

feStiVal der Aa

Jaarverslag 2013

Maart 2014

Inleiding

FestiValderAa werd in 2011 voor het eerst gerealiseerd, op initiatief van festivaldirecteur Henk Jongebroed. Na 25 jaar betrokkenheid bij Oerol wilde hij in zijn eigen woonplaats een soortgelijk, maar intiemer festival organiseren, primair bedoeld voor de inwoners van Schipborg en omgeving. In samenwerking met Joop Mulder, artistiek directeur van Oerol, ontstond het idee voor FestiValderAa. Enkele Oerol-voorstellingen werden overgeheveld naar de natuurlijke omgeving van Schipborg en gepresenteerd aan een nieuw publiek. Deze formule werkte goed. Door de samenwerking met Oerol kon het festival direct rekenen op veel media-aandacht. Het eerste festival werd bezocht door 5500 mensen, afkomstig uit heel Noord-Nederland maar ook daarbuiten. Er bleek onder een veel bredere doelgroep dan verwacht belangstelling te bestaan voor een dergelijk initiatief.

In de jaren erop ontwikkelde Jongebroed een meer autonome programmering. De samenwerking met Oerol bleef bestaan, maar FestiValderAa kreeg tevens een duidelijker regionaal profiel. Jongebroed is zich onder meer gaan richten op jonge, talentvolle theatermakers en muzikanten uit Noord-Nederland. Dat doet hij vanuit een gevoelde noodzaak: er zijn in deze regio niet veel toegankelijke presentatieplekken, waar jonge makers hun werk kunnen laten zien aan een zeer diverse doelgroep. Er is veel mogelijk bij FestiValderAa. Ook ruwe bolsters krijgen hier de kans zichzelf te laten zien.

In 2012 kon het festival rekenen op 6.500 bezoekers. Iets meer dan de helft was afkomstig uit Noord-Nederland. Het afgelopen jaar – in 2013 – is FestiValderAa door bijna 7.000 mensen bezocht.

Samenvatting 2013

De voorbereidingen liepen goed op enkele opstartproblemen na. Het productieteam had even tijd nodig om zich in de regio te 'nestelen'. Hieruit blijkt wederom dat het FestiValderAa een bijzonder is. De zeer grote lokale betrokkenheid geeft veel mogelijkheden, maar je moet wel de juiste aanpak kiezen.

Mede doordat er financieel heel laat pas zekerheid was over enkele fondsen bleef het lang onduidelijk wat de mogelijkheden waren. Desondanks was dit het meest succesvolle FestiValderAa, mede door het fantastische weer (drie dagen zon en ca. 20 graden Celsius). Er kwamen meer bezoekers en financieel werd voor het eerst sinds 2011 positief afgesloten.

Inhoudelijk was het programma beter en gevarieerder dan in 2012. De muziek op het hoofdpodium was kwalitatief beter dan het jaar daarvoor. Een punt van aandacht is mogelijk een grotere investering in een afsluitende band van naam. Het budget van deze (dure) afsluiter is nu geïnvesteerd in de algehele kwaliteit op het podium. Ondanks het ontbreken van een grote naam kwamen er toch zo'n duizend mensen meer dan het jaar daarvoor.

De theaterprogrammering was gevarieerd en sprak veel bezoekers aan. Toch viel de bezettingsgraad tegen ondanks dat het aantal voorstellingen met 30% verminderd was.

De randprogrammering was ook beter en gevarieerder dan in voorgaande edities. Een belangrijk uitgangspunt van de organisatie was om het festival meer aan te laten sluiten bij de natuur. Dit werd zowel in de randprogrammering als vormgeving gedaan.

Hierdoor kwam het festivalterrein beter uit dan ooit, mede door de grootse inzet van enkele zeer actieve vrijwilligers uit het dorp. Een mooi vormgegeven geheel op de heide. Door projecten op te starten met deze vrijwilligers werd de draagkracht in het dorp nog sterker.

Uitgangspunten 2013

Een belangrijk uitgangspunt van de organisatie was om FestiValderAa 2013 weer beter te maken dan 2012, maar ook om het voortraject soepeler te laten verlopen. Een aantal thema's waren daarbij van belang: solide organisatie, betrokkenheid van de regio, verbinding met de natuur en diverse andere evaluatiepunten.

Daarnaast bleek na afhandeling van 2012 dat de administratie zowel in de boekhouding als bij de kassa verbeterd moest worden. Daartoe werd een aantal gesprekken gepland tussen penningmeester, de boekhouder/accountant en de producent. Dit leidde tot een financiële basisadministratie. Daarnaast zijn er een aantal basisdocumenten gecreëerd door de producent waarmee het team kon werken.

Naast de nodige festivalverbeteringen werd ook algemeen gekeken hoe het festival meer aansluiting zou kunnen krijgen bij de omgeving. Een aansprekend punt voor enkele belangrijke partners. Bij al deze verbeteringen/aanpassingen werd gebruikt gemaakt van de basis die de productie in 2012 al had gelegd.

Programmering

De muziekprogrammering sloeg – ondanks het uitblijven van een grote naam zoals in 2011 Ellen ten Damme en 2012 Chef' Special – aan bij de bezoekers. Een onverwacht maar toch zeer passende programmering met ruimte voor jonge en regionale liedjesmakers. Ook was er voor het eerst sinds de start van het festival elke avond een feestelijke afsluiter op het hoofdpodium. De samenwerking met Wishfull Music verliep ook prettig. Door hun toedoen was er op het (kleine) Koepelpodium ook een betere programmering gerealiseerd. Voor een deel zelfs internationale talenten.

De theaterprogrammering op locatie werd ook redelijk goed bezocht (63%), waarvan een aantal voorstellingen was uitverkocht! (Het Houten Huis, NNT, Noorderlingen). De voorstelling van Niels Brandaan werd erg slecht bezocht ondanks een heel groot artikel in het Dagblad van het Noorden vlak voor het festival. Deze voorstelling haalde de gemiddelde bezettingsgraad naar beneden. De hoge bezettingsgraad (ruim 60%) voor de opera van Collectief Vliegwielen was niet verwacht maar geeft aan dat moderne vormen van klassieke muziek (en theater) goed vallen bij het publiek.

Het straattheater en theateraanbod op het festivalterrein was gevarieerd en werd positief ontvangen. Er zijn een aantal nieuwe onderdelen toegevoegd om het programma breder te maken, waaronder Vroege Vogeltochten, kunst en film. Deze werden zeer gewaardeerd door de bezoekers en deelnemers aan deze programmaonderdelen.

Projecten

Kassa – info keet

Om de betrokkenheid in Schipborg en omstreken te vergroten en daardoor ook de draagkracht lokaal te stimuleren, is een aantal mensen gevraagd om enkele projecten te realiseren. Na een presentatie van de ideeën door vormgeefster Karin Post bleek een groep van vijf vrijwilligers hiervoor in te zijn. Zij begonnen medio maart met de zoektocht naar materialen om het bouwproject niet te kostbaar te laten worden. Binnen enkele weken bleek dat ze actiever waren dan verwacht. Bijna elke dag werd er geklust door een steeds grotere groep.

Vanwege het grote succes van deze activiteit werd ook een projectaanvraag ingediend bij het coöperatiefonds van de Rabobank Noord-Drenthe. De aangevraagde 3000 euro werd gelukkig ook toegekend.

Het bouwen van de kassa's werd ook breed uitgemeten in de social media en bracht naast prachtige kassa's veel goodwill op.

Het succes van dit project werd nog maar eens onderstreept door aanvragen die binnenkwamen om de kassa's te mogen huren. Er is echter besloten dit niet te doen, de kassa's blijven exclusief voor FestiValderAa.

Natuur betrekken (Vroege Vogeltochten)

Om de natuur meer te betrekken bij FestiValderAa werd er contact gezocht met Staatsbosbeheer. Zij kwamen met het idee een Vroege Vogeltocht te organiseren. Deze tocht onder begeleiding van een boswachter door het natuurgebied Drentsche Aa, vond zowel op zaterdag als op zondag plaats om 7.00 uur in de ochtend en werd afgesloten met een ontbijt op een prachtige plek.

Marketing en PR.

Er was tot 2012 geen betaalde marketing / pr medewerker bij FestiValderAa. Daarom werd al vroeg in de voorbereiding besloten daarvoor iemand aan te trekken. Na enig zoekwerk kwamen we terecht bij Elco van der Meer, een tamelijk onervaren maar enthousiaste promotiemedewerker. Hij ging samen met Ronald van der Bend (sponsor grafische vormgeving vanaf 2011) een team vormen.

Grote veranderingen leverde dat niet op behalve dat er meer gedaan werd om de zichtbaarheid in de regio te vergroten. Door omstandigheden begon de campagne iets aan de late kant waardoor de zichtbaarheid tot eind juni minder groot was dan gewenst.

Door een samenwerking op pr-gebied met twee andere festivals, geïnspireerd door een Drentse provinciale subsidie, werden de pr-taken iets ingewikkelder. Het resulteerde wel in gezamenlijk en daardoor kostenbesparend drukwerk van flyers en posters.

Een ludieke actie – zoals het WK achteruithollen in 2012 - kwam er niet van door tijdgebrek.

Wel was er veel succes met facebook en twitter. De *vrienden* en *likes* breiden zich snel uit met enkele social media campagnes. Ook bleek de toon van de berichten meer aan te sluiten bij de doelgroep.

Kaartverkoop

De kaartverkoop was wederom uitbesteed aan een jong ICT-bedrijf uit de stad Groningen. Na de nodige problemen ging de kaartverkoop iets later dan gepland van start. Vlak voor en bij het begin van het festival waren er opnieuw problemen in en met de kassa's.

De voorverkoop van de kaarten kwam traag op gang. Maar er werden uiteindelijk net als het jaar daarvoor rond de vijftig procent van de kaartjes voor de locatievoorstellingen verkocht, al zat er een heel ander verkooppatroon in. Bijna de helft van de kaarten werd tijdens het festival verkocht.

Enkele weken voor het festival werd, er in samenwerking met AH Zuidlaren een actie opgezet waarbij AH de entreekaartjes voor het festivalterrein voor de helft sponsorde (bij aankoop van meer dan € 25,= boodschappen). Met deze succesvolle actie werden 327 kaarten verkocht.

Aandachtspunten productie

In 2012 was er een goede basis gelegd voor de opzet en indeling van het festivalterrein van 2013. Door de vormgeefster Karin Post is in samenwerking met Ruben Bosch gekeken naar de bottlenecks van 2012. De belangrijkste verandering qua indeling is de verplaatsing van de kassa waardoor er een betere entree ontstond voor bezoekers. De doorstroom in de Heidesteeg werd hierdoor veel beter. Het publiek heeft deze verbetering als zeer positief ervaren.

Verder werd er met het bestuur gekeken naar mogelijkheden om lokale partijen aan te spreken om materiaal ter beschikking te stellen. Een aantal bedrijven werd benaderd en zo kreeg FestiValderAa er weer een aantal partners bij.

Tijdens het festival zijn er geen noemenswaardige incidenten voorgevallen.

De Ruiteweg, de westelijke begrenzing van het festivalterrein, was vrijwel het hele festival leeg, er ontstonden geen opstoppingen, Restaurant De Drentsche Aa was goed bereikbaar. De meeste mensen kwamen op de fiets, de parkeerplaatsen voor auto's bleven relatief rustig.

Financiële positie

FestiValderAa begon dit jaar met een nieuwe producent, Ruben Bosch. Zijn aanpak was verfrissend en voortvarend. De financiële onduidelijkheden die resteerden van de editie 2012 werden goed geanalyseerd en weggewerkt. Uiteindelijk bleek er een negatief saldo van 5000 euro te restereren, vooral ontstaan door achterstallige schulden van de editie 2011. In overleg met de gemeente Aa & Hunze werd dit opgelost.

De editie 2013 begon met een voorzichtige begroting en er werden gefaseerd programmaonderdelen bevestigd. Het duurde lang voordat er zekerheid was omtrent de laatste toezeggingen van fondsen. Gelukkig werden alle toezeggingen waar gemaakt en kon de organisatie zonder problemen verder.

Op de productiekosten is bespaard ten opzichte van de kosten in 2012. De personeelskosten zijn hoger uitgevallen omdat er met een groter en vast productieteam werd gewerkt. Een goede sponsordeal met bierleverancier AB-Inbev droeg bij aan een positief resultaat in de (natte)horeca. Toch was de omzet iets minder dan verwacht, zeker gezien de zeer gunstige weersomstandigheden.

Uiteindelijk is editie 2013 afgesloten met een positief saldo. Het overschot zal gedeeltelijk gebruikt worden om FestiValderAa kwalitatief op te waarderen. Verder zal tien procent van de gerealiseerde begroting worden aangehouden als reserve voor eventuele calamiteiten (weer!) en andere mogelijke tegenvallers.

Organisatie

De organisatie bestond in 2013 vrijwel uit een compleet nieuw team rondom de nieuwe producent. Een team van veel jonge maar talentvolle medewerkers. Het basisteam werd gevormd door Henk Jongebloed (programma), Ruben Bosch (producent, productie) Bernou Ozinga (artiesten, vrijwilligers, office, kaartverkoop), Elco van der Meer (pr), Arjan Smit (horeca en pachters), Karin Post (vormgeving terrein & projecten) aangevuld met twee stagiaires Rutger Smit(KCM, RUG) en Lotte Dijkstra (afgestudeerd KCM).

De producent en de programmeur kenden -uiteraard- het festival al goed. De anderen hadden even tijd nodig 'feeling' te krijgen met het festival. Maar na enkele weken was het goede gevoel bij iedereen wel aanwezig. De vormgeefster Karin bleek al snel mooie ideeën te hebben voor de bouw van een kassa/infobalie en de verdere aankleding van het terrein. Rondom haar ontstond een team van meer en minder ervaren maar zeer enthousiaste bouwers.

Door vaker en langer samen in Schipborg te zijn werd het team steeds hechter en ontstond tijdens het festival een echt teamgevoel.

Naast deze vrijwilligers bleek de draagkracht in Schipborg en omstreken alleen maar groter te worden naarmate het festival dichterbij kwam. Enkele kennismakingsbijeenkomsten van het team met de vrijwilligers en andere dorpingen hielpen mede het festival tot een echte beleving te maken.

Tijdens het festival werd er voor het eerst gewerkt met coördinatoren op belangrijke posities. Hierdoor ontstond er tijdens het festival veel rust voor de organisatie.

Er zal dan ook geprobeerd worden in 2014 door te gaan met dezelfde medewerkers.

Het bestuur is ongewijzigd gebleven in 2013.

Groningen, 30 maart

Ruben Bosch, namens het bestuur van de stichting AA's