

Aanvraag Meerjarige  
Activiteitensubsidies  
2017-2020

Festivals en Concoursen

**INTO  
THE  
GREAT  
WIDE  
OPEN**

# Inhoudsopgave

<b>1. Typering van de organisatie</b>	<b>3</b>
Missie en hoofddoelstelling	3
Kernactiviteiten	3
Ontwikkeling van kernactiviteiten	3
<b>2. Artistieke uitgangspunten, signatuur en beschrijving activiteiten</b>	<b>5</b>
Artistieke uitgangspunten Muziek	5
Kunst & film	6
Kinderkunst	6
Discipline-overschrijdend en verbindend programma	7
Horeca	7
Artistieke ambities 2017-2020	8
<i>Verbreden en verdiepen</i>	8
<i>Consolideren</i>	8
<i>Vernieuwen</i>	9
<i>Residenties</i>	9
<i>Generaties</i>	9
Een concretere blik naar 2017 en 2018	10
Plannen en ambities voor 2019- 2020	11
<b>3. Bijdrage aan de ontwikkeling van de podiumkunsten</b>	<b>12</b>
<b>4. Plaats in het veld</b>	<b>13</b>
<b>5. Ondernemerschap</b>	<b>15</b>
Ontwikkelingen en risico's	15
Publieksbenadering	17
<b>6. Spreiding</b>	<b>19</b>
<b>7. Toelichting op begroting en dekkingsplan</b>	<b>20</b>

# 1. Typering van de organisatie

## Missie en hoofddoelstelling

Stichting Great Wide Open heeft ten doel activiteiten te organiseren waarbij een combinatie wordt geboden van verschillende disciplines zoals muziek, beeldende kunst en film.

Into The Great Wide Open ziet zichzelf niet sec als festival, maar als broedplaats waar talenten tot bloei komen, waar vernieuwing vanuit een bruisende creativiteit geen doel is maar in het DNA van de organisatie genesteld zit. Als deze creativiteit de ruimte wordt geboden, is Into The Great Wide Open niet alleen een plek in de onweerstaanbare natuur van Vlieland waar ontdekt en geproefd wordt, maar die ook als inspiratie blijft gelden voor zowel bezoekers, artiesten, medewerkers en andere culturele ondernemers. Het festival wil progressief zijn, op artistiek, technologisch en sociaal vlak.

## Kernactiviteiten

Into The Great Wide Open is een samenzijn op Vlieland: muziek, beeldende kunst, film en natuur. Into The Great Wide Open is een belevenis waar je into moet zijn, waar je het kleinste Waddeneiland in al z'n grootsheid ervaart, met een weids programma. Kortom, een festival met een letterlijk en figuurlijk open karakter. Muziek is de basis voor vier dagen Into The Great Wide Open. Vernieuwende, authentieke en vaak nog onbekende artiesten die passen binnen het Into The Great Wide Open-gevoel. Artiesten die openstaan voor een minimale afstand tussen publiek en artiest. Ook biedt Into The Great Wide Open een volwassen kinderprogrammering, een relevant aanbod (korte) films en documentaires, nieuwe beeldende kunst(werken) van talentvolle kunstenaars, spoken word, discussieprogramma's, innovatieve oplossingen en trendsettende catering.

## Ontwikkeling van kernactiviteiten

Het festival is zeven jaar geleden ontstaan vanuit de persoonlijke passie van een groep muziekprofessionals. Werkzaam door heel het land en in diverse takken in de muziekwereld. Allemaal voelden zij vanuit zichzelf en vanuit hun omgeving dat er behoefte was aan een festival gericht op kwaliteit, kleinschaligheid, eenvoud en toegankelijk voor meerdere generaties.

Into The Great Wide Open richt zich op de cultuurliefhebber die op zoek is naar meer diepgang, rust, natuur en diversiteit. De bezoeker van Into The Great Wide Open is opgegroeid met concertbezoeken in het clubcircuit, met festivals als Lowlands en Motel Mozaïque en draagt zijn liefde voor muziek over op vrienden en – inmiddels - hun kinderen. Nog steeds bezoeken ze concerten, musea, filmhuizen en gaan ze op stap met vrienden. Een meerdaags festival, dat in de basis ruimte biedt om ook als gezin te bezoeken, bestond en bestaat naast Into The Great Wide Open nog niet. Inmiddels is Into The Great Wide Open een gevestigde naam.

In de basis zijn de kernactiviteiten en de missie hetzelfde gebleven. De vertaling hiervan naar programma is wel enigszins aangepast. Gedurende de afgelopen zeven jaar is Into The Great Wide Open volwassen geworden en heeft het festival geleerd van haar eigen onderneming en activiteiten, maar is ook de markt veranderd.

Into The Great Wide open heeft geconstateerd dat het publiek zich nog gretiger manifesteert dan was verwacht. Met een ogenschijnlijk gemak worden niet alleen steeds uiteenlopende muziekstijlen - of dat nu pop, rock, freejazz, modern klassiek of nieuw elektronisch is - maar ook diverse cultuurvormen met groot enthousiasme ontvangen. Het muziekprogramma

vormt nog steeds de basis, maar (kinder)kunst, film en literatuur zijn onderdelen die serieus worden genomen.

Dat het publiek zo open staat voor ontdekking vindt zijn grondslag in de setting van de locaties, de open sfeer op het eiland en de ruimte en plaats in de programmering van vernieuwend programma.

## 2. Artistieke uitgangspunten, signatuur en beschrijving activiteiten

### Artistieke uitgangspunten Muziek

ITGWO is in eerste instantie een muziekfestival waarbij een belangrijk deel van het publiek een ontwikkelde en onbevangen muzieksmaak heeft. Dwars door de leeftijden worden zij verbonden door hun platenkast (de serieuze, ruimdenkende muziekliefhebber) of de Spotify-playlist. Het festival sluit daarop aan met nieuwe bands die op het punt staan van doorbreken, oude helden die nog steeds relevant zijn en nieuwe stromingen in een context plaatsen. Bands die zorgen voor verbinding maar ook artiesten waarbij het even schuurt. Muziek verbindt generaties en muzikale klassen.

De programmeurs zoeken acts die *grensoverschrijdend durven* zijn, die *authentiek* en *recht uit het hart* kunnen zijn en muzikanten die zich open durven stellen voor de *verrassing* die het weekend biedt. Net als het publiek moeten ook de bands ten minste 24 uur in een andere wereld stappen. Into The Great Wide Open is niet op zoek naar de standaard festival-set in een standaard festival-setting.

Programmeren in een bijzonder setting is een van de grote meerwaarden van Vlieland als festivallocatie. Het lijkt een cliché, maar de omgeving en de sfeer zijn van zo'n cruciaal belang in de herinnering van concerten die je hebt meegemaakt. En Vlieland biedt daar veel mogelijkheden voor. De grootste festivallocaties liggen en gaan op in de natuur van Vlieland, Bospodium, locaties in de duinen, op het strand of aan de Fortweg, elk jaar probeert de organisatie nieuwe delen van Vlieland voor het publiek zichtbaar te maken. Maar ook in reeds bestaande prachtige settings als de kerk, het Armhuis, de filmzaal of in het Posthuys kunnen bij uitstek bijzondere dingen gebeuren. Kleine, markante locaties, waar mensen een stuk voor moeten lopen of fietsen omdat ze wat verder van de camping en het festivalterrein liggen. Kortom, Vlieland als podium. Met alle contrasten die het eiland biedt.

#### JURYRAPPORT IJZEREN PODIUMDIJEN 2010 – WINNAAR INTO THE GREAT WIDE OPEN

Uit het niets is in een jaar ITGWO op de Nederlandse festivalkaart gezet. Door de slimme combinatie van het van Oerol en Lowlands bekende 'even-weg-van-de-bewoonde-wereld-eilandgevoel', het programmeren van het op de doelgroep toegesneden acts, het organiseren van een kinderprogramma en het niet al te groot willen zijn, wist dit festival zich in korte tijd te binden aan zijn doelgroep: tweeverdienende, startende gezinnen. Dat is knap, want dat is vanwege de sociale immobiliteit een haast onbereikbare doelgroep. De eerste editie was vrij vlot uitverkocht en ook de komende editie is inmiddels, zonder dat het programma ook maar enigszins bekend was, uitverkocht (5000 kaarten). Naast de doelgroep heeft het festival ook een deel van de sector aan zich weten te binden. Heel veel mensen hebben zich belangeloos ingezet voor de organisatie en het welslagen van dit evenement.

Zoals eerder beschreven is geconstateerd dat het publiek graag samen met de organisatie op ontdekkingstocht gaat. De kracht van de programmering ligt echter niet alleen in *ontdekken*, maar ook in het *verbinden*. Dagelijks worden acts geprogrammeerd die het publiek samenbrengen, een gevoel creëren van *we're all in it together*. Verbindende acts met een randje die willen spelen omdat ze de meerwaarde van een show op Into The Great Wide Open erkennen en de relatie met het publiek aan willen gaan. Een van de afsluitende acts in 2016, Balthazar, is hiervan een mooi voorbeeld. Ooit begon hun carrière op Vlieland, als ruwe parel, een heuse ontdekking. Inmiddels sluit Balthazar een jarenlange succesvolle periode af en doen ze dit graag op Into The Great Wide Open. Een warm bad waarin het gevoel van weleer wordt herbeleefd.

ITGWO mag zich er best op laten voorstaan dat artiesten zich op ons festival 'uitvinden'. Dat is ook wat James Vincent McMorrow stelde na zijn show op de derde editie: "Het was daar

dat ik doorkreeg wat ik wil en kan als artiest en performer”, aldus McMorrow. Artiesten worden aldus op ITGWO gedwongen om zich bloot te geven. In de meeste gevallen leidt dat tot voorstellingen waarin artiesten boven zichzelf uitstijgen (zie McMorrow, maar ook Spinvis, Franz Ferdinand, Ben Howard, Marike Jager, Savages, Ben Caplan en de Bluegrass Boogiemmen excelleerden naar eigen zeggen op Vlieland). Soms gebeurt het omgekeerde: artiesten kunnen het ook moeilijk hebben buiten de comfortzone van ‘het gewone podium’. In beide gevallen is het publiek de grote winnaar, zij zijn verzekerd van bijzondere shows die dikwijls veel meer indruk maken dan ‘aan wal’.

Into The Great Wide Open kent meerdere disciplines die mede volgens dezelfde uitgangspunten zoals *grensoverschrijdend*, *verbindend*, *authentiek*, *recht uit het hart* en *verrassend* geprogrammeerd worden.

## Kunst & film

Naast muziek op de podia biedt ITWGO op onnadrukkelijke wijze ruimte voor kunstuitingen. Het kunstprogramma vlecht zich door de Vlielandse natuur heen, verbindt in de meest letterlijke zijn de festivallocaties en biedt de bezoeker de mogelijkheid om even een andere wereld binnen te stappen. Het is een continu programma, mensen kunnen van vroeg tot laat de kunst beleven. Het zijn momenten van inspiratie. Even wegbreken uit de ‘hectiek’ op het festivalterrein. Er worden bewust af en toe gaten laten vallen in het tijdschema om de bezoeker de rust en ruimte te geven te genieten van de kunst. Momenteel worden kunstwerken geselecteerd op hoe deze verrassen, soms thematisch ‘passen’, in de omgeving een rol spelen (of juist niet) en de bezoeker laat nadenken. Per 2017 wenst de kunstprogrammering een vernieuwingsslag te maken. Meer hierover in paragraaf Artistieke Ambities 2017-2020.

Het programmaonderdeel film trekt het publiek naar de buitenfilmlocatie en naar Podium Vlieland, het kleine, sfeervolle filmhuis in de Dorpsstraat. ITGWO biedt hier in samenwerking met het Internationaal Film Festival Rotterdam een mix van korte films, (muzikale) documentaires en bijzondere speelfilms. Ook in de filmprogrammering streven we naar een vooruitstrevend aanbod, dat aansluit bij het gevoel van ‘great’, ‘wide’ en ‘open’.

## Kinderkunst

Het kinderkunstprogramma van Into the Great Wide Open is al sinds het eerste jaar van het festival een belangrijk onderdeel van het festivalprogramma. Het festival is onlosmakelijk verbonden met het eiland en net als in de rest van het programma speelt het eiland en de natuur als locatie bij het kinderkunstprogramma ook een belangrijke rol.

Het kinderkunstprogramma bestaat uit activiteiten en workshops voor kinderen van 4-16 jaar. Per leeftijdsgroep wordt een gericht programma aangeboden waar de kinderen (en hun ouders) gedurende het weekend aan deel kunnen nemen, en/of onderdeel van kunnen zijn. Binnen kinderkunstprogramma van ITGWO staat de beleving, het ontdekken en het verwonderen van de kinderen centraal.

In het programma wordt samengewerkt met kunstenaars die zich (verder) willen ontwikkelen in het uitvoeren van vernieuwende kinderkunstprojecten. De term kunst moet hierbij breed geïnterpreteerd worden. Het gaat hierbij niet alleen om ‘conventionele’ kunstvormen die met kinderen kunnen worden gedaan (beeldend, fotografie), maar ook om kennismaken met vrijere vormen van expressie zoals bijvoorbeeld Rietveld-stoeltjes timmeren van sloophout. De disciplines variëren sterk en gaan spannende verbintenissen aan met andere

(kunst)vormen en materialen. Daarnaast is er in het programma veel ruimte voor ervaringsprojecten waar het kind letterlijk onderdeel van kan worden.

De projecten worden op verschillende manieren geworven. Er is een samenwerking met Cultuur-Ondernemen, dat haar netwerk en achterban informeert over het festival en een oproep met een uitnodiging tot het inzenden van projecten uitzet. Daarnaast worden projecten gescout via het eigen netwerk en wordt samen met kunstenaars ook gewerkt aan het ontwikkelen van specifieke projecten voor een bepaald onderdeel of een bepaalde locatie.

### *Doelgroepen*

De doelgroep is in de eerste plaats de kinderen, de kunstenaars zelf vormen echter ook een doelgroep van het programma, hen wordt de gelegenheid gegeven om ervaring op te doen in het uitvoeren van projecten op een festival in de buitenlucht.

De samenwerking met de kunstenaars is intensief. Na selectie worden de kunstenaars begeleid in het (verder) ontwikkelen (indien nodig) en finetunen van het project, ter voorbereiding op de fysieke en logistieke uitdagingen van het festival op een eiland: weer en wind, logistieke beperkingen, werken op een locatie waar alles moet worden geproduceerd en waar niets is.

### *Samenwerkingen*

Met betrekking tot het kinderkunstprogramma wordt samengewerkt veel met lokale organisaties, zoals Vlieland Lab, basisschool de Zeester, het VMBO van Vlieland, Staatsbosbeheer, Rijkswaterstaat, de Noordwester en de Academie voor Popcultuur in Leeuwarden.

## **Discipline-overschrijdend en verbindend programma**

Binnen de programmering probeert Into The Great Wide Open steeds vaker verdieping te zoeken door disciplines zoals muziek, journalistiek en literatuur te verbinden. Exemplarisch hiervoor zijn programmaonderdelen als Kampvuur (literatuur versus muziek) en Volgens Nederland (een inhoudelijk programma waarin het festival kunstenaars, journalisten en wetenschappers samenbrengt om te reflecteren op maatschappelijke thema's en ontwikkelingen).

Ook De Kolderkrant (festivalkrant gemaakt door en vanuit het perspectief van de jongste bezoekers) ziet Into The Great Wide Open als onderdeel van het programma waarin diverse generaties een verbinding met elkaar aangaan.

Tenslotte POST, gebundeld en ongebundeld. Sinds 2015 worden op de website van Into The Great Wide Open, ook buiten het festival om, de mooiste foto's, achtergrondartikelen, journalistieke stukken, illustraties, poëzie en meer gedeeld met de lezer. Na het festival van 2015 verscheen de eerste gebundelde versie waarvan er in 2016 wederom 2 verschijnen. In de bijlage LINKS vindt u een digitale variant van het eerste gedrukte exemplaar, graag houden we deze URL niet openbaar.

Into The Great Wide Open streeft ernaar publicaties te creëren die journalistiek en kunstnijverheid verbinden.

## **Horeca**

Into The Great Wide Open en uitmuntende horeca worden vaak in een adem genoemd. Goede horeca is essentieel voor de inkomsten van het festival, Into The Great Wide Open ziet horeca echter ook als wezenlijk onderdeel van het festival, de beleving en zelfs sociale ontwikkeling.

Thema's zijn kwaliteit en duurzaamheid: er wordt gekookt met verse producten die het liefst van zo dichtbij mogelijk worden verkregen. Sinds het tweede jaar heeft Into The Great Wide Open het transport van duizenden flesjes 'plat' water in de ban gedaan. Kraanwater is zeker net zo lekker en zorgt voor een kleinere de ecologische voetafdruk. Inmiddels ligt er een – door het festival geïnitieerd - vast waterpunt op het sportveld.

Een ander thema binnen horeca is de sociale verbinding: eten is niet alleen een eerste levensbehoefte. Into The Great Wide Open biedt de gelegenheid om uitgebreid met je vrienden, gezin of familie te tafelen en na te praten. Of rondom een open vuur te genieten van de wisselende koks die hier hun maaltijden bereiden.

### **Artistieke ambities 2017-2020**

De organisatie van Into The Great bruist van ambitie, tijdens de teambezoeken aan Vlieland en de meetings daarbuiten worden vele ideeën geboren en invalshoeken gevonden.

De samenstelling van dit team, waarbij reeds ervaren cultuurmakers op gelijke voet samenwerken met evenzoveel talentvolle jongeren werkt bijzonder goed en zorgt ervoor dat bij de uitwerking van programmaonderdelen diverse generaties op natuurlijke wijze samenkomen.

Voordat uitgelegd wordt welke ambities Into The Great Wide Open heeft, maken we de kanttekening dat de organisatie door de prijsontwikkelingen in de markt en het bereikte plafond aan directe publieksinkomsten (zie hoofdstuk Ondernemersschap) er steeds vaker tegenaan loopt dat bijzondere en kansrijke ideeën niet tot wasdom kunnen komen door een beperkt budget. Terwijl de organisatie juist in de ontwikkeling van nieuwe, toonaangevende concepten en invalshoeken ook haar kracht en waarde als festival ziet. Kort samengevat: we lijken door onze organisatieopzet (zie hoofdstuk Ondernemersschap) te kunnen putten uit een welhaast bodemloos vat, we wensen hier echter meer uit te kunnen halen.

De manier van programmeren op Into The Great Wide Open, waarbij meer van een artiest wordt gevraagd dan alleen een standaard show, vergt veel voorwerk. Atelier- en locatiebezoeken, in samenspraak met artiesten voorstellingen zoals een volledig avondprogramma voorbereiden etc. Wil Into The Great Wide Open zichzelf blijven ontwikkelen en vernieuwen zal meer ruimte moeten worden vrijgemaakt om de aanwezige creativiteit te vertalen in concrete nieuwe plannen.

#### *Verbreden en verdiepen*

Binnen de bestaande programmamix zoekt het festival volgens de artistieke uitgangspunten steeds vaker verbreding op. Jaarlijks spelen de programmeurs in op niet vanzelfsprekende stromingen die volgens hen de aandacht van een publiek verdienen en zoeken daarbij de artiesten die de zinnen prikkelen, authentiek zijn, mensen verbinden en buitengewoon kwalitatief zijn. Zo was Into The Great Wide Open voortrekker onder de populaire festivals in het programmeren van modern klassiek en laat het festival mensen kennismaken met jazz en niet-Westerse muziek.

Juist binnen deze relatief onbekende stromingen is zowel de kwaliteit als de omgeving belangrijk. Wil je publiek overtuigen moet de act niet alleen fantastisch zijn, maar moet de plek in het programma (zowel locatie als tijd) goed getimed worden.

#### *Consolideren*

Hoewel het consolideren van een bestaande programmamix niet direct ambitie uitspreekt, wil de organisatie dit toch graag benoemen. Het festival gelooft dat de huidige formule van ontdekking van nieuwe parels, omgeven door momenten van samenzijn bij enkele grotere acts een bijzondere uitwerking heeft. Het consolideren van deze samenstelling is echter door



ontwikkelingen in de markt een uitdaging op zich en mag daarom ambitieus genoemd worden.

Het festivallandschap is wereldwijd enorm veranderd en ook in Nederland zijn er meerdere kwalitatieve festivals opgekomen. Niet alleen de beschikbaarheid van artiesten, maar ook de betaalbaarheid van hen is problematischer geworden. Doordat het accent van de verdiensten binnen de muziekwereld van recorded naar live is verschoven en van het zalencircuit naar de festivals zijn de prijzen van de acts enorm gestegen.

Het op tijd signaleren van een artiest en het aangaan van een goede relatie zijn daarom nog belangrijker geworden, om het bieden van een marktconforme gage kunnen wij echter niet heen als we de kwaliteit van het programma op peil willen houden.

### *Vernieuwen*

Op het gebied van muzikale programmering wil Into The Great Wide Open de kwaliteit in de volle breedte waarborgen en uitbouwen. Eerdergenoemde uitstapjes op het gebied van modern klassiek, freejazz en niet-Westers zullen een vaste waarde krijgen binnen de programmasignatuur.

Ook de opzet van de kunstprogrammering zal vanaf volgende editie (2016) een verandering ondergaan in aanpak en samenwerkingen. Waar in het verleden vooral werk getoond werd vanuit een "open call" voor kunstenaars en makers, zal er met ingang van 2017, waarbij in 2016 al een voorproefje genomen wordt, meer gestructureerd werk gecureerd worden. Hierdoor zal de programmering een kwaliteitsslag maken, meer samenhangend karakter krijgen, komt er ruimte voor thematische sturing en kunnen er meer dwarsverbanden ontstaan tussen het eiland, zijn bewoners en bezoekers en het festival. Hiertoe wordt jaarlijks een thema geformuleerd en worden er partners en kunstenaars benaderd hier invulling aan te geven. Daarnaast is het festival bezig om meer duurzame opdrachten te verlenen in samenwerking met de Gemeente Vlieland, Staatsbosbeheer, Stichting Recreatiebelangen Vlieland, Vitens en Ondernemersvereniging Vlieland. Into The Great Wide Open wil kunst achterlaten op het eiland. Een mooi voorbeeld van zo'n eerdere samenwerking is Het Waterpunt, ontworpen door Atelier NL en in samenwerking met de Koninklijke Tichelaar gerealiseerd (zie links voor voorbeeld, [Het Waterpunt](#)).

### *Residenties*

Het eiland leent zich daarnaast uitermate goed voor een residentie, in 2017 wil ITGWO een nieuwe 'Artist in Residence' opzetten waarin we makers van verschillende disciplines uitnodigen een langere periode samen te werken. Eerdere residenties leverden verrassende resultaten op, enkele voorbeelden: Musicaerial – Frouke Wiarda, 2012 en Seeljocht, 2011 (zie links voor voorbeeld, [Musicaerial](#) en [Seeljocht](#)).

### *Generaties*

Into The Great Wide Open is een festival voor meerdere generaties. Ook voor kinderen biedt het festival een bijzondere programmering. Tieners vormen echter een generatie die soms tussen wal en schip vielen: te 'groot' voor het kinderkunstprogramma en 'niet cool' om de hele dag bij je ouders te blijven hangen. In 2015 is daarom gestart met een experiment dat De Hang Out heet. Een eigen (fysieke) plek op het festival, alleen toegankelijk voor tieners waar ze een eigen terrein hebben ingericht en daar zelf een programma hebben neergezet. In 2015 stonden zo onder andere Fresku, Typhoon en Afterpartees exclusief te spelen voor deze kids.

De ontwikkeling van de Hang Out zetten we graag door. De opzet van de Hang Out is in 2016 vanwege financieel beperkte middelen kleiner van opzet en heeft vooral tot doel om toekomstige invulling van de Hang Out definitief vorm te geven. In een meerjarig programma voor De Hang Out wil Into The Great Wide Open namelijk een nieuwe generatie jongeren (12

tot 16 jaar) cultureel opleiden en hun ondernemerschap prikkelen. Dit door hen te uit te dagen om hun eigen festival te organiseren en produceren; een eigen plek die aansluit bij hun eigen belevingswereld. In vier jaar worden deze taken uitgebreid zodat aan het einde van de periode de jongeren kennis kunnen maken met alle facetten van het organiseren, programmeren en produceren van een festival of ander cultureel evenement.

Aan de educatieve component van de Hang Out liggen twee principes ten grondslag. Enerzijds het Meester – Gezel principe. Het creatief collectief Hotmamahot activeert en begeleidt de jongeren tijdens het creëren van de Hang Out. Dit collectief bestaat uit kunstenaars, performers, ontwerpers en ondernemers. Zij laten zien hoe je vanuit een eerste idee een concept kunt ontwikkelen om er vervolgens een kunstzinnig bouwwerk of installatie van te maken. Zij geven hierover niet expliciet les of uitleg maar betrekken de jongeren door hen te inspireren in plaats van hen al te veel sturing te geven. De jongeren worden vooral uitgedaagd hun eigen creatieve capaciteiten te ontdekken en te benutten. Zij krijgen ruimte om hun eigen ideeën vorm te geven en uit te proberen en worden hierin begeleid waar nodig. Kortom: 'Learning by doing' en 'Meester-Gezel'.

Daarnaast zullen studenten van de Academie voor Popcultuur een deel van de programmering begeleiden. Deze studenten worden niet alleen muzikaal opgeleid, maar krijgen ook les over cultureel ondernemerschap, event production en creatieve conceptontwikkeling. Door deze studenten een plek te geven om hun kennis te delen met kinderen die net iets jonger zijn, zorgt Into The Great Wide Open voor dat de lijntjes kort blijven en de doelgroep een goede match is met de begeleiders.

In 2016 is om dit alles te stimuleren voor het eerst de prijsstelling van de tickets voor deze doelgroep aangepast. Voorheen was het goedkope kinderticket voor kinderen van 4 tot en met 14 jaar beschikbaar. Deze gelden nu voor bezoekers van 4 t/m 17 jaar.

### **Een concretere blik naar 2017 en 2018**

Into The Great Wide Open ambieert altijd vernieuwend en relevant te zijn. Een programma neerzetten dat appelleert aan een actueel sociaal gevoel. Waarbij actueel niet altijd nieuw betekent. Soms kan, programmatisch bekeken, een *hidden gem* uit het verleden ook relevant zijn. Hier gaat het festival naast de actuele genres altijd graag naar op zoek. Zo stond Nile Rodgers geprogrammeerd rond zijn betrokkenheid met Daft Punk. In een optreden dat luisterde als een geschiedenisles verbond Rogers generaties aan elkaar. Of The Undertones, die indie in de meest prille vorm liet horen.

Op het vlak van gecomponeerde muziek (nieuw en oud) wil Into The Great Wide Open echt nieuwe stappen zetten. En net zoals binnen de andere muzikale stijlen kan dit uitwaaiëren van kamermuziek tot symfonisch of juist een crossover.

Ook wil het festival in de toekomst niet-Westerse muziek verder belichten. Into The Great Wide Open ziet dat bezoekers steeds meer open staan voor nieuwe invloeden en vertrouwen heeft in het geboden programma.

In de komende jaren zullen zowel gecomponeerde als niet-Westerse muziek een vaste waarde krijgen binnen het gehele spectrum van de muziekprogrammering en ziet Into The Great Wide Open het als een uitdaging om de diverse podiumkunsten soms – indien gepast - meer bij elkaar te brengen.

## **Plannen en ambities voor 2019- 2020**

Into The Great Wide Open zal moeten blijven innoveren om dat bijzondere toonaangevende festival te blijven dat het nu is. De programmatische concurrentie op het gebied van headliners aangaan met festivals als Best Kept Secret is geen streven en zelfs onhaalbaar, hun hoofdacts zijn net zo duur als het complete programmabudget van Into The Great Wide Open. Maar toonaangevend zijn in de samenstelling en breedte van het programma, de verbinding tussen generaties en sociale ontwikkelingen in de maatschappij.

De organisatie wil ruimte creëren om jonge ideeën uit te werken en tevens een inspiratiebron te blijven voor andere (festival)organisatoren. Niet alleen op inhoudelijk vlak, maar ook op productioneel vlak en op het gebied van duurzaamheid.

In 2020 wil Into The Great Wide Open bijvoorbeeld geen dieselgeneratoren meer inzetten.

Het festival wil, samen met Lab Vlieland, een toonaangevende rol spelen in duurzaamheidsontwikkelingen voor festivals. Dat komt op dit moment al tot uiting in de deelname in panels op Eurosonic Noorderslag en European Production Innovation Conference, het initiatief tot Innofest, het meetekenen op de Greendeal Afvalvrije Festivals met onder andere Zwarte Cross, Mysteryland, ID&T en Extrema Outdoor.

### 3. Bijdrage aan de ontwikkeling van de podiumkunsten

Toen Into The Great Wide Open startte in 2009 leek de Nederlandse festivalmarkt enigszins op slot te zitten en namen grote festivals als Lowlands en Pinkpop veel ruimte in. Met de komst van Into The Great Wide Open werd aangetoond dat je zonder onderdeel te zijn van grote partijen wel degelijk beweging kunt krijgen.

Zonder er al teveel een claim op te leggen durft het festival wel te zeggen dat het derden inspireert en ook graag blijft inspireren. Op welk festival werd de omgeving voor het eerst zo prominente getoond in het decor? Wereldmuziek of een klassiek orkest op de gewone podia? Kwalitatief en duurzaam eten en drinken? Een eigen bier of servies? Tesla's met accutechnologie die stroom leveren aan podia? Een eigen stichting die toonaangevend is in duurzame ontwikkeling?

Into The Great Wide Open toont aan dat door een juiste programmamix in een juiste setting diverse doelgroepen met een ogenschijnlijke gemak verschillende culturele disciplines lijken te absorberen.

Uiteraard wil de organisatie dit innoverend karakter blijven vasthouden en niet alleen een bijdrage leveren aan andere organisatoren maar ook aan de ontwikkeling van artiesten en kunstenaars. De rust en ruimte die het eiland biedt – de artiest is letterlijk door de bootreis en het verlaten van de vertrouwde tourbus los van de waan van alledag – scheidt een sfeer waarin artiesten zichzelf soms opnieuw uitvinden. Of geïnspireerd raken. *“So wonderful was the time we spent there. From now, Into The Great Wide Open will be the festival that we judge all others by. I don't think I have the vocabulary to do it justice, so let me just say this: Into The Great Wide Open is now the benchmark for music festivals.”* (tourmanager Savages)

Artiesten zijn door de beperkte boottijden vaak langer op het festival dan doorgaans. Zo ontstaan plotselinge collaboraties (zanger Alex Kapranos van Franz Ferdinand die meespeelt met het Nederlandse Rats On Rafts) of onverwachte sessies (Typhoon in de Hang Out of Kings Of Convenience zanger Erlend Øye 's nachts op het strand)

## 4. Plaats in het veld

Into The Great Wide Open is een festival dat moeilijk is te positioneren naast andere festivals. Uiteraard zijn er veel overlappen in het volle landschap anno 2016.

Elke bezoeker zal de uniciteit echter onderschrijven: De setting op het prachtige eiland, serieuze benadering van alle leeftijdsgroepen en de programmeringsvisie op kwaliteit en inhoud onderscheiden Into The Great Wide Open. Een kunstwerk, band of kinderprogramma-onderdeel zal nooit worden geprogrammeerd op alleen publieksbereik, er moet een significante inhoudelijke bijdrage zijn die het totaal van het festival laat groeien.

Dat inhoud het vertrekpunt is van de festivalorganisatie is ook terug te zien in de organisatiestructuur (zie paragraaf Ondernemerschap) en de diverse samenwerkingsverbanden waarbij inhoud altijd de basis vormt.

Een greep uit enkele samenwerkingsverbanden:

### *Lab Vlieland*

De volle neef van Into The Great Wide Open. Opgericht om de duurzaamheidswensen niet alleen uit te voeren, maar nieuwe innovaties uit te werken, te testen, wereldkundig te maken en te propageren. Met Vlieland als speelplaats en proeftuin. Waar (de technische dienst van) Tesla meewerkt aan de electrificatie van de stroomvoorziening en het transport en waar vele tientallen festivals komen proeven in de keuken. Zo is Lab Vlieland ook aanjager geweest van Innofest, een samenwerking die 'festival drive innovations' faciliteert, produceert en initieert in Het Noorden.

### *Internationaal Film Festival Rotterdam (IFFR) en Podium Vlieland*

De programmeurs van het IFFR selecteren voor de bezoekers van Into The Great Wide Open de beste korte films, bijzondere speelfilms en documentaires. Podium Vlieland vormt het prachtige decor voor dit programma.

### *Stichting Literaire Activiteiten Amsterdam (SLAA)*

Met hen (en uitgeverij Atalas-Contact) is het programma-onderdeel Kampvuur ontwikkeld. Een programma waarin schrijvers en muzikanten worden gekoppeld aan elkaar. Eerst maken ze al corresponderend kennis met elkaar en elkaars werk en als ze dat al kennen gaan ze direct naar de volgende stap: waar voelen ze verwantschap, waar vinden ze dat terug in elkaars werk? Per duo gaan zij muzikaal en literair de dialoog aan.

### *Hotmamahot*

Het creatief collectief Hotmamahot activeert en begeleidt jongeren tijdens Into The Great Wide Open. Ze staan de organisatie bij tijdens het creëren van de Hang Out. Dit collectief bestaat uit kunstenaars, performers, ontwerpers en ondernemers.

### *Waddenvereniging*

De vereniging organiseert tijdens het festival een speciaal programma gericht op ontdekken, het leven in en op de wadden en diverse excursies.

### *Museum De Lakenhal*

Organisator van het onderdeel KunstSalon, waarbij dit jaar wordt gedacht aan bijvoorbeeld een programma met kunstenaar Casper Faassen en dichter Ilja Leonard Pfeijffer. Faassen is geïnspireerd door oude meesters als Ruisdael en van Goyen, met moderne technieken maakt hij stadgezichten in de oude sfeer met nadruk op landschap en lucht.

### *Kunstenlab Deventer*

Onderzoekt samen met ITGWO de festivalisering van de creatieve wereld en de samenleving. De beeldende kunst speelt in de ontwikkeling hiervan een interessante dubbelrol. Van oudsher schrijven wij haar immers de rol toe van onafhankelijk beschouwer en bevrager, van criticaster van maatschappelijke ontwikkelingen. Tegelijk kent de (moderne) beeldende kunst ook een sterk ontwikkelde onderstroom waarin de kunst zichzelf bevraagt en ter discussie stelt. Juist in de verfestivalisering van de samenleving, waarin de kunst onlosmakelijk met de ontwikkeling zelf verbonden lijkt, is het goed de kracht van deze onderstroom te activeren.

De organisatie (bestuur en kernteam) is werkzaam voor en put kennis en inspiratie uit: TivoliVredenburg, Melkweg, Oerol, Eurosonic Noorderslag, EKKO, Excelsior Recordings, Mojo, Le Guess Who?

## 5. Ondernemerschap

De stichting wordt aangestuurd door een onbezoldigd bestuur dat opereert volgens de Code Cultural Governance en tot uitvoering gebracht door een grote groep professionele freelancers uit de creatieve industrie en veel, heel veel vrijwilligers.

Into The Great Wide Open is een organisatie die bruist van ideeën, daar de successen en continue motivatie uithaalt. De organisatie is zodanig ingericht dat creativiteit ruim kans krijgt zich te ontplooiën en iedereen die deel uitmaakt van zowel het kernteam als medewerkers als vrijwilligers een stem heeft en een bijdrage kan leveren. Kernwoorden zijn: flexibel en open, korte lijnen en geen managementlagen.

Sowieso wordt de organisatie gekenmerkt door de samenstelling van een relatief klein kernteam. Een zestal professionals uit de creatieve sector neemt hierin plaats, elk van hen heeft daarnaast een functie bij een toonaangevende Nederlandse culturele instelling. De voordelen van een kernteam in plaats van bijvoorbeeld een tweekoppige directie is dat er veel inbreng is van buitenaf, er veel verschillende perspectieven belicht worden en verkoking voorkomen wordt. Daarnaast wordt de kennis in de organisatie beter geborgd mocht er personele wijzigingen zijn. Helaas moet wel worden geconstateerd dat in de voorbije jaren roofofbouw is gepleegd op het volledige team doordat de beloning achter blijft bij wat er van de teamleden gevraagd wordt.

Het kernteam, dat de verantwoordelijkheid neemt voor programma, marketing, horeca, productie, organisatie en zakelijke coördinatie, vormt binnen het organogram het smalste deel van de zandloper die de creatieve workflow van Into The Great Wide Open moet bevorderen.

Nieuwe plannen en ideeën ontstaan gedurende brainstormmeetings (door ons de zogenaamde tafels genoemd) waarbij alle uitvoerenden (en kernteam) die wat bij een onderwerp of thema voelen, aanschuiven om plannen te bedenken, aan te vullen, versterken en te toetsen. Na dit brede overleg (de bovenkant van de zandloper) wordt versmald naar het kernteam dat ideeën toets op (financiële) haalbaarheid, plek binnen het geheel en de tijd en hier vervolgens een producerende opdracht voor uitzet. Vervolgens wordt de zandloper weer breder als medewerkers en vrijwilligers een idee ten uitvoer brengen.

Naar aanleiding van dit model worden niet alleen alle ideeën gevangen door de organisatie, het vergroot ook de betrokkenheid. Talent krijgt een grote kans te participeren en op te vallen. Het grote team van Into The Great Wide Open kenmerkt zich dan ook door een bijzondere mix van ervaren culturele ondernemers en veelal jonge net afgestudeerde talenten die vaak via een stage nu onderdeel zijn (al dan niet op freelance basis) van de organisatie of alweer zijn doorgegroeid naar goede functies in de sector.

### Ontwikkelingen en risico's

Into The Great Wide Open heeft geen ambitie om consolideren, maar om te expanderen in inhoud. De organisatie voelt zich daarin steeds meer belemmerd.

Verdere kostenbesparingen of op een meer efficiënte manier inkopen heeft zijn grenzen bereikt. Sterker nog, sinds de start van Into The Great Wide Open wordt de organisatie van alle kanten geholpen door artiesten (muzikanten en kunstenaars), toeleveranciers maar ook personeel die voor een vriendenprijs hun bijdrage leveren. Into The Great Wide Open is inmiddels geen jong festival meer en wordt gezien als zeer succesvol. Om personeel,

leveranciers en bijvoorbeeld artiesten aan je te blijven binden zal soms meer richting(festival)marktconform beloond moeten worden.

Om dit – en overige prijsstijgingen zoals de enorme gestegen gages van artiesten – op te vangen, kijkt de organisatie dan ook naar inkomstenvergroting. Hierbij gaat Into The Great Wide Open uit van primaire (publieksinkomsten - privaat), secundaire (overheden en fondsen) en tertiaire (derden, de markt - privaat) inkomsten.

#### *Primaire inkomsten*

Door de grenzen van het eiland lijkt het plafond van publieksinkomsten grotendeels bereikt. In bezoekersaantallen (hoeveelheid tickets) is de bovengrens bereikt alsmede in de ticketprijs. Deze is nu licht boven marktconform, verder stijgen zou Into The Great Wide Open te elitair maken en de bezoekersmix ook verstoren. Publieksonderzoek toont tevens onomstotelijk aan dat er geen rek meer zit in wat het festival van het publiek kan vragen. De verdienmogelijkheden uit bestedingen van bezoekers aan horeca en bijvoorbeeld merchandise worden volledig benut en is gedurende de eerste zeven jaar bijzonder efficiënt geworden. Meer winstmaximalisatie op horecabestedingen zou hooguit behaald kunnen worden als een kwalitatief minder product wordt geleverd, echter zou dit ook concessies doen aan de festivalformule en wat het festival vanuit het DNA niet wil.

#### *Secundaire inkomsten*

Momenteel krijgt Into The Great Wide Open een zeer bescheiden gemeentelijke subsidie. Gelukkig herkent de provincie de toegevoegde waarde van het festival wel maar resulteert dat op dit moment niet in structurele steun. Met zowel gemeente als provincie wordt reeds serieus gesproken dat er verandering moet komen in deze situatie. Zeker in aanloop naar Culturele Hoofdstad 2018 ziet Into The Great Wide Open de provincie als een belangrijke partner. Samen met collega festivals Explore The North, Oranjewoud en Welcome To The Village is de organisatie in gesprek met de provincie over het cultuurbeleid. Op verschillende programmaonderdelen (kunst, jongeren) vraagt Into The Great Wide Open ontwikkelingssubsidies aan indien programma hierin ondersteuning behoeft. De organisatie is zich zeer bewust dat er moet worden gestreefd naar zelfstandigheid, de ruimte hiervoor wil men vinden in de tertiaire inkomsten, dit zal echter een doorontwikkelings- en aanlooptijd met zich meebrengen.

#### *Tertiaire inkomsten*

Hierin heeft Into The Great Wide Open zich de afgelopen jaren al behoorlijk gemanifesteerd, echter op de lange termijn zal hier een ontwikkeling in gemaakt moeten worden en ook daartoe worden de eerste stappen al gezet.

Het festival heeft reeds enkele sponsors zoals Stichting Recreatiebelangen Vlieland en experimenteert sinds de derde editie met het donateursprogramma Vuurtorengenootschap. Dit genootschap bestaande uit private donateurs levert niet alleen een financiële inbreng, maar wordt ook met regelmaat bijeengebracht om met hen te sparren over uiteenlopende thema's. Aangezien deze donateurs binnen de eigen professie vaak mid- of hogekader posities innemen, is deze inbreng vaak ook politiek of financieel ingestoken. Into The Great Wide Open streeft ernaar om binnen vier jaar het ledenaantal van het Vuurtorengenootschap te hebben verdubbeld.

Tenslotte ziet de organisatie dat het na zeven jaar een behoorlijke invloed heeft op Vlieland. De impact van een festival binnen een dergelijke kleine gemeenschap is aanzienlijk. Into The Great Wide Open heeft een economisch waardeonderzoek geïnitieerd waarin mede wordt onderzocht wat de (economische) voetafdruk is die het festival achterlaat op het eiland.



Met deze onderbouwde kennis wil Into The Great Wide Open de conversatie aangaan met niet alleen gemeente en provincie, maar ook Vlielandse ondernemers en leveranciers van het festival (iedereen die secundair aan het festival verdient). Vanuit hun inkomsten aan het festival, wil de organisatie een kickback vragen teneinde de financiële basis onder Into The Great Wide Open te verstevigen.

Op het gebied van sponsoring vindt Into The Great Wide Open het belangrijk geloofwaardig te blijven voor een kritisch publiek. Om authenticiteit te borgen is Into The Great Wide Open terughoudend met sponsoring waar opdringerige merkzichtbaarheid een vereist is. Zo wordt sponsoring in eerste aanleg altijd aangepakt als samenwerking. Daarom zijn gedeelde waarden en thema's altijd het vertrekpunt bij sponsoring en wordt er van daaruit gekeken naar samenwerkingsvormen waar beide partijen een meerwaarde uit halen. Met organisaties als Achmea en ASN zijn bijvoorbeeld inhoudelijke programma's ontwikkeld en gerealiseerd. Een laatste reële kans in het vergroten van sponsorinkomsten ziet het festival in de doorontwikkeling van (duurzame) festivalinnovaties. Op dit moment is Into The Great Wide Open al een belangrijke aanjager in het Nederlandse festivallandschap als het gaat om duurzaam en kostenefficiënt produceren. Tesla als energieleverancier had z'n primeur op Vlieland. De volledig energie onafhankelijke festivallocatie De Strandtuin van Weltevree werd voor het eerst op Into The Great Wide Open opgebouwd. Jaarlijks worden achter de schermen rondleidingen gegeven waarbij festivalorganisatoren tekst en uitleg krijgen door onze innovators over nieuwe 'slimme' ontwikkelingen.

Over het algemeen betekent duurzaam ondernemen niet per definitie goedkoper, maar het doorontwikkelen van Into The Great Wide Open als proeftuin kan ertoe leiden dat vanwege de marktwaarde die het festival biedt, leveranciers voor een gereduceerd tarief testopstellingen gaan plaatsen die de organisatie geld kunnen besparen.

Into The Great Wide Open is een van de initiatiefnemers van Innofest, een programma waarin kennisinstellingen, bedrijven en festivals samenwerken om innovatie te bewerkstelligen met het festivalterrein als minimaatschappij.

## Publieksbenadering

De aandacht die er is voor het programma, de aankleding van het terrein en podia en voor de horeca vertaald zich ook in hoe het festival omgaat met communicatie richting publiek en pers. Het voelt alsof we het doen voor onszelf, onze vrienden en vrienden van vrienden. Dus met aandacht, persoonlijk en creatief. Into The Great Wide Open heeft vanaf dag één veel aandacht besteed aan het artwork en huisstijl van het festival. Sinds de afgelopen twee jaar werkt Into The Great Wide Open zelfs met een zogenaamde 'designer-in-residence'. Elk jaar geven we onze *look and feel* in handen van een getalenteerde designer die de uitingen van het festival vanuit volledige vrijheid mag vormgeven en op zoek mag gaan naar zijn/haar essentie van het festival.

Een voor beide partijen leerzaam traject dat elk jaar spanning en vervolgens prachtige resultaten oplevert. De marketing van het festival wordt mede tot kunst verheven en beschikbaar gesteld. In 2016 is ons logo dusdanig opnieuw vormgegeven dat dit makkelijker is te integreren in de zeer uiteenlopende jaarlijkse huisstijl.

In de komende jaren wil het festival ook gaan werken met een 'writer-in-residence', die gedurende het jaar tussen de verschillende edities door diverse bijdrages doet.

Into The Great Wide Open communiceert via een persoonlijke en interactieve website, middels nieuwsbrieven en het doelgericht inzetten en onderhouden van diverse social media. Dankzij een innovatieve, community gerichte aanpak bouwt het festival een band op met de

bezoekers. Belangrijke vernieuwingen die zijn geïntroduceerd is bijvoorbeeld de vraag- en aanbods-service voor tickets.

Voor Into The Great Wide Open zijn de honderden positieve Twitter-berichten of geüploade foto's tijdens en na het festival net zoveel waard als een mooie recensie in een landelijk dagblad. Into The Great Wide Open dankt zijn bestaan aan de bezoekers en de bezoekers zijn de ambassadeurs van het festival. Zij maken het festival tot wat het is en zij moeten het Into The Great Wide Open-gevoel zelf voelen en uitdragen naar de thuisblijvers. Betere reclame bestaat er niet.

Uiteraard heeft het festival ook diverse mediapartners zoals VPRO, die op de 3voor12 website uitgebreid verslag doen, maar van Into The Great Wide Open ook jaarlijks een tv-uitzending maakt voor NPO3. Andere mediapartners zijn onder andere Vrije Geluiden TV en Radio, De Groene Amsterdammer, Omroep Human en Hard/Hoofd.

Met 6.000 volwassen bezoekers plus 900 kinderen, zitten we aan onze maximale bezoekerscapaciteit. Hierdoor kan, bij wijze van spreken, nog steeds 1-op-1 worden gecommuniceerd met de bezoekers: iedere mail in onze info-mailbox krijgt een persoonlijk antwoord en ieder Twitter- of Facebook-bericht krijgt een uniek bericht terug. Na afloop van iedere editie wordt ook de mening van onze bezoekers gevraagd via een publieksenquête die wordt meegezonden met de nieuwsbrief (met bijna 12.000 lezers). De respons daarop is zeer hoog, namelijk boven de 60%.

Into The Great Wide Open richt zich bij de programmering & marketing ongedwongen op vier leeftijdsgroepen:

- Volwassenen van 30-45 jaar
- Jongvolwassen clubcircuitbezoekers tussen 18 en 30 jaar
- Tieners van 12 tot 18 jaar
- Kinderen van 4 tot 12 jaar

Feitelijk zijn bezoekers van alle leeftijden welkom, met of zonder kinderen.

In 2016 ambieert het festival voor het tweede jaar op rij om ook voor de doelgroep 12 tot 18 jaar een interessant programma te bieden. Dit zal zich in de toekomst verder ontvouwen. De plannen voor de Hang Out sluiten hierop aan. Omdat de organisatie beseft dat het bezoek aan het festival voor het hele gezin een behoorlijke uitgave met zich meebrengt (naast de tickets moeten ook de boot naar Vlieland, overnachtingen en horeca worden betaald), is de leeftijdsgrens van goedkope tickets verschoven. Waar voorheen kinderen tot vier jaar gratis naar binnen mochten en voor kinderen van 4 tot 14 jaar een gereduceerd ticket van 20 euro te koop was, is deze laatste categorie verruimd naar 4 tot 18 jaar. We hopen dat tieners van 14 t/m 17 jaar op deze manier in een vroegtijdiger stadium met een kwalitatief festival in aanraking komen en cultureel geëngageerd raken.

## 6. Spreiding

Into The Great Wide Open bestaat bij de gratie van de locatie. Geen Into The Great Wide Open zonder Vlieland. Het eiland, de Waddenzee en Friesland vormen het fundament onder het festival. Vanwege het prachtige decor voor het programma, maar ook de rust die het eiland biedt. De reis ernaar toe weekt je los van alledag waardoor het festivalweekend ook in alle hevigheid binnenkomt.

Het festival moet aansluiten op het eiland en dus is het aangaan van verbindingen met hen (bewoners, ondernemers, Staatsbosbeheer, gemeente en ook de provincie) van groot belang. Eilanders moeten ook trots zijn op het festival en ervaren dat Into The Great Wide Open bij Vlieland hoort en past. De organisatie zet dus stevig in op het onderhouden van een persoonlijk contact met de diverse belanghebbenden. Het feit dat de initiatiefnemers allemaal al een persoonlijke binding hebben met het eiland, bewoners en ondernemers is een goede basis daarvoor. Gedurende het jaar is er regelmatig overleg op Vlieland met de belanghebbenden.

Bewoners van Vlieland bezoeken het festival niet alleen, maar participeren ook. Zo organiseren wij ieder jaar projecten en lesprogramma's op de plaatselijke scholen in de periode voor het festival. Dat kan zijn door middel van gastlessen (van bijvoorbeeld journalisten, muzikanten en andere professionals) tot kunstenaars die vooraf aan de slag gaan met kinderen van Vlieland.

Ook in het kunstprogramma laten we kunstenaars bewust kijken naar het eiland en vragen we zich te laten inspireren door het eiland, de eilanders en de natuur.

*“Popfestivals genoeg in Nederland, maar Into The Great Wide Open is een aanwinst. Wat heeft het festival te bieden dat er nog niet was? Op de eerste plaats de prachtige locatie. Mooier dan het duinlandschap van Vlieland kan een festivaldecor niet zijn in Nederland.”*  
(Het Parool)

## 7. Toelichting op begroting en dekkingsplan

### Baten

Zoals eerder vermeld zit Into The Great Wide Open aan tegen het plafond van maximale publieksinkomsten vanuit recette alsmede horeca. Het aantal bedden op Vlieland kan niet verder worden vergroot en publieksonderzoek toont aan dat er geen rek meer zit in wat het festival van het publiek kan vragen. De verdienmogelijkheden uit bestedingen van bezoekers worden volledig benut en is gedurende de eerste zeven jaar bijzonder efficiënt geworden.

Opvallende wijzingen in de baten zijn onder andere de overige directe inkomsten (3<sup>e</sup>). Dit zijn de advertentieopbrengsten, maar ook de doorbelaste reis- en productiekosten van bijvoorbeeld cateraars. Mogelijke groei wordt hier gerealiseerd door gestegen advertentie-inkomsten.

Komende jaren wil Into The Great Wide Open sterker inzetten op meer indirecte en structurelere inkomsten. Zowel gemeente Vlieland als Provincie Friesland hebben in het verleden incidentele bijdragen geleverd, voor de periode 2017-2020 zet het festival in op een structurele bijdrage van 35.000 euro per editie van gemeente Vlieland. Daarnaast wordt intensiever ingezet op sponsorinkomsten (zoals beschreven in de paragraaf Tertiaire inkomsten in het hoofdstuk Ondernemerschap) en het donatieprogramma het Vuurtorengenootschap. Een stijging van 10% tot 15% acht het festival op beide posten als haalbaar.

### Lasten

Aan lasten ziet Into The Great Wide Open vooral een doorontwikkeling in stijging van programmakosten. Met name gages kernprogrammering en overige programmering zullen komende jaren nog stijgen.

Ook de kosten voor inhuur van tijdelijk personeel (Into The Great Wide Open heeft geen vast personeel) zal 5 tot 10% stijgen. Bij meer structurele inkomsten zal het festival om personeel te houden en/of aan te trekken meer marktconform moeten uitbetalen.

In totaal worden rond de organisatie van het festival zo'n 30.800 uren gemaakt waarvan 12.000 uren in de voorbereiden en de rest rond de dagen van opbouw, evenement en breek. Naast deze betaalde uren doet Into The Great Wide Open een beroep op zo'n 550 vrijwilligers die elk 4 dagen werken en per dag 6 tot 8 uren draaien.

De post Saldo bijzondere baten/lasten (11) heeft tevens toelichting nodig. In 2013 is deze ingezet voor een herbestedingsreserve 'slecht weer', in 2014 voor een lening aan Lab Vlieland, 2015 opnieuw een kleine lening aan Lab Vlieland en ruim 20.000 euro als schenking van de organisatie en het publiek ten bate van Stichting Vluchtelingenwerk. Komende jaren (2017-2020) bestaat deze post uit nog in deze begroting opgenomen onvoorzien kosten.

### Eigen inkomstenquote (EIQ)

Into The Great Wide Open haalt een eigen inkomstenquote van ruim 91. Door een betere verspreiding en meer beroep te doen publieke middelen wordt de continuïteit de komende jaren beter gewaarborgd en kan gebouwd worden aan de artistieke ambities en kan gewerkt worden aan de groei van de bijdragen van sponsors en bijdragen uit private middelen.