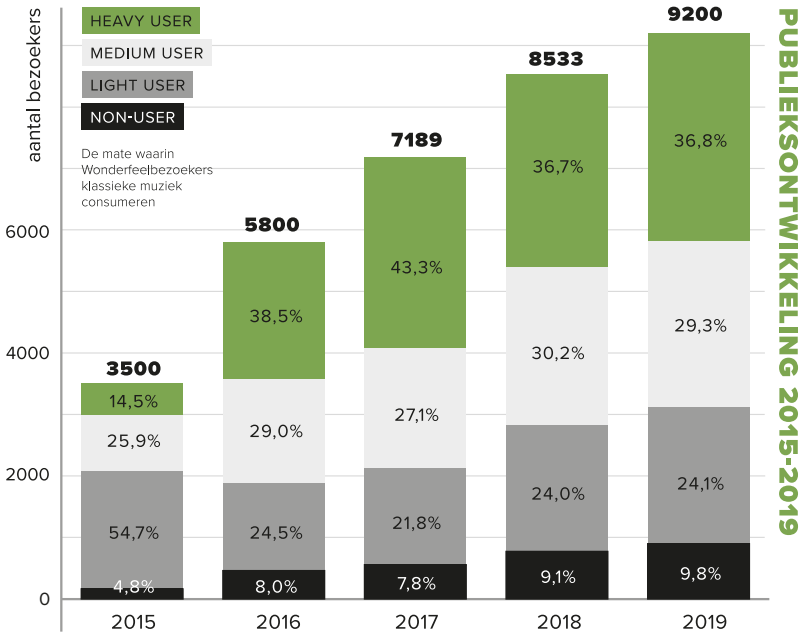
03. EEN TERUGBLIK

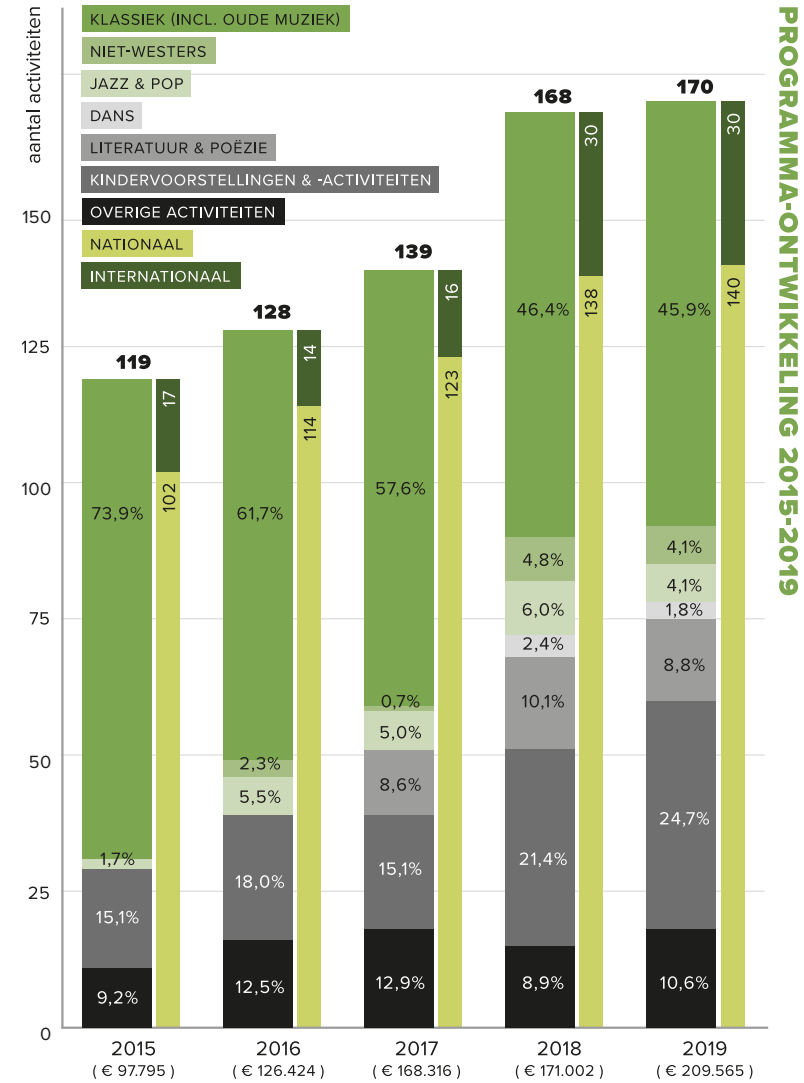
Met Wonderfeel 2019 vierden we ons houten lustrum. Vijf jaar, waarin Wonderfeel door de pers als volgt werd getypeerd: ‘het vrijzinnige festival’ (De Telegraaf), ‘Woodstock der Klassik’ (Deutschlandfunk), ‘(...) the ambitious annual Wonderfeel Festival (...) is unique’ (Classical Source).

AFTERMOVIE
2019

In die vijf jaar groeide Wonderfeel naar 9200 bezoekers, waaronder 1100 kinderen tot 18 jaar (zie ook grafiek publieksontwikkeling 2015-2019). De programmering (en het budget) groeide eveneens om het stijgende aantal bezoekers van voldoende keuze te voorzien. Bovendien werd het programma structureel verbreed (vanaf 2017 met poëzie en literatuur, vanaf 2018 met dans), werden meer internationale artiesten verwelkomd, groeide het aandeel niet-westerse muziek, werd de kinderprogrammering stevig uitgebreid, introduceerden we in 2019 de Keep an Eye Productieprijs voor jonge makers en kunnen we sinds dat jaar ook meer grotere ensembles uitnodigen en opdrachtcomposities uitzetten. Ook is Wonderfeel sinds 2019 meer zichtbaar in de regio buiten de festivalperiode door de organisatie van optredens in Laren, Loosdrecht en Hilversum.

Voor ons wordt het succes van Wonderfeel ook uitgedrukt in de kwaliteit en diversiteit van de optredens. NRC: ‘De pittoreske locatie mag er zijn, maar tot de sterkste Wonderfeel-troeven hoort zeker ook de programmering. Divers is een understatement.’ Dat die diversiteit gretig en nieuwsgierig wordt opgesnoven, blijkt onder andere uit het feit dat 65% van onze bezoekers aangeeft muziek te horen die het normaal gesproken niet beluistert. Verder gaf 10,6% in 2019 aan naast Wonderfeel nooit naar uitvoeringen met klassieke muziek te gaan én gaf maar liefst 51% aan überhaupt nooit naar festivals





* De bedragen zijn de totaal betaalde honoraria aan uitvoerenden per festivaleditie, exclusief reis- en verblijfskosten.

te gaan (maar door het Wonderfeelconcept te zijn overgehaald), wat bevestigt dat het format aantrekkelijk is voor nieuwkomers.

Op het vlak van duurzaamheid hebben we de afgelopen edities grote stappen gezet, wat ons na de editie 2018 twee sterren opleverde van het Britse A Greener Festival. NRC in 2019: 'De vegetarische hap past naadloos in de groene wind die sinds twee jaar over het Wonderfeelterrein waait. De crew eet vleesloos, aggregaten draaien op biodiesel en het biologisch afbreekbare wegwerpservies wordt door een composteermachine verwerkt tot vruchtbare potgrond.'

Sinds 2019 is de volledige projectorganisatie in handen van het Wonderfeelteam, bestaande uit 20 medewerkers plus een extern PR-bureau en (sinds 2018) een performance marketingbureau. Tijdens de festivalperiode breidt het team uit met circa 40 medewerkers (excl. fotografen, filmers en horecapersoneel) en 250 vrijwilligers, veelal studenten. Sinds de oprichting wordt Wonderfeel geadviseerd door een betrokken raad van advies en in 2019 is de stichting overgegaan op een raad-van-toezichtmodel met drie onbezoldigde leden. Als ANBI-instelling, met de Governance Code indachtig, opereert Wonderfeel zo transparant mogelijk. Ook onderschrijft Wonderfeel de codes Diversiteit & Inclusie en Fair Practice en heeft deze uitgewerkt in het beleidsplan 2021-2024 (op aanvraag).

In 2020 moest vroegtijdig de zesde editie van Wonderfeel worden geannuleerd in verband met de coronapandemie. Begin maart nam de kaartverkoop een vliegende start en kon het niet anders of we zouden in 2020 alle records verbreken, maar op 9 april was de annulering een feit. Dankzij blijvende steun vanuit fondsen, donateurs en overheden konden we 2020 financieel toch goed afsluiten. Door het annuleren van het festival kwam tegelijk ruimte vrij om andere projecten te ontwikkelen in lijn met de missie van Wonderfeel, waarmee we gedurende het jaar een zeer breed publiek hebben weten te bereiken.

Wonderfeels succes van de afgelopen jaren uit zich ten slotte in de positieve feedback uit publieksenquêtes en evaluaties met partners, musici, vrijwilligers en het eigen team. Het draagvlak blijkt ook uit de (vaak) meerjarige ondersteuning door vele private en publieke fondsen en de (ruime) verdubbeling van de sponsorinkomsten ten opzichte van de eerste editie. Het wegwerken van ons negatief eigen vermogen – het gevolg van een historische zomerstorm tijdens de eerste editie – met het positieve financiële resultaat van alle daaropvolgende jaren, toont niet alleen het doorzettingsvermogen van het hele festivalteam bij force majeur, maar ook een effectieve, hands-on bedrijfsvoering en adequaat toezicht door onze raad van toezicht. We zijn trots op het succes van vijf Wonderfeeledities en alles wat we in 2020 hebben weten te realiseren en zien de komende jaren nog volop ruimte voor onze ambities.

‘Maar juist de sfeer van de avonduitvoering op vrijdag liet de meerwaarde van Wonderfeel zien. De ondergaande zon en de geur van uitgedroogd gras in combinatie met de kraakheldere stem van [Maarten] Engeltjes, zorgden voor een sfeer die je nergens anders zal vinden. „En dat is waar het om gaat”, vindt Engeltjes. „Klassieke muziek moet uit het stramien van perfectie gehaald worden. De beleving is ook belangrijk. Begrijp me niet verkeerd, bij ’normale’ concerten is dat natuurlijk ook van belang. Maar wij zijn als klassieke musici zo bang om fouten te maken, in de popmuziek hoor je daar niemand over. Daar telt alleen of het publiek het gevoeld heeft. Dat is uiteindelijk wat je met muziek wilt bereiken.”’

Gooi- en Eemlander, 2018

04. COVID-19
Balans tussen ambitie en realisme

Dat onze wendbaarheid in 2021 danig op de proef zal worden gesteld, is een feit. In de afgelopen maanden hebben we meer dan tien scenario's ontwikkeld, doorgerekend, heroverwogen, in de prullenbak gegooid of verder bijgepunt. Na overleg met de veiligheidsregio en op basis van de actuele corona-routekaart van de overheid hebben moeten concluderen dat scenario 1 het meest kansrijk is op de voet gevolgd door scenario 2. Hieronder zetten we beide scenario's uiteen. De overige scenario's, uitgaande van een groter aantal bezoekers beschouwen we op dit moment als onrealistisch en hebben we in de la gelegd. Als de situatie het toelaat, zullen we ze daar zeker weer uithalen.

1. **In het eerste scenario** heeft Wonderfeel drie podia: twee met licht en geluid plus een speelplek in de natuur zonder technische faciliteiten. Wonderfeel is in dit scenario toegankelijk voor 450 mensen op hetzelfde moment. Er worden twee shifts van elk zes uur per dag georganiseerd, waardoor we 900 mensen per dag kunnen ontvangen. Om zoveel mogelijk festivalgangers te kunnen bedienen hebben we Wonderfeel uitgebreid naar vier dagen. De podia zijn (1) Het Veld in combinatie met Het Weeshuis van de Hits, (2) een mix van White Label en Ongehoord en (3) onsite voorstellingen. Naast de drie muzikale podia, krijgt ook Dichter onder de Boom een plek. Er is een bescheiden kinderprogrammering en er zullen ook korte, pop-up optredens verspreid over het Wonderfeelterrein plaatsvinden. In dit scenario trekt Wonderfeel 3600 bezoekers in 4 dagen. Het aantal van 450 bezoekers op hetzelfde moment is ingegeven door de grootte van de grasvelden (waarop de podia staan) en rekening houdend met zitplekken op 1,5 meter afstand van elkaar. De verdere infrastructuur is op deze aantallen aangepast.

2. **In het tweede scenario** vindt er geen zomereditie van Wonderfeel plaats op last van dan geldende maatregelen. In dit scenario verplaatst Wonderfeel naar het najaar: WinterWonderfeel. Dit festival zal hybride worden vormgegeven, waarbij zowel livestreams als vooraf opgenomen content via de eigen (nieuwe) website wordt gedeeld. We zijn van mening dat het digitaal organiseren van de zomereditie geen recht doet aan de sfeer van het buitenfestival en dit wordt bevestigd door onze recent afgenomen enquête, waarbij 54% van de respondenten aangeeft in de zomer waarschijnlijk geen livestream te willen bekijken. Op basis van onze ervaring met het delen van videostreams afgelopen december menen we dat dit voor WinterWonderfeel anders ligt, zeker als dit nieuwe festival vanuit die hybride vorm wordt uitgedacht. Op 1 maart wordt onze nieuwe website opgeleverd die livestreams alvast mogelijk maakt.

In afstemming met de raad van toezicht gaan wij uit van scenario 1, maar bereiden ook scenario 2 voor. Zestien weken voorafgaand aan Wonderfeel moeten we onze evenementenvergunning indienen bij de gemeente Wijdemeren, inclusief coronadraaiboek. Er zijn diverse momenten geprikt waarop voortgangkeuzes moeten worden gemaakt met het oog op opgevraagde offertes. Het go-no-go-moment – doorgaan of annuleren – wordt nog bepaald, omdat dit moment mede afhankelijk is van de uiteindelijke voorwaarden van het garantiefonds voor de festivalsector.

In beide scenario's is sprake van lagere publieksinkomsten waardoor op kosten moet worden bespaard. Dit leidt sowieso tot het schrappen van de live programmering in De Schuur. De Schuur kan met 1,5 meter afstand tussen de bezoekers 10 tot 15 bezoekers herbergen. We willen deze programmering deels digitaliseren, zodat we online een groter bereik kunnen realiseren. Ook het podium SOLO komt te vervallen. Ook daar speelt de beperkte capaciteit een rol: de amfitheater-opzet kan met 1,5 meter minder dan 70 mensen een plek bieden.

PRODUCTIE

Veiligheid van onze bezoekers, de musici en crew staat voorop. Dit betekent onder andere dat, de bezoekersaantallen per dag zijn bijgesteld en ook de capaciteit per podium is, uitgaande van de 1,5-meter-maatregel, verlaagd. Deze aantallen zijn bepaald op basis van het beschikbare aantal vierkante meter, gepreciseerd met behulp van een proefopstelling, die we op 16 oktober 2020 op het festivalterrein hebben georganiseerd. Hieruit bleek verder dat er, om het verspreid zittende publiek goed te bereiken, het geluid moet worden verlengd en dus een investering in de geluidstechniek noodzakelijk is. De podia zullen allemaal het karakter krijgen van Het Veld: het publiek zit niet meer onder een tent, maar vóór het overdekte podium. Onder de tenten is door 1,5 meter afstand veel minder capaciteit en met deze opstelling creëren we voor een groter publiek een optimalere concertbeleving.

Tijdens de festivaldagen zullen er eenrichting-looproutes worden aangebracht. Aan alle bezoekers wordt bij regen of felle zon een paraplu uitgedeeld om te voorkomen dat mensen samenpakken onder een schuilluifel. Middels onze app zullen we bezoekers real time pushberichten sturen over de drukke plekken op het terrein en hen zodoende naar andere podia 'pushen'. Dit zal ook een analoge vertaling krijgen.

De backstage area zal worden aangepast op 1,5 meter afstand, wat onder andere neerkomt op het uitbreiden van (droge) zit-, eet-, inspeel- en omkleedplekken. Ook de keuken van de crewcateraar zal moeten worden vergroot.

Voor het implementeren en controleren van alle deze praktische corona-maatregelen hebben we een corona-coördinator aangesteld, die vanzelfsprekend nauw samenwerkt met de afdeling productie en communicatie.

ARTISTIEK

Naast het schrappen dan wel samenvoegen van podia, zullen er artistiek ook andere keuzes gemaakt worden. Zo zullen we, ervan uitgaande dat de huidige reisbeperkingen niet snel zullen veranderen, meer focussen op Nederlandse musici en kleine bezettingen. Om drukte bij podia te voorkomen en teleurstelling te ondervangen, zullen we elke festivaldag meerdere programma-onderdelen dubbelen. Onze Britse programmalijn van gastcurator Toks Dada hebben we doorgeschoven naar 2022. Met deze uitgangspunten als basis, laten we COVID-19 bij de verdere artistieke uitwerking in deze subsidieaanvraag zoveel mogelijk buiten beschouwing. Vanzelfsprekend zullen we in beide scenarios op zoek gaan naar de best mogelijke artistieke balans.

COMMUNICATIE

De grootste uitdaging voor Wonderfeel 2021 schuilt in het opbouwen van publieksvertrouwen. We zullen ons publiek meenemen in hoe wij Wonderfeel veilig maken met behoud van de ontspannen Wonderfeelsfeer. Ons adagium is daarbij 'ontzorgen'. Ons publiek is hierbij een vat vol kennis dat we graag benutten. In de laatste week van december 2020 hebben de festivalgangers een enquête ontvangen waarin wij hen bevroegen hoe wij hen het beste ontzorgen en verleiden tot het bezoeken van Wonderfeel in 2021. De enorme respons (ruim 1200 ingevulde enquêtes) liet een grote honger naar Wonderfeel zien. 60% gaf aan ook zonder vaccinatie naar Wonderfeel te willen komen. Ook nodigden we begin januari een tiental respondenten uit om via Zoom hierover verder te praten en werden een aantal kernwaarden van Wonderfeel bevestigd: vrijheid, ontspanning, saamhorigheid en verrassing. De beperktere keuze werd omgedraaid naar geen keuzestress en de plaatsgarantie werd omarmd. Onze achterban is positief gestemd en hunkert naar een ontspannen beleving van klassieke muziek op het groene Wonderfeelterrein.

De komende maanden zullen de corona-sneltesten naar verwachting nog worden doorontwikkeld (nóg sneller) en op grotere schaal worden geproduceerd (dus zeer betaalbaar). We beraadden ons op het idee om alle Wonderfeelbezoekers bij de ingang van het festivalterrein te testen en volgen de ontwikkelingen hieromtrent – inclusief de uitkomsten van de fieldlabs – via de VNPF. Een op dit moment vaker ingezet middel om het gevoel van veiligheid te vergroten, is het temperaturen van de festivalbezoekers. Onze ervaring met het meten van de lichaamstemperatuur – opgedaan o.a. tijdens het Kamermuziekfestival Schiermonnikoog – is dat dit zeer onnauwkeurig is en makkelijk beïnvloedbaar. We zullen hier voor Wonderfeel dan ook geen gebruik van maken. We beseffen heel goed dat we bij het ontzorgen ook een verantwoordelijkheid hebben naar onze eigen crew en vrijwilligers. Ook zij moeten hun werkzaamheden met een veilig gevoel kunnen uitvoeren. En ook hen zullen we mee moeten nemen in dit verhaal. Hiervoor hebben we in september een eerste team-brainstorm gehouden. In november vond ook een brainstorm plaats met externe experts uit diverse disciplines. Daarnaast updaten we onze financiële partners, lokale overheden, sponsoren en fondsen, over de ontwikkelingen naar 2021 toe.

Wonderfeel zat 8 februari op uitnodiging van de VNPF met een tiental (pop)festivals aan tafel bij minister Van Engelshoven, waarbij de zorgen worden gedeeld. Eind februari wordt het gesprek met dezelfde tafelgenoten voortgezet.

FINANCIËN

Als de coronacrisis iets heeft duidelijk gemaakt, is dat het absoluut onverantwoord is om als (cultureel) ondernemer geen buffer te hebben om eventuele tegenslagen op te vangen. In ons beleidsplan 2021-2024 is de opbouw van een egalisatiereserve al opgenomen. Voor 2021 betekent dit dat we een surplus van minimaal € 20.000 willen behalen om toe te voegen aan de egalisatiereserve. Tegelijk zullen we in alle opzichten flexibel moeten (kunnen) zijn, ook op financiëel gebied. Om onze financiële flexibiliteit te vergroten hebben we de post onvoorzien verhoogd ten opzichte van voorgaande edities. Ook is er een extra post opgenomen die de voorziene extra kosten, gerelateerd aan COVID-19, moet dekken.

05. PROGRAMMERING
Wonderfeel 2021

‘Je voelt de reacties van het publiek veel beter dan in een gewone zaal.’

Celliste Ella van Poucke in Trouw, 2019

(ARTISTIEKE) DOELEN

Iedere Wonderfeel-editie komt tot stand op basis van zes, hoofdzakelijk artistieke doelen.

1. Wonderfeel geeft de beleving van (klassieke) muziek een nieuwe prikkel door haar in een (letterlijk) natuurlijke context te plaatsen. Een context die tegelijkertijd makers van nieuwe creatieve mogelijkheden voorziet.

2. Wonderfeel staat voor artistieke diversiteit, onderzoekt de ‘grenzen’ van klassieke muziek en is daarbij een vrijplaats voor én aanjager van creatieve geesten. Met het entameren van nieuwe concepten, noten en presentatievormen draagt Wonderfeel bij aan de ontwikkeling van de klassieke sector als geheel.

3. Wonderfeel schept ruimte voor verrassing, ontdekking en vernieuwing met als voorwaarden kwaliteit, professionaliteit en integriteit.

4. Wonderfeel biedt volop ruimte voor talent-ontwikkeling, op en naast het podium.

5. Wonderfeel is een festival voor iedereen.

6. Wonderfeel opereert op een verantwoorde manier, waarbij ecologische en sociale duurzaamheid leidend zijn. Beide thema’s komen terug in de festivalprogrammering.

Ad 1 en 2. Wonderfeel presenteert een programma dat ruim zes eeuwen muziek bestrijkt in al haar verschijnings-vormen (incl. niet-westerse klassieke muziek), aangevuld met lijnen naar jazz en pop. Als vrijplaats voor creatieve en genre-fluïde geesten initieert en coproduceert Wonderfeel nieuwe producties en zet opdrachtcomposities uit. Zo worden makers uitgedaagd de ‘grenzen’ van klassieke muziek op te rekken, of zelfs als irrelevant te beschouwen. Daarnaast krijgen ook poëzie, dans en literatuur een podium.

Ad 3. Wonderfeel werkt louter met musici die, naast kwaliteit, beschikken over een flexibele, eigengereide geest en integere inborst. Vanuit onze ambitie de festival-gangers te verrassen met ontdekkingen, presenteren we vooral actuele programma’s en gaan we graag in gesprek met musici voor (deels) *customized* programma’s.

Ad 4. Jong talent loopt als een rode draad door de programmering heen. In samenwerking met o.a. Dutch Classical Talent, Cello Biënnale Concours en de Koningin Elisabethwedstrijd krijgt het een podium geboden, en daarnaast schittert het in het Wonderfeel Festival Orchestra (lees meer onder Talentontwikkeling). Ook de organisatie bestaat grotendeels uit jonge professionals: van de producenten tot het horecapersoneel, tot de ruim 250 vrijwilligers.

Ad 5. Met een toegankelijk format, grote keuzevrijheid en nadruk op sfeer en beleving, is Wonderfeel aantrekkelijk voor een breed publiek, waaronder nieuwkomers voor klassieke muziek (10% van onze bezoekers) en jongeren. Daarom bieden we ook laagdrempelige en interactieve programma’s en halen we via social media en nieuws-brieven ideeën op bij ons publiek. De podia worden gehost door doorgewinterde (radio)presentatoren, die met hun interviewstijl een brug slaan tussen de uitvoerenden en hun publiek.

Ad 6. Ook sociaal-maatschappelijke en ecologische thema’s krijgen in 2021 aandacht, onder andere door de inzet van een Festivaldenker. Een goede genderbalans heeft eveneens onze aandacht.

PROGRAMMA

Voor Wonderfeel 2021 op 15, 16, 17 en 18 juli gaan we uit van 80 optredens, waarvan een aantal gedubbeld zal worden. In dit aantal zijn de pop-ups en de poëzievoordrachten niet meegerekend.

Podia

Het Veld is het hart van Wonderfeel, het grootste podium op het festivalterrein. De plek van aankomst en vertrek en alles wat zich daartussen afspeelt. Voor 2021 zijn, naast de traditionale optredens door het Wonderfeel Festival Orchestra (in kleinere bezetting), inmiddels gepolst: het Nederlands Blazers Ensemble, Jupiter Ensemble, Holland Baroque, Chianti Ensemble, Busch trio, Camerata Trajectina, Pekka Kuusisto, Pynarello, e.a. De grotere ensembles worden gevraagd in een kleinere bezetting naar Wonderfeel te komen.

Het Veld wordt in 2021 gecombineerd met **Het Weeshuis van de Hits**, geprogrammeerd door Floris Kortie (Podium Witteman). Afstemming vindt plaats in goed overleg tussen de programmeurs van Het Veld (Georges Mutseaerts en Tamar Brüggemann) en Floris Kortie. In het Weeshuis vangt Floris doorgaans musici op die zich vol energie op het bekende storten voor één groot Feest Der Herkenning. Denk daarbij aan Brahms' Sextetten, Vivaldi's Jaargetijden, Canto Ostinato, Bachs Goldbergvariaties, aangevuld met lichtvoetige programma's, zoals in 2021 De Avond van de Traan en De Bonte Avond. In samenwerking met of uitgevoerd door ensembles als Nieuw Amsterdams Klarinet Kwartet, Club Classique, Daniel Rowland en Maya Bogdanovic, Philippe Jaroussky, Thomas Oliemans, The Preditors, Aidan Mikdad en Liza Ferschtman en Geert Chatrou.

Het podium **Ongehoord,** geprogrammeerd door Masa Spaan (programmeur De Doelen in Rotterdam) is de plek voor nieuws: nieuwe composities en klassiekers in onverwachte vormen. Voor 2021 programmeren we op Ongehoord met name Nederlandse ensembles en musici als Slagwerk Den Haag, AskolSchönberg en k[H]aos, Stargaze, TEMKO, Maya Fridman, Tomoko Mukaiyama, Diamanda Dramm. Op Ongehoord staan ook de winnaars van de Keep an Eye Productieprijs 2020 en 2021: respectievelijk Akim Moiseenkov en Celia Swarts. De ensembles uit Amerika en Australië die we eigenlijk al hadden uitgenodigd voor 2021 – Brooklyn Riders, Attacca Quartet en Ensemble Offspring – zullen we doorschuiven naar 2022 of later.

Ongehoord wordt gecombineerd met de tent **White Label**, waarin Shane Burmania (programmeur Korzo in Den Haag en Muziekgebouw aan 't IJ in Amsterdam) de rekbaarheid van het begrip 'klassieke' muziek onderzoekt. Van elektronica, minimal, pop, jazz tot niet-westers; alles komt voorbij, maar dan net even anders. Op dit podium spelen artiesten die zich niet onder een label laten vangen en wellicht de klassieke muziek van morgen creëren. Voor 2021 staan op de wensenlijst: Carolina Eyck, Binkbeats, Ensemble Dyar, Lyra Pramuk, Oerknal, De Beren Gieren en Sanne Rambags.

Voor de invulling van onze nieuwe serie **Food For Thought** (werktitel) gaan we i.s.m. de Festivaldenker sprekers uitnodigen op het gebied van duurzaamheid, wetenschap, journalistiek en zingeving. Deze gesprekken zullen plaatsvinden in Het Capitool en online worden gedeeld. Festivalbezoekers kunnen de gesprekken volgen via koptelefoons.

OPBOUW
WONDERFEEL

In 2021 neemt Maria Barnas de programmering van **Dichter onder de Boom** over van Marieke Lucas Rijneveld, met eenzelfde oog voor een cultureel divers aanbod met een goede genderbalans. Voor het invullen van het jaarlijks wisselende curatorschap volgen we de winnaars van de C. Buddingh'-prijs, omdat we denken met Dichter onder de Boom juist voor de carrière van jongere poëzie-professionals van toegevoegde waarde te kunnen zijn. Op dit moment zijn we tevens in gesprek met het literaire tijdschrift De Gids voor een podcastserie over poëzie en nieuwe muziek.

Dans

Sinds 2018 is dans een onderdeel van Wonderfeel, geprogrammeerd door Samme Raeymaekers (directeur Dansens Hus in Oslo). Voor 2021 gaat hij weer op zoek naar dansvoorstellingen, bij voorkeur met live muziek, die passen in de natuurlijke setting. Uitgenodigd zijn: James Batchelor (Hyperspace) en Femke Gyselinck (Nimpho di Reno).

Ontwikkeling aanbod

Klassieke muziek is in beweging en daar wil Wonderfeel aan bijdragen. Kijkend naar het aanbod valt op dat er weinig muziekproducties worden ontwikkeld voor een specifieke buitenlocatie, waarbij gebruik wordt gemaakt van de (vaak unieke of atypische) omstandigheden. Tegelijkertijd constateren we dat er jonge makers rondlopen met artistieke ideeën die tot een dergelijke productie kunnen leiden. Veel van hen beschikken echter niet over knowhow, een organisatorische structuur en financiële middelen om hun ambities te realiseren. Hiervoor hebben we in 2019 de Keep an Eye ProductiePrijs à € 10.000 in het leven geroepen. Met dit bedrag kunnen jonge makers een nieuwe productie maken en die presenteren op Wonderfeel en partnerfestivals in Nederland, Italië en Canada. Winnaars zijn Diamanda Dramm (2019), Akim Moiseenkov (2020) en Celia Swarts (2021).

Voor 2021 verstrekten we voor onze eigen productie *They have waited long enough* reeds drie opdrachtcomposities - aan Calliope Tsoupaki (Penelope), Annelies van Parys (Medea) en Aftab Darvishi (Circe) op libretti van Gaea Schoeters. De composities zullen hun Nederlandse première op Wonderfeel hebben en voorts worden uitgevoerd tijdens de festivals Antwerp Liedfest (BE), Lunalia (BE), Walden (BE), Mittelfest (IT) en Oranjewoud Festival (NL).

Festivaldenker

Wonderfeel wil zich verder ontwikkelen als platform waar actuele thema's, zoals sociale en ecologische duurzaamheid, aan de orde komen. Dit bewerkstelligen we o.a. met de Festivaldenker. De denker signaleert, verdiept en prikkelt. Zij of hij zal de festivalbezoekers op positieve wijze bewust maken van waar we gezamenlijk toe in staat zijn: verandering in gang zetten. De festivaldenker neemt de festivalgangers coronaproef mee uit wandelen, gaat met hen in debat, schrijft een column en voert nagesprekken. Voor 2021 denken we aan Maxim Februari of Coen Simons. Dit onderdeel willen we waar mogelijk ook online aanbieden.

Kinderprogrammering

Omdat we ervan overtuigd zijn dat ieder kind – ongeacht leeftijd, herkomst en niveau – een eigen, onbevooroordeelde relatie met klassieke muziek kan ontwikkelen, en dat dat een positieve invloed heeft op zijn ontwikkeling, richten we ons ook op deze doelgroep. We bieden hun in samenwerking met Oorkaan een productie van slagwerkgroep Percossa aan plus diverse workshops (o.a. zang, percussie, knutselen) en natuurwandelingen i.s.m. Natuurmonumenten.

Overige programmering

Op Wonderfeel 2021 staan diverse andere activiteiten geprogrammeerd, waaronder:

- yoga op live Canto Ostinato
- de online Wonderfeel Leesclub is sinds 17 februari van start onder leiding van luisterprofessional Maartje Stokkers. Tijdens deze tweewekelijkse sessies worden recente cd's besproken.
- pop-up optredens en/of installatie-performances (zoals voorheen De Drijvende Diva en Heart Attack)
- diepgaande gesprekken in de intieme setting van De Huiskamer (in het Capitool). Bezoekers kunnen hier 'op de koffie' bij musici, schrijvers, makers en de Festivaldenker.

WinterWonderfeel

Wonderfeel heeft al langer de ambitie om een winterse variant te ontwikkelen, maar ziet daarvoor financieel slechts ruimte in de begroting van 2021 als de zomereditie in verband met de coronapandemie moet worden geannuleerd. We zouden in dat geval in december 2021 een hybride pilot van WinterWonderfeel organiseren op een natuurterrein binnen de Hilversumse gemeentegrens. Hiervoor hebben we gesproken met het Goois Natuurreservaat, maar hun natuurgebieden in Hilversum blijken geen optie. Op dit moment onderzoeken we alternatieve terreinen, waaronder Zonnestraal en terreinen bij het vliegveld. Hierbij worden we geholpen door evenementencoördinator Jolanda Karstens van de gemeente Hilversum.

Wonderfeel Fietsroute

Het ziet ernaar uit dat we in 2021 een fors deel van het Wonderfeelpubliek zullen moeten teleurstellen. De verwachting is dat Wonderfeel snel uitverkocht zal zijn en om degenen die geen tickets hebben kunnen bemachtigen tóch te bedienen bieden we hen een fietsroute aan die door Hilversum en 's-Graveland voert. Op de route liggen diverse iconische plekken (Dudokpanden, Zonnestraal, Beeld & Geluid) en uiteraard de buitenplaatsen *Boekesteyn* en *Schaep en Burgh*, waarop Wonderfeel wordt georganiseerd. Deelnemers aan de route kunnen een routeboekje bestellen met daarin QR-codes, waarmee video's van de diverse plekken kunnen worden afgespeeld. De video's geven meer achtergrondinformatie over de plek én zullen een (vooraf opgenomen) concert, dansvoorstelling of poëzievoordracht op de bewuste locatie laten zien. De fietsroute is bij uitstek geschikt om in je eigen tijd te doen. We willen kijken of we er – mits de overheidsmaatregelen dit toelaten – in september ook een liveversie van kunnen organiseren.

‘De pittoreske locatie mag er zijn, maar tot de sterkste Wonderfeel-troeven hoort zeker ook de programmering. Divers is een understatement.’

NRC, 2019

06. CARRIÈREONTWIKKELING

Voortvloeiend uit ons vierde artistieke doel, zoals beschreven op p. 11 onder Ad. 4, zet Wonderfeel in de volle breedte van het festival in op carrièreontwikkeling, op en naast het podium, vanuit de overtuiging dat alles wat wij investeren in individuen (en ensembles), uiteindelijk ook een investering is in Wonderfeel en de culturele sector als geheel. We lichten graag drie onderdelen uit:

WONDERFEEL FESTIVAL ORCHESTRA

Wonderfeel draagt met overtuiging bij aan de professionele groei van jonge musici. Het Wonderfeel Festival Orchestra, bestaande uit gevorderde conservatoriumstudenten, staat o.l.v. Johannes Leertouwer en speelt sinds 2016 elke dag op Wonderfeel. Camille Thomas, Van Baerle Trio, Aidan Mikdad en Simone Lamsma soleerden met het orkest. De kamerphilharmonie bezetting – kleiner en deels side-by-side – betekent coaching op persoonlijker niveau dan in een groter symfonieorkest.

KEEP AN EYE PRODUCTIEPRIJS

In 2019 introduceerden we in samenwerking met de de Keep an Eye Foundation, de Keep an Eye ProductiePrijs à € 10.000, waarmee we jonge creatievelingen uitdagen hun idee voor een nieuwe productie te pitchen voor de vakjury. Na de selectie worden de winnaars gecoacht tijdens hun maakproces door zelfgekozen specialisten. De productie staat uiteindelijk naast Wonderfeel ook op Mittelfest en – Corona Volente – op Music on Main (zie ook Ontwikkeling aanbod).

ÉDUCATION PERMANENTE

Om de binding met en ontwikkeling van de organisatie als geheel én de medewerkers zelf te stimuleren, spoort Wonderfeel haar medewerkers aan festivals, concerten en nieuwe initiatieven binnen de creatieve sector te bezoeken. Daarnaast bieden we gelegenheid deel te nemen aan workshops, cursussen of congressen. Afgelopen jaren: toegankelijkheidsworkshops via 5D, ISPA Fellowship Program, ISCM World New Music Days, Festival Production Management Training, The Festival Academy en Classical:NEXT. Naast het reeds lopende lidmaatschap van de Verenigde Podiumkunstenfestivals is Wonderfeel vanaf 2021 ook lid van de European Festivals Association. De directie wordt gecoacht door Trustworks en op het gebied van MVO geadviseerd door 2Bhonest. Komende editie hosten we een technicus van Helsinki Festival, die we ‘inwerken’ voor Wonderfeel Helsinki.

07. PUBLIEKSONTWIKKELING

Wonderfeel is audience-driven en stelt beleving centraal. De 'snackformule' à la popfestivals werkt ook voor klassieke muziek en dat maakt het festival aantrekkelijk voor een bredere publieksgroep dan alleen de klassieke muziekliefhebber. Met woord en beeld zetten we in op laagdrempelige communicatie met behoud van kwaliteit en inhoud, onderscheidend van collega-festivals in de klassieke sector, tweetalig (Nederlands en Engels), positief, toegankelijk (o.a. voor mensen met een visuele beperking) en met een vleugje humor.

Doordat naast klassieke muziek ook andere elementen een rol spelen in het festivalconcept, sturen we i.s.m. The Publicity Company de communicatie via verschillende invalshoeken: natuur, buitenleven, gezondheid, duurzaamheid, het gezin en gastronomie. Poëzie, literatuur en dans openen deuren naar specifieke redacties. Dit verklaart de breedte van de tot nu toe gerealiseerde media-aandacht. Verder is de promotiestrategie gericht op het aanhaken bij partners en hun (data)netwerken met als doel een zo hoog mogelijke naams- en propositie-bekendheid te genereren.

PUBLIEKSREACTIE

Uit publieksenquêtes van afgelopen edities blijkt dat bezoekers gemiddeld 6,5 optredens per dag bezoeken, met als resultaat ruim 50.000 concertbezoeken in 2019.

Wonderfeel trekt publiek dat zelden of nooit klassieke muziek bezoekt of naar festivals gaat. Respondenten vinden dat Wonderfeel klassieke muziek toegankelijk maakt en geven blijk van een hoge klant-loyaliteit (NPS: 55). Kortom: ons publiek omarmt de festivalformule en wil meer.

AMBITIE

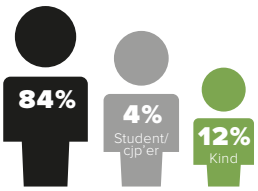
Voor 2021 streeft Wonderfeel naar:

- tussen 3600 betalende bezoekers en 400 gratis gasten plus 400 (gratis) kinderen t/m 18 jaar
- groei van light users en medium users tot 60% ten koste van de heavy users
- stabilisatie van de gemiddelde leeftijd van 54 jaar
- 20% nieuwe ticketkopers en 80% herhaalbezoekers (dit percentage lag vorige edities rond 33/66%, maar lijkt niet realistisch gezien het beperkte aantal tickets).

Toetsing van deze ambities vindt na afloop van iedere edities plaats middels een publieksenquête, uitgevoerd door een onafhankelijk extern onderzoeksbureau en op basis van de resultaten uit de verkoopdatabase.

PUBLIEKSONDERZOEK EN PUBLIEKSBEREIK 2019

9200 BEZOEKERS



GEMIDDELDE **LEEFTIJD** **54**

50.000 CONCERT BEZOEKEN

87,7% bezoekt 5 of meer optredens per dag

1100 KINDEREN

400 STUDENTEN/CJP-ERS

30% JONGER DAN 50 JAAR

36% was nieuw op Wonderfeel

51% gaat nooit naar festival, maar concept trok hem/haar over de streep

65% hoorde muziek die hij/zij normaal niet beluistert

85% beaamt 'Wonderfeel maakt klassieke muziek toegankelijk'

66% wil Winter-Wonderfeel

87% komt volgend jaar weer

PUBLIEKSBENADERING EN MIDDELEN

Wonderfeel bereikt zijn publiek door middel van doelgroepgerichte communicatie – met name digitaal, en middels free publicity en CRM. Communicatie (zowel doelgroepenbreed als zeer gericht met bestaand en potentieel publiek) geschiedt vrijwel uitsluitend via digitale kanalen: app, website, nieuwsbrieven en social media. De nieuwe website (per 2021) maakt livestreaming mogelijk. In samenwerking met GrowSocials voeren we strategische Facebook- en Instagramcampagnes. Het advertentiebeleid is gebaseerd op een jaarlijkse profielanalyse op ons CRM-systeem dat inzicht geeft in het groeipotentieel. Gesprekken met NPO Radio 4 over het maken van podcasts over actuele thema's in de kunstensector lopen. Ook vinden in januari gesprekken plaats met NTR over het uitzenden van een speciale zomereditie van Podium Witteman vanaf het Wonderfeelterrein.

Het prijsbeleid is ingericht op toegankelijkheid voor een breed publiek. Een dagkaart geeft toegang tot alle activiteiten. Studenten krijgen korting en kinderen t/m 18 jaar zijn gratis welkom. Daarnaast worden Early-Bird-kortingskaarten en kortingsacties via partners aangeboden. In verband met de maatregelen rond COVID-19 zullen er in 2021 geen Drie-dagenkaarten worden aangeboden. Wonderfeel doet mee aan de landelijke actie Geef een Toegift, waarbij onze bezoekers (tegen gereduceerd tarief) een dagkaart cadeau doen aan iemand met minder financiële middelen. Ook op het gebied van communicatie en marketing willen we ons regionaal steviger verankeren door onder andere de samenwerking met Hilversum Marketing te intensiveren. Mocht een speciale regiopas worden ingevoerd, zoals geopperd in het MRA-regioprofiel, dan haakt Wonderfeel daarop aan.

Wonderfeel onderscheidt zeven verschillende doelgroepen en stemt daar de communicatiemiddelen op af. Ter illustratie:

- ***Culturele alleseter (light en non-user):*** een zwevende consument die zich laat aantrekken door evenementen met een hoge 'dit-mag-je-niet-missen'-urgentie (FOMO), waarbij beleving, kwaliteit en sfeer centraal staan. Wonderfeel bereikt de light users via festivalgidsen, RailTV, buitenreclame, cultuuragenda's, bioscoopreclame in filmhuiscircuit en free publicity in diverse magazines. Een 'muzikale routeplanner' navigeert de bezoeker via opgegeven smaakvoorkeuren naar een passend programma.

- ***Muziekliefhebber (medium user) en muziekkenner (heavy user):*** o.a. via NPO Radio 4, Podium Witteman, AVRO Kunst & Cultuur, Luister, aanwezigheid in nieuwsbrieven van collega-festivals (voorgaande jaren o.a. Cello Biënnale, Opera Dagen, Klassifest), eigen playlists op Spotify en 24Classics. Uiteraard zal de programmering deze doelgroep bij uitstek aanspreken: veel, divers en van kwaliteit.

Cijfers Wonderfeel 2019

- ***Natuurliefhebber:*** lezersaanbiedingen in Puur Natuur (Natuurmonumenten), National Geographic (digitaal), Salt en Buitenleven. In 2019 gaf 57,4% aan lid te zijn van Natuurmonumenten. De samenwerking met Natuurmonumenten biedt nog volop groeimogelijkheden onder de ca. 700.000 leden. Zij worden bereikt via Puur Natuur, de website en Facebookpagina van Natuurmonumenten en via flyers bij de regionale bezoekerscentra. Op het festivalterrein is Natuurmonumenten aanwezig met een informatiepunt, kinderactiviteiten en natuurwandelingen.

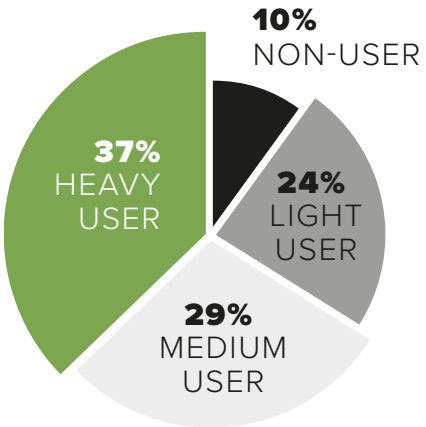
- ***Gezinnen met kinderen t/m 18 jaar:*** free publicity via o.a. Kidsproof, Gooise Kinderagenda, Viva Mama. Ook deze groep wordt bereikt via flyers bij de bezoekerscentra.

- ***Jongeren:*** kortingscampagne via CJP, aanbieding via Entrée (jongerenvereniging Concertgebouw) en samenwerking met (pop)marketing van TivoliVredenburg. Wonderfeel boekt elke editie artiesten die een jonger publiek aanspreken, zoals Anna Meredith (stond een maand later ook op Lowlands), Joep Beving en LUWTEN. Via onze digitale kanalen delen we programmatips van influencers, onder wie eerder Anna Drijver, Ruben Hein en Art Rooijakkers. We delen eigen vlogs op social media en YouTube en zetten tijdens Wonderfeel ook onbekende leeftijdgenoten in als festivalvlogger.

- ***Bezoekers met een migratieachtergrond:*** in de regio Gooi- en Vechtstreek startten we in 2020 met het opbouwen van een netwerk binnen de Syrische gemeenschap i.s.m. vrijwilligersplatform De Appelboom. I.s.m. New Faces verwelkomen we een aantal vluchtelingen in het vrijwilligersteam.

- ***Kwetsbare doelgroepen:*** deze doelgroep bereiken we i.s.m. uiteenlopende regionale instellingen. Met de komst van onze 'cultuurcoach' zijn sinds de zomer 2020 diverse projecten in de regio gestart om Wonderfeel toegankelijker te maken voor doelgroepen die we tot nog toe minder goed hebben bereikt. Lees hieronder meer hierover.

DOELGROEPENBEREIK

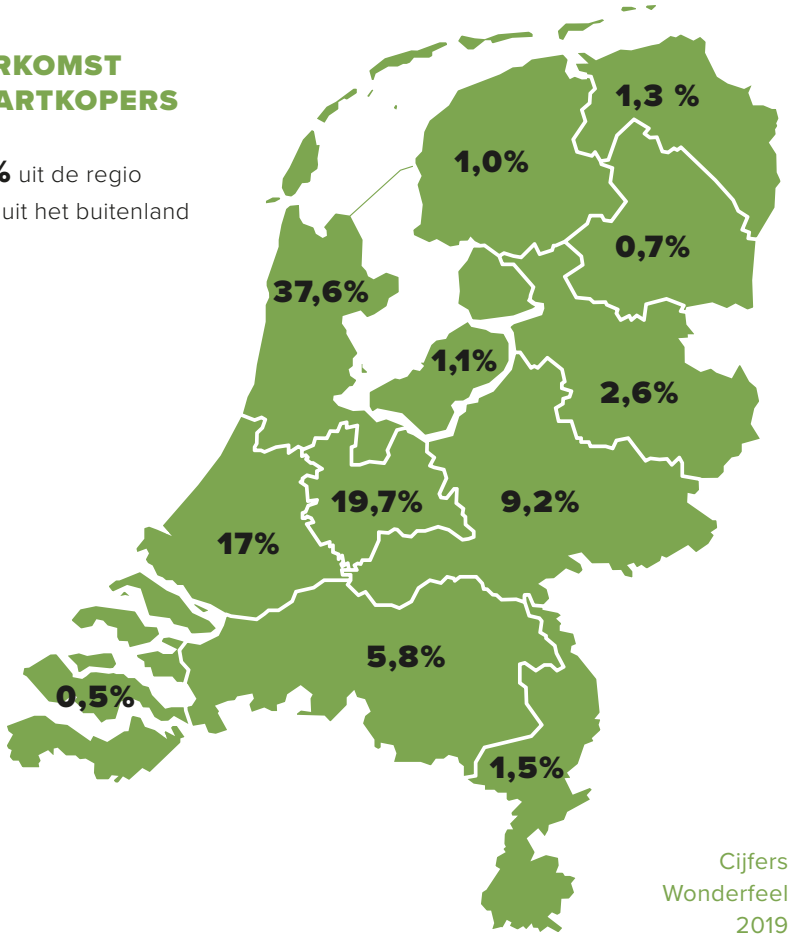


Aantal bezochte uitvoeringen met klassieke muziek in afgelopen jaar:

Non-user:	0
Light user:	1 - 2
Medium user:	3 - 5
Heavy user:	> 5

HERKOMST KAARTKOPERS

18% uit de regio
2% uit het buitenland



Cijfers Wonderfeel 2019

SOCIALE DUURZAAMHEID

Zoals uit de doelgroepenomschrijving blijkt, zet Wonderfeel zich dit jaar met nadruk in op publieksontwikkeling en dan met name publieksverbreding. We willen niet alleen een zeer diverse programmering bieden, maar ook de diversiteit van ons publiek vergroten. We denken dat via Wonderfeel op een laagdrempelige kennis gemaakt kan worden met klassieke muziek en we zijn ervan overtuigd dat die kennismaking op iedereen impact heeft. De een zal zich erdoor getroost voelen, de ander opgeladen. Wonderfeel wil prikkelen, verrassen, verrijken. En dat willen we bij een festivalpubliek dat – meer dan nu het geval is – uit mensen bestaat van verschillende opleidings-niveaus, inkomensklassen, leeftijd, seksuele voorkeuren, genderidentiteit en culturele afkomst. Bovendien willen we hen niet alleen op Wonderfeel welkom heten, maar ook buiten de festival-dagen om verbindingen leggen door het organiseren van speciaal hiervoor ontwikkelde projecten.

We zijn ons ervan bewust dat publieksverbreding een traject van lange adem is. Een traject dat we ook niet alleen kunnen uitvoeren. Dankzij financiële ondersteuning van de gemeente Hilversum hebben we speciaal hiervoor een 'cultuurcoach' aangetrokken, die op dit moment het netwerk vergroot en in gesprek is met diverse partijen binnen het sociale domein van Hilversum. Bij het uitbreiden van het netwerk komt kwaliteit vóór kwantiteit en wordt uitgevraagd in plaats van ingevuld. Samen met de mogelijke partners worden de mogelijkheden geïnventariseerd, waarvan er enkele op dit moment worden uitgewerkt.

Op dit moment is onze cultuurcoach in gesprek met:

- **Versa Welzijn, locatie Lopes Diaz.** Inzet is om (duur-zaam) verschillende kleinschalige activiteiten te organiseren. Contacten met opbouwwerkers, jongeren-werkers en buurt coördinatoren van andere wijken in Hilversum worden gelegd.

- **Gijs en Brechtje**, een dagbesteding voor mensen met een verstandelijke beperking. Onderzocht wordt op welke wijze deze doelgroep actief ingezet wil worden. Te denken valt aan betrokkenheid bij de aankleding van het festivalterrein. Wonderfeel heeft voorgesteld om een huisconcert te geven.

- **Vrijwilligersorganisatie De Appelboom.** Sinds de zomer van 2020 organiseren we – mits de corona-maatregelen dit toelaten – elke twee weken het Wonderfeel Atelier. Hierin komen vrijwilligers samen, onder andere uit de Syrische gemeenschap van Loosdrecht, om mondkapjes te naaien. In ruil organiseert Wonderfeel muziek tijdens het Atelier. Het eerste optreden door ud-speelster Jawa Manla was een groot succes.

- **Jeugdfonds Sport en Cultuur** om op de Cruyffcourts in Hilversum cultureel (muziek, kunst en omgevings-educatie) aanbod onder de aandacht te brengen van jeugd. Met doel om cultuurparticipatie te bereiken en ouders en jeugd te informeren over de mogelijkheid voor het verkrijgen van financiële steun via het Jeugdfonds. Dit project vindt plaats op vier woensdagen in mei 2021. Inzet is om deze 'formule' uit te rollen in andere Hilversumse wijken.

- **de biologische moestuinen Jagtlust en Stadzigt**. Deze moestuinen worden onderhouden door mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt, onder wie mensen met dementie en autisme. Wonderfeel neemt tijdens het festival kruiden en groenten af voor de crewcatering.

- **Tergooi ziekenhuizen;** gedurende het jaar organiseert Wonderfeel livestreams van optredens voor (kinder) patiënten en het naar Wonderfeel halen van chronisch zieke kinderen om hen zo ook een actieve cultuur-participatie aan te bieden.

- **de cultuurcoaches van omgevings- en kunsteducatie.** Het doel is om een gezamenlijke ruimte – een cultuur-coach loket- in Hilversum te realiseren waar de

cultuurcoaches en hun activiteiten samenkomen. Dit loket wordt bij het Creative Image Lab ingericht.

- **amateurkunstenfestival Iktoon,** waarmee de krachten worden gebundeld om culturele activiteiten te organiseren met en voor jongeren. Het contact met verschillende jongerenwerkers is inmiddels gelegd.

- **diverse lagere scholen,** waarvoor Wonderfeel culturele activiteiten organiseert. Zo zijn er concrete contacten met dansgezelschap De Stilte dat in 2019 reeds diverse uitvoeringen verzorgde. Voor kerst 2020 tekenden 21 Hilversumse basisscholen enthousiast in op onze digitale kerstvideo van Jan Klaassen en Katrijn, verzorgd door de Poppenkast op de Dam.

- **Viore,** inloophuis voor iedereen die leeft met kanker, m.b.t. het verzorgen van huiskamerconcertjes.

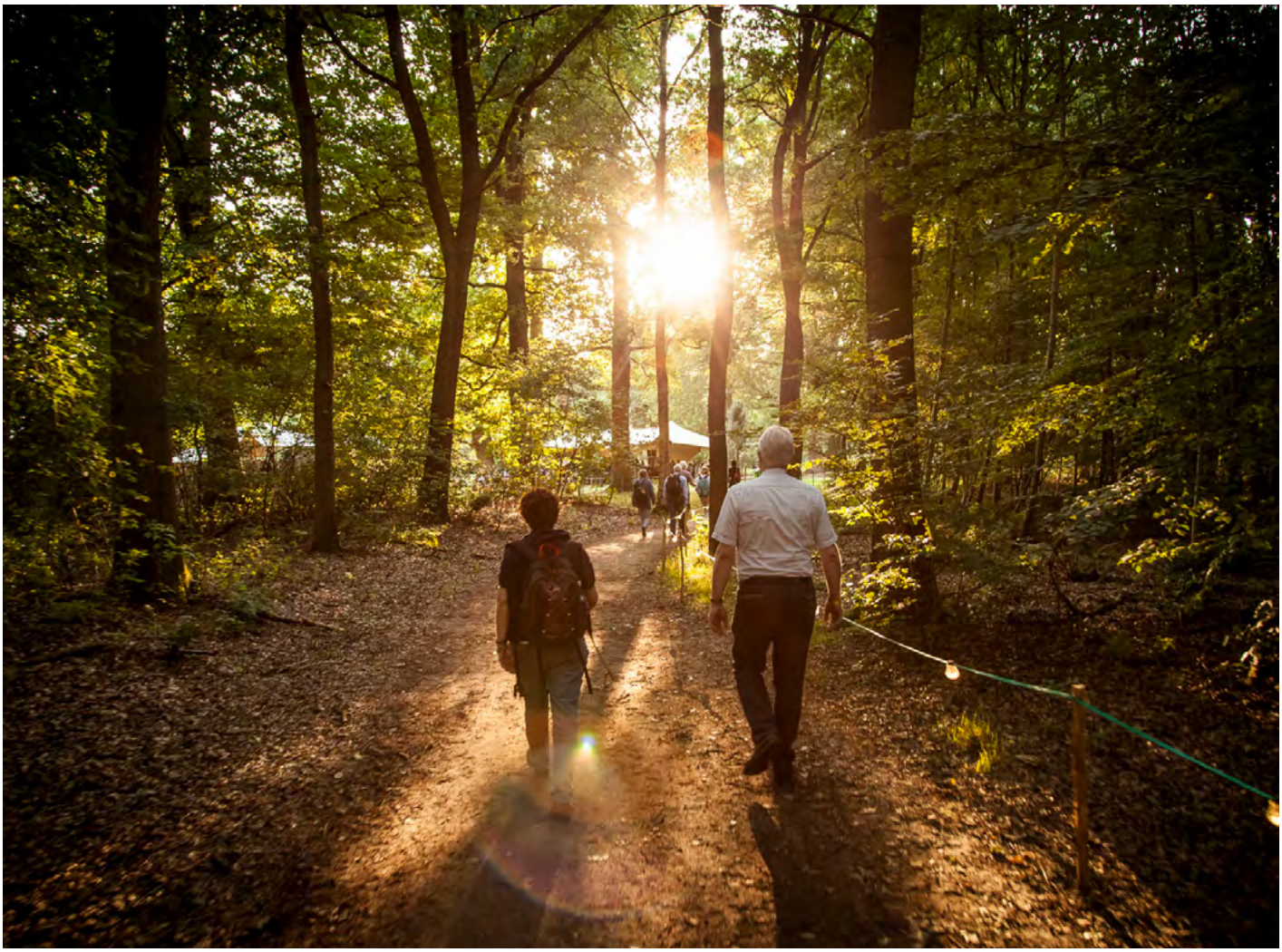
- **diverse internationale festivals** waar sociale duurzaamheid structureel is verankerd in het beleid. Inzet is om van elkaar te leren en mogelijk samenwerkingen tot stand te brengen.

Ook zijn we ons ervan bewust dat een festival met een open blik begint bij ons eigen team. Op 2 maart hebben we Sarita Bajnath uitgenodigd om een training te geven over privileges, intersectionaliteit en dagelijkse uitsluitingsmechanismen. Het doel is om het bewustzijn en sociale cohesie te vergroten.

Tegen die achtergrond is de vacature 'assistent cultuurcoach' uitgezet bij het werkgeversservicepunt van Hilversum, de opbouw- en de jongerenwerkers in de gemeente Hilversum. De kandidaten vallen binnen een doelgroep die bij Wonderfeel ondervertegenwoordigd is.

Verder stelt Wonderfeel een *denktank* samen waarin thema's op het gebied van diversiteit en inclusie besproken worden. Mensen met diverse achtergronden nemen zitting in deze raad.

OP STAP MET DE
BOSWACHTER



08. **OMGEVING**
positionering en inbedding

Wonderfeel neemt – als belevingsfestival, op de popleest geschoeid – binnen het (klassieke) festivalaanbod in Nederland een geheel eigen positie in.

NATIONAAL

De nationale positie van Wonderfeel blijkt onder meer uit de herkomst van het publiek, de media-aandacht, financieringsbronnen en samenwerkingpartners. Bezoekers komen uit alle provincies, evenals de 'Vrienden' en vrijwilligers. Landelijke media besteden aandacht aan het festival. Wonderfeel werkt samen met landelijk opererende organisaties als Natuurmonumenten, BankGiroLoterij, NPO Radio 4 en Bank Nederlandse Gemeenten en wordt (meer)jaarlijks ondersteund door diverse landelijk opererende cultuurfondsen.

Op het gebied van artistieke zaken, communicatie en duurzaamheid bestaan structurele samenwerkingsverbanden met diverse festivals (o.a. Gaudeamus, November Music, Welcome to The Village, Oranjewoud Festival) en zalen (TivoliVredenburg en De Vorstin). Beide directeuren geven regelmatig lezingen over Wonderfeel tijdens congressen (o.a. Kamermuziekdag, Podia & Festivals) en op diverse hogescholen. Wonderfeel is lid van De Verenigde Podiumkunstenfestivals.

INTERNATIONAAL

De Wonderfeelformule wekt groeiende interesse in het buitenland. Collega's uit West en Oost-Europa, Scandinavië, Turkije, Canada en de Verenigde Staten bezochten Wonderfeel. Sommigen maakten deel uit van ons International Visitors Program i.s.m. Dutch Performing Arts. Als lid van de internationale jury van de EFFE Awards brengt directeur Tamar Brüggemann Wonderfeel in heel Europa onder de aandacht, ook bij de Commissaris van de Europese Commissie. Door deelname aan conferenties van International Society for the Performing Arts, REMA en European Festivals Association breidt het internationale netwerk zich uit. Dit leidde tot partnerships met o.a. Music on Main (Canada), Mittelfest (Italië), Lunalia (BE), Klarafestival (BE) en Istanbul Music Festival (Turkije), die de komende jaren worden voortgezet. Met het Helsinki Festival wordt momenteel gewerkt aan de eerste editie van Wonderfeel Helsinki op 20, 21, 22 augustus 2021.

Sinds 2017 ontvangt Wonderfeel het EFFE Label (Europe for Festivals Festivals for Europe) en maakt het deel uit van de internationale jury van de European Festivals Association. In 2019 werd Wonderfeel (als eerste klassieke festival ooit!) genomineerd voor een European Festival Award in de categorie 'Best Small Festival'. Samenwerking met een internationaal opererend PR-bureau – gedacht wordt aan The Corner Shop of Bolton & Quinn – moet meer pers genereren en daarmee naamsbekendheid en internationaal bereik vergroten.

LOKAAL & REGIONAAL

Wonderfeel vindt plaats op de 's-Gravelandse buitenplaatsen Schaep en Burgh en Boekesteyn, eigendom van Natuurmonumenten. De Gemeenten Hilversum en Wijdemeren zijn samen met Natuurmonumenten de belangrijkste regionale partners. Waar de gemeenten blij zijn met de nationale uitstraling, is Natuurmonumenten enthousiast over de alternatieve manier van natuurbeleving. De gemeenten - met name de gemeente Hilversum en in bescheiden mate ook Wijdemeren - bieden financiële ondersteuning en zijn goed voor circa 18% van de kaartverkoop. De Regio Gooi en Vechtstreek ziet in Wonderfeel een MRA-magneet die de pijlers van het regioprofiel representeert: natuur, monumentaal (de buitenplaatsen) en creativiteit. Het bescheiden aanbod van culturele voorzieningen, gecombineerd met de potentiële belangstelling van inwoners[5], bieden groeipotentie voor Wonderfeel.

Samenwerking met lokale detail- en groothandel, horecaondernemingen, transportbedrijven en accommodaties, krijgt gestalte door sponsoring in natura en kortingsaanbiedingen. ING (regio) en Bickery Food Group bieden bijvoorbeeld exclusieve sponsorarrangement aan hun klanten.

HILVERSUM

Wonderfeel wil in de komende jaren nog nadrukkelijker verankeren in de gemeente Hilversum en regio Gooi en Vechtstreek. We zijn ervan overtuigd dat een duurzame samenwerking met lokale partners de Hilversumse cultuursector verrijkt en bestendiger maakt. Tegen die achtergrond is Wonderfeel lid van het Cultuurnetwerk in Hilversum. Vanuit het kantoor in het Muziekcentrum van de Omroep, zijn er korte lijnen met muziekschool Globe, Radio Filharmonisch Orkest, Groot Omroepkoor en Metropole Orkest. In overleg met de gemeente kijkt Wonderfeel naar de mogelijkheid om een stadscomponist te werven die viermaal per jaar een bijzonder moment toonzet. Voor de uitvoering van de stukken zal worden samengewerkt met de diverse orkesten en het omroepkoor. Vanaf de allereerste editie werkt Wonderfeel nauw samen met NPO Radio 4 en in januari zitten we om tafel bij de NTR om te praten over een zomerse versie van Podium Witteman vanaf het Wonderfeelterrein in 2021.

5 Uit het profiel van de Metropoolregio Amsterdam (november 2018) blijkt dat 90% van de inwoners geïnteresseerd is in muziek en ongeveer 75% in kunst en cultuur, maar slechts 33% bezoekt (samen) voorstellingen of concerten en 30% mist culturele voorzieningen. De Regio Gooi- en Vechtstreek telt 255.000 inwoners.

WoNDeRFeeL

STICHTING WONDERFEEL
Heuvellaan 33
1217 JL Hilversum

info@wonderfeel.nl

FOTO
Foppe Schut en Juri Hiensch

VIDEO
Editie M en Studio Halfvol

www.wonderfeel.nl