



De beste muziek die je zelden ziet

# Meerjarenplan 2017-2020

33<sup>rd</sup> Music Meeting  
3-4-5 juni 2017

34<sup>th</sup> Music Meeting  
19-20-21 mei 2018

35<sup>th</sup> Music Meeting  
8-9-10 juni 2019

36<sup>th</sup> Music Meeting  
30-31 mei & 1 juni 2020

## Music Meeting: Facts & Figures

Music Meeting (MM) is een driedaags internationaal muziekfestival dat tijdens het Pinksterweekend plaatsvindt in het rijksmonument Park Brakkenstein in Nijmegen.

De laatste jaren bezoeken gemiddeld 15.000 mensen het festival, die samen zo'n 50.000-75.000 bezoeken afleggen aan ruim 100 events. MM, dat bestaat sinds 1985, toont zich in toenemende mate een cultureel ondernemer, ook al voordat de term in zwang raakte. Sinds de overstap van binnen- naar buitenfestival in 2004, is het publiek fors toegenomen, verjongd (nu gemiddeld 36 jaar; was 'grijs') en meer divers geworden (bijna 20% is allochtoon, was 'wit'; ook ROC-ers naast hoogopgeleiden). Ten opzichte van 2010 zijn de eigen inkomsten de laatste jaren op een aanzienlijk hoger niveau gebracht: de sponsorinkomsten zijn verzesvoudigd, terwijl MM de eigen inkomsten via kaartverkoop heeft kunnen verdubbelen. Pure noodzaak om de huidige omvang en kwaliteit te handhaven, omdat sinds 2013 de structurele subsidies met 25% zijn gekrompen. De financiële positie blijft door dat laatste zeer precair.

MM presenteert 'de beste muziek die je zelden ziet': uitmuntende, veelal in Europa nog onbekende internationale artiesten. De eigenzinnige programmering kenmerkt zich door een grote diversiteit aan stijlen en genres, en vernieuwende cross-overs. In de afgelopen ruim 30 jaar presenteerde Music Meeting een kleine 1.000 concerten van bijzondere musici uit de hele wereld: van Myanmar tot Madagascar, en van Wales tot Uruguay. In 2015 ontving het festival als een van de eerste het EFFE-label. Dit platform, 'Europe for Festivals, Festivals for Europe', verbindt festivals met hoogwaardige artistieke kwaliteit, lokale betrokkenheid en een internationale visie. Een internationale jury uit 31 landen selecteerde Music Meeting op basis van deze criteria. Inmiddels telt EFFE honderden kwaliteitsfestivals, klein en groot, waaronder het Holland Festival, Edinburgh Festival en Ars Electronica in Oostenrijk. In 2013 is MM verkozen tot een van de 25 beste internationale muziekfestivals wereldwijd, door het Engelse magazine Songlines. In 2015 ontving programmeur en initiator Wim Westerveld op Eurosonic/Noorderslag de Lifetime Achievement Award van de VNPF. Music Meeting is een kwalitatief hoogwaardig, internationaal platform, zo blijkt uit onafhankelijke onderzoeken. Externe deskundigen in binnen- en buitenland onderstrepen dat. Geworteld tussen Randstad en Ruhrgebied, heeft het unieke muziek- en verdieppingsprogramma van MM een bereik en impact van wijk tot wereld.

Met het Hoofdprogramma (20-25 concerten) en het Verdieppingsprogramma (80-90 events) biedt het festival belangrijke artistieke, educatieve, maatschappelijke en economische meerwaarde:

- Music Meeting onderscheidt zich artistiek door veelal onbekende en onderbelichte muziek vanuit een internationale en cross-over invalshoek te introduceren in Nederland en Europa. De nadruk ligt op de ontmoetingen tussen westers en niet-westers. De programmering van MM is aanvullend op het aanbod van de reguliere podia en festivals: het merendeel is anders niet te zien in Nederland (Andersson Elfvers Felix 2011).
- MM heeft zich in zijn 32-jarig bestaan ontwikkeld tot een platform dat bezocht en gevolgd wordt door (inter)nationale programmeurs.
- Het Verdieppingsprogramma telt tientallen items verdeeld over twee pijlers:
  - *Contextprogramma ('Muziek in Context')*: interviews met mini-concerten, lezingen, films en brunchconcerten; voor een groeiend deel van het publiek dat behoefte heeft aan verdieping.
  - *Talentontwikkeling*; voor kinderen, jonge talenten en amateurmusici, die dankzij het festival kennis maken met internationale autoriteiten in hun genre, erdoor geïnspireerd raken en zeldzame kennis en ervaringen opdoen waarmee hun muzikale ontwikkeling nieuwe impulsen krijgt.
- Het aantal bezoekers is sinds de omvorming tot buitenfestival fors gestegen: van maximaal 4.000 mensen tot 2004 in de indoor-setting, via 8.500 mensen in 2008, naar 13.000-20.000 in de periode 2009-2015. In 2011 werd het Parkticket geïntroduceerd (voor het voorheen gratis deel, toegang tot alle podia in het park behalve Apollo), naast het gangbare entreeticket voor hoofdpodium Apollo. De laatste twee jaren laten een record-recette zien, mede dankzij prijsstijgingen en een stijgend bezoek aan hoofdpodium Apollo (dagkaarten en passepartouts). Prijsstijgingen en matig weer hebben echter de laatste jaren ook een drukkend effect op de verkoop van het aantal Parktickets.
- Uit publieksenquêtes blijkt: 80 procent van de bezoekers is hoger opgeleid, gemiddeld 36 jaar, 35-40% van het publiek is afkomstig van buiten de regio, vooral Randstad. De bezoekers waarderen MM met een 8.
- Music Meeting wordt sinds 1985 jaarlijks voorbesproken en gerecenseerd door landelijke kwaliteitsmedia.
- Naar de VPRO-/NTR-opnamen van MM-concerten op Radio 6 hebben jaarlijks ongeveer 40.000 mensen geluisterd, via radio en online.

- De website musicmeeting.nl is in de aanloop naar het festival in 3 maanden goed voor ruim 50.000 sessies en meer dan 200.000 pageviews. Via Facebook bereiken we inmiddels 7.000 fans, via Twitter een kleine 2.000, via Instagram zo'n 400. Op onze digitale nieuwsbrief zijn zo'n 4.000 volgers geabonneerd, en zo'n 4.500 fans ontvangen thuis een programmaboekje.
- MM is een internationaal festival, zowel in programma als in de totstandkoming. Het netwerk waarbinnen Music Meeting opereert is eveneens in hoge mate internationaal. Daarmee bekleedt het festival sinds jaar en dag een bijzondere positie in het Nederlandse cultuurlandschap.
- MM werkt al jaren samen met tientallen partners in stad, regio, provincie, land en de hele wereld om een hoogwaardig programma te realiseren tegen zo laag mogelijke kosten. Internationale partners in de afgelopen jaren waren Moers Festival (Duitsland), Druga Godba (Slovenië), Musiques Métisses (Frankrijk), OFFest (Macedonië), en in Nederland/België: BIMhuis (Amsterdam), Rasa (Utrecht), LantarenVenster (Rotterdam) en MuziekPublique (Brussel).
- In de laatste jaren is Music Meeting erin geslaagd aanzienlijk meer eigen inkomsten te verwerven. De eigen-inkomstenquote zoals het FPK die hanteert, is sinds 2008 gestegen van 30% naar ruim 50% in 2015. De prognose is dat deze quote zal stabiliseren op ongeveer 50% over 2017-2020.
- Onder de naam Music Meeting XS heeft MM in 2014 een kleinschalige herfsteditie in het leven geroepen in samenwerking met Doornroosje. De eerste geslaagde versie kreeg in 2015 een opvolger, waarbij ook filmcentrum/podium LUX bij de samenwerking werd betrokken. Met MMXS beoogt MM een grotere naamsbekendheid en aanwezigheid buiten het festivalseizoen en het verder versterken van de positie van het festival als podium voor muziek die je zelden ziet.

# 1. Korte typering van de organisatie

Music Meeting werkt sinds de oprichting in 1985 aan een driedelige missie: MM wil een zo groot en divers mogelijk *publiek* bereiken voor onbekende, hoogwaardige en spannende *internationale muziek* die zelden of niet in Nederland en Europa 'live' te bewonderen is. Music Meeting is een inspirerende *ontmoetingsplek* voor iedereen met open oren en een nieuwsgierige geest: betrokken musici, experts, professionals, amateurs, talenten, ambassadeurs en liefhebbers. Dit heeft door de jaren heen geleid tot een veelkleurig, contrastrijk en vaak spannend programma met talloze primeurs (zie kader).

“Music Meeting wil in een meerdaags festival westerse en niet-westerse muziekvormen samenbrengen, waarin met name het improvisatie-element de verbindende factor is. Vernieuwing, kwaliteit en integriteit vormen de belangrijkste selectiecriteria bij de totstandkoming van het festivalprogramma”, zo luidt de **hoofddoelstelling** van de Stichting Music Meeting.

**Kernactiviteit** is een jaarlijks terugkerend, driedaags festival voor internationale muziek. Het festival bestaat uit een hoofdprogramma en een verdiepingsprogramma met zes podia/tenten in en rond het Nijmeegse Park Brakkenstein. Daarnaast organiseert Music Meeting door het jaar heen enkele Club jmm...!-concerten, in samenwerking met poppodium Doornroosje en het Valkhof Festival.

Sinds 2014 vindt bovendien eind november een intieme, kleinschalige binnerversie van de grote Pinkstereditie plaats: Music Meeting XS. Dit organiseert MM volledig op eigen kracht, zonder subsidie, gericht op zichtbaarheid en positiebehoud, en als een kleine maar belangrijke bijdrage aan een diverser muzieklandschap, samen met de partner-podia Doornroosje en LUX.

In het *Hoofdprogramma* is MM podium voor onontdekte talenten en katalysator voor excellente muzikale dwarsverbanden, die de voor MM kenmerkende 'producerende programmering' vormgeven. Het Hoofdprogramma beslaat 20 tot 25 concerten op de podia Apollo en Mondo.

In het *Verdiepingsprogramma* is MM platform voor het delen van kennis en inspiratie, en stimuleren van ontmoeting. Het Verdiepingsprogramma heeft twee zwaartepunten. Ten eerste het Contextprogramma dat bestaat uit lezingen, films, interviews met mini-concerten en interactieve Q&A's (Mezzo-podium), intieme brunchconcerten (in de botanische tuin Hortus Arcadië),

films (Movie Meeting) en De Geheime Wandeling en De Geheime Fietstocht (wandel- en fietsconcertarrangement). Ten tweede is er de Talentontwikkeling: masterclasses, workshops, workshopbands en het kidsprogramma (Mini Meeting). Een deel van het resultaat van deze activiteiten komt terug als presentaties op het Intro-podium.

Missie, hoofddoelstelling en kernactiviteit wil Music Meeting de komende vier jaren fier overeind houden. Wel blijft het festival vernieuwen waar het kan en moet. Die verbeteringen en hun ontstaansgronden komen in het vervolg aan bod. Navigeren in een financieel strak begreemd speelveld blijft hier, net als de voorbije periode, de opdracht.

## SELECTIE PRIMEURS OP MM 2012-2015

### 2012

**Richard Bona Mandekan Cubano** (Kameroen/VS)  
**Koby Israelite & Band** (Israel/GB)  
**Aziz Sahmaoui & University of Gnawa featuring Ibrahim Maalouf & Mokhtar Samba** (Marokko/Libanon/Senegal/Frankrijk)

### 2013

**Mark De Clive-Lowe presents Church** (Nieuw-Zeeland/VS)  
**Sam Lee & Friends** (GB)  
**Lenine & Martin Fondse Orchestra 'The Bridge'** (Brazilië/NL)

### 2014

**Fred Frith's Gravity** (GB/VS)  
**N'Diale – Jacky Molard Quartet & Foune Diarra Trio** (Frankrijk/Mali)  
**Lula Pena & Hayden Chilholm** (Portugal/Nieuw-Zeeland)

### MMXS

**Vincent Peirani & Emile Parisien** (Frankrijk)

### 2015

**Mark Guiliana Beat Music** (VS)  
**Alune Wade & Harold López-Nussa 'Havana-Paris-Dakar'** (Senegal/Cuba)  
**Bamba Wassoulou Groove** (Mali)

## 2. Artistieke uitgangspunten, signatuur en beschrijving activiteiten

Ontregelen en verwonderen mag, moet soms. MM wil emoties en reacties losmaken bij publiek, recensenten, experts. Risicovol programmeren, met oog voor experiment én publiek, betekent dat er gemengde gevoelens kunnen worden opgeroepen, dat ligt besloten in deze ambitie.

MM was en is 'rijk' en veelkleurig. De programmering kenmerkt zich door interessante ontmoetingen tussen westers en niet-westers, experiment en traditie. MM is en blijft op zoek naar vernieuwende verbindingen met andere genres, zoals hedendaagse gecomponeerde muziek, funk, r&b, dance, minimal music, én naar stralende autonome sterren, die 'a league of their own' vormen. De motivatie om de genres van MM maximaal op te rekken, is even fundamenteel als simpel: Music Meeting wil niet voorbij gaan aan relevante muzikale vernieuwing die op allerlei fronten plaatsvindt. Bovendien groeit het muziekminnende publiek mee naar een hoger, diverser niveau. Het is klaar voor nog veelkleuriger verrassingen.

### Veranderende context

De waarde en relevantie van MM neemt in het huidige muzieklandschap alleen maar toe: een context van toenemende vervlakking, risicomijdend programmeren en minder aandacht voor het 'andere' (of: niet-westerse, diverse, risicovolle, experimentele, niet-commerciële) geluid.

De infrastructuur voor de niet-mainstreammuziek waar MM zich op richt, maakt moeilijke tijden door: gespecialiseerde podia en media zijn verdwenen of hebben het lastig, overige podia en media programmeren en publiceren steeds behoudender, gericht op de grote publieksaantallen en zonder veel risico. Mede daarom heeft MM eind 2014, in het 30-ste geboortjaar, een klein, intiem dochterfestival gelanceerd: Music Meeting XS, in Doornroosje.

Het andere geluid zoals MM dat al decennialang laat klinken, tegen de trends in of vooruitlopend op de trends (zoals de Cuba-golf, de Balkan-beats, de Afro-beat-revival), is vooral onafhankelijke muziek, niet ingekapseld door de muziekindustrie en nauwelijks gepromoot door de populaire media. Deze muziek, en zeker de live uitvoering ervan, staat onder druk. Om een klein maar belangrijk tegenwicht te bieden aan de uniformiteit en commercie die het muzieklandschap steeds meer beheerst, is durf nodig. Durf om anders te zijn, durf om een ander geluid te laten horen. In nieuwe combinaties, in andere presentatievormen, voor nieuwe

publieksgroepen.

Het antwoord van MM daarop: onze huidige strategie en formule, mét verbeteringen, continueren want ze blijken succesvol. Met deze risicovolle programmering zoveel publiek weten te bereiken en bewegen, is een bijzondere prestatie, zeker in het huidige landschap. We spreken over duizenden mensen voor wie de muziek grotendeels onbekend is, met een uitgekende formule en ticketstructuur: hoge artistieke kwaliteit, lage drempels, een aangename sfeer en aankleding, gevarieerde en verantwoorde horeca, een schitterend groen decor. We spreken ook over 500-900 mensen die geboeid en geconcentreerd veeleisende MM-concerten bijwonen, zoals Steve Lehmann, Fred Frith's Gravity, Mark Guiliana Beat Music, Letieres Leite e Orkestra Rumpilezz, Orchestre National de Jazz. Dat is een uitzonderlijk hoog bereik. Die resultaten behaalt MM dankzij een geslaagde combinatie van strategie, programma en ondernemerschap.

### Artistieke uitgangspunten

Music Meeting is toonaangevend als internationaal muziekfestival waarin improvisatie, contrast, avontuur en experiment centraal staan. Het festival presenteert muziek met een internationale oriëntatie, vooral jazz, wereldmuziek en cross-overs. Ons motto: **'De beste muziek die je zelden ziet'**.

Het introduceert waar mogelijk nieuw – of 'oud' maar onontdekt of onderbelicht – talent en initieert of ondersteunt grensverleggende projecten, waarin niet eerder gehoorde muzikale ontmoetingen en opzienbarende stijlexperimenten centraal staan. Traditie en avant-garde worden zowel in hun eigen context als in experimentele cross-overprojecten gepresenteerd.

'**Ontmoeting**' kenmerkt Music Meeting bij uitstek: het is een platform waar culturen en stijlen, alsook de meest uiteenlopende musici elkaar en hun publiek ontmoeten en vernieuwing brengen. De bezoeker neemt in een inspirerende omgeving deel aan een kwalitatief hoogstaand, verrassend en veelkleurig programma. Ook de experts en professionals uit de muziekbranche die het festival bezoeken, hebben gelegenheid om elkaar te treffen en ideeën te ontwikkelen. Verder profileert Music Meeting zich met een uitgebreid talentontwikkelingsprogramma voor conservatoriumstudenten, semi-professionals, amateurmuzikanten, jongeren en kids. Bestaande en nieuwe doelgroepen worden sinds 2009 geboeid en gebonden met Mixed Media Lounge:

‘muziek in context’, zoals interviews met mini-concerten en lezingen. Dit succesvolle programmaonderdeel wordt elk jaar verfijnd en verbeterd.

Artistiek onderscheidt het festival zich mede door de ‘producerende programmering’. Daarin zijn verschillende vormen denkbaar:

- Een project helemaal zelf initiëren, met liefst een hoog ambitieniveau. Voorbeeld: ‘The Bridge’ van de Braziliaanse mega-ster Lenine en de Nederlandse pianist/componist Martin Fondse met zijn Orchestra, in 2013. Deze samenwerking is op gang gebracht door Music Meeting. De coproductie blijkt succesvol: een reeks van 30 concerten in Brazilië, de VS en Europa. Begin 2016 worden plannen gesmeed om de samenwerking door te ontwikkelen in duo-vorm én in een coproductie met een symfonie-orkest in Brazilië. Een ander voorbeeld, met een andere dimensie, is Shaza Hayek met Rchestra – de Syrische zangeres die voorjaar 2015, net als vluchteling aangekomen in het AZC Nijmegen, door MM is gescout en gekoppeld aan een initiatief van Nederlandse musici.
- Inhaken op bijzondere projecten van musici zelf: Julia Hülsmann, N’Diale (Foune Diarra & Jacky Molard), Fatoumata Diawarra & Roberto Fonseca, Alune Wade & Harold López-Nussa.
- Het verzilveren van een mogelijke podiumcombinatie die zich tijdens het samenstellen van het programma min of meer toevallig aandient. Voorbeelden: Azalai met Aly Keita en Hayden Chisholm, Miklós Lukács met Michiel Braam en Bojan Z met Oren Marshall.

Ten slotte moet het programma als geheel in voldoende mate exclusiviteit bieden. MM bevindt zich hier in een spanningsveld. Enerzijds wil Music Meeting voorkomen dat de unieke projecten en primeurs in de periode rond Pinksteren en in het najaar (MMXS) elders in Nederland te zien zijn. Anderzijds is het noodzakelijk om samen te werken met podia en festivals in Nederland en Europa om specifieke acts op het affiche te krijgen. MM laveert en stuurt hierin vakkundig. Daarmee creëert het festival uiteindelijk jaar na jaar al ruim drie decennia een uniek profiel met een sterk onderscheidend vermogen in het Nederlandse podiumkunstenlandschap.

## Artistieke ambities 2017-2020

Met de huidige artistieke visie als uitgangspunt gaat MM de komende jaren binnen én vanuit die programmatieke kern nadrukkelijker de randen, contrasten en ‘parels’ opzoeken: daar vindt immers de échte vernieuwing plaats, daar is ruimte voor innovatie en groei van het festival. Met deze stap richt Music Meeting zich op het uitbreiden van het publiek, in omvang en diversiteit, én op het verdiepen van de muzikale ervaring van dat publiek. MM wil zo de komende jaren een toonaan-

gevend internationaal muziekfestival blijven: uniek in Nederland, behorend tot de top in Europa, volgens experts en publiek.

## Vernieuwing: doorontwikkelen en uitbreiden van de formule

Bovenstaande ambitie krijgt vorm via de volgende lijnen:

- Het verder uitdiepen van de muzikale ervaring en versterking van de band van het publiek met de muziek en de musici. **(Co-)producties** vormen het hart van het programma. In voorbije jaren stonden hier **Special Projects** centraal: nieuw werk en/of nieuwe samenwerkingsverbanden die door MM samen met de makers zijn geïnitieerd. Nu voegen we aan de (co-)producties een nieuw concept toe: **‘Artist In Focus’**: een combinatie van verschillende programmaonderdelen op basis van de muzikale visie van een leidende muzikale persoonlijkheid: concerten met diverse samenstellingen (vaste band, projectvormen, door MM georganiseerde ontmoetingen met collega-musici), interview en ontmoeting met het publiek, openbare repetitie, workshop of masterclass, film over de musicus, live-/DJ-set, e.d. Voorlopers van dit concept, in recente jaren: Koby Israelite (2012), Kokayi (2013), Hayden Chisholm (2014), Mark Guilianna (2015).
- Eén ambitie uit de voorbije periode schrappen we: Het verder uitbreiden naar andere disciplines, zoals dans, poëzie/spoken word, muziektheater: **Cross Disciplines**. Binnen de huidige financiële en operationele kaders is deze ambitie, op een enkele uitzondering na, niet haalbaar gebleken. Daarom concentreert MM zich de komende periode op de kern: muziek. Dat betekent dat aansprekende programmaonderdelen vanuit of met andere disciplines gepresenteerd kunnen worden, maar er zal geen focus op liggen.
- Het boeien en binden van nieuw en deels jonger publiek voor het kernprogramma, in het bijzonder op de eerste dag van het festival, zaterdag. Dit doen we door creatieve makers binnen de mondiale (elektronische) dance te verbinden met makers van traditionele dansmuziek, onder het motto **‘dance, trance & trad’**. En door potentieel publiek te benaderen en enthousiasmeren via samenwerkingspartners met een sterke eigen achterban, zoals Doornroosje en festival Drift.

Het doorontwikkelen van MM heeft continu aandacht binnen de organisatie. Diverse ideeën zijn bedacht, uitgetest, bijgesteld of onhaalbaar gebleken. Met de vernieuwing op zaterdag wil MM inspelen op een aantal factoren:

- Publiek: Uitbreiden en deels verjongen voor de kern van het programma, vooral hoofdpodium Apollo. NB: in het Park, toegankelijk met een goedkoop

ticket, is die missie geslaagd: de grootste groep is tussen 20-35. En ook de groep 0-16 is hier sterk vertegenwoordigd.

- Presentatievormen: Ogenschijnlijk niet- maar artistiek wel degelijk verwante stijlen en genres bij elkaar brengen: elektronisch en traditioneel, dansbaar, gericht op een nieuw, deels jonger publiek.
- Recette, horeca en sfeer: Opkomst op zaterdag die sinds 2004 achterblijft, de laatste twee jaren zien we een lichte stijging voor Apollo, en een daling van het Parkbezoek (door prijsstijgingen, tegenvallend weer, meer concurrentie), met een samenhangende daling van horeca-inkomsten.

## Activiteiten 2017 – 2018

### Concrete beschrijving van het festival

#### HOOFDPROGRAMMA

Het hoofdprogramma van Music Meeting, op de podia Apollo en Mondo, is met 20-25 concerten het kloppend hart van het festival. De meest exclusieve en toonaangevende acts vindt de bezoeker in Apollo, een gesloten tent met zit- en sta-functionaliteit en een maximumcapaciteit van 1.200 personen. Voor Apollo zijn aparte tickets vereist. Op het buitenpodium Mondo speelt, afwisselend met het Apollo-programma, een breed scala aan bijzondere internationale acts.

Voor het hoofdprogramma wordt door de MM-programmeur, ondersteund door een team van scouts, 365 dagen per jaar een longlist en een shortlist bijgehouden. Naarmate een editie dichterbij komt maken zij, in continue afstemming met het internationale netwerk, de shortlist steeds korter en concreter. Vanzelfsprekend staat hun radar afgestemd op mogelijke primeurs, bijzondere projecten in het verruimde universum van MM, en stralende 'autonomen'. Het proces van selecteren naar contracteren is complex door een veelheid aan variabelen, waaronder beschikbaarheid, betaalbaarheid, nabijheid (Europese tour?), exclusiviteit en primeur voor Nederland of Europa.

#### SHORTLIST KANDIDATEN 2017-2020

##### (Co-)producties (1): Artist In Focus

- **Gilad Atzmon**  
In Londen wonende Israëliër, exilant uit overtuiging, rietblazer par excellence, schrijver van politieke pamfletten en romans, uitgesproken criticus van de Israëlische Palestina-politiek, sinds 2003 als arrangeur en instrumentalist verbonden aan de studioprojecten van Robert Wyatt. Werkte verder samen met o.a.

Sinead O'Connor, Paul McCartney en Pink Floyd. In zijn eigen band Orient House Ensemble verbindt hij avant-garde met oude jazzstijlen, Joodse met Palestijnse muziektradities. Vanwege zijn open en grenzeloze muziekopvatting, zijn unieke muzikantenennetwerk en virtuoze vakmanschap is Gilad Atzmon voor Music Meeting al jaren de gedroomde Artist In Focus.

- **Santiago Vazquez**

De Argentijnse percussionist is met name bekend van de band Puente Celeste die hij in 1997 in Buenos Aires oprichtte. Puente Celeste verbindt op een steeds verrassende manier traditionele Argentijnse muziek met jazz en moderne componeertechnieken. Sinds 2006 is Santiago Vazquez de spil van Bomba de Tiempo, een nieuw percussiefenomeen in Buenos Aires, vergelijkbaar met de 'blocos'-percussiegroepen in Brazilië. Vazquez heeft voor deze percussie-events een systeem van dirigeertekens ontwikkeld. Inmiddels is Bomba de Tiempo niet meer weg te denken uit het culturele leven van de Argentijnse hoofdstad. De vaste maandagavonden worden door vele duizenden danslustigen bezocht. Onder de naam Sysmo hebben in Brussel, Charleroi (Sysmito) en Amsterdam vergelijkbare evenementen plaatsgevonden. Music Meeting wil Santiago Vazquez de gelegenheid geven zijn percussie- en dirigeertechnieken in verschillende groepen te presenteren en tijdens het festival een Bomba de Tiempo te organiseren. Daarnaast krijgt hij ook ruimte om de andere facetten van zijn muzikale capaciteiten voor het voetlicht te brengen, onder meer met zijn band Puente Celeste.

- **Carlos Malta**

De Braziliaanse fluitist/rietblazer Carlos Malta was in de jaren tachtig en negentig een vaste waarde in de ensembles van Hermeto Pascoal, onder meer ook in een van de meest compromisloze incarnaties van diens working band 'Grupo'. In deze fantastische leerschool bekwaamde de hypergetalenteerde Malta zich vooral in het ontwikkelen van een eigen muzikale stem, die hij vervolgens vanaf midden jaren negentig verder uitdiepte in zijn eigen band Pife Muderno, een (vaak met gastmusici uitgebreid) kwartet met een bijna magisch ritmisch en melodisch samenspel. Typerend voor Pifo Muderno is de doordringende klank van de diverse traditionele fluiten en de opzwepende, complexe ritmiek. Malta is niet alleen een competente bandleider, maar ook een veelgevraagd gast- en studiomuzikant (werkte samen met o.a. Egberto Gismonti, Pat Metheny, Gil Evans, Charlie Haden, Gilberto Gil en Snarky Puppy). Verder heeft hij een goede naam als uitvoerend klarinettist in de modern-klassieke muziek en is hij specialist in het oeuvre van Heitor Villa Lobos.



- **Adedeji Adetayo**

Gitarist/zanger/componist Adedeji Adetayo is afkomstig uit Lagos, Nigeria, waar hij al heel jong voor het muzikantenbestaan koos (als 10-jarige was hij dirigent van het kerkkoor). Na zijn twintigste vertrok hij naar Europa, waar hij via Londen ook in Nederland terecht kwam. Hij woonde een tijd in Groningen en werkte samen met onder anderen Ruben Hein, Hind en de in Rotterdam gevestigde Cubaanse pianist Abel Marcel. Inmiddels woont Adetayo in Athene. Hij is een begenadigd songschrijver en gitarist die vooral uitblinkt door zijn meesterlijke ritmegevoel. In zijn muziek laat hij West-Afrikaanse stijlen versmelten met aanstekelijke popsongs en funk-jams. Adetayo mag geacht worden tijdens het festival als spil op te treden in een aantal popprojecten en funk-crossovers. Misschien een wat minder bekende musicus, maar zeker iemand met een surplus aan talent en verbindende capaciteiten.

- **Matthias Schriefl**

Geboren in 1981 in het Beierse Kempten, vroeg volwassen op de trompet, als adolescent al overladen met Duitse jazzprijzen, werd gevraagd als solist bij de WDR Big Band. Brak door met zijn band Shreefpunk (waarin onder meer bassist Robert Landfermann), waarmee hij intensief door Europa toerde, maar ook in Mexico, Australië en West-Afrika optrad. Recent is Shreefpunk uitgebreid tot big band met twee drummers in de gelederen. Schriefl is naast jazzmusicus ook fan van allerlei andere muziek, als er maar koperblazers in voorkomen. Vanwege zijn afkomst heeft hij een aangeboren voorliefde voor alpine stijlen en speeltradities. Daarnaast vormt hij samen met de vermaarde Franse tubaïst François Thuillier en trombonist Daniel Casimir het European TV Brass Trio dat high-energy improvisaties koppelt aan complexe composities. Schriefl studeerde onder meer een jaar lang aan het conservatorium in Amsterdam en is daardoor goed ingevoerd in de Nederlandse muziekwereld. Hij woont tegenwoordig in Keulen.

## (Co-)producties (2): Special Projects

- **Independent Arabs**

In dit project wil Music Meeting een beeld geven van een muzikale cultuur die de laatste jaren tamelijk in de verdrukking zit: de experimentele muziek in de Arabische wereld. Ondanks de zware tijden die de regio doormaakt, blijken met name Beiroet en Caïro nog steeds over actieve muziekcircuits te beschikken. Tegen de stroom in en vanuit een diepe behoefte aan culturele vernieuwing timmeren muzikanten als de Egyptenaar Maurice Louca, de Libanees Raed Yassin en de Palestijn Tamer Abu Ghazaleh met een prettige onverstoortbaarheid aan de weg. Music Meeting wil

in dit project in ieder geval deze drie sleutelfiguren samenbrengen, eventueel in combinatie met een concert van het pan-Arabische Alif Ensemble, waarin naast onder meer Louca en Ghazaleh ook de sublieme Irakese oud-speler Khyam Allami te vinden is.

- **Paris Touch II**

In 2006 presenteerde Music Meeting met Paris Touch een special project waarin drummer Karim Ziad fungeerde als 'regisseur' van een muzikaal tableau van de multi-etnische Parijse muziekscene. Meer dan tien jaar later wil Music Meeting opnieuw een avontuurlijke dwarsdoorsnede tonen van de muzikale subculturen die de Franse hoofdstad rijk is. Spil van dit project is de Argentijnse percussionist Minino Garay die garant staat voor experimentele genre-overstijgingen. Tot de beoogde projectpartners behoren in ieder geval de Ivoriaanse fluitist Malik Mezzadri (Magic Malik), gitarist Manu Codjia en de Palestijnse zangeres Kamilya Jubran.

- **Brotherhood & Pioneers**

Met dit project wil Music Meeting een brug slaan naar de Zuid-Afrikaanse jazz uit de jaren vijftig en zestig. In die periode voltrok zich onder invloed van een steeds oppressiever apartheidsregime een exodus van getalenteerde musici, onder wie Dollar Brand, Dudu Pukwana, Pinise Saul, Johnny Dyani, Louis Moholo en Chris McGregor. De meesten vestigden zich in Londen, waar Chris McGregor de big band Brotherhood Of Breath oprichtte. Hiervan maakten ook musici van de Londense jazz-avantgarde deel uit. De muziek van Brotherhood Of Breath was gebaseerd op township-stijlen als kwela, marabi en mbaqanga, maar gaf daar via improvisatie en een vrije speelwijze een heel nieuwe vorm aan. Veel later, in de jaren tachtig, pakten in Zuid-Afrika zelf bands als African Jazz Pioneers de oude speelstijlen van de fifties big bands weer op. Music Meeting wil de Engelse saxofonist Julian Argüelles en de eveneens uit Engeland afkomstige componist/toetsenist Django Bates een band laten formeren, waarmee een hedendaagse visie wordt gegeven op zowel de muziek van de progressieve Zuid-Afrikaanse exilanten, als ook op de oudere, meer roots-gerichte Zuid-Afrikaanse big bandjazz van de African Jazz Pioneers. Julian Argüelles en Django Bates hebben zich intensief beziggehouden met Zuid-Afrikaanse jazz, zoals te horen is op hun cd 'Let It Be Told' (Basho, 2015). Django Bates maakte zelfs jarenlang deel uit van de band Zila van Dudu Pukwana.

- **Drummer-composer**

Het idee voor dit project is ontstaan vanuit de vaststelling dat op de verlanglijsten van de Music Meeting-programmering opvallend veel drummers voorkomen. En ook in de historie van Music Meeting



komen we een keur aan drummende bandleiders tegen, onder wie illustere figuren als Bobby Previte, Karim Ziad, Christian Vander en Mark Guiliana. In hun bands zijn deze drummers steevast ook hoofd-componist. Het project 'Drummer-composer' brengt een aantal componerende drummers samen, die ieder vanuit hun eigen compositorische achtergrond materiaal aanleveren voor een door hen (in onderling overleg) samen te stellen ensemble waarvan zij allemaal zelf ook deel uitmaken. Het project kan vragen oproepen als 'Componeren drummers anders dan andere musici?' en 'Gaan componerende drummers anders met het ritme om dan andere componisten?'. Met het oog op praktische uitvoerbaarheid worden uit de volgende, nog niet volledige kandidatenlijst vier à vijf drummers geselecteerd: Makaya McRaven, Matt Wilson, John Hollenbeck, Daniel Humair, Teun Verbruggen, Ches Smith, Morgen Ågren, Bobby Previte, Jim Black, Dave King, Allison Miller, Jochen Rückert, Barry Altschul, Dan Weiss, Tom Rainey, Wolfgang Haffner, Dave Kerman, Martin Horntveth.

- **Darcy James Argue**

Deze in Canada geboren, in Brooklyn wonende componist/bandleider is een van de meest gelauwerde figuren uit de hedendaagse jazz van de laatste jaren. Toch wordt hij nog steeds als een veelbelovend talent beschouwd en niet als een arrivé. In New York maakt hij furore met zijn extreem hechte big band Secret Society, waarmee hij in 2013 het Holland Festival aandeed. Music Meeting wil Darcy James Argue nieuw werk laten schrijven voor een hoogwaardig Europees-Nederlands ensemble van big bandformaat, dat in samenspraak met de componist zal worden samengesteld. Vooral vanuit ritmisch en structureel oogpunt is Argue een compromisloze componist die muzikale texturen van een grote dichtheid creëert. Een uitdaging voor een gelegenheidsformatie om de vaak complexe en bijzonder ideeënrijke muziek van deze rascomponist uit te voeren. Eventueel kan deze samenwerking leiden tot een muzikantenpool waarmee ook andere projecten uitgevoerd kunnen worden.

## Musici & Groepen

- **Ana Carla Maza** – Cuba, Frankrijk
- **Antonio Loureiro** – Brazilië
- **Bänz Oester & The Rainmakers** – Zwitserland, Zuid-Afrika
- **Casuarina** - Brazilië
- **Craig Taborn** – VS
- **Fabian Almazan** – Cuba, VS
- **Four Tet** – GB
- **German Diaz** – Spanje
- **Grain de la Voix** – België

- **Himiko Paganotti** – Frankrijk
- **Ilê Aiyê** – Brazilië
- **Kit Downes & Troyka** – GB
- **L'Hijâz'Car** – Frankrijk
- **Lura** – Cabo Verde
- **Michael Wollny** – Duitsland
- **Nass Makan** – Egypte
- **Nicolas Jaar** – VS
- **Orchestre Poly-Rythmo de Cotonou** – Benin
- **Punch Brothers** – VS
- **Rhiannon Giddens** – VS
- **The Gloaming** – Ierland, VS
- **Thomas de Pourquery 'Supersonic'** – Frankrijk

## VERDIEPINGSPROGRAMMA

Verdiepen en verbinden zorgt voor een totale en hoog-gewaardeerde festivalbeleving voor zowel de liefhebber als de sfeerbezoeker. Verdergaande innovatie van dit onderdeel beoogt deze én nieuwe bezoekers duurzaam aan het festival te binden. De aanwezigheid van excellente musici uit de hele wereld – die zelden hier zijn – vormt het inhoudelijke vertrekpunt voor het verdiepingsprogramma. De dwarsverbanden zijn divers: een festivalartiest kan zich – naast het reguliere concert – manifesteren in uiteenlopende settings als een interview, een film, tussen de kleine kids, in een natuur- of erfgoed-decor, in een workshop. Ook de producerende programmering komt daarin aan de oppervlakte. Dit mondt uit in een dynamisch en geïntegreerd verdiepingsprogramma, met een scala aan activiteiten. Nieuw is de Artist In Focus, met wie het publiek in verschillende onderdelen uitgebreid kan kennismaken.

Het verdiepingsprogramma bestaat uit 80 tot 90 events, verdeeld over:

- **Contextprogramma**

- *Interviews met mini-concerten (Mixed Media Lounge)*: Goed ingevoerde journalisten en festivalartiesten gaan in Mezzo intensief met elkaar in gesprek over 'de mens achter de musicus', genres, achtergronden, stijlen en persoonlijke ontwikkeling. Bezoekers kunnen als toehoorder meer te weten komen en via interactieve Q&A's hun eigen vragen inbrengen. Ook via signeersessies stimuleert MM de ontmoeting tussen musici en bezoekers. Elk interview is gekoppeld aan een mini-concert van de festivalartiest, en zo ontstaat een mooie, hooggewaardeerde spin-off van het hoofdprogramma. Regelmatig musiceren hier professionals die elkaar niet kennen, eenmalig samen en komen vernieuwende cross-overs tot stand, geregisseerd door MM.
- *Lezingen*: Over relevante, aan muziek gelieerde thema's met verrassende invalshoeken, door

onder andere wetenschappers van de Radboud Universiteit Nijmegen. Hierbij werken we samen met Radboud Reflects: het onderdeel van de RU dat debatten, (interactieve) lezingen en ontmoetingen organiseert tussen wetenschappers en een breed publiek.

- *Movie Meeting*: In een aparte festivaltent worden aan het programma gerelateerde muziekdocumentaires vertoond. Het streven is om actuele muziekfilms te vinden die aansluiten op het hoofdprogramma. Daarbij genieten films de voorkeur waarvan de makers of hoofdrolspelers-musici in staat zijn een interview te komen geven.
- *Kleinschalige concerten op bijzondere locaties*:
  - *Brunchconcerten*: Intieme, overwegend akoestische sessies in de Hortus Arcadië, grenzend aan het festivalterrein, waarbij bezoekers een brunch kunnen nuttigen en genieten van een ontmoeting tussen natuur en cultuur. Ook hier komen soms door MM georganiseerde nieuwe ontmoetingen en combinaties van musici tot stand, die voor zowel publiek als musici van bijzondere waarde zijn.
  - *‘De Geheime Wandeling’ en ‘De Geheime Fiets-tocht’*: Een muziek-wandel- en muziek-fietsarrangement vanuit de Hortus, via een geheim gehouden route, naar een geheime locatie, begeleid door een natuurgids van IVN Rijk van Nijmegen. Uitmondend in een optreden van een geheim gehouden festivalact.

#### • **Talentontwikkeling**

MM maakt werk van talentontwikkeling. Dat start al bij de allerkleinsten, die tijdens de Mini Meeting dankzij contact met festivalartiesten hun eerste schreden zetten. Via jongeren en semi-professionals/ (top)amateurs die in workshops en workshopbands uitgedaagd worden op een hoger niveau te komen en hun repertoire uit te breiden. Ten slotte worden ook de talentvolle (top)musici-in-opleiding op hun wenken bediend met de maatwerk-masterclasses van festivalartiesten, die samen met ArteEZ georganiseerd worden in Arnhem. De meeste activiteiten vinden plaats op het festivalterrein en op de Hogeschool Arnhem Nijmegen.

- *Masterclasses*: Van hoog niveau; bedoeld voor gevorderde amateurmusici en conservatoriumstudenten; onder leiding van een festivalartiest.
- *Workshops*: Semi-profs/Amateurmusici van divers muzikaal niveau kunnen hieraan deelnemen; onder leiding van (een) festivalartiest(en).
- *Workshopbands*: Reeks workshops leidend tot een gezamenlijk optreden op podium Intro, onder leiding van een of meer festivalartiesten; voor semi-profs/amateurmusici én voor jongeren van divers niveau.

- *Mini Meeting*: Speciaal voor kinderen tot ongeveer 12 jaar; Kinderworkshops door festivalartiesten en kindervoorstellingen (interactieve optredens van festivalartiesten) worden afgewisseld met laagdrempelige kinderactiviteiten.

#### **OVERIGE PLANNEN 2017-2020**

In het verlengde van de kernactiviteiten heeft MM een aantal plannen en activiteiten in petto die slechts worden aangestipt, aangezien ze geen plaats hebben in de begroting en waarvoor soms specifieke, aanvullende financiering noodzakelijk is:

- Vervolg Wintereditie MMXS. De 1st Music Meeting XS heeft als pilot plaatsgehad op 30 november 2014, in het nieuwe Doornroosje. De 2nd XS-editie vond op 20 en 22 november 2015 plaats in Doornroosje en LUX Nijmegen. Met de positieve reacties van pers en publiek op deze eerste intieme en geconcentreerde binnenedities wil MM de ingeslagen weg de komende jaren vervolgen. Dat zal echter niet mogelijk zijn zonder specifieke externe financiering.
- Uitbreiding internationale samenwerking: Music Meeting werkt al jaren artistiek samen met onze Duitse partner Moers Festival. Ha'Fest in Gent (in en rond de Handelsbeurs) zal in toekomst ook in het Pinksterweekend plaatsvinden. Daarmee is de structurele samenwerking Moers (D)-Gent (B)-Nijmegen (NL), ontstaan in 2016, voor de toekomst een feit. Dit biedt perspectief op interessante groepen/projecten, primeurs en exclusiviteit in Nederland.
- Contentleverancier voor stad, regio of land, afhankelijk van behoefte en financiële mogelijkheden partners. Zo is MM in het kader van Leeuwarden 2018 Culturele Hoofdstad van Europa coproducent van een speciaal programmaonderdeel dat zowel in Leeuwarden als in Nijmegen plaats zal vinden. Op lokale en regionale schaal blijft MM samenwerken met poppodium Doornroosje en het Valkhof Festival, gericht op relevante activiteiten en zichtbaarheid door het jaar heen. In 2016 start MM met een zaterdag-experiment dat een brug wil slaan tussen traditionele dansmuziek en hedendaagse, avontuurlijke dance, gericht op een nieuw, deels jonger publieksegment.
- Voor 2019-2020 geldt:
  - Doorontwikkelen artistieke uitgangspunten en kernactiviteiten 2017-2018.
  - Afhankelijk van verdere uitwerking ambities en financiële basis: realisatie overige ambities, zoals Wintereditie MMXS en contentleverancierschap.
  - Daarnaast hebben MM en Holland Festival de intentie om in 2019 een samenwerking aan te gaan, zoals in 2011 rond twee high-profile-projecten met Thione Seck en met Gary Lucas. Deze zeldzame mogelijkheid tot samenwerken doet zich voor dankzij de nabijheid in tijd (MM-data

verschuiven mee met Pinksteren). Dat zou idealiter een van de projecten of artiesten kunnen zijn, genoemd bij 'Artist In Focus' en 'Special Projects'.

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

#### MM presenteert 'state of the art'

MM wordt door onafhankelijke onderzoekers, experts en media in binnen- en buitenland gewaardeerd als een toonaangevend festival dat op een consequent hoog niveau een 'state of the art' presenteert van soms moeilijke of kwetsbare maar altijd relevante muziek die internationaal 'in ontwikkeling' is.

Enkele citaten over Music Meeting in de media:

- *'...een kwart eeuw consistente kwaliteit'* (De Volkskrant)
- *'...het beste wereldmuziekfestival van Nederland'* (Mixed)
- *'...Ook dit jaar maakte Music Meeting zijn smaakmakende rol waar als kraamkamer van nieuwe geluiden uit oude tradities'* (Trouw)
- *'...Met deze programmering heeft de Music Meeting-organisatie laten zien, dat ze (...) nog steeds uitgerust zijn met jeugdig, avontuurlijk en vernieuwend elan zonder enige ooghoekbelasting.'* (OOR.nl)
- *'...Door zijn vele gezichten maakt Music Meeting het zichzelf niet makkelijk. Het festival biedt jazz en wereldmuziek gericht op fijnproevers, maar wil ook een laagdrempelig openluchtfestival zijn...'* (NRC)
- *'...Grenzen, Music Meeting moet er nog steeds niet van hebben, zowel qua genres als territoriale afscheidingen (...) een aangename aanval van uitersten...'* (De Gelderlander)

#### Lanceerplatform voor nieuwe makers en nieuw werk

Met zijn 'producerende programmering', zoals 'special projects' en nieuwe samenwerkingsverbanden, genereert MM continu vernieuwing. Het festival is uitgegroeid tot een platform dat nieuwe makers en nieuw werk lanceert. Zo versterkt en ondersteunt het de ontwikkeling van de podiumkunsten in Nederland en internationaal.

**VOORBEELDEN:** Bheki Mseleku (Zuid-Afrika, 1993), Alfredo Rodriguez en Jésus Alemañy (Parijs/Cuba, 1994), Rabih-Abou Khalil (Libanon, 1995), Cedric Dandará en Randal Corsen (Curaçao/NL, 1997), Régis Gizavo (Madagascar, 1998), Gustavo Toker (Argentinië/NL, 1998), Orchestre National de Barbès (Parijs, 1999), Nitin Sawhney (India/UK, 1999), Arto Tunçboyacıyan (Armenië, 2000), Okay Temiz (Turkije, 2000), Dhafer Youssef (Tunesië, 2001), Yuri Honing (NL, 2001), Kampala Arts

Ensemble (Uganda, 2002), Behsat Üvez en Steven Kamperman (NL/Turkije, 2002), Theo Hoek (NL, 2003), Michael Baird (NL, 2004), Slobodan Trkulja (NL/Servië, 2004), DJ Spooky/Vijay Iyer/Rudresh Mahanthappa (New York, 2005), Karim Ziad, Bojan Zulfikarpasic en Julien Lourau (Parijs, 2006), Horacio 'El Negro' Hernandez en Ramón Valle (Cuba, 2006), Fanfare Ciocarlia 'Queens & Kings' (Roemenië/Bosnië/Frankrijk, 2007), Karim Ziad & Gnawa Crossroads (Frankrijk/NL/Marokko, 2007), Asere & Billy Cobham (Cuba/VS, 2007), Avishai Cohen Roots Project (Israël/VS, 2008), Caito Marcondes Connecting Orchestra (Brazilië/Italië/NL, 2008), Tarhana & Ghalia Benali (NL/België/Turkije/Tunesië, 2009), Boi Akih 'Philosophy of Love' (NL/Indonesië, 2010), Club van Rome featuring Yuri Honing & Greg Ward (NL/VS, 2010), The Lionel Loueke Alliance (Benin/VS/NL, 2011), 6 Spoons, 1 Kitchen (NL/Tunesië/Moldavië/Brazilië/Egypte, 2011), Wang Li & Yom (China/Frankrijk, 2011), Thione Seck 'Orientation' (Senegal/Algerije/Frankrijk, 2011), Ghalia Benali Mw'Soul (Tunesië/België, 2012), The Bridge – Lenine & Martin Fondse Orchestra (Brazilië/NL, 2013), Alune Wade & Harold López-Nussa (Senegal/Cuba, 2015)

Voor een shortlist met kandidaten voor 2017-2020: zie het vorige hoofdstuk.

Tal van musici, woonachtig in Nederland, hebben dankzij MM een impuls gekregen in hun carrière of vonden in MM een katalysator voor de ontwikkeling van de muziek in Nederland.

**VOORBEELDEN:** Michiel Braam (Bik Bent Braam, 1986), Eric Calmes (Eric Calmes Project, 1989 – Het Nederlands Elftal, 2004), Fernando Lameirinhas (Oxala, 1992 – Het Nederlands Elftal, 2004), Lilian Vieira en Lucas van Merwijk (Brazilian World Meeting, 1994), Ronald Snijders (Kaseko Mundial, 1995), Randal Corsen (Dandará/Corsen, 1997 – Het Nederlands Elftal, 2004), Sjahin During (Bayuba Bahia, 1999 – Turqumstances, 2002 – Tarhana, 2009), Yuri Honing (Orient Express, 2001 – Club van Rome, 2010), Mola Sylla (N'Dadje, 2001 – Xam Xam, 2006 – Global Village Orchestra, 2010), Michiel Borstlap (duo met Bill Bruford, 2002), Behsat Üvez en Steven Kamperman (Baraná & Co, 2002 – Het Nederlands Elftal, 2004), Theo Hoek (Gemengde Noten met Metropole Orkest en o.a. Farida, 2003), Neco Novelas (Neco Novelas, 2005), Ramon Valle (Horacio 'El Negro' Hernandez & Ramón Valle, 2006 – Gnawa Crossroads, 2007), Göksel Yilmaz (Göksel Yilmaz Ensemble 2007 – 2009), Monica Akihary (Philosophy of Love, 2010), Pieter Douma (Bguti Orchestra, 2012), Bram Stadhouders (Henosis, 2013),

Martin Fondse (The Bridge, 2013), Mark Tuinstra (Azalai feat. Aly Keita & Hayden Chisholm, 2014)

## Invloed op andere festivals en podia

Als introducerend festival voedt MM de programmering elders. Was MM ruim 30 jaar geleden een roepende in de woestijn, het festival heeft sindsdien zijn invloed laten gelden, nationaal en internationaal. Nederlandse festivals en podia, en ook uitvoerende musici, nemen graag acts en speciale projecten over die MM gepresenteerd heeft. WOMEX en Babel Med, twee belangrijke Europese wereldmuziek-showcasefestivals, brengen sinds enige tijd ook jazz, zoals MM al sinds de start doet.

## Kennis delen met partners

MM wordt als autoriteit en kennisbron geraadpleegd door partners uit binnen- en buitenland. Kernteamleden traden op voor landelijke initiatieven, zoals de Dag van de Wereldmuziek, de Dutch Jazz & World Meeting, IDFA/Play en World Music Forum NL. MM is betrokken bij en medeoprichter van zowel de internationale koepelorganisatie EFWMF (European Forum of Worldwide Music Festivals), als van dé internationale beurs WOMEX. MM participeert in het stedelijke Cultureel Netwerk Nijmegen en in het landelijke netwerk van podiumkunstenfestivals.

MM heeft bijgedragen aan de selectie van de Nederlandse showcase op WOMEX 2015 en draagt bij aan de selectie voor Nederlandse showcase-festival in september 2016, georganiseerd door World Music Forum NL.

## 4. Plaats in het veld en bijdrage aan pluriformiteit

### Onbekende en onderbelichte muziek

MM onderscheidt zich door in Nederland en Europa vaak onbekende en onderbelichte muziek te introduceren met een internationale oriëntatie, vooral jazz, wereldmuziek en cross-overs, in vaak nieuwe combinaties van internationale en Nederlandse musici, in de ontspannen en laagdrempelige sfeer van een buitenfestival. Het internationale aanbod van MM is aanvullend op de reguliere podia: het merendeel is anders niet te zien in Nederland.

### Initiator van muzikale ontmoetingen en nieuw repertoire

Music Meeting onderscheidt zich ook door de 'producerende programmering'. Voor de daarbij behorende projecten is de oorspronkelijkheid en muzikale urgentie essentieel. Verder moet het om een actueel initiatief gaan: de productie verkeert nog in het ontwikkelingsstadium en is bijvoorbeeld niet al uitgegroeid tot een regulier samenkomend ensemble met vast repertoire. Ook met Club jmm...! - het label voor actuele, op rootsstijlen gebaseerde club- en dansmuziek - wordt aangehaakt op initiatieven die op een inventieve manier muzikale cross-overs en genrevervagingen tot stand brengen. Hiermee is tevens een nieuw, jonger publiek bereikt.

Tot en met 2014 vond Club jmm...! tijdens het festivalweekend plaats in het oude Doornroosje. Inmiddels is het geïntegreerd in het programma in Park Brakkenstein. Door het jaar heen vinden enkele club-avonden per jaar plaats in samenwerking met en in (het nieuwe) Doornroosje.

**VOORBEELDEN:** Smadj (2000), Shrine Synchro System (2002), Spam All Stars (2005), Balkan Beat Box (2006), Antibalas (2007), Watcha Clan (2008), Tumi & The Volume, NoMo (2009), Choc Quib Town, Socalled (2010), NoMo (2010), Tremor, Analog Africa Soundsystem (2011), Mark de Clive Lowe 'Church' (2013), Mark Guiliana Beat Music (2015)

### Trendsetter en talent scout

MM brengt wat vandaag belangrijk is en wat morgen belangrijk wordt - en soms ook wat gisteren belangrijk was maar nu nog steeds relevant. Vaak acts die bij het grote publiek nog onbekend zijn. Als het gaat om de rol

van trendsetter of trendspotter, dan presenteerde MM bijvoorbeeld als een van de voorlopers bepaalde muziek die later een groot publiek bereikte: de Cubaanse muziek, de Balkan Beats en de cross-overs van DJ's die de traditie vernieuwen.

MM programmeert sinds 1985 ook grote internationale namen en toonaangevende artiesten. Dat blijft ook een toekomstige lijn, bij voorkeur als de grote naam in kwestie een innovatief project of bijzondere samenwerking wil presenteren.

**VOORBEELDEN:** Salif Keita (1985), Irakere (1986, 1993), Charlie Haden (1986), Hermeto Pascoal (1990), Marisa Monte (1991), Manu Dibango (1991, 2002), Youssou N'Dour (1992, 1996), Kip Hanrahan (1992), Nusrat Fateh Ali Khan (1993), NG La Banda (1994, 1997), Khaled (1994), Django Bates (1995, 2008), Thione Seck (1995, 2011), Super Rail Band de Bamako (1996, 2011), Cesaria Evora (1998), Busi Mhlongo (1998), Totó La Momposina, Nitin Sawhney (1999), Bill Bruford (2002), Steve Coleman (2002), Bela Fleck (2002), Lee Konitz (2003), Mahmoud Ahmed (2005), Billy Cobham & Asere (2007), Avishai Cohen (2008), Magma, Mercan Dede, Hugh Masekela (2010), Richard Bona (2012), Taraf de Haïdouks (2012), Lenine (2013), Raul Midón, Fred Frith, Los Van Van (2014), Brad Mehldau, Fatoumata Diawara & Roberto Fonseca (2015)

MM brengt al jarenlang onbekende (inter)nationale acts die later doorgebroken zijn naar een groter publiek.

**VOORBEELDEN:** Toumani Diabate (1987), Ivo Papasov (1989), Oumou Sangare (1992), Habib Koité (1995), ¡Cubanismo! (1997), Fanfare Ciocarlia (1997), Richard Bona (2000), Rokia Traoré (2001), Dobet Gnahoré (2004), Tinariwen (2004), Tcheka (2005), Bassekou Kouyaté (2008), La 33 (2009), Seun Kuti (2009), Ibrahim Maalouf (2012), Mark Guiliana (2015)

### Andere presentatievormen, huidig en nieuw publiek bedienen

MM is ook toonaangevend voor wat betreft presentatievormen en publieksbereik:

- Dankzij de continue doorontwikkeling én de substantiële omvang van het verdiepingsprogramma weten nieuwe publieksgroepen MM beter te vinden en blijft de waardering voor het festival als geheel op een hoog niveau.
- Het programma van Apollo, met de meest exclusieve



- concerten, trekt de laatste jaren meer publiek.
- De eerste twee edities van Music Meeting XS in november oogsten veel waardering, creëren zichtbaarheid door het jaar heen en boren nieuwe publieksgroepen aan.
  - Meer dan 25 jaar maken landelijke radiopartners, zoals NTR, RNW en VPRO, live-opnamen van het hoofdprogramma. De opgenomen concerten zijn in de maanden na het festival te beluisteren via radio, en door het jaar heen on demand via internet. Dat heeft geleid tot tientallen uitzendingen met een bereik van honderdduizenden luisteraars.
  - Met VPRO wordt doorlopend gesproken over tv-aandacht, met resultaten: in het programma Vrije Geluiden wordt geregeld vooraf aandacht besteed aan musici die bij MM optreden. Datzelfde geldt voor radio-/online-aandacht via NTR en VPRO.
  - Sinds 1985 wordt het festival jaarlijks gerecenseerd door muziekmagazines, regionale dagbladen en landelijke kwaliteitsmedia zoals NRC, Volkskrant en Trouw.
  - Opnamen van MM zijn te beluisteren geweest in onder meer Colombia en Australië; jarenlang heeft Radio Nederland Wereldomroep een compilatie-cd gemaakt van MM-concerten en deze verspreid onder 1.300 (online) radiostations wereldwijd.

wereldmuziek, een belangrijke partner bij het redactioneel samenstellen van het Mezzo-onderdeel van het contextprogramma.

## Positie in het veld en samenwerkingsverbanden

MM heeft lokaal en landelijk een nog steeds uitdijend netwerk van tientallen samenwerkingsverbanden. De samenwerking in het internationale netwerk heeft inhoudelijk-artistiek grote relevantie en speelt een cruciale rol om exclusiviteit in Nederland te kunnen bieden.

Een selectie van Europese partnerfestivals waarmee MM nauw samenwerkt, gericht op het mogelijk maken van (co-)producties, primeurs voor NL/Europa en bijzondere acts: Moers Festival (Duitsland), Musiques Métisses en Jazz Sous Les Pommiers (Frankrijk), Druga Godba (Slovenië), OFFest (Macedonië) en Ha'Fest (België).

Op nationaal/Benelux-niveau draaien de partnerschappen vooral om het gezamenlijk mogelijk maken van (co-)producties of internationale tours, en om efficiëntie en kostenbesparing. Denk aan de samenwerking met: BIMhuis (Amsterdam), Rasa (Utrecht), LantarenVenster (Rotterdam) en MuziekPublique (Brussel).

Voor het verdiepingsprogramma is inhoudelijke samenwerking ook van belang. Met de groei van dit programma neemt het bijbehorende netwerk ook toe in omvang, zowel in het contextprogramma (onder meer LUX, Radboud Universiteit) als bij talentontwikkeling (onder meer ArteZ en andere conservatoria, PopSport, Afrika Museum).

Als mediapartner geldt de VPRO. Daarnaast is Mixedworldmusic.com, het online magazine over

## 5. Ondernemerschap

### Financiering en bedrijfsvoering

De opdracht voor de komende jaren is uitdagend en, gegeven de positieve ontwikkelingen in de laatste jaren en de gesignaleerde kansen, haalbaar. Voorwaarde: compensatie van de 25% terugval van de structurele overheidsbijdragen vanaf 2013.

Het aantal bezoekers is de laatste jaren fors gestegen: van 8.500 mensen in 2008, naar 13.000-20.000 in de periode 2009-2015. In 2011 werd het Parkticket geïntroduceerd (voor het voorheen gratis deel), naast het gangbare entreeticket voor hoofdpodium Apollo. De laatste twee jaren laten een record-recette zien, mede dankzij noodzakelijke prijsstijgingen en een stijgend bezoek aan hoofdpodium Apollo. Prijsstijgingen, meer concurrentie en matig weer hebben echter de laatste jaren ook een drukkend effect gehad op de verkoop van parktickets. Om de kwaliteit, de aantrekkingskracht en de omvang van het festival overeind te houden, heeft MM enkele recente edities moeten interen op het eigen vermogen. De financiële positie is en blijft precair, zeker bij ongewijzigd overheidsbeleid.

De afgelopen jaren is gebleken dat het FPK-basisbedrag van EUR 125.000 (en de overige inkomsten) tekortschiet voor een gezonde exploitatie op de langere termijn, MM houdt het hoofd maar net boven water. Voor het realiseren van hoogkwalitatieve (co-)producties van (inter) nationale allure, die een stevige financiële injectie vragen, is geen ruimte. Ook al zijn we goed op weg om het gat van 25% structurele subsidie-terugval op te vangen, de financiële ruimte is afwezig voor dergelijke artistiek risicovolle maar noodzakelijke initiatieven. Daarom ook doet MM een beroep op de FPK-bijdrage van EUR 25.000 voor (co-)producties.

#### FINANCIERINGSMIX

- De laatste jaren is MM erin geslaagd aanzienlijk meer eigen inkomsten te verwerven. De eigen-inkomstenquote zoals het FPK die hanteert, is tussen 2008 en 2015 gestegen van 30% naar >50%. De prognose is dat de quote zal stabiliseren op ongeveer 50% over 2017-2020. Benadrukt zij dat dit een hoog niveau is voor een festival met een uitgesproken en risicovol profiel als MM.
- Streven naar stabiliseren van deze eigen-inkomstenquote, vooral via recette.
- Substantieel aandeel sponsoring. Met een sponsoring van ongeveer 10% op de totale begroting scoort MM goed, zeker in vergelijking met grote culturele instellingen, die veelal rond 4-5% uitkomen (NRC, 2015). Des te opmerkelijker, aangezien MM 5 jaar

geleden een niveau van 3% had: een forse stijging dus, terwijl de macro-trend – de totale bijdrage van het bedrijfsleven aan de cultuursector – juist een grote daling laat zien met bijna 50% (Volkskrant, januari 2016).

- Compensatie van (een deel van) de 25% terugval structurele overheidsbijdragen.

#### EIGEN INKOMSTEN

- Licht verhogen recette, door geleidelijke verhoging van de ticketprijzen in 2017-2020, vaker uitverkopen van Apollo-concerten, groei van aantal Parkbezoekers, en formule-aanpassingen (de vernieuwde Zaterdag).
- Stabiliseren van horeca-inkomsten: het aantal Parkbezoekers staat onder druk, daarmee ook het verdienvermogen.
- Merchandise vormt een klein maar te koesteren deel van de eigen inkomsten.
- Sponsorinkomsten op peil houden, o.a. ook door netwerk- en hospitality-activiteiten.

#### ANDERE INKOMSTEN VAN OVERHEDEN EN FONDSSEN

Naast een bijdrage van het FPK streeft MM naar continuering van de bijdragen van gemeente en provincie. De verwachting is dat zij hun langlopende partnerships met MM continueren. Particuliere fondsen wil MM via intensieve werving waar mogelijk uitbreiden.

#### NIEUWE PARTNERSHIPS: LOCATIEVERHUUR EN FACILITEITEN DELEN

Een sprekend voorbeeld van deze vorm van cultureel ondernemerschap speelt op dit moment, en in 2017-2020 blijven we actief werven op deze kansen. Zorginstelling Pluryn en MM zijn een samenwerking aangegaan om in 2016 op de vrijdag voor het festival een personeelsdag voor enkele duizenden Pluryn-medewerkers en hun gezinsleden te houden in Park Brakkenstein, gebruikmakend van de locatie, infrastructuur, de expertise en de productionele menskracht van MM. De primeur voor deze nieuwe vorm van partnership ging in 2013 naar de Radboud Universiteit: zij vierde toen haar 90-jarige verjaardag met een Dies XXL-festival op het terrein van MM, volgens een 'plug-and-play'-formule. Vooralsnog gaat dit om incidentele kansen, die MM zoveel mogelijk probeert te verzilveren om incidentele middelen en besparingen te genereren. Dit doen we door deze mogelijkheid actief uit te dragen – in het netwerk, in de media en bij organisatoren van bedrijfs evenementen.

**CROWDFUNDING, VRIENDEN, MECENATEN**

Deze bronnen komen met name in beeld voor kleine, eenmalige initiatieven die anders niet gerealiseerd kunnen worden. De focus houdt MM gericht op een gezonde, structurele exploitatie. Crowdfunding is een interessante, maar tegelijk voor MM een te weinig substantiële financieringsbron. De Vrienden vormen een bescheiden, belangrijke groep ondersteuners. De mogelijkheden voor mecenenaten zijn verkend, maar ook hier blijken de mogelijkheden beperkt.

**OVERIGE KANSEN**

Continueren binnenversie Music Meeting XS, bij voldoende extra middelen, vanaf eind 2016.  
MM als contentleverancier.

**VISIE OP HET WERVEN VAN PRIVATE MIDDELEN**

- Noodzakelijk, gegeven de terugtrekkende overheid en continuïteit op langere termijn.
- Consolideren private middelen rond 50-55%.
- Gezond en risico-dempend, want betere spreiding over meerdere bronnen.
- Overheidsbijdragen zijn voor MM op zijn plaats, juist omdat MM als cultureel niche-festival bovengemiddeld presteert, mét een risicovol profiel.
- Publieksinkomsten vormen de groeiende kurk binnen de private middelen van MM. Het festival voert deze bron stapsgewijs op om tegenwind bij andere bronnen op te vangen.
- Sponsoring is cruciaal: het kan noodzakelijke nieuwe geldbronnen opleveren, de maatschappelijke en economische meerwaarde van het festival verder vergroten en – via medewerkers in bedrijven – nieuwe publieksgroepen aan MM binden.
- Ook de bijdragen van private fondsen, zeker voor het verdiepingsprogramma, zijn voor MM van groot belang, maar de kansen worden schaarser: meer concurrentie, minder budget.

**STRATEGIE BIJ TEGENVALLENDE INKOMSTEN**

- Door betere spreiding van belangrijkste bronnen, vooral door toename publieksinkomsten, neemt het risico op tegenvallende inkomsten af.
- Terugvallen op algemene reserves, die MM met zorgvuldig en risicomijdend financieel beleid op de lange termijn probeert te vergroten.
- Indien bovenstaande onvoldoende blijkt, dan terugschakelen naar kleinere schaal (bijvoorbeeld één dag minder, het aantal concerten verminderen, opnieuw binnenfestival).

**ACTIVITEITEN GERICHT OP EFFICIENCY EN KOSTENBESPARING**

- Locatieverhuur en faciliteiten delen, zoals Radboud Rocks (2013) en Pluryn (2016), leidend tot substantiële kostenbesparing voor partners en MM.
- Samenwerken met lokale en landelijke partners in

marketing, zoals Cultureel Netwerk Nijmegen (CNN)/NijmegenCultuurstad.nl, Rabobank, MixedWorldMusic.com, Heaven, VPRO.

- Coproducties en samenwerking met partners in programma, zoals EFWMF, Moers Festival, Holland Festival. Doel is goedkoper contracteren, onmogelijke acts mogelijk maken, tijd besparen.
- De uitvoeringsorganisatie van MM bestaat al uit een klein team professionals, met daaromheen stagiaires en 200 vrijwilligers: zeer kosteneffectief. Stichting MM kent geen vaste contracten, er wordt uitsluitend gewerkt met projectopdrachten. Het kernteam bestaat uit 2,8 fte. Voor de periode 2017-2020 is het streven om dit scherpe niveau te handhaven.
- De begroting wordt jaarlijks doorgelicht op besparingsmogelijkheden, met name bij inkoop.
- Met leveranciers worden scherpe, kortlopende contracten afgesloten, die na een jaar kunnen worden heronderhandeld, of waarnaast concurrerende offertes worden gelegd.

**CODE CULTURAL GOVERNANCE & CODE CULTURELE DIVERSITEIT**

De bestuurs- en toezichthoudende taken van de Stichting Music Meeting zijn vormgegeven met inachtneming van de Governance Code Cultuur. Uitgangspunt is het bestuur-model. Het beleid wordt vastgesteld door het bestuur dat toezicht houdt en eindverantwoordelijk is. Naast de uitvoering heeft het bestuur aan één directeur een groot deel van de beleidsvoorbereidende en -uitvoerende taken gedelegeerd. In reglementen komen hun onderlinge verhouding, bevoegdheden en verantwoordelijkheden tot uitdrukking. Het bestuur en de directeur vergaderen regelmatig volgens een daartoe opgestelde jaarplanning.

De Stichting respecteert en onderschrijft de principes van de Code Culturele Diversiteit. Dat is inherent aan de identiteit van de Stichting, die tot doel heeft westerse en niet-westerse muziekvormen samen te brengen. Vanuit dat perspectief ontwikkelt de Stichting een organisatiestrategie waarin diversiteit voorop staat. Dat komt het meest zichtbaar tot uitdrukking in de inhoudelijke en artistieke programmering. Het publiek dat het festival weet te trekken getuigt in toenemende mate van diversiteit in de brede zin van het woord: naar leeftijd, opleiding, inkomen en etniciteit. Datzelfde geldt voor de organisatie en netwerk – van bestuur en kernteam tot vrijwilligers en (inter)nationale partners uit alle werelddelen.

## Publiek en Marketing

### DNA EN MERK

Het DNA van het Music Meeting is: internationaal, excellent, genre-overstijgend, improvisatie, experiment, avontuur, inclusief (m.b.t. publiek), exclusief (m.b.t. programma), ontmoeten.

In de MM-communicatie wordt ter ondersteuning van het imago gebruik gemaakt van een herkenbare huisstijl, consistent doorgevoerd in alle uitingen en het gedrag van medewerkers. De 'look and feel' van de uitingen is herkenbaar, duidelijk en verleidelijk. De toon is persoonlijk en toegankelijk.

De 'MM' van het logo, dat een prominente rol speelt in de branding, staat behalve voor de afkorting van Music Meeting ook voor een kwaliteitslabel, een sterk (keur) merk. Als ander kernelement wordt één ondertitel gebruikt: 'De beste muziek die je zelden ziet'.

### BEZOEKERS

#### Profiel

Dankzij publieksonderzoek, een klantendatabase en het e-ticketingsysteem wordt het beeld van het MM-publiek steeds scherper.

Het huidig bezoekersprofiel:

- gemiddelde leeftijd is 36 jaar (gedaald van 45 jaar in 2004)
- 80% hoogopgeleid
- 17% allochtoon
- 35-40% van buiten de regio, mn. uit Randstad
- Klanttevredenheid: 8
- Ruim 80% beveelt het festival aan

#### Klantpiramide

In totaal telt MM de afgelopen vier jaar tussen de 13.000 en 20.000 bezoekers, die samen zo'n 50.000 tot 75.000 bezoeken afleggen. Uitgaande van 2015 bevinden zich aan de basis van de piramide momenteel grosso modo 10.000 mensen: een kleine 5.000 bezoekers met een Parkticket, plus ruim 5.000 kids <16jr, gasten, sponsors en andere bezoekers. Daarboven bevinden zich zo'n 1.500 mensen met een dagkaart, en in de top zo'n 400 passepartout-houders. Hoe lager in de piramide hoe belangrijker de sfeer is voor de bezoeker, hoe hoger in de piramide hoe belangrijker de muziek is. Gesimplificeerd kent MM twee hoofddoelgroepen: de Apollo-bezoeker (muziek op 1, sfeer op 2) en de Parkbezoeker (sfeer op 1, muziek op 2).

In 2015 bestond maar liefst 13% van de Apollo-bezoekers uit mensen die in 2014 een Parkticket kochten. Via gerichte communicatie en acties willen we deze gezonde doorstroom in de klantpiramide, die de afgelopen jaren is ontstaan door slim beprijzen en programmeren, verder stimuleren.

### HOOFDDOELSTELLINGEN COMMUNICATIE & MARKETING

- Profileren van MM conform het DNA en gewenste imago bij relevante doelgroepen.
- Vaker uitverkopen van Apollo-concerten. Klanten blijven verleiden een stapje hoger te zetten in de klantpiramide: van Parkticket naar Apollo (dagkaart en passepartout).
- Succesvol lanceren Zaterdag Special, met nieuw deels jonger publiek.
- Streven naar 25% niet-autochtone bezoekers (nu < 20%).
- Bezoekerstevredenheid: minimaal een 8. De hoge bereidheid tot aanbevelen biedt de komende jaren potentieel voor een grotere wervingskracht van de MM- 'ambassadeurs'.
- Ondersteunen van verdere stijging recette met 7,5% over de periode 2017-2020.

## Hoofdpijnen strategie

### BEZOEKER EN NETWERK ALS AMBASSADEUR

Focus op de huidige bezoekers-fans. Elke bezoeker is een potentiële ambassadeur, die via zijn eigen kanalen MM kan aanbevelen aan zijn of haar achterban. Zo benadert MM ook sleutelfiguren in het MM-netwerk: van vrijwilligers/medewerkers en musici/management, tot horecameden en partners/sponsors. We roepen ze hiertoe actief op en ontwikkelen hiervoor handreikingen, zoals socialmedia-tools en een online campagne. In de relatie met bezoekers en netwerk is 'de stijl van het huis': open, toegankelijk, helder en persoonlijk.

### SLIM PRIJSBELEID

Gedifferentieerd prijsbeleid is een instrument om meer mensen uit te nodigen een stapje hoger te zetten in de klantpiramide. Die formule is in recente jaren succesvol gebleken, dus die continueren we in 2017-2020.

De prijs van MM-tickets voor hoofdpodium Apollo zit in het midden van de markt. MM kiest bewust voor een relatief lage, aantrekkelijke prijs van het Parkticket voor de grote groep sfeer- en muziekliefhebbers. De introductie van dit Parkticket heeft de afgelopen jaren bijgedragen aan een substantieel hoger niveau van de recette vergeleken met de jaren voor 2011. Met speciale acties worden in 2017-2018 beoogde bezoekers verleid om (opnieuw) in te stappen en wordt onderstreept dat onze tickets aan de onderkant van het assortiment vriendelijk geprijsd zijn. Dat laatste is, zo merken we, belangrijk in de perceptie van een deel van de Parkbezoekers, terwijl een ander deel daar al van overtuigd is.

### EERDER DANKZIJ ONLINE

Doordat sinds 2014 de Parktickets ook online verkrijgbaar zijn, kopen steeds meer mensen hun tickets eerder, tot wel 50% online. Zo creëren we eerder meer zeker-

heid voor dit deel van de omzet, in plaats van aankoop aan de kassa op de dagen zelf waarbij het weer – én de weersvoorspelling – een nog crucialere rol speelt.

### **MIDDELENMIX**

MM zet met crossmediale marketing- en pr-activiteiten stevig in op maximale exposure richting de relevante doelgroepen, vooral de huidige en potentiële Apollo-bezoekers ('muziekiefhebber') en een deel van de huidige en potentiële Parkbezoekers ('sfeeriefhebber') – een ander deel van de Parkbezoekers is nog niet geïdentificeerd, want (nog) geen online koper dus geen contactgegevens. De nadruk ligt hierbij op free publicity en online. De middenmix op hoofdlijnen:

- Mediacampagne, vooral via free publicity bij landelijke, regionale, lokale nieuws- en muziekmedia.
- Communicatie via de kanalen van alle coproductanten/samenwerkingspartners. Ook partners als VPRO, Trouw, Radboud Universiteit, HAN, ArtEZ, CNN en sponsors spelen hier een rol.
- Reguliere eigen communicatiemiddelen, zoals website, social media, programmaboekje/direct mail, mupi's, folders/flyers, posters, advertenties, Spotify-, Soundcloud-, e.a. -playlists, digitale nieuwsbrief.
- De website musicmeeting.nl is in de aanloop naar het festival in 3 maanden goed voor ruim 50.000 sessies en meer dan 200.000 pageviews. Via Facebook bereiken we inmiddels 7.000 fans, via Twitter een kleine 2.000, via Instagram zo'n 400. Op onze digitale nieuwsbrief zijn zo'n 4.000 volgers geabonneerd, en zo'n 4.500 fans ontvangen thuis een programmaboekje.

### **BELANGRIJKSTE ACTIES/MIDDELEN GERICHT OP BELANGRIJKSTE DOELGROEPEN/DOELSTELLINGEN**

- Early Bird-actie in december: vroege beslissers onder de Apollo-fans kunnen met korting een passepartout aanschaffen. Gericht op de harde kern van huidige publiek/muziekiefhebbers.
- Gefaseerd bekendmaken programma en interessante content tot aan het festival: nadruk op Apollo-bezoekers (dagkaarten en passepartouts), vooral via de geschikte externe media en eigen kanalen (mn. nieuwsbrief, social media en website).
- Zaterdag Special 'dance, trance & trad': andere programmering, aangepaste formule en 'buzz' creëren, vooral via onze (dance-)partners, die hun eigen achterban mobiliseren via hun eigen kanalen. Gericht op nieuw deels jonger publiek, en op promoveren van huidige Parkbezoekers naar Apollo-bezoekers.
- Bijzondere, publieksvriendelijke actie rond de Parktickets: *Bring your Friend, Family or Refugee*, twee voor de prijs van één in een beperkte periode om urgentie en schaarste te creëren. Vooral gericht op nieuwe en terugwinnen oude Parkbezoekers, deels ook voor groei aandeel niet-autochtonen.

## 6. Spreiding

Nijmegen, sinds 1985 de hoofdlocatie van Music Meeting, ligt in het oosten van Nederland, precies tussen Randstad en Ruhrgebied. MM neemt een unieke plek in in het Nederlandse landschap, niet alleen metaforisch maar ook letterlijk. Wat het artistieke profiel betreft, kent MM geen gelijke, noch in de regio, noch elders in het land. Het festival trekt een substantieel deel bezoekers van buiten de regio (35-40%).



## 7. Bijdrage (co-)productie

Zoals beschreven in hoofdstuk 2, en verder toegelicht in de hoofdstukken 3 tot 5, vormen (co-)producties al jaren het hart van het programma van MM. De plannen hiervoor kunnen alleen gerealiseerd worden met een FPK-bijdrage voor (co-)producties. Het festival levert al jaren belangrijke meerwaarde voor het podiumkunstenlandschap met zijn gerealiseerde (co-)producties, zoals ook blijkt uit de genoemde voorbeelden in hoofdstuk 3 en 4. Het ontbreken van de financiële ruimte, ofwel de urgente noodzaak van een FPK-bijdrage, is beschreven in hoofdstuk 5.

## 8. Toelichting op begroting, dekkingsplan en kengetallen

Vooraf: Mochten bepaalde begrote inkomsten niet gerealiseerd worden, dan worden waar mogelijk ook begrote uitgaven tijdig verlaagd (bijv. bij fondsenwerving rond Verdiepingsprogramma).

### Baten

#### 1. Publieksinkomsten: recettes Nederland

Verhoging door vaker uitverkopen hoofdpodium Apollo, aanpassing en uitbreiding formule (vernieuwde Zaterdag) en door geleidelijke prijsverhogingen.

#### 2. Sponsorinkomsten

Hoge niveau willen we consolideren door voortzetting huidige aanpak. In 2015 realiseerden we een incidentele plus van ruim EUR 5.000. Verdere stijging onrealistisch vanwege specifieke profiel MM, moeilijke omstandigheden bedrijfsleven en toenemende concurrentie vanuit culturele veld.

#### 3. Overige inkomsten

##### 3.b. Horeca

In 2013-2015 heeft MM relatief hoge horeca-inkomsten genoten, dankzij een driejarig fixed-pricecontract. Vanwege mindere weersomstandigheden en een lager volume Parkbezoekers heeft onze horeca-partner deze jaren forse verliezen geleden, en MM niet. Sinds 2016 geldt dan ook een nieuwe afspraak, met lagere horeca-inkomsten, die we in 4 jaar tijd via hogere volumes weer willen optrekken. We begroten nu het lagere niveau, gebaseerd op het eenjarig (grotendeels) vaste bedrag over 2016.

#### 6. Overige bijdragen uit private middelen

##### 6.c. Private fondsen

MM ziet onverminderd mogelijkheden om fondsen op een niveau van zo'n 8% te brengen. Ambitieuw en realistisch: 2015 is eenmalig op o uitgekomen, in de vier jaren ervoor plus 2016 komen we op een gemiddeld bedrag uit van bijna EUR 50.000.

#### 8. Structurele subsidie OCW of Fonds Podiumkunsten

MM gaat uit van honorering van deze aanvraag door het Fonds, inclusief de Bijdrage (co-)producties.

#### 9. Structurele subsidie provincie

MM gaat uit van continuering van de structurele subsidie. Deze subsidie is in drie jaar met 50% afgenomen, tot EUR 45.000 in 2016.

#### 10. Structurele subsidie gemeente

MM gaat uit van continuering van de structurele subsidie.

#### 11. Overige bijdragen/subsidies uit publieke middelen

##### 11.a. Nederlandse overheden

Deze bijdragen komen t/m 2016 uit de Subsidieregeling Meerjarenprogramma's Gelderland van de Provincie. Dit zijn incidentele meerjarige regelingen. MM is in gesprek met de Provincie gericht op het structureel maken van deze gelden.

### EIGEN INKOMSTENQUOTE

Van 54,8% (gemiddeld 2013-2014-2015) naar 51,6% (gemiddeld 2017-2020). De hogere quote over 2013-2015 is ontstaan door de grootschalige, eenmalige samenwerking met RU in 2013, leidend tot een 62,6% quote in dat jaar.

### Lasten

#### 1. Beheerlasten personeel

MM heeft in de jaren 2013-2016 deze lasten naar een zeer laag niveau teruggebracht, noodgedwongen door overheidsbezuinigingen en om begrotingen sluitend te krijgen. Voor 2017-2020 geldt dat die lijn zal worden vastgehouden, in de vorm van een beperkte verlaging. Het totaal van de personele kosten organisatiekern wordt in de verhouding 30:70 verdeeld over beheer- en activiteitenlasten personeel.

#### 2. Beheerlasten materieel

De beheerlasten materieel wil MM op een vertrouwd laag niveau houden. De post huisvesting kan relatief en absoluut laag blijven, dankzij de huur van kantoorruimte in een sober cultureel verzamelgebouw in een oud schoolgebouw.

#### 4. Activiteitenlasten personeel

##### 4.b. Uitkoop/honoraria kernprogrammering podiumkunsten

Stijging van EUR 20.000 ten opzichte van de huidige periode vanwege (co-)producties: Artist In Focus en Special Projects.

##### 4.c. Uitkoop/honoraria overige programmering

Stijging van EUR 5.000 ten opzichte van de huidige periode vanwege uitbouw verdiepingsprogramma, onder meer Artist In Focus.

**5. Activiteitenlasten materieel**

De begroting wordt jaarlijks doorgelicht op besparingsmogelijkheden. Met leveranciers worden scherpe, kortlopende contracten afgesloten.

**5.a. Locatiekosten**

Het begrote bedrag is gebaseerd op het gemiddelde over de huidige periode.

**5.b. Overige programmakosten**

Het begrote bedrag is gebaseerd op het gemiddelde over de huidige periode.

**5.c. Marketing**

In 2015 is een forse bezuiniging doorgevoerd op marketing, om de begroting sluitend te krijgen (onder meer door bezuiniging Provincie). Voor 2017-2020 handhaven we de uitgaven op het huidige lage niveau en blijven we kiezen voor minder inkoop en meer zelf doen.

**5.d. Educatieve activiteiten**

Deze post heet in de jaarrekening 'activiteiten verdiepingsprogramma'. Behalve materiële kosten voor educatie vallen hier ook de kosten onder voor het contextprogramma.

**12. Exploitatieresultaat**

MM koerst op een sluitende begroting in 2017-2020.

**KENGETALLEN / PRESTATIEGEGEVENS**

Wat bezoekersaantallen betreft, streeft MM naar: vaker uitverkopen van hoofdpodium Apollo; het laten stijgen van het aantal Park-bezoekers (en daarmee samenhangend het verhogen van de deelname aan het verdiepingsprogramma, zowel talentontwikkeling als het contextprogramma); het verleiden van nieuw deels jonger publiek door aanpassing en uitbreiding van de formule (vb. de vernieuwde Zaterdag).