

Noorderzon Performing Arts Festival Groningen

Where Do We Think We're Going? - II

Noorderzon Performing Arts Festival Groningen

Where Do We Think We're Going? - II

Beleidsplan 2013 - 2016
Stichting Noorderzon Groningen

Performing Arts Festival Groningen

Donderdag 15 t/m zondag 25 augustus 2013

Donderdag 21 t/m zondag 31 augustus 2014

Donderdag 20 t/m zondag 30 augustus 2015

Donderdag 18 t/m zondag 28 augustus 2016

{ Fragmenten uit: State of The Union Theaterfestival België, *Misschien wordt het tijd om te acteren, Over de naakte 'onmaat'* Dr. Pascal Gielen (kunstsocioloog), uitgesproken op 25 augustus 2011 te Brussel, België }

" Vandaag wordt er in Nederland terug echte politiek bedreven. Dat betekent vooral dat men uitgesproken ideologische keuzes maakt. Die laten zich niet overhalen door meetbaarheid en andere rationeel aandoende argumenten. Een ideologische keuze is immers een geloofskwestie die zich zelden door goed afgewogen beredenering en berekeningen laat ompraten".

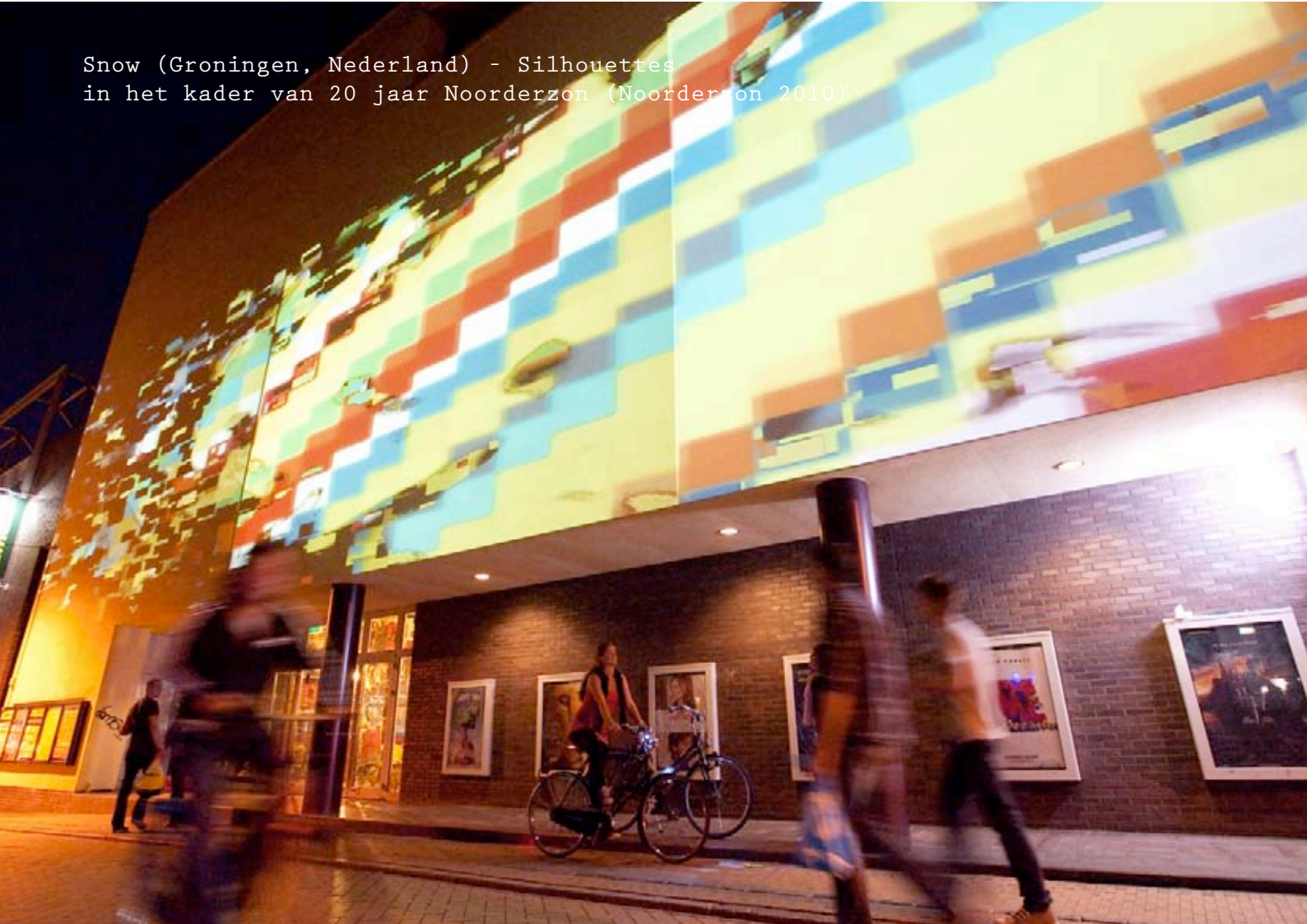
"Ook het Vlaamse theaterbestel zal zich moeten verhouden tot wat er in de wereld gebeurt. En dat kan alleen maar door te erkennen dat zijn activiteiten eveneens tot het domein van het politieke behoren. Met politiek bedoel ik: alle activiteiten die vorm aan de samenleving geven. (...) En dat betekent in de eerste plaats dat dit bestel terug zijn eigen jargon en zijn eigen maatschappelijke legitimering formuleert en opeist".

"Kunst die zichzelf niet bloot geeft, die niet laat zien dat alles wat er is, ook altijd anders kan zijn, gaat al gauw vervelen, is *passé déclassé* of blijft binnen de geijkte formats en is dus simpel entertainment. De ambetanterik die in een samenleving telkens opnieuw met de billen bloot gaat en aan het anders mogelijke herinnert, zal echter steeds in een minderheidspositie vertoeven. Zij of hij zal telkens opnieuw een publiek moeten overtuigen dat ook deze visie een mogelijke en dus lovenswaardige optie is".

"Elitair of niet, enkel in een democratie kunnen minderheden overleven omdat daar altijd minstens twee basisgaranties worden geboden. Dat zijn, ten eerste, de verzekering dat de macht gerepresenteerd wordt door een meerderheid en, ten tweede, de garantie van een wettelijk kader dat minderheden beschermt. (...) Binnen een democratie schept de meerderheid dus paradoxaal de mogelijkheid voor minderheden om meerderheid te worden en dus macht over te nemen".

"De drastische sanering van de cultuursector en voor de actuele kunsten past evengoed in een politiek die de tweede basisgarantie van een democratie verzwakt. Vooral het domein van de kunst is immers een plek van permanent alternerende visies. De kunsten vormen de maatschappelijke humus voor de oppositie tegen datgene wat als vanzelfsprekend wordt beschouwd. Bij die vanzelfsprekendheden hoort eveneens de zittende politieke macht, onverschillig of die nu diep blauw of fel rood kleurt".

Snow (Groningen, Nederland) - Silhouettes
in het kader van 20 jaar Noorderzon (Noorderzon 2010)



WERC (Groningen, Nederland) - Bring Your Own Beamer, onderdeel van het project
Avalanche (Noorderzon 2011)

Inleiding

{Reactie regisseur Richard Gregory van het Britse gezelschap Quarantine te gast Noorderzon 2010 en 2011, mailt ons oktober 2011 }

"To my mind, one of the great challenges of making any kind of art in contemporary society is to construct an environment where new forms and challenging ideas can exist in a popular public arena. That's where the most interesting conversations take place. I'd even say that's how progress happens. There's absolutely no point in constantly speaking to the converted.

One of the things that Noorderzon does so well, perhaps uniquely, is to create a public space where all kinds of people want to meet and celebrate together. The park as the popular center of the festival is not just a hub but a heart - beating hard for 11 days, and pumping people out of its arteries north, south, east and west to go out on a limb and discover some of the best theatre and art and music that the world has to offer right now. For me, the important thing is that this work is rarely easy. It doesn't assume a consensus or approach its public with lowest common denominators. And for me, the exciting thing is the return to the park - later that night, or the next day, to argue the toss about the performance you loved and your neighbor hated, to pump some new blood into the veins of debate about how, when the world is so crowded with difference, can we find fresh ways to share it together.

Art does that, and the park is at the heart of it. It is, quite simply, a great festival. One of our technicians, who performed in *Entitled* and worked on *Susan & Darren* (Noorderzon 2010), is looking forward to next year when he won't be performing at Noorderzon, so that he can bring his family to experience it all. I can't think of a higher recommendation. Long may it continue..."

'Spot On'

Richard Gregory verbleef dit jaar een paar weken in Groningen (in het huis van het Noord Nederlands Toneel, de Machinefabriek, tevens partner en presentatiepodium tijdens Noorderzon) om zijn voorstelling *Entitled* met het gezelschap Quarantine verder te ontwikkelen en de resultaten daarvan te presenteren. Ongevraagd stuurde hij ons zijn bevindingen over Noorderzon als festival en Groningen als stad. Zijn duidelijke ingenomenheid met wat er tijdens ons festival in deze stad gebeurt, heeft ons naast trots ook erg emotioneel gemaakt.

De afgelopen twee jaren waarin alleen *cijfers* leidend lijken te zijn in en voor de culturele sector, begrippen als economische waarde en spin off, kunst moesten definiëren, kregen wij – en wij niet alleen! – veel bijval en aanmoediging van onze (internationale) artiesten en gasten. Als je zelf zo lang met je 'poten in de klei staat' is het soms moeilijk even afstand te nemen tot de discussie en terug te gaan naar de kern. Daar heb je buitenstaanders met een scherp observerend oog voor nodig. Richard beschrijft naar onze mening deze kern en het bestaansrecht van Noorderzon dusdanig 'spot on', dat wij bijna dit tekstje in een envelop hadden gedaan en hadden ingestuurd ter vervanging van dit beleidsplan. De essentie van wat wij willen bereiken, willen nastreven en wat heel veel kunstinstellingen willen en moeten bereiken, wordt in een paar regels prachtig ontleed.

Een andere observatie, een andere kernboodschap die deze zinnen ademen is dat datgene hierboven beschreven niet zomaar een gegeven is. Een gemeenplaats waar kunst, publiek, feest en stad op een dergelijke manier samensmelten tot een evenement dat de hele stad op zijn kop zet? Een gemeenplaats die enerzijds bijdraagt aan sociale cohesie in een gemeenschap en anderzijds artistieke profilering ver buiten stad – en landgrenzen geniet. Waar een consensus heerst over hoe deze gemeenplaats ingericht dient te zijn en waar de meest uiteenlopende meningen naast elkaar mogen en moeten bestaan.

Noorderzon als die gemeenplaats, in de vorm zoals wij dat allemaal kennen en herkennen, kan wellicht alleen in Groningen. Maar dat Noorderzon heeft ook minimaal 21 jaar nodig gehad om op de schouders van alle belanghebbenden en liefhebbers van een klein volksfeest uit te groeien tot een internationale kunstenmanifestatie. Tijdens deze 21 jaar hebben wij er wel voor gewaakt dat de grondbeginselen die Noorderzon zo bijzonder maken gerespecteerd zijn. Dus een internationale kunstenmanifestatie die nog even laagdrempelig is en open is voor iedereen als voorheen. Een festival op het scherpst van de snede met een zeer brede publieke basis.

Anno 2011 worden festivals meer en meer gezien als instrument om ideeën en of problemen – bijvoorbeeld socio- economisch of politiek of domweg als marketinginstrument - onder een brede aandacht te brengen. Daarin wordt echter al snel voorbijgegaan aan het feit dat een kwalitatieve publieksopbouw tijd en investeringen kost. Immers, die o zo belangrijke maar tegelijkertijd kwetsbare band met je publiek - en het vertrouwen wat men je geeft – moet je keer op keer verdienen, en terecht!

Daarnaast wordt een festival zonder dat pulserende hart al snel door publiek ervaren als zielloos. Een festival is in de strikte betekenis van het woord immers een feestelijke gelegenheid, er worden ideeën, bevindingen en gevoelens gevierd in een gedeelde ruimte. Deze randvoorwaarden zijn essentiële richtingwijzers voor het opbouwen en behouden van een succesvol evenement. Het is dan ook niet verwonderlijk dat veel 'nieuwe' festivals de eindstreep niet of nauwelijks halen en dat veel 'oude' festivals diep geworteld zijn in lokale *communities*. Noorderzon heeft er 21 jaar over gedaan om zich diep te verankeren in de Groningse infrastructuur en wat zijn we trots op deze positie. Een festival als Noorderzon, het Terschellingse Oerol, of het Brabantse Boulevard vandaag de dag opnieuw maken, zou weer jaren van heel veel investeringen kosten.

Tot dusver kunnen we het wellicht prima met elkaar eens zijn.

Helaas vormen zich sinds een anderhalf jaar donkere wolken boven de kunst & cultuursector. De zorgvuldig opgebouwde systemen, structuren en positioneringen worden ondersteboven gekeerd. Dat is op zich niet erg, dynamiek hoort bij de kunsten, maar er lijkt aan alle basisbeginselen van onze samenleving te worden gemorreld; er lijkt geen ruimte te zijn voor nuanceringen in het debat of voor de viering van de kunsten.

Wij hoeven niet te herhalen wat er allemaal is gezegd of niet is gezegd over de culturele sector of het functioneren van diezelfde culturele sector. Vanaf 1 januari 2013 dient zich een nieuwe werkelijkheid aan waarvan wij allen de gevolgen nu nog niet of niet voldoende van kunnen overzien.

Een aantal technische en meer vorminhoudelijke zaken is een gegeven: de Provincie Groningen bezuinigt rond de 23% op zijn autonome kunstbudget, het Fonds Podiumkunsten ziet zich voor een reële 48% bezuiniging gesteld, de verhoging van het BTW tarief op entreekaartjes van 6% naar 19% is sinds 1 juli een werkelijkheid, de Gemeente Groningen steekt zijn nek uit door wat extra te willen investeren in cultuur, subsidiecriteria en drempelcriteria zijn aangescherpt en taakstellingen worden uitgebreid, kadernota's en cultuurnotities laten weinig ruimte voor datgene waar al dat publiek toch al jaren in grote getale en met veel succes van geniet: viering van autonome kunsten.

Wij beseffen ons terdege dat overheden zich voor een schier onmogelijke taak zien staan. Alle beleidsterreinen moeten inleveren maar zijn allen even belangrijk om zo ongeschonden mogelijk uit de strijd te laten komen. En zo zien wij dat ook. Uiteindelijk is de discussie over de culturele sector door de culturele sector, natuurlijk veel te nauw. Uiteindelijk zijn we in een sector overstijgend debat terecht gekomen: hoe willen we dat onze samenleving vormgegeven en ingericht is? Ook na 2016?

Ons beleidsplan kan daar helaas geen allesomvattend antwoord op geven; wij kunnen slechts een kleine bijdrage leveren bezien en geformuleerd vanuit het perspectief van de tijdelijke samenleving die wij met en tijdens Noorderzon maken.

Noorderzon heeft een turbulente maar succesvolle geschiedenis achter de rug, zoals wij al schetsten. We zien ons nu op een kantelpunt beland. Drie overheidslagen financieren ons, gezamenlijk goed voor zo'n 40% van onze exploitatie.

De financiële structuren van festivals – historisch zo gegroeid – zijn al sinds geruime tijd toe aan

herziening en herwaardering. Waar wij zien dat elementen van de festivalpraktijk – zoals hun ondernemerschap, inventiviteit, efficiency, creativiteit, brede publieke belangstelling en ondersteuning – nu als voorbeelden voor bedrijfsvoering worden genomen, zijn er weinig elementen die de onder druk staande praktijk van diezelfde festivals adresseren en naar een volgend niveau brengen. Festivals zien zich veelal voor het simpele feit staan dat ze al hun mogelijkheden, verdienmodellen al hebben benut en uitgeput.

Wij zijn zeer erkentelijk voor de anticyclische gedachte van de Gemeente Groningen om juist nu niet mee te waaien in bezuinigingsdrift maar om juist te investeren. Hulde voor dit unieke besluit. Wij zien de erkenning dat bezuinigen op de korte termijn veel grotere investeringen op de lange termijn zouden behoeven. Immers, wat nu afgebroken wordt, zal ooit voor een veelvoud weer moeten worden opgebouwd.

Stalker Theatre (Sydney, Australië) - MirrorMirror (Noorderzon 2009)



Gob Squad & CAMPO (Berlijn, Duitsland en Gent, België) - Before Your Very Eyes (Noorderzon 2011)

Groninger Eendracht: Noorderzon, Grand Theatre en de Noorderlingen

Uiteraard denken wij ook mee over de samenhang in het aanbod en het publieksbereik van cultuur in en om Groningen. Omdat wij een groot risico lopen het onafhankelijke aanbod op het gebied van podiumkunsten in het Noorden van Nederland (en verder!) kwijt te raken of niet meer kunnen faciliteren, willen wij samen met Grand Theatre en de vooropleiding theater De Noorderlingen onderzoeken of wij onze reeds intensieve samenwerking kunnen ombuigen tot een nog intensievere manier van samenwerken en daarmee onze toekomst te borgen, en daarmee een grote 'plus' kunnen genereren voor zowel makers als publiek. Gezien de wankelende financiële basis van zowel het Grand Theatre als Noorderzon, wordt er gefocust op het kunnen voortzetten van de succesvolle en noodzakelijke onderdelen van de reeds bestaande samenwerking.

In navolging van een aantal gesprekken, waaronder een sessie op de heide een aantal weken geleden en gesprekken onderling, hebben wij een extern adviseur aangetrokken om ons te begeleiden en om met ons mee te denken over 2013 -2016, maar ook verder. De eventuele gevolgen van de uitkomst van deze gesprekken zijn nog niet verwerkt in dit plan en of de bijbehorende begroting. De tijd was daar simpelweg te kort voor en de toekomst van de individuele partners te ongewis. Het samenvoegen van Grand Theatre, De Noorderlingen en Noorderzon levert in onze ogen geen efficiencywinst op of een *nieuwe* samenwerking – de instellingen zijn al uiterst *lean & mean* en de hechte samenwerking bestaat al een fors aantal jaren. Uiteraard houden wij u op de hoogte van ons traject en de resultaten daarvan.

Bijgaand vindt u een deel van de gezamenlijke voornemens als uitgesproken op de heidesessie onder leiding van de heer Ben Hurkmans. Een exemplaar met de volledige tekst van het visiedocument is op 20 december aan wethouder de heer Ton Schroor en de Kunstraad Groningen verzonden:

"Door de landelijke bezuinigingen op cultuur staat deze compacte Groningse keten onder druk. Vanuit de gezamenlijke verantwoordelijkheid voor dit bestel en een groot gevoel van urgentie hebben wij met elkaar gezocht naar manieren om het culturele profiel in de gehele keten overeind te houden binnen het huidige politieke klimaat. Tegelijk willen we met dit initiatief de regie over de toekomst van de podiumkunsten in Groningen zoveel mogelijk in eigen hand houden. De kern van ons 'Groningse model' is een verregaande samenwerking tussen alle betrokken instellingen.

Tegelijkertijd komt de toch al zwaar belaste organisatie van Noorderzon onder druk omdat in de festivalregeling van het Fonds Podiumkunsten de basisbedragen sterk verlaagd worden. Het festival, in veel opzichten exemplarisch voor de kwaliteit van de Groningse podiumkunsten, dreigt ten onder te gaan aan zijn eigen succes.

We zien in dat de gemeente niet alle gaten kan vullen die het rijk en de provincie laten vallen, maar roepen de gemeente op om waar mogelijk te investeren in het overeind houden van de gehele Groningse keten. Gezien het overleg dat we sinds kort met de gemeente voeren hebben wij er vertrouwen in dat onze visie en voornemens op steun kunnen rekenen – die overigens uit méér bestaat dan alleen een financiële bijdrage.

Wij hechten sterk aan de functie van het Grand Theatre als vrijplaats, omdat het kweken en laten doorstromen van talent essentieel is voor een vitaal kunstklimaat. Dat geldt ook voor festival Noorderzon dat als coproducent en podium al jaren welbewust ook ruimte biedt aan (lokaal) talent.

De samenwerking tussen het Grand Theatre en Noorderzon bestaat al lang: beide instellingen coproduceren voorstellingen door het jaar heen, bespreken de *artists in residence* bij het Grand en het Grand fungeert als belangrijk podium tijdens Noorderzon. Beide instellingen beschikken over een enorm (internationaal) netwerk. Noorderzon en Grand zoeken organisatorische en financiële versterking om in de komende jaren hun functie in Groningen te waarborgen als kwalitatief hoogstaand en tegelijk laagdrempelig festival en als producerend huis voor de avontuurlijke podiumkunsten".

Gisèle Vienne (Grenoble, Frankrijk) - This is how you will disappear
(Noorderzon 2010)



Baryshnikov Arts Center & Dmitry Krymov Laboratory (New York, Verenigde Staten
en Moskou, Rusland) - In Paris (Noorderzon 2011)

Kort: de historie – 1991 t/m 2008

Noorderzon begon twintig jaar geleden als een conglomeraat van vier muzikale zondagen in verschillende parken in Groningen en een satelliet van het rondreizende festival De Parade. Met name gericht op muziek, met name gericht op Stadgers die niet op vakantie konden. Het festival ontwikkelde zich gedurende de daaropvolgende tien jaar tot een prachtig zomerfestival waar tienduizenden mensen per jaar op af kwamen. Het hart was het monumentale stadspark Het Noorderplantsoen.

Na 2000 leek de toenmalige festivalformule wat uitgewerkt en Noorderzon was klaar voor een nieuw impuls. Om het (artistieke) profiel te verstevigen zodat er ook kon worden ingezet op een meer bovenregionale uitstraling, werd er voor een 'andere' weg gekozen. Het toenmalige bestuur van Noorderzon trok in plaats van een algemeen directeur, een artistiek directeur aan met een internationaal signatuur. De opdracht in 2001 voor de Brit Mark Yeoman was in basis: zet een nieuwe, verfrissende koers uit, zet Noorderzon op de kaart. Het Noorderzon wat werd geërfd was stabiel, financieel redelijk gezond, met een loyaal publiek. Maar zonder helder programma, zonder helder artistieke doelstelling. Het beleidsplan voor 2001 – 2004 was al geschreven en (ten dele) gehonoreerd: er was een gezamenlijke subsidie van EUR 115.000. In deze jaren trekt Mark Femke Eerland (nu: algemeen directeur) aan, een nieuwe staf en begint met het vormgeven van het festival waar hijzelf graag op bezoek zou willen komen, zowel als artiest, als programmeur en als publiek.

Met man en macht en binnen de beperkingen van de middelen, wordt er deze survivaljaren aan een stevig festival gewerkt. Een festival wat recht doet aan de stad en regio, maar tevens een aanvulling is op het bestaande aanbod in deze stad en regio, en heel voorzichtig, misschien ook wel buiten die regio. Er wordt veel, heel veel, geïnvesteerd in het netwerk. We waren – en zijn dat nog steeds! – heilig overtuigd van de kracht van een 'collectief feest van de kunsten'; een festival. Aan dat 'collectieve' werd hard gewerkt, en Noorderzon kende een vliegende start. Voorzichtige partnerschappen werden gesmeed, het publiek groeide gestaag, een internationaal signatuur tekende zich af, waardering voor de combinatie van een sociaal en artistiek feest, groeide. We zagen uit naar het schrijven van 'onze eigen' beleidsplannen voor 2005 – 2008.

In 2005-2008 ontwikkelde Noorderzon zich van een zomerfestival tot een volwaardig internationaal performing arts festival met een regionale, nationale en internationale uitstraling en inbedding. En met dat programma, wat een echte eigengereide aanvulling is op regionaal en bovenregionaal niveau. De waardevolle investeringen in artistieke partnerschappen wierpen zijn vruchten af en het 'tweede festival' Noorderzon DownTown in de huiskamers van talloze collega-instellingen van Groningen werd een feit. Gedurende deze ontwikkelingsjaren, onderging Noorderzon een bijna explosieve groei op alle gebieden van het festival; van bezoekers tot programma, van aantal toiletten tot verkochte tickets. De gezamenlijke structurele subsidie in deze periode was gegroeid tot EUR 330.000, maar het begrotingsvolume was inmiddels ook voorbij het miljoen gegroeid. Aan het eind van 2007- tijd voor de nieuwe beleidsplannen - was de financiële positie te kwetsbaar met een structurele subsidiëring van 27%.

Begin 2008 schreven wij een de nieuwe – huidige- beleidsplannen 2009-2012 gebaseerd op stabilisering en consolidatie van de ingeslagen weg, met de enigszins provocatieve titel *Who Do We Think We Are?* We schetsten daarin onze zorg over het kunnen faciliteren van de omvang en het succes van Noorderzon. Onze plannen waren niet gebaseerd op groei, maar op verbetering en voort kunnen bestaan. Door zowel het Nederlands Fonds voor de Podiumkunsten+, de Gemeente Groningen en de Provincie Groningen, werden we een wat ruimere financiële jas aangemeten, gemotiveerd met een waardering voor onze ingeslagen weg en ons opgebouwde artistieke profiel. Vol energie en plezier gingen wij 'aan de slag' met de jaren 2009 – 2012.

Kort: reflectie jaren 2009 t/m 2011

“Sinds 2009 hebben we gemerkt dat een minder smalle financiële basis, niet alleen op financieel gebied, maar op alle organisatieonderdelen, goed heeft gedaan. Dat betekent geenszins rusten op de lauweren – dat kan ook niet! – maar wel een stop aan de rooibouw op onze eigen organisatie. We hebben nu wat ruimte om verder te professionaliseren, te investeren in (behoud van en vergroten van expertise van) personeel, te investeren in onze koploperspositie en meer rust en ruimte om te investeren in ons kernproduct: dat mooie, leuke feest van de kunsten.”

Dit stelden wij eind 2010 bij het schrijven van onze beleidsplannen voor de Provincie Groningen, toen wij nog met frisse moed het jaar 2011 in zouden gaan. Wij waren niet naïef, maar hadden ook geenszins de intentie de handdoek in de ring te gooien. Strijdvaardig!

In het afgelopen jaar heeft zich echter een veel donkerder scenario afgetekend voor de toekomst van Noorderzon, de festivals en de podiumkunsten in het algemeen. Veel hiervan hebben wij al benadrukt in onze inleiding, maar zaken als het wegvallen van elementaire schakels in de lokale keten zoals de productiehuizen in Nederland, het nieuwe subsidieplafond voor festivals bij het Fonds Podiumkunsten, autonome kostenstijgingen, de BTW-verhoging naar 19% etc. zijn bedreigingen voor het voortbestaan van Noorderzon. Onze tijd stond en staat dan ook veel in het teken van praten, lobbyen en politiek bedrijven.

Dat laat echter onverlet dat wij drie ijzersterke edities van Noorderzon achter de rug hebben, waarin Noorderzon garant stond voor een kwalitatief sterk profiel en dit door diverse gremia ook wordt herkend en erkend. We zien de tijd voor ons waarin wij kunnen gaan oogsten wat we de afgelopen jaren hebben gezaaid.

In de komende paragrafen lichten wij dit toe, verwoorden wij onze missie en kijken wij naar de jaren 2013-2016. Inmiddels hebben wij een prachtige beoordeling van de Provincie Groningen voor 2013-2016 ‘op zak’, waarin wij worden aangemerkt als tweede prioriteit van Groningen. Daar zijn wij natuurlijk – in alle bescheidenheid – erg trots op. In 2011 waren wij niet alleen vereerde gastheer voor de conferentie van *The Directors Circle* (een informeel netwerk van 25 Amerikaanse producenten en 5 Europese programmeurs. Mark Yeoman is 1 van de 5 Europese programmeurs), maar ook voor de vergaderingen van het NXTSTP netwerk. NXTSTP is een samenwerkingsverband van 8 Europese festivals die gezamenlijk nieuw internationaal werk coproduceren en programmeren met ondersteuning van de Europese Unie. Noorderzon is voor de tweede fase van NXTSTP, *Next Generation* (november 2012 t/m november 2017) gevraagd om lid te worden. In september 2011 hebben wij besloten op dit aanbod in te gaan omdat we ons artistiek profiel met dit plan kunnen verstevigen en onze, maar ook zeker de mogelijkheden van jonge talentvolle makers, kunnen uitbreiden met deze participatie. Een maker heeft toegang tot meer festivals met een eenzelfde profiel, een festival hoeft niet meer alleen te investeren in een maker. Het voortbestaan van onze samenwerking met bijvoorbeeld het Grand Theatre op het gebied van onze internationale coproducties is voor onze deelname aan NXTSTP wel van groot belang.

In de jaren 2009, 2010, 2011 bleven de parameters voor Noorderzon losjes: tussen de 25 en 30 grotere gezelschappen, meer dan 20 podia, groot lokaal platform, in samenwerking met lokale partners 1 tot 5 coproducties en of co-presentaties, een gezonde mix van circa 30% aanbod met wortels in het Noorden, 60% internationaal en 10% aanbod van ‘*god knows where*’, werden we gedragen door een nog steeds groeiend aantal schouders van 600 vrijwilligers en zijn we in de eerste plaats een presentatieplatform wat een aanbod toont dat een waardevolle aanvulling is op het reeds bestaande aanbod in en om Groningen (en daarbuiten...).

Beknopt Prestatie overzicht Stichting Noorderzon Groningen

- Totaal aantal tickets verkocht Noorderzon
2009: 47.459 (*kids: 7.636, op locatie: 18.250, main programma: 21.573*)
2010: 53.578 (*kids: 4.282, op locatie: 26.188, main programma: 23.117*)
2011: 51.696 (*kids: 8.263, op locatie: 21.343, main programma: 22.090*)
- Aantal festivalterreinbezoekers
2009: 135.000, 2010: 125.000, 2011: 135.000

Zachary Oberzan (New York, VS) - Your Brother. Remember? (Noorderzon 2009)



Brokentaklers (Dublin, Ireland) - The Blue Boy (Noorderzon 2011)

Missie & Visie 2013 – 2016

Noorderzon doet volop mee in de vaart der festivalvolkeren, in de wedloop om een spannende internationale programmering. Noorderzon is over de afgelopen jaren uitgegroeid tot een belangrijke speelplek voor internationale (beginnende) makers van kleine en middelgrote producties. Daarmee vervullen we onze wens om regionaal maar ook bovenregionaal een belangrijke aanvulling te leveren op het reeds bestaande (repertoire) aanbod. Voor lokale en regionale wortels, bieden wij een groot podium met een groot bereik, een professionele context en organisatie, een natuurlijk groot publieksbereik, en een uitstekende wijze voor deze lokale makers om zich te spiegelen en te ontwikkelen voor een (groot) publiek. Vice versa geldt natuurlijk voor de (inter-)nationale makers.

Missie 2013 t/m 2016

- Noorderzon is een jaarlijks terugkerend elfdaags performing arts festival in Groningen,
- Met een onderscheidend hoogwaardig artistiek profiel en als basis een internationale en lokale programmering op het scherpst van de snede,
- Dit in combinatie met een zeldzaam lage drempel, spreekt Noorderzon een uiterst breed en divers publiek aan: van professional tot beginneling,
- Daarmee levert Noorderzon een waardevolle aanvulling op het bestaande aanbod, zowel regionaal als (inter-)nationaal.

Visie Mark Yeoman (artistiek directeur Noorderzon) aan het woord:

'Toen ik in 2001 naar Nederland kwam, werd mij al snel duidelijk dat er weliswaar een ruim aanbod van Nederlandstalig theater was, met veel draagvlak en veelal van hoog niveau, maar dat er op nationaal niveau een opmerkelijk gebrek aan aandacht was voor wat er op cultureel gebied buiten Nederland gaande was. Daar zijn meerdere theorieën over, maar met mijn niet-Nederlandse achtergrond begreep ik wel dat daar voor Noorderzon een kans lag om iets toe te voegen aan het collectieve Nederlandse programmeringsklimaat. Als je veel internationaal werkt, wordt dat soms gezien als een politieke én een culturele keuze, maar ik zie het nadrukkelijk als een culturele keuze. Ik geloof dat politiek fundamenteel nationaal georiënteerd is, maar dat we cultureel gezien juist vooral in internationaal vaarwater zitten. De internationale uitwisseling van ideeën heeft, net als politieke en andere ideeën, een eeuwenlange geschiedenis, maar ik probeer die verschillende contexten zoveel mogelijk te scheiden.

Daarom doen we geen extra moeite om ons 'internationalisme' als iets exotisch voor te stellen. Als het op cultuur aankomt, zie ik de wereld waarin wij leven en werken vanzelfsprekend als internationaal, en voor ons is dat de context waarin wij Noorderzon programmeren. Internationaal werken is in veel opzichten louter een kwestie van vissen in een ander deel van dezelfde vijver. Voor mij is internationaal werken niet zozeer een actieve benadering van ons werk (behalve dan de langere afstanden die bereisd moeten worden!) maar beschouw ik het eerder als iets passiefs, als een gemoedstoestand, een bijzondere manier om de kaart in ons hoofd te tekenen op het moment dat we de omgeving waarin we werken proberen te begrijpen.

Ik geloof dat het, om relevant te zijn, nodig is om te context te begrijpen waarin we naar relevantie zoeken. Dus zou je kunnen zeggen dat we geprobeerd hebben om binnen onze politieke context (die van Nederland en Noordwest Europa) een culturele (Global and Local) relevantie te vinden.

Dat heeft niet in de laatste plaats te maken met de stad en provincie Groningen en zijn bevolking. Onze internationale gasten zijn vaak heel erg onder de indruk van wat er mogelijk is in zo'n kleine stad. De universiteitsstad Groningen – informeel ook wel de Culturele Hoofdstad van het Noorden genoemd – is een prachtige omgeving voor experiment. We noemen het een experiment want we hebben zeker een aantal clichés moeten betwisten om een nieuwe positie voor onszelf te creëren. Een van de belangrijkste was wel de vooronderstelling dat laagdrempeligheid principieel betekende dat je de dingen eenvoudig moest houden.

Wij wilden bewijzen dat dit niet noodzakelijkerwijs zo hoeft te zijn en inmiddels komt een groot deel van onze optredens uit het culturele topsegment, zonder dat de publieke belangstelling daalt – integendeel zelfs!

Al doende wilden we bewijzen dat laagdrempeligheid van kunst meer te maken heeft met alles om

de kunst heen – de prijs van het kaartje, de aantrekkelijkheid van de omgeving, een niet-elitaire benadering van de communicatie en de mate waarin de mensen zich lekker en relaxed kunnen voelen in de nabijheid van de plek waar de optredens plaatsvinden...

Idealistisch als we zijn, geloven wij dat goed gemaakte kunst zichzelf verkoopt, gesteld dat dat in de juiste omgeving gebeurt voor een geïnteresseerd publiek. Om Chuck Helm van Wexner Centre in Columbus, Ohio (in 2011 met de Director's Circle te gast op Noorderzon) te citeren: 'Iedereen die in de huidige tijd is opgewassen tegen het acht uur journaal, is waarschijnlijk ook opgewassen tegen alles we tegenwoordig te zien krijgen in de hedendaagse performing arts...'

De helft van ons groeiende publiek laat zich definiëren als 'culturati' en de helft als 'een keer per jaar – tijdens het festival'. Noorderzon heeft het voordeel van een zeer bijzondere stedelijke locatie, het Noorderplantsoen, dat gedurende de elf dagen van het festival het sociale en het culturele middelpunt van de stad wordt. Hoewel we de ambities van het festival hebben opgeschroefd naar een programmering van topkwaliteit, is Noorderzon erin geslaagd zijn status als een echt zomerfeest te behouden.

Een zomerfeest waarop wij iedereen een Noorderzon-ervaring willen geven. Of dat nou een gratis concert is in een prachtig plantsoen, verbijsterende animaties op een acht meter hoog waterscherm of een plek in het festival waar een varken, een schaap en een stel konijnen samenleven met een man. Je moet bij een bezoek aan het festival wel verblindende oogkleppen ophebben, wil je jezelf afsluiten voor de spannende atmosfeer van het festival. Of je een kaartje koopt of niet, je bent naar 'Noorderzon' geweest.

Verhalen vertellen in onze tijd van facebook

Culturele festivals zijn over het algemeen een fenomeen van na de Tweede Wereldoorlog en binnen de context van een snel veranderende maatschappij hebben festivals zich uiteraard noodzakelijkerwijs ook snel aan moeten passen aan enorme veranderingen in de maatschappij. Eerst de komst van film, dan televisie, daarna het internet en nu de overweldigende invloed van de digitalisering, van de sociale ervaring online en op je smartphone – waar blijft dan nog het idee van live performance?

Ik zie dit eigenlijk als een positieve ontwikkeling en ik maak wel eens schertsend de opmerking dat 'Televisie het beste was dat het theater ooit is overkomen...' Elk verhaal heeft bepaalde herkenbare beginpunten en algemeen gedeelde posities en overtuigingen nodig om het verhaal context en legitimiteit te geven. Ik denk dat televisie als collectief medium in slechts een paar decennia tijd heeft bijgedragen aan een nieuwe vocabulaire op weg naar een globale mainstream maatschappij. Ja, met aan de andere kant de saaie, over - gestileerde, overdreven gedramatiseerde verhaallijnen van de 'Mexicaanse soap'. Maar ook heel veel andere formules, manieren, stijlen, concepten: het idee van beeldgestuurde communicatie explodeert om ons heen.

De maatschappij heeft een dramatische verandering ondergaan in de manier waarop we de informatie in een verhaal zien en oppikken. Voor creatieve geesten is de toegankelijke (en internationaal herkenbare) 'nieuwe grammatica en vocabulaire' een bijzondere grondstof, die men met elkaar deelt. Bewust of onbewust worden zowel de verhalenvertellers als de toeschouwers beïnvloed door onze communicatiestructuren, stijlen, bewustzijn en verwachtingen.

Een hele nieuwe generatie van dans- en theaterbeoefenaars baant zich een weg in dit nieuwe creatieve territorium. Ons vermogen om in een paar seconden over te schakelen naar nieuwe verhaallijnen, of die nu multi-level, multi-channel, non-lineair of lineair zijn, is nu een algemeen aanvaard en vertrouwd aspect van onze communicatiewereld op een manier die een paar decennia geleden nog ondenkbaar was.

In zijn baanbrekende boek *Everything Bad is Good For You* demonstreert Steven Johnson hoe de eerste televisieprogramma's met misschien een of twee verhaallijnen per aflevering zich tegenwoordig hebben ontwikkeld tot nieuwe moderne sagen met wel dertig verschillende verhaallijnen tegelijk in een hele serie, verdeeld over verschillende seizoenen.

De uitvoerende kunsten hebben de laatste jaren ook een enorme impuls gekregen door hele andere ontwikkelingen: de explosie van nieuwe theatertechnologieën – Noorderzon heeft in 2011 een veel

groter budget voor techniek dat in 2001 – en de revolutie op het gebied van communicatie en van het reizen, hetgeen betekent dat we net zo makkelijk met Sydney als met Assen communiceren en in een paar minuten tijd vanuit onze luie stoel relatief goedkope intercontinentale reizen boeken. De grens overgaan is nu meer een kwestie van legaliteit dan van organisatie.

Praktisch gesproken heeft de 'international performing arts scene' het nog nooit zo goed gehad als tegenwoordig. 'Theater' and 'Dans' bewegen snel, zowel letterlijk als figuurlijk en we proberen mee te bewegen.

Dat is het pad dat we voor Noorderzon gekozen hebben. Dat is het verhaal dat we willen vertellen.'

Mark Yeoman

Caribou (Dundas, Canada) (Noorderzon 2010)



Rijen voor de Romeo Tent (Noorderzon 2009)

Activiteiten, verbanden, belang, relaties, positie, expertise, netwerken

Onze huidige koers willen wij graag voortzetten; deze is succesvol gebleken en we hebben merkbaar een 'rol & functie' geclaimd, zowel regionaal als internationaal. Er is inmiddels een behoorlijk hoog verwachtingsniveau aangaande de programmering en toegankelijkheid van ons festival. Daarin is echter het plafond bereikt: Noorderzon doet volop mee, heeft eigenlijk het onmogelijke in een aantal jaren gedaan, maar met de huidige financiële middelen houden we dat niet vol. Eigenlijk is er succesvol een pad ingeslagen, wat we nog steeds maar nipt kunnen betalen; een zeer kwetsbare positie. Om deze koers voort te kunnen zetten en autonome kostenstijgingen te kunnen betalen, zien wij extra financiële middelen in 2013-2016 noodzakelijk.

netwerk & inbedding

Noorderzon opereert in diverse netwerken, zowel op artistiek vlak, als op strategisch niveau. Wij hebben daar een aantal jaren geleden op ingezet; dat we een meer jaar-rond relevantie zouden verkrijgen. Deze relevantie zagen wij noodzakelijk omdat het samenstellen van een programma wat een actuele stand van zaken laat zien, niet in een paar maanden kan geschieden. Tevens hebben wij, om internationaal te kunnen participeren in tournees en om internationaal te kunnen samenwerken met partners, deze (kleine) basisorganisatie nodig die voor minstens een jaar vooruit werkt.

Een actueel en zoveel mogelijk volledig inzicht verschaffen in ons netwerk en onze inbedding, is eigenlijk een vraag naar de inschatting van wat wij menen dat onze relevantie is. Wij hebben daartoe een aantal van onze netwerken, maar ook een aantal van onze activiteiten en onze rol (in deze netwerken) benoemd die wij in 2013 t/m 2016 voortzetten.

internationaal programmeren

Het hoofdprogramma van Noorderzon kenmerkt zich door een internationaal aanbod op het scherpst van de snede dat zich kan meten met dat van de belangrijkste internationale podiumkunstenfestivals van Europa op het gebied van klein en middelgroot aanbod. Het programma dat wij presenteren is vrijwel uniek in Nederland en zet Groningen internationaal op de kaart als stad waar je als internationaal gezelschap wordt getrakteerd op een nieuwsgierige houding van een breed, jong, trots en enthousiast publiek. Een groot deel van het programma komt voort uit een goed onderhouden internationaal netwerk.

Doordat wij de laatste jaren grote hoeveelheden tijd en energie hebben geïnvesteerd in ons netwerk, is het nu en de komende jaren tijd om te oogsten. In 2011 hadden wij bijvoorbeeld de mogelijkheid om vlak na de première in Helsinki de gloednieuwe voorstelling *In Paris* van de Russische topregisseur Dmitry Krymov te presenteren, met in de hoofdrol de legendarische danser/acteur Mikhail Baryshnikov. Een voorstelling die daarna te zien was in grote theaters in Parijs, Tel Aviv en Boston. De reactie van de manager van het gezelschap na afloop:

Daarnaast presenteerden wij in de afgelopen jaren veelal nieuwe voorstellingen van makers van overal ter wereld. Uit landen als Japan, Verenigde Staten, Brazilië, Argentinië, Duitsland, Frankrijk, België, Noorwegen, Congo, Thailand, Australië, Israël, Italië, Ierland, Groot-Brittannië, Indonesië, Canada, Spanje, Rusland, Tunesië en natuurlijk ook Nederland.

nationaal & internationaal netwerk: samenwerken, kennis, netwerk, ogen & oren

Voor onze internationale programmering werken wij veel samen. Binnen Nederland is er voor ons sprake van een natuurlijke affiniteit met De Internationale Keuze van de Rotterdamse Schouwburg, een festival met een profiel dat overeenkomt met dat van Noorderzon. Samen met De Keuze programmeerden wij in 2009 bijvoorbeeld werk van de Franse theatermaker Philippe Quesne en de Congolese choreograaf en Prins Claus Prijswinnaar Faustin Linyekula. In 2010 programmeerden wij de Nederlandse Première van *C'est du Chinois*, de nieuwe voorstelling van de Hongaarse Edit Kaldor die werd geproduceerd door Productiehuis Rotterdam en in 2011 presenteerden wij gezamenlijk

Mariano Pensotti's meesterwerk *El pasado es un animal grotesco* (Argentinië).

Internationaal gezien werken wij samen met vele partners, waarvan een belangrijke Zürcher Theater Spektakel is. Eveneens een multidisciplinair festival dat ongeveer gelijktijdig met Noorderzon plaatsvindt in het Zwitserse Zürich. Door een goed contact en vertrouwen in elkaars artistieke oordeel worden er gezamenlijk voorstellingen naar Europa gebracht, waaronder: de Thaise sterchoreograaf Pichet Klunchun, nieuwste dansvoorstelling van de Indonesische Jecko Siompo en de Braziliaanse theatermaker Enrique Diaz. In 2011 haalden wij gezamenlijk de Japanse dansers van contact Gonzo naar Europa en werkten wij eveneens op programmerend gebied samen met Hebbel am Ufer in Berlijn, Korjaamo Theatre in Helsinki en Kampnagel Hamburg.

nationaal & internationaal netwerk: co-producties

We opereren in een wijd verspreid (inter-)nationaal netwerk. Wij werken doorgaans vooral samen op het vlak van het co-producen of co-financieren van nieuwe internationaal werk. Noorderzon co-produceert een aantal nieuwe voorstellingen per editie, vaak in samenwerking met productiehuis Grand Theatre. Soms gaat dat gepaard met een residentie in Groningen, om lokaal een voorstelling te monteren of te maken. We willen het volume (van 1 tot 5 coproducties per editie) voor de komende jaren op peil houden. De participatie in het NXTSTP netwerk leveren geen extra programma of extra coproducties op, maar een steviger basis voor artiesten en gezelschappen (meer speelplekken) en of meer financiële partners voor een (co-)productie of presentatie. Met zowel NXTSTP als het Grand Theatre als partners, hopen wij een aantal interessante makers in het onafhankelijke circuit wat te kunnen 'volgen' en hun ontwikkeling aan ons publiek te kunnen laten zien gedurende een beperkt aantal jaren. Zo werken we aan een band met ons publiek en een band tussen publiek en artiest.

2012: een tipje van de sluier

In 2012 coproduceren wij samen met het Grand Theatre de nieuwste voorstelling van het toonaangevende Belgische gezelschap Berlin; de locatievoorstelling getiteld *Land's End*. De Nederlandse première vindt plaats in het openingsweekend van Noorderzon 2012 (16 t/m 26 augustus).

2011

In samenwerking met het Grand Theatre Groningen en het NNT de voorstelling *69° S* van het New Yorkse gezelschap Phantom Limb Company. Dit gezelschap was anderhalve maand te gast in Groningen om hier te werken aan hun voorstelling die tijdens Noorderzon in wereldpremière is gegaan om daarna vele grote internationale podia aan te doen, waaronder het beroemde Brooklyn Academy of Music (BAM). Daarnaast coproduceerden wij in 2011 nieuwe voorstellingen van het Berlijnse gezelschap Gob Squad & CAMPO (*Before Your Very Eyes*), de Spaanse theatermaakster Maria Jerez (*The Perfect Alibi*) en de Ierse makers Brokentalkers (*The Blue Boy*). Ook het Britse gezelschap Quarantine ontwikkelde hun voorstelling *Entitled* gedeeltelijk in Groningen.

Reflectie van Brokentalkers op hun werkproces in Groningen(2011)

"Hope all is well and congratulations on another fantastic Festival. A big BIG thank you for all your support over the last year. Our time at Noorderzon was such an essential period of work for the growth of the piece. Being in such a hard working, supportive, and creative environment really helped the piece to move forward. This type of working condition is something we would be very keen on for future projects. It is a real privilege to have Noorderzon as a Co-producing partner, we really feel that The Blue Boy is a partnership with you and Noorderzon and us as a company, an example of artistic exchange and collaboration. The reality is The Blue Boy was part born in the Netherlands and your support has been so important in the project being realized. Thank you again for all your, support, time, advise. The company had a fantastic time at the best festival in the world."

2010

In 2010 coproduceerden wij de nieuwste voorstelling *We Are the Undamaged Others* van het ultrahippe Japanse gezelschap Chelfitsch, een groep die vanaf het begin vanaf eind juli in Groningen bivakkeerde. Ook verbleven in 2010 de Iraanse filmmaker Amirali Navaee, de Italiaanse theatermaker Claudio Stellato, de Spaanse film- en theatermaker Maria Jerez een aantal weken in Groningen om hier te werken aan nieuwe voorstellingen die te zien waren tijdens Noorderzon.

2009

In 2009 was het Amerikaanse talent Zachary Oberzan (Nature Theater of Oklahoma) bij ons te gast voor een maand om te werken aan zijn hitvoorstelling *Your Brother. Remember?* Deze voorstelling kreeg tijdens Noorderzon een Europese preview en heeft inmiddels op vele toonaangevende festivals in de gehele wereld gestaan. Ook coproduceerden wij in 2009 de voorstelling *MirrorMirror* van het Australische Stalker Theatre, de mini-percussie-voorstelling *System Building* van het eveneens Australische Aphids en *Mi Vida Después* van de Argentijnse ster-in-woording Lola Arias.

Deze co-producties zijn door het aanbieden van een residentie-mogelijkheid, een try-out speelplek, en de mogelijkheid opgepikt te worden door bezoekende programmeurs, voor ons een uitgelezen mogelijkheid om hoogwaardig, nieuw internationaal werk te kunnen programmeren.

director's circle en NXTSTP

Het afgelopen jaar – we schetsten het al eerder – was een belangrijk oogstjaar voor Noorderzon op het gebied van internationaal bezoek, erkenning en profilering. Bezoekers kwamen uit Nieuw Zeeland, Canada, Frankrijk, Portugal, Schotland etc., ze kwamen alleen of in groepsverband. Zo was de Director's Circle dit jaar voor 3 dagen te gast. Dit gezelschap van de belangrijkste 25 smaakmakers van het Amerikaanse onafhankelijke theatercircuit was hier om een in een miniconferentie over het vak te praten, maar ook om van het festival te genieten en voorstellingen te zien. De combinatie van een avontuurlijk publiek en een informele setting maakt Noorderzon tot een goede plek voor dit soort bijeenkomsten, wat blijkt uit de laaiende reacties van de Amerikanen achteraf:

"It was wondrous watching the miracle cure of Groningen reach this group of intensely pressured theatre leaders. Everyone was able to relax and engage in deeper conversations than they would normally get the chance to have. I know some real bonds were formed, nationally in the US. But also internationally. This was a tipping point meeting for the Director's Circle, I think the meetings are going to have real global impact on the field. I know you have won even more fans of the festival and I am sure you will see repeat visits in years to come. The role that Noorderzon can play in the development of artists and projects is an important one." {2011, Mark Russell, lid en organisator}

Zoals eerder beschreven, was ook het Europese festivalnetwerk NXTSTP dit jaar te gast. Dit is een netwerk bestaand uit een 8-tal toonaangevende internationale festivals, bedoeld om gezamenlijk mogelijkheden te bewerkstelligen voor interessante internationale makers. Een belangrijke functie en platform waarvoor Noorderzon is gevraagd om deel te nemen. Dit is natuurlijk een grote eer voor ons en na enige beraad hebben wij de uitnodiging van harte geaccepteerd. Wat betekent dat wij vanaf 2012 lid zijn van dit belangrijke netwerk en daarmee onze rol als internationaal platform nog verder versterken.

samenwerking in Groningen

Wij zien het mede als onze taak om in de kwetsbare, maar hoogwaardige culturele infrastructuur van Groningen een brug- en platformfunctie te vervullen, ook buiten onze festivaltijd. Wij werken immers niet exclusief, maar juist het liefst met zoveel mogelijk partners. Dat beschouwen wij ook als onze intrinsieke taak als festival. De culturele infrastructuur van Groningen is nauw met elkaar verbonden en kwetsbaar: van veel is er immers maar eentje. Dat heeft tot gevolg dat we allen als keten met elkaar verbonden zijn; een keten om te koesteren. Een keten die door inventieve samenwerking, een groot en divers aanbod genereert voor een groot en divers publiek.

De rol en plaats die wij innemen in de infrastructuur, is te beschouwen als een rol die we zelf actief opzoeken en een rol die we door wat we doen, hoe we dit doen en met wie we ons verbinden, krijgen. Als katalysator van ideeën en als platform waarop vele relaties kunnen worden verbonden. We zien een festival als een collectief feest, eentje waar geen blauwdruk voor bestaat en waarvan het juist de taak is zoveel mogelijk buiten gebaande paden te denken, te acteren en dit te stimuleren in een geheel eigen, lokale context. We beschouwen Noorderzon en onze taken, daarom min of meer als een mini- infrastructuur, een keten op zich.

lokaal & regionaal netwerk: presentatie, platformfunctie, verbindingen leggen, educatie, signaleringsfunctie, katalysator van ideeën

Noorderzon werkt samen met veel (artistieke) partners in Groningen. Ieder festival heeft een sterke lokale binding nodig, zo ook Noorderzon. Deze lokale en regionale wortels vinden wij uiterst belangrijk en koesteren wij. Enerzijds is Noorderzon het podium voor gearriveerde lokale partners om binnen een festivalcontext, eens 'een andere kant' te laten zien. Een locatieproject van en met het Grand Theatre bijvoorbeeld. Prime Concerten met het langste stuk voor strijkkwartet ooit, in de synagoge bijvoorbeeld. Anderzijds is Noorderzon het podium waar 'alles terecht kan' waar geen natuurlijk podium voor is, in de stad of regio. Dit geldt voor beginnende lokale makers, voor gelegenhedscollectieven, voor ideeën, projecten en voorstellingen waar een festivalcontext voor nodig is. Het wetenschapscentrum Qu3 op Noorderzon 2010 en 2011 bijvoorbeeld, waar het UMCG, de Hanzehogeschool en vele anderen samenwerkten. Studio Frank & Lisa en de Groninger Archieven die samenwerkten met ons in het Format GAVA project (2008-2010). Of de beginnende makers van De wonderlijke wereld, Wim & Michel Velt, Theatergroep NizNo. Waar kunnen dit soort makers anders terecht – met eenzelfde resultaat – dan op Noorderzon?

We proberen een katalysator van ideeën te zijn, maar ook zoveel mogelijk 'de juiste mensen' aan elkaar te koppelen, verbindingen te leggen. We hebben de afgelopen jaren gemerkt dat we daarin soms ook bijna functioneren als een loket. Makers, instellingen met een idee, gelegenhedscollectieven, melden zich bij ons. Uiteraard kunnen we niet ieder idee uitvoeren. En uiteraard is (nog) niet ieder idee even geschikt om ten uitvoer te brengen. Daarom leggen we zoveel mogelijk verbindingen naar en met andere partners, ons netwerk is inmiddels erg groot en nuttig daarin. Veel beginnende makers leiden we op / helpen we: we helpen met eerste productieplannen, het maken van een project of voorstelling, we leren hoe goede plannen te schrijven, financiers te vinden, begrotingen te maken. En uiteraard wordt het hele professionele 'apparaat' van Noorderzon ingezet, van kaartverkoop tot marketing.

lokaal & regionaal netwerk: gastprogrammering, subprogramma's

Door deze verbindingen kunnen wij niet alleen een breed palet aan programma laten zien, maar kunnen wij ook de rafels van het hele spectrum opzoeken. Ook vinden wij het belangrijk om de (programmerings)-expertise aanwezig in Groningen e.o. te benutten. Immers, niet ieder genre is onze forte, wij schakelen graag gastprogrammeurs in die binnen door ons bewaakte artistieke parameters en context, kunnen programmeren. In groeiende samenwerking met diverse partijen, zijn onder andere de volgende initiatieven en subprogramma's de afgelopen jaren gaan bloeien, of staan in de startblokken om nog verder te bloeien:

Literatuur: samen met literair programmeur Stefan Nieuwenhuis van Buro05 en met ondersteuning van het Letterenfonds is er een bloeiend literair platform ontstaan op Noorderzon. Van grote namen als Jan Siebelink die komt voordragen, tot officieel podium voor de voorrondes van de Nederlandse NoorderZlam (NK Poetry Slam) wedstrijden. Van de eerste TheaterStripNacht tot de verkiezing van de eerste kinderdichter van Groningen. Van debatten met Bas Heijne en Ronald Plasterk tot een uitgebreid programma voor kinderen.

Kinderactiviteiten: in 2009 zijn we –enigszins bescheiden – begonnen met een speciaal kinderprogramma op het zuidelijk deel van ons terrein. Omdat wij tevens in 2009 ons plan voor duurzaamheid (We Care @ Noorderzon 2009-2012) lanceerden, hebben wij de kinderactiviteiten standaard gekoppeld aan dit thema. Het succes was overweldigend en de kinderactiviteiten zijn nu een vast onderdeel van ons programma. Lokale programmeur Nynke Oele ondersteunt en ontwikkelt deze programmering samen met onze programma coördinator Henk Bothof. In 2009-2011 was de Speelweide de plek om te zijn voor duizenden kinderen.

Muziek: voor het aanbieden van meer gratis programma en ook muziek een belangrijke plaats te bedelen in het programma, hebben wij drie gratis muziekpodia gecreëerd met ieder een eigen, uitgesproken profiel. Het Dok podium voor *cutting-edge* internationale artiesten, het Jazz podium voor meer sferische muziek en jazz uiteraard en het Werf podium voor singer-songwriter muziek. Voor het programmeren van onze muzikale programmaonderdelen werken we samen met lokale programmeurs Peter Sikkema, Joey Ruchtie (beide o.a. Eurosonic/Noorderslag) en Hielke

Wenselaar (o.a. Noordermuziekcentrum, Hanze Cast). In 2010 en 2011 hebben we tevens samengewerkt met VERA – club for the international pop underground voor een aantal concerten. Met het Platformtheater en Ham Radio Communications organiseren wij samen de nazit van Noorderzon: de Nachtclub. Ham Radio's Geert van der Velde programmeert tevens 5 dagen lang huiskamerconcerten van gevestigde en lokale bands.

Beeld: Wij presenteren in samenwerking met ForumImages jaarlijks een filmprogramma met een selectie uit de beste films die het komende jaar gaan uitkomen en daarnaast – afhankelijk van het jaar – een speciaal programma (in 2010 bijvoorbeeld een exclusief Japans filmprogramma). Een filmfestival binnen een festival. Het Centrum Beeldende Kunst Groningen laat (bijna) ieder jaar speciaal voor Noorderzon een jonge en beginnende kunstenaar een speciaal project ontwerpen en uitvoeren. Met de Groninger Archieven, het Groninger Audiovisueel Archief en Studio Frank & Lisa hebben wij met ondersteuning van de Mondriaan Stichting drie jaar lang het Format GAVA project gepresenteerd. Door ons geselecteerde artiesten worden in de archieven losgelaten en aan een VJ gekoppeld, om archiefmateriaal te ontsluiten en op nieuwe wijze in een minivoorstelling te presenteren aan publiek. In 2010 was de laatste editie van Format GAVA.

AVAlanche: In 2011 startten wij – onder de titel AVAlanche - met de pilot van een nieuw coachingstraject voor jonge videokunstenaars uit het noorden van Nederland. Wij selecteerden daarvoor vier makers (in 2011: WERC, Visueel Geweld, Electriciteit Is Onze Hobby en Lex Vesseur) en collectieven die speciaal voor Noorderzon een installatie of voorstelling ontwikkelden. Dit heeft erg mooie resultaten opgeleverd en de makers zijn erg blij met de mogelijkheid die wij ze met dit project kunnen bieden. In 2012 en hopelijk de jaren daarna gaan wij dit project dan ook proberen voort te zetten met relevante Groningse partners zoals SIGN, Jonge Harten, maar ook opleiding Minerva. Er is heel veel talent in het noorden, dat wij hiermee een podium en ontwikkelingsstraject kunnen bieden.

Wetenschap: sinds 2010, is wetenschap tevens als 'genre' toegevoegd. En met goed gevolg: het dagelijks Nirvana- project in 2010 (interactieve, wetenschappelijke lezingen en debatten over het thema geluk) van Studio Frank & Lisa (tegenwoordig Rocket Industries) vond gretig aftrek. Ook werd een heus science-centre (Qu3) gebouwd door partners UMCG Genetica, Rijksuniversiteit Groningen, Target en SciencelinX, de Hanzehogeschool, het Noorderpoortcollege, het Alfa-college, Science op School en Technomatch- 'een kubus vol kennis midden in het plantsoen' getiteld Qu3. In de Qu3 werden in 2010-2011 dagelijks lezingen geprogrammeerd, gegeven, een uitgebreid kinderprogramma aangeboden en was een planetarium te bezoeken. Met 5000 bezoekers een geslaagd project.

lokale helden: op de Leliesingel (een straat dwars door het Noorderplantsoen) geven wij ruim baan aan kleinere voorstellingen en projecten, veelal van lokale helden, beginnende makers en of gelegenheidscollectieven. Tegen kleine prijsjes kan er een voorstelling bezocht worden. Soms zijn de voorstellingen nog niet af, soms zijn ze niet helemaal geslaagd, soms wordt er een parel ontdekt. De 'containers' bieden de juiste context binnen Noorderzon, voor deze aanstormende talenten.

lokaal & regionaal netwerk: coprogrammering, coproductie

Daarnaast programmeren en produceren wij samen met diverse partners, zoals vaste partner het Grand Theatre, ForumImages en vele anderen. Er wordt door partners 'in ons programma' geprogrammeerd, er wordt door ons in de 'huizen' van partners geprogrammeerd.

Deze samenwerking hebben we min of meer als een biënnale van Venetië geconstrueerd: geen verplichte samenwerking, maar een kern van een aantal vaste partners, die ieder jaar wordt aangevuld met incidentele partners. Dit geheel levert een prachtige symbiose, een staalkaart van wat Groningen als stad en provincie te bieden heeft. En versterkt dit ieders rol: we brengen allen ons 'eigen' publiek zoveel mogelijk in contact met de activiteiten van de partner(-s). Het versterkt ieders netwerk: we dragen ieder zoveel mogelijk relevante partners en mogelijke verbindingen aan. Het versterkt de kennis binnen ieders organisatie: door veel samen te werken, wordt er veel geleerd van elkaar, van de verschillende expertise die ieder in een samenwerking inbrengt.

Om een indruk te geven, in de jaren 2009 t/m 2011 werkten wij (structureel) samen met onder meer: Grand Theatre, ForumImages, Noord Nederlands Toneel, Vera, Stichting Gronings Audiovisueel Archief, RHC Groninger Archieven, De Oosterpoort en de Stadsschouwburg, Centrum

Beeldende Kunst Groningen, Pavlov E-lab, Buro05, Groninger Forum, WERC, Ham Radio Communications, ZomerJazzFietsTour, Rocket Industries, Popfabryk, Poëziepaleis, Snow, Platform GRAS, Tschumipaviljoen, Prinsentheater, Platformtheater, Frank Mohr Instituut, Stichting Folk, Stichting Jazz, Science Centrum Groningen, Theater de Citadel, De Noorderlingen, Galerie SIGN en vele andere partijen en individuele makers en partners.

G7, G17, Festivalsectie, IETM etc: samenwerken, politiek, strategie, kennisuitbreiding

Een speciale verbintenis lokaal is de G7. Een informeel samenwerkingsverband van 4 Groningse festivals (Noorderlicht, Jonge Harten, Eurosonic Noorderslag, Noorderzon) en 3 podia (Vera, Grand Theatre en ForumImages). In de onderhandelingen van de gemeentelijke cultuurnota 2009-2012 kregen deze 7 een generieke korting opgelegd om het budget 'kloppend' te krijgen. Met vereende inspanningen hebben wij deze korting ongedaan gemaakt. De informele samenwerking beviel goed, deze hebben we voortgezet. De samenkomsten zijn met opzet informeel en onregelmatig; de noodzaak om elkaar te zien mag niet alleen bestaan uit (politieke) urgentie; we willen elkaar af en toe gewoon graag zien. Hetzij voor informatie-uitwisseling, hetzij voor ontspanning, hetzij voor een politieke noodzaak.

De culturele sector laat zich soms teveel verleiden tot het opereren op eilandjes, terwijl de meeste organisaties veel te klein zijn om alles wat zich roert in de dynamische omgeving, nauwlettend te volgen. Doordat Noorderzon als organisatie nooit alleen zou kunnen bestaan en samenwerken in ons DNA zit verankerd, zien wij tevens een grote meerwaarde van allianties als de G7. Uit de G7 is eerder in 2011 ook de G17 voortgekomen. Een alliantie van rijksgesubsidieerde instellingen in landsdeel noord, die samen een campagne ontwikkelden om de bezuinigingen in het noorderlijk landsdeel te beperken.

Op nationaal niveau hebben wij eveneens een soort 'G7'; de festivalsectie van de VSCD, met als leden onder meer Oerol, Theaterfestival Boulevard, Springdance, Karavaan, Over het IJ Festival en Tweetakt. Op programmatisch vlak wordt er niet of weinig samengewerkt, omdat onze artistieke profielen niet aansluiten. Uiteraard zijn de bijeenkomsten op het gebied van kennisuitwisseling, eendrachtige vertegenwoordiging van de festivalsector in Nederland, elkaar simpelweg in informele setting bijpraten en ontmoeten, wel een belangrijke en prettige factor voor ons.

Duurzaamheid: netwerk, politiek, kennis

Zoals wij al eerder beschreven, hebben wij in 2009 onze duurzaamheidcampagne gelanceerd: We Care @ Noorderzon. De campagne is gekoppeld aan de cultuurnota periode 2009 - 2012. Na een aantal jaren vooronderzoek, achten wij in 2009 de tijd rijp om met onze duurzame voornemens naar buiten te treden. De doelen zijn simpel: Noorderzon verduurzamen en zoveel mogelijk ons platform met veel bezoekers inzetten voor educatie en bewustwording. Door onze zichtbare inzet voor duurzaamheid en de implementatie van duurzame toepassingen, zijn wij toegetreden tot een 'extra' netwerk en hebben we er een loketfunctie bij. Voor veel duurzame initiatieven - van lezingen tot hoe te verduurzamen - worden we geraadpleegd. De duurzame implementaties hebben een reeks aan nieuwe leveranciers, stakeholders, partners, relaties gegenereerd. Deze koploperspositie willen wij de komende jaren verstevigen en verder uitbouwen. En dat kan onder meer omdat wij in 2010 het eerste meerdaagse evenement waren met het duurzaamheidskeurmerk Green Key. In 2011 prolongeerden wij de zilveren variant.

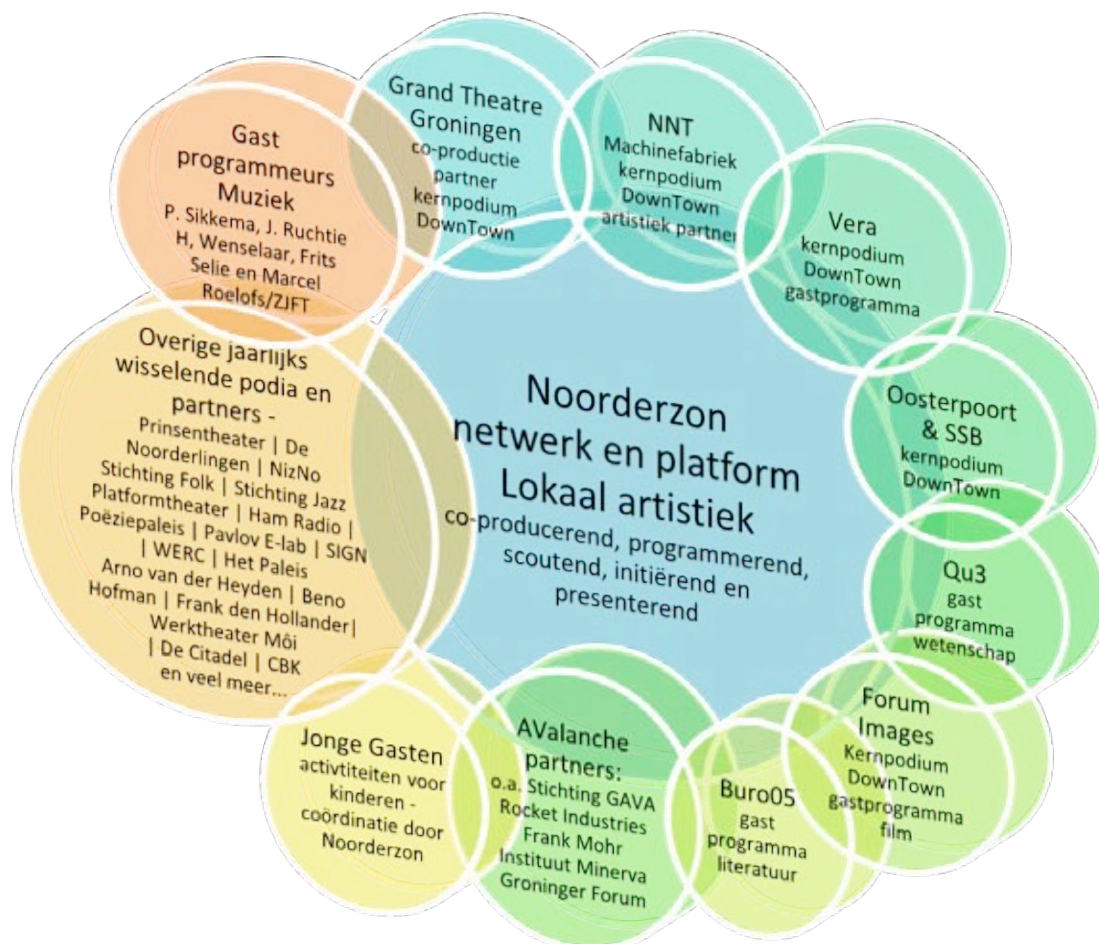
Netwerk & Verbindingen algemene kennis, politiek, strategie, actualiteiten

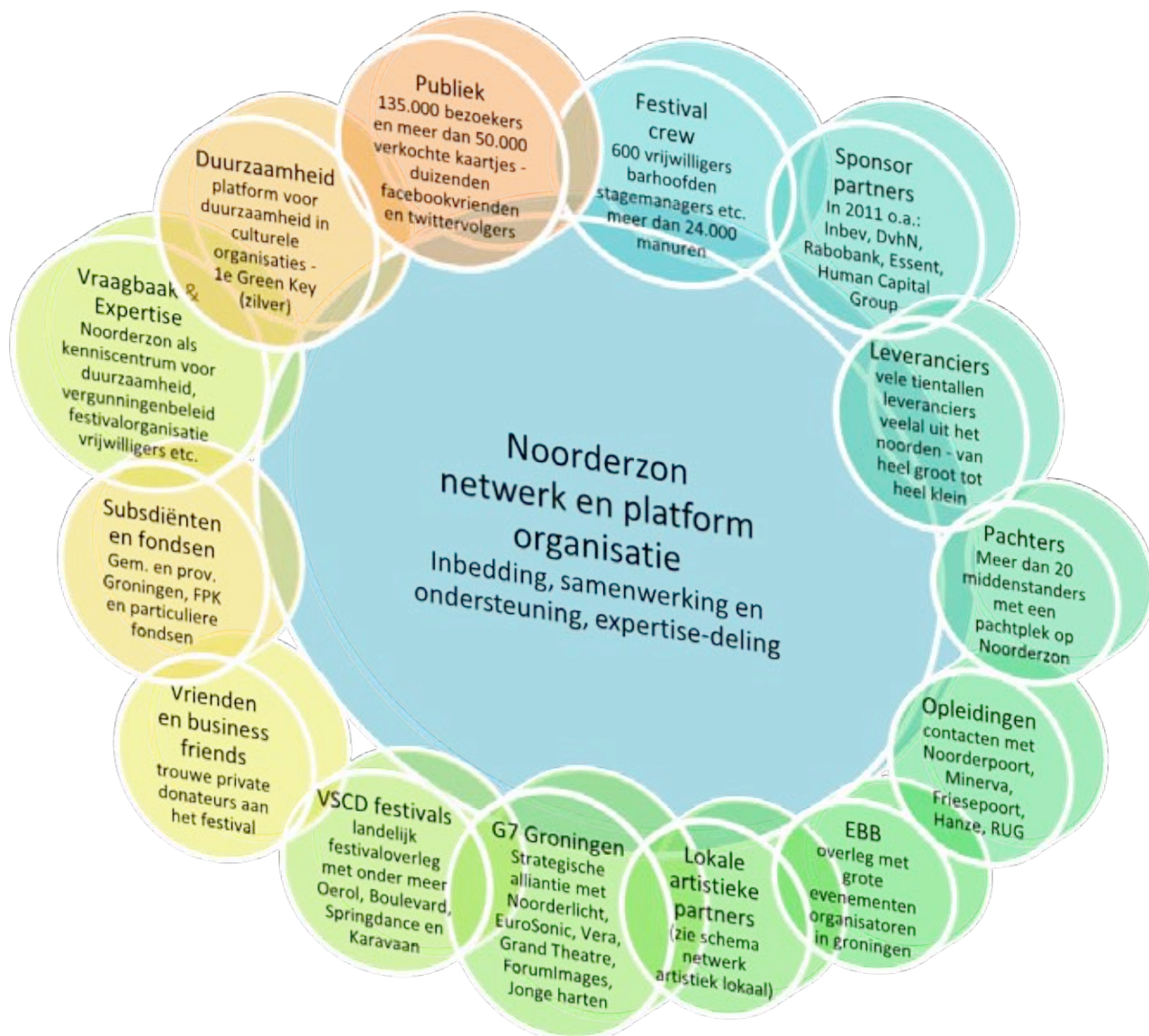
Elders in dit plan typeren wij Noorderzon als een 'dorp'; een elfdaags dorp in het Noorderplantsoen en verspreid door de binnenstad en omliggende gebieden. Bijna alle facetten van het bouwen, onderhouden, beheren, bedenken en leven in een dorp, is toepasbaar op Noorderzon. Van internationale belastingregels voor artiesten tot het aanleggen van een tijdelijk waternetwerk. Van het bouwen van een podium voor 400 mensen op een schier onmogelijke plaats tot het uitvoeren van een omvangrijke horeca - en restaurantoperatie. Het transporteren van een decor uit Oekraïne tot het uitzoeken en boeken van reizen voor honderden artiesten.

Doordat we opereren zowel aan de uiteinden van dit spectrum als op alles daartussenin, hebben we soms zonder dat we dit beseffen, een zeer waardevolle kennisbank opgebouwd. Kennis die we graag

delen met anderen, en dat ook doen. We verlenen graag en veelvuldig advies. Een andere bijkomstigheid van het uitgebreide palet aan activiteiten, is dat we een evenzo uitgebreid pakket aan leveranciers en stakeholders kennen. Zowel regionaal en lokaal, als nationaal en internationaal.

Op politiek strategisch vlak proberen we vanwege onze cofinanciering door drie overheden, zoveel mogelijk betrokken te zijn bij actueel beleid. Op lokaal en regionaal politiek niveau zijn we – ingegeven door ons ‘dorp’ en het multidisciplinaire karakter van ons programma – zeer betrokken bij organisatie-overstijgend cultuurbeleid en algemeen beleid. Onze lidmaatschappen en informele betrokkenheid bij IETM, Kunsten '92, VSCD, G7 etc. helpen bij het moeten hebben van deze vele ‘ogen en oren’.





Speelweide (Noorderzon 2009)



Bill Callahan (Austin, Verenigde Staten) (Noorderzon 2009)

Marketing, help mij kiezen, service, maatwerk

In het afgelopen decennium is een enorme ommekeer gekomen in de gedachtes over en de toegekende waarde aan marketing in grote delen van het culturele veld. Marketingmedewerkers vervullen overal staffuncties en worden als volwaardig – zo niet belangrijkste – ondersteunende medewerkers van organisaties gezien. Culturele instellingen beseffen dat ze een ‘merk’ kunnen worden en daarbij behorende merkeigenschappen worden steeds belangrijker om te borgen. Er wordt druk getwitterd, gefacebooked, de on-line mogelijkheden zijn ongekend, de creatieve industrie floreert, cultuur slaat bruggen en bezoekersaantallen groeien. In het huidige cultuurdebat is het jammer te moeten constateren dat er qua beeldvorming terug wordt gegrepen naar oude en versleten denkbeelden. Maar er gebeurt momenteel van alles binnen de sector.

Publieksfestivals lopen van nature voorop in de ontwikkelingen rond marketing en communicatie, omdat goede marketing en communicatie simpelweg een bestaansvoorwaarde is voor de festivals. Wij zijn immers afhankelijk van het ‘op de been’ brengen van massa’s mensen in zeer korte tijd. En in deze zeer korte tijd willen wij een scala aan boodschappen meegeven, en aanzetten door een evenzo groot scala aan aankopen doen – van ticket tot merchandising. Daar is onze organisatie ook op ingericht. Marketing is integraal onderdeel van de organisatiecultuur en loopt als een rode draad door onze activiteiten. Ondernemerschap is festivals daardoor al jaren bekend. We willen immers wel dat dat mooie programma door veel mensen wordt gezien. Voor Noorderzon is dit een van de sleutels tot het huidige succes geweest en in de marketing en communicatie zien wij een van de belangrijkste speerpunten van de komende periode.

Noorderzon heeft een sterke merknaam, zowel regionaal, nationaal als internationaal. Uiteraard vraagt een dergelijk statement meteen om een nuance. Natuurlijk weet een gemiddelde inwoner van New York niet wat Noorderzon is, maar een belangrijk deel van de internationaal opererende theaterscene aldaar, weet dat wel. Natuurlijk weet niet elke Amsterdammer van het bestaan van Noorderzon, maar de in cultuur geïnteresseerde wel en die pakt ook eventueel de trein om het festival te bezoeken. Groningers uit stad en provincie plannen hun vakantie om het festival heen; Noorderzon is een ijkpunt in het jaar. Deze gegevens en ons betrouwbare profiel zijn van grote waarde en zorgvuldig opgebouwd over 21 jaar. Daarom is het van belang dat Noorderzon voor alle doelgroepen en doelgebieden de juiste waarden communiceert.

Marketing als DNA van Noorderzon

De stafmedewerkers van Noorderzon zijn stuk voor stuk culturele omnivoren, die zichzelf afvragen hoe ze zelf benaderd en behandeld zouden willen worden, hoe zij zelf cultuur ervaren. Wij bezoeken en evalueren allemaal frequent andere festivals, theaters, concertzalen etc., dus wij weten hoe het veld er uitziet en daar proberen wij als organisatie als geheel op te anticiperen. Intern hanteert Noorderzon dan ook het motto: *educate yourself*. Hierdoor hebben wij veel expertise en *all rounders* in huis. Elk jaar wordt de festivaleditie van Noorderzon tot in de puntjes kritisch geëvalueerd. Heel veel keuzes die door het jaar heen worden gemaakt staan in het teken van het aantrekkelijk(er) en toegankelijk(er) maken van het festival over de gehele linie, zonder daarbij concessies te doen omtrent het relatief ‘moeilijke’ artistieke kernproduct. Dat kan betekenen dat wij de routing op het terrein aanpassen, maar ook dat wij bijvoorbeeld een wijnbar toevoegen aan ons horeca-assortiment of dat we de keuze maken om duurzaamheid – ook in communicatie - als structureel onderdeel van ons festival te zien.

Communicatie en marketing is dus veel meer dan een flyertje en een boekje, het is een integrale denkwijze waarin de directeur, productie leider, het hoofd horeca en ook de vrijwilligers een grote rol spelen naast de afdeling marketing en communicatie.

Ons streven daarin is om onze marketing net zo innovatief en vooruitstrevend te laten zijn, als ons programma. De sleutel voor Noorderzon daarin is: bieden van veel maatwerk, een *personal touch* en herkenbare eigen stijl, een toegankelijke toon en oog voor detail. We willen graag dat iedereen zich aangesproken kan voelen door onze vormgeving, door onze toon, door onze overall uitstraling. Ofwel: iedereen moet zich welkom voelen op ons festivalterrein, en het is onze taak eventuele drempels weg te nemen. Wij hebben er heel veel plezier in om elk jaar weer een spannende en toegankelijke marketingmix te vinden waarbij wij zoveel mensen en zoveel groepen weten aan te

spreken. Wij vinden onze toegankelijkheid een grote bijdrage leveren aan ons succes en daarmee de motor van ons onderscheidend vermogen.

Bezoekers & Tickets

Het aantal bezoekers dat Noorderzon per jaar trekt, is al een paar jaar redelijk constant, met een lichte groei. Wij maken daarin een onderscheid tussen terreinbezoekers en ticketverkopen. Niet iedereen koopt immers een kaartje, er is natuurlijk heel veel gratis te beleven op het festivalterrein. We zien sinds 2006 een groei van het aantal terreinbezoekers, met als uitzondering 2010, door bijzonder slecht weer. Qua ticketverkoop is al jaren een stijging te zien. Door een hoge mate van diversificatie, en uitgebreider worden van het programma bezoeken steeds meer mensen een voorstelling. Een bevestiging zien we in 2010: door het slechte weer, liep het terreinbezoek wat terug, maar steeg de kaartverkoop. Dat zegt iets over de artistieke koers van Noorderzon die door de bezoeker goed begrepen en gevolgd wordt.

Dit zijn mooie, min of meer constante cijfers, die een lichte groei laten zien. Deze kwantitatieve groei willen wij niet verder doen stijgen. Uiteraard beweegt de capaciteit van bijvoorbeeld kaartverkoop mee, afhankelijk van welke structuren wij plaatsen, en welke voorstellingen wij programmeren. De capaciteit van het Noorderplantsoen voor bezoekers is echter prima; deze capaciteit willen we zo goed mogelijk faciliteren en daarbij proberen binnen de beperkingen van het Noorderplantsoen, ieder jaar zoveel mogelijk te verrassen. Zowel in inrichting (waar plaatsen we horecapunten, voorstellingslocaties, hoe leggen we routing aan?) als in aankleding.

Wij willen ons in de komende periode en ook in 2013-2016 verder oriënteren op het uitbouwen en verder inbedden van het DownTown-gedeelte. Wij hebben niet de wens of ambitie om in 2013-2016 enorm te groeien in kwantiteit, dan veel liever in kwaliteit: in verbetering in service, in het beter bereiken van al die bezoekers. Een mooi voorbeeld van een innovatieve manier van service verlenen is het mailadres helpmijkiezen@noorderzon.nl waar mensen op maat gemaakt advies kunnen opvragen over wat ze zouden kunnen bezoeken. Wij begonnen hier in 2009 bescheiden mee en zagen in 2010 en 2011 steeds meer activiteit, en mensen zijn erg tevreden over de antwoorden. Leuk om te doen, innovatief en bovendien erg servicegericht. Andere mooie voorbeelden zijn de informele uitleg in veelbekeken filmpjes op YouTube van Mark Yeoman over de verschillende voorstellingen of het bieden van meer achtergrondinformatie door het uitreiken van geschreven interviews met makers tijdens de voorstellingen. Ook startten wij in 2011 in samenwerking met het dovenclubhuis in Groningen met een pilot om doven en slechthorenden beter voor te lichten over ons programma, door het invoeren van een symbool in onze communicatie en door een doventolk een voorstelling live te laten tolken. En er is veel meer mogelijk op het gebied van maatwerk!

Samenstelling bezoekers

Noorderzon is een klein dorp wat maar 11 dagen per jaar bestaat. Mensen van alle pluimage trekken naar dat dorp, ongeacht opleiding, leeftijd, politieke voorkeur, afkomst. Een grote analoge community waar iedereen bij wil horen. De een bezoekt elke avond een voorstelling uit het grote programma, de ander houdt het bij het flaneren en bezoekt de vele kleine voorstellingen. De een houdt het bij een biertje, de ander dineert ook op Noorderzon. Overeenkomstig is dat de sfeer gemoedelijk is en dat iedereen zich er thuis voelt.

Trouw publiek

Het Noorderzon-publiek is groot, divers en trouw. De geoefende theaterkijker zit naast de beginnening. Een groot deel van de bezoekers komt uit de stad Groningen en de noordelijke provincies, al komt een aanzienlijk deel ook uit andere delen van Nederland. Noorderzon trekt ook veel internationale bezoekers, die met name vanuit professioneel oogpunt het festival bezoeken. In 2011 hebben wij een uitgebreid publieksonderzoek verricht. Daaruit bleek dat de meer dan 600 geïnterviewde bezoekers gemiddeld maar liefst 7 edities van Noorderzon hadden bezocht en dat ze meer dan 3,5 festivaldagen en gemiddeld 12,5 uur aanwezig waren op het festivalterrein. De Noorderzon-editie van 2011 kreeg gemiddeld een 7,6 als eindcijfer, waarbij het cijfer 8 met afstand het meest is gegeven. Ons publiek is gemiddeld 37,4 jaar oud, of eigenlijk jong. Wij zijn natuurlijk bijzonder trots op deze cijfers!

Vanwege de grotere mogelijkheden van het communiceren over de grenzen van de eigen regio, het steeds minder belangrijk worden van 'papier' als communicatiemedium, denken wij dat de diversiteit van de bezoekers van Noorderzon alleen maar zal toenemen. Je hoort steeds meer dat al

de Groningse logeerkamers tijdens Noorderzon bezet zijn door mensen van overal in het land om van het festival te komen genieten, net als dat het geval is tijdens EuroSonic Noorderslag.

Media - online en gedrukt

Alle landelijke en regionale kranten schrijven jaarlijks over Noorderzon en wat elk jaar weer opvalt is de inhoudelijke wijze waarop men over het festival praat. Steeds minder kleine aankondigingen, maar juist veel grote beschouwende artikelen. Ook halen wij geregeld de voorpagina van bijvoorbeeld Dagblad van het Noorden, Leeuwarder Courant of Gezinsbode. Per jaar heeft Noorderzon honderden serieuze artikelen in de geschreven pers (totale advertentiewaarde meer dan anderhalf miljoen euro), worden we geregeld genoemd op nationale televisie en radio en is de online traffic over Noorderzon via allerlei online media, blogs en social media sites werkelijke overweldigend. De community in het plantsoen verplaatst zich dan even naar het web, waar ieder zijn ervaringen deelt. Wij verwachten grote verschuivingen in het gebruik van social media en een gestage stijging van ons websitebezoek via referrers als Facebook en Twitter.

Wij drukten in 2011 in totaal 30.000 exemplaren van ons festivalmagazine i.s.m. Onze mediapartner Dagblad van het Noorden (tegenover 50.000 in 2008), maar zagen met name grote sprongen vooruit in het bezoek van de website. Hoewel het web significant belangrijker wordt, vinden wij het nog steeds heel belangrijk een mooi magazine te maken. Wij geloven dat velen nog veel belang hechten aan een papieren overzicht van ons bijzonder omvangrijke programma en uiteraard is het magazine elk jaar weer een prachtig visitekaartje voor het festival.

marketingwensen 2013-2016

Wij slagen er goed in om met alle verschillende doelgroepen en stakeholders te communiceren. Het is een behoorlijk gecompliceerde klus geworden, die door de gehele organisatie wordt gedragen. Je zou kunnen zeggen dat het 'grote' marketingbeleid staat als een huis. Dat wil zeggen dat we een goede campagne voeren voor en tijdens het festival, dat we continu door het jaar heen communiceren met vele verschillende partijen. Het gaat te ver om hier onze hele marketingstrategie tentoon te spreiden. Daarom volstaan we in dit beleidsplan dan ook met een aantal concrete, en vooral kwalitatieve wensen voor de periode 2013-2016:

* Groot accent op de eigen omgeving. Noorderzon ziet Groningen als het centrum van zijn eigen wereld en wij weten dat het gebied om ons heen ons belangrijkste doelgebied is. Daarom willen wij ons in deze jaren extra sterk richten op de noordelijke provincies en met name Groningen, Drenthe en Friesland. We zien een groei van bezoekers uit deze regio's en geloven dat dit potentieel nog veel meer kan worden aangeboord.

* Groter accent op het verlenen van service en maatwerk. We krijgen al die mensen naar het festivalterrein, maar hoe benaderen wij al die mensen? Hoe helpen we ze keuzes maken in het programma. In 2009 introduceerden wij met succes helpmijkiezen@noorderzon.nl, waar mensen programmatips konden opvragen. In 2010 en 2011 ontwikkelden wij dit verder en breiden onze service uit, zoals beschreven, met een samenwerking met de doven- en slechthorendenplatformen in Groningen. In 2013-2016 willen we meer in deze richting gaan denken en draait marketing & communicatie om kwaliteit van de aandacht dan om kwantiteit. En meer om interactie dan alleen om het zenden van informatie.

* Betere benadering / faciliteren internationale bezoekers. Meer tweetaligheid, meer service voor mensen die Nederland, Groningen en eventueel het festival niet kennen, maar wel willen bezoeken. Zonder dat we ons informele karakter kwijtraken.

* Het ontwikkelen van een adequate social media strategie. 2010 en 2011 waren zonder meer de jaren van de social media. Grote netwerken kwamen in de mainstream terecht en dat hebben wij binnen Noorderzon ook zeker gemerkt. Met bijna 4000 twittervolgers en bijna 7000 facebookvrienden, doen we het niet slecht. De (inter)nationale interactiemogelijkheden zijn ongekend en je merkt dat je door de puurheid van de manier van communiceren heel veel informatie en ervaringen opdoet van de bezoekers, die je anders niet in deze hoeveelheden aangeboden krijgt. We kunnen alleen nog maar gissen wat er in 2013 laat staan 2016 allemaal mogelijk zal zijn, maar Noorderzon zal er als de kippen bij zijn.

* Noorderzon is een kwalitatief en sociaal breed festival geworden, dat blijkt wel uit eerdere delen

van dit beleidsplan. Binnen de marketing en communicatie wordt het een uitdaging om deze aspecten steeds meer onder de aandacht te brengen, om festivalbreed verbindingen te leggen met 'nieuwe' thema's als duurzaamheid, wetenschap en literatuur. Al deze subgebieden worden in de marketing apart geadresseerd binnen de context van het festival als geheel.

* Noorderzon werkt zoals gezegd samen met vele partners. In de komende jaren willen we met partners uit Groningen (bijvoorbeeld de G7) en elders in den lande (bijvoorbeeld de festivalsectie van de VSCD) onderzoeken hoe we gezamenlijk marketing kunnen bedrijven. Dat samenwerking heel goed kan werken hebben wij bijvoorbeeld gezien bij de gezamenlijke actie 'Groningen schreeuwt om cultuur' op 20 november 2010 waarbij wij als sector binnen zeer korte tijd toch zo'n 3000 mensen op de been hebben gekregen door een slimme marketingcampagne. Ook samen met bijvoorbeeld een partij als Marketing Groningen, zoeken wij naar manieren om zowel Noorderzon als Groningen te promoten. In samenwerking is nog veel meer mogelijk komende jaren.

Facts & Figures Noorderzon

Noorderzon - Cijfers	2013	2011	2010	2009	2008	2007	2006
Festivaldagen	11	11	11	10,3#	11	11	11
Festivalbezoekers (terrein)	135.000	135.000	125.000	135.000	135.000	125.000	100.000
Tickets Main Programme	22.500	22.090	23.117	21.573	25.550	25.485	24.956
Tickets op locatie	22.500	21.343	26.188	18.250	18.000	15.000	15.000
Tickets kidsprogramma	7.500	8.263	4.282*	7.636*	nvt	nvt	nvt
Tickets TOTALEN	52.500	51.696	53.578	47.459	43.550	40.485	39.956
Aantal DownTownpartners	15-25	22	22	18	17	16	15

* zat eerder versleuteld in kioskverkoop

openingsdag deels afgelast

Noorderzon - websitebezoeken	Pageviews	Unieke bezoekers
Jaar 2003	42.528	25.434
Jaar 2005	184.382	29.226
Jaar 2007	856.456	70.439
Jaar 2008	1.049.733	94.723
Jaar 2009	1.073.293	111.792
Jaar 2010	1.092.733	133.777
Jaar 2011* (t/m 9 dec)	1.095.912	153.857

Bron: Nedstat

Noorderzon en digitale media	2013	2011	2010	2009	2008
Website unieke bezoekers	175.000	153.857	133.777	111.792	94.723
Website pageviews	1.100.000	1.095.912	1.092.733	1.073.293	1.049.733
Twitter followers	5.000	4.000	1.985	nvt	nvt
Facebook friends	7.500	6.258	5.000	nvt	nvt
Digitale Nieuwsbriefabonnees	6.250	6.000	5.000	nvt	nvt

Herkomst kaartkopers Noorderzon	2011	2010	2009
Stad Groningen	66%	65%	72%
Provincie Groningen	17%	16%	15%
Provincie Drenthe	8%	7%	5%
Provincie Friesland	3%	3%	2%
Rest van Nederland	5%	8%	5%
Buitenland	1%	1%	1%

Bron: Active Tickets

Bruno Beltrão/Grupo de Rua (Rio de Janeiro, Brazilië) - H3 (Noorderzon 2009)



Faustin Linyekula/Studios Kabako (Kisangani, Congo) -
more, more, more... future (Noorderzon 2009)

Ondernemerschap, organisatie, educatie

Zoals wij al eerder schreven, hebben wij door een 'iets ruimere jas' onze organisatie kunnen versterken, in lijn met onze wens uit het beleidsplan 2009-2012. Deze versterking was broodnodig; langzaam pleegden wij roofofbouw op onze eigen 'schouders'. We hebben met heel veel plezier, enthousiasme en energie gebouwd aan 'onze' Noorderzon. Maar we zijn er nog lang niet, onze aanvragen voor 2009-2012 zijn niet volledig gehonoreerd, dus we hebben niet alles ten uitvoer kunnen brengen. En Noorderzon is anno 2011 een erg groot festival, met groeiende verwachtingen en wensen van publiek en organisatie, waardoor werkzaamheden complexer zijn geworden.

Het Noorderzon curriculum, Talentontwikkeling, Opleiding

U vraagt ons naar een visie op talentontwikkeling. Zoals u leest zit dit thema integraal verweven in deze aanvraag. Wij voorzien in talentontwikkeling van makers (bijvoorbeeld in het project AVAlanche), van organisatoren, van collega's, van ons eigen personeel. In 2013-2016 blijft ook dit voor ons een essentieel onderdeel van onze organisatie, essentieel voor onze vooruitgang en ontwikkeling en voor de infrastructuur van Groningen.

Noorderzon heeft niet de ambitie een extra educatief programma te ontwikkelen voor het festival. Wij zien dat niet als een haalbare of noodzakelijke toevoeging aan het Noorderzon curriculum wat wij al bieden, met name omdat Noorderzon zich afspeelt in een zeer gecondenseerde periode van slechts elf dagen, die ook nog in vakantietijd vallen. Daarnaast menen wij als presentatieplatform voldoende aanbod te leveren (en de doelgroepen ook te bereiken) voor alle leeftijden. Wij leveren als festival een speelse, laagdrempelige, vrijblijvende kennismakingsomgeving met cultuur, primair gericht op (jong) volwassenen. Een vierjarige kan bij ons leren hoe stroom wordt opgewekt, voorstellingen leren kijken, professionele zandkastelen leren bouwen. Gedurende de hele kinderleeftijd kan je terecht bij Noorderzon. Pubers worden wellicht soms beschouwd als een moeilijke groep, maar die zien wij veelvuldig bij ons gratis muziekprogramma, bij onze hippe dansvoorstellingen of bij de grote beamer- en projectieobjecten die aansluiten bij hun belevingswereld. Binnen de hectiek en compactheid van een festivalcontext, zien wij dat onze primaire educatieve taak in onze presentatiezijde en ontsluitingszijde ligt. Voor de ontsluiting van ons aanbod maken wij graag gebruik van onze eigen communicatiemiddelen, maar ook van platformen als Cultuur Educatie Stad.

De gemiddelde leeftijd van de Noorderzonbezoeker is immers ook maar 35 jaren jong!

Voor volwassenen bieden wij het ultieme educatieprogramma, namelijk de mogelijkheid om dingen te zien die ze nog nooit hebben gezien. Zowel de beginner als de geofende theaterkijker ziet tijdens Noorderzon – op grote schaal en in vele disciplines - dingen die de verbeelding te boven gaan. En hier zit de kern van wat kunst moet doen. Het moet ons anders naar de wereld doen kijken. Noorderzon biedt een 'kijktraject' van kind tot oudere en is educatief bezig, zonder het woord educatie te gebruiken. Ook het juiste woordgebruik en een innovatieve marketingmix hoort bij onze lage drempel. Het Noorderzon curriculum is een onbetaalbaar lespakket.

We werken samen met een aantal opleidingen voor diverse onderdelen van ons evenement. Een deel van ons festivalondersteunend personeel (onze vrijwillige technici bijvoorbeeld, een groep van 45 – 60 man / vrouw sterk!) komen van het Noorderpoortcollege Groningen en De Friese Poort. Twee van hun docenten staan onze organisatie, maar ook zeker deze technici bij voor begeleiding. Met opleidingen als kunstacademie Minerva (onderdeel Hanzehogeschool) werken we samen met docenten voor het scouten van jong talent, maar ook voor ons AVAlanche project.

P & O voor de komende jaren

Zoals reeds eerder aangestipt in dit beleidsplan, hebben wij veel personeel in huis opgeleid, veelal omdat wij zeer ervaren krachten simpelweg niet konden betalen. Anno 2011 zijn we erg trots op onze jonge, dynamische organisatie. Onze freelancers en parttimers waaien overal uit over de stad, brengen kennis over en nemen kennis mee terug. Mensen zijn in functies gegroeid, zijn functies ontgroeid. We trekken nog steeds veel jong talent aan, en proberen deze voor vervolgjaren te houden. Ook voor de komende jaren, staat het investeren in en professionaliseren van personeel hoog op de agenda.

Educatie - intern

Om ons innovatieve karakter te behouden en de organisatie blijvend te versterken, willen wij de minimale beschikbare middelen voor educatie & scholing, wat uitbreiden. Wij vinden het van essentieel belang dat we ons jonge team ook blijvend kunnen enthousiasmeren voor het werk. We zien onze werkzaamheden ook complexer worden, het up to date blijven is daartoe essentieel. We zijn trots dat we in de vaart der digitale volkeren goed meekomen, maar lopen daarin tegen onze eigen beperkingen aan. Intern willen we daarom nog meer digitaliseren; enerzijds is daarvoor scholing nodig, anderzijds zien wij het aantrekken van gespecialiseerde kennis noodzakelijk.

Knelpunten

Voor de komende jaren zien wij communicatie & marketing een nog grotere rol gaan spelen. De werkzaamheden worden nu verricht door de algemeen coördinator, ondersteund door freelancers specifiek voor festivaltijd. Dit is geen houdbare situatie; onze digitale media (website, social media, nieuwsbrieven etc) staan onder druk, evenals de communicatie tijdens het festival. We willen daar meer uren voor beschikbaar maken.

De jaar - rond relevantie en de loketfuncties voor duurzaamheid, aanspreekpunt voor beginnende makers, etc. merken wij intern. We zijn steeds meer - en dat doen we graag! - tijd kwijt aan het vervullen van deze rol en functies. We denken dat het goed is om deze functies en kennis te behouden, willen daarom intern medewerkers nog meer allround opleiden, maar ook meer uren voor ondersteund personeel (office medewerkers en coördinator) inzetten.

Onze werkzaamheden zijn gegroeid en complexer geworden, stipten we al aan. Dit betekent niet alleen dat er voor het begeleiden en coördineren van het aantal speelplekken meer mensen moeten worden ingezet, maar ook dat we verwachten dat de kosten van festivalondersteunende crew zoals de inzet van security, EHBO, verkeersregelaars, technici, hospitality, bezoekersprogramma etc. meer mensen nodig zullen zijn. Deze stijging in inzet is enerzijds gekomen door stijgende drukte, anderzijds door een professionalisering en wensen en eisen van deze tijd. De eisen die aan een evenementenorganisatie worden gesteld, stijgen, door een terugtrekkende overheid en een verzaaid eisenpakket en wet- en regelgeving waar aan moet worden voldaan.

Vrijwilligers

Onze vrijwilligers zijn onze ruggengraat: ons aantal is gegroeid tot meer dan 600 die in 2011 samen 24.725 uur werkten. Noorderzon is daardoor de grootste vrijwilligersorganisatie van de provincie Groningen en daarbij worden we een soort kenniscentrum voor het omgaan, werven, behouden en begeleiden van vrijwilligers. In 2009 hebben wij onderzoek gedaan en de belangrijkste reden waarom men mee wil werken is om 'iets goeds te doen met beschikbare tijd' en om bij Noorderzon 'te willen horen'. Een betere lokale en regionale inbedding en 'schouders' kunnen wij ons niet wenssen. De begeleiding en coördinatie van deze enorme groep medewerkers, willen we de komende jaren beter kunnen doen. Dat betekent enerzijds meer inzet van materieel (van informatievoorziening tot een kadootje), anderzijds zijn er meer uren nodig voor het 'bij elkaar houden' van deze groep en de aandacht kunnen geven die men verdient. Wij onderzoeken momenteel of wij in de toekomst ook een soort vrijwilligersbureau op kunnen zetten, om alle informele vragen die wij krijgen over de omgang met vrijwilligers wat te stroomlijnen. Op dit moment hebben we al 1 heel belangrijk instrument gecreëerd: een informele OR voor vrijwilligers. Vrijwilligers van alle functiegebieden zijn hierin verenigd en we consulteren dit klankbord 4 tot 6 keer jaar voor allerlei zaken. Vanaf 2011 krijgt ook elke vrijwilliger - bij goed functioneren - een 'diploma' wat enerzijds een waarderingsinstrument is, anderzijds is het een toevoeging aan het c.v. Wij zijn van mening dat ook onze omgang met vrijwilligers en deze grote groep enthousiastelingen praktische dingen leren tijdens en voorafgaand aan het festival, bij educatie en talentontwikkeling thuishoort.

Bedrijfsvoering

In het licht van alle potentiële en reële onheilstijdingen in de culturele sector hebben wij getracht een financiële vertaling te maken van onze plannen zoals beschreven in dit document. Vanwege de ten dele onbekende bezuinigingen of maatregelen die getroffen gaan worden, lichten we onze financiële vertaling toe.

Eigen inkomsten, ondernemerschap

Een groot publieksevenement als Noorderzon is niet alleen per definitie een groot collectief, cultureel feest, maar ook een ondernemer. Immers, het overgrote deel van onze inkomsten genereren wij zelf in dat korte tijdsbestek van de duur van een festival, en onderhevig aan een keur

van externe factoren. Dat maakt Noorderzon – zoals vele evenementen – een organisatie met een hoog risicoprofiel. Door een wat stevigere basis bestaande uit structurele subsidies voor de huidige periode, is onze financiële positie verbeterd. En we weten inmiddels ook dat Noorderzon deels weersbestendig is, getuige de correlatie tussen het weer en de hoogte van onze eigen inkomsten van de afgelopen jaren.

Dit neemt echter niet weg dat de druk hoog blijft en we een grote ‘inkoop- en inhuurorganisatie’ zijn. Om autonome kostenstijgingen te bekostigen, zijn niet alleen een accres en inflatiecorrectie op de subsidies noodzakelijk, maar ook het verhogen van de eigen inkomsten. We zijn trots op onze inventieve en veelzijdige wijze van het genereren van eigen inkomsten. We hebben ondanks het ontbreken van een groot bedrijvencorps in Groningen en omgeving, een goed aantal trouwe sponsors en Business Friends. We willen dit bedrag en aantal de komende jaren nog wel voorzichtig proberen uit te breiden; we zien dat een groeiende naamsbekendheid zich ook langzaam vertaalt in meer sponsors. We vinden de binding van een aantal bedrijven aan ons evenement ook belangrijk. Maar, zoeken daarbij altijd wel naar bedrijven die een duurzaam partnerschap met ons willen aangaan en niet naar bedrijven die slechts een platform zoeken voor productplacement.

Ons publiek en door de energie en inzet van onze vrijwilligers, dekken onze eigen inkomsten als horeca-, Vrienden-, pacht-, merchandise - en kaartverkoopinkomsten bijvoorbeeld, een hele grote kluit van onze begroting. Vanwege de 19% BTW-maatregel voor podiumkunsten hebben wij onze kaartverkoopinkomsten niet kunnen verhogen in de begroting. We willen onze toegankelijkheid – mede ondersteund door vriendelijke toegangsprijzen – in stand houden en te hoge prijzen gaan mensen massaal tegenhouden om avontuurlijk en relatief onbekend aanbod te bezoeken. Dat zien wij als onze belangrijkste publieke taak. De inkomsten uit horeca en pacht en merchandise zitten – afgezien van reguliere prijsverhogingen die doorgevoerd worden – aan het plafond. We hebben niet meer plaats in het Noorderplantsoen, maar we willen bovendien het delicate evenwicht tussen horeca & sociaal vertier enerzijds en kunst & cultuur anderzijds behouden.

Het Noorden is soms een lastige regio om duurzame aansluiting bij de zakelijke markt te bewerkstelligen. De afwezigheid van hoofdkantoren van bedrijven betekent niet alleen dat de spoeling voor sponsoring dun is, maar ook dat er een lange adem nodig is om doorgedrongen te zijn via lokale dependances, tussenpersonen tot hoofdkantoren. Wij zien hier voor de ‘driehoek’ lokale overheid, cultureel veld en bedrijven een rol weggelegd in de toekomst. We denken dat er door een gezamenlijk plan meer draagvlak gecreëerd kan worden in de zakelijke markt, voor de duurzame ondersteuning van lokale culturele activiteiten. Dit plan is niet ingegeven door de actualiteit, maar doordat we zelf merken dat de ingang tot de kleine zakelijke markt soms moeilijk te vinden is. En dat lokaal en regionaal bestuur daar een waardevollere makelaarsrol in kan spelen, dan zij zelf wellicht beseft. Met matchingsregelingen, hulp bij opbouwen van duurzame relaties. Wij menen dat een dergelijk plan juist specifiek met lokaal en regionaal bestuur – en niet met landelijk bestuur – een kans van slagen heeft. Sponsoring staat en valt immers bij persoonlijke betrokkenheid.

P&O, marketing, wet & regelgeving

Zoals reeds aangekaart, willen wij investeren in educatie van personeel en (zo) het innovatieve karakter van onze organisatie borgen. Daarnaast willen we een aantal functies versterken: de aansturing, begeleiding en werving van vrijwilligers, marketing & communicatie, digitalisering. Ook het budget voor meer maatwerk- en toekomstbestendige marketing zoals uiteengezet in betreffende hoofdstuk, achten we noodzakelijk. Door stijgende eisen op het gebied van wet en regelgeving zien we de festivaloperatie over de komende jaren duurder worden. We voorzien dat we meer geld zullen moeten besteden aan thema's als veiligheid en security, mobiliteit en logistiek.

Koploperspositie artistiek, duurzaamheid en platform

Voor de huidige cultuurnota periode (2009-2012) zijn we in een wat ruimere jas gestoken, maar is onze subsidievraag niet volledig gehonoreerd door de drie co-financiers. Dat beginnen we te merken. Willen we de koploerspositie op artistiek gebied behouden, dan zullen we daar meer geld voor vrij moeten maken. De markt verschuift, we merken dat in ons segment van de markt onze ‘slimme’ kostendrukkende oplossingen, uitgeput raken.

Ons duurzaamheidsprogramma loopt in ieder geval tot en met 2012. De afgelopen twee jaren hebben ter ondersteuning van alle implementaties, een budget van de duurzaamste stad Groningen ontvangen, dat inmiddels gedeeltelijk is afgebouwd.. De overige meerkosten voor duurzame

toepassingen vangen wij in de lopende begroting op. Wij denken dat het duurzaam is, als we ons duurzaam programma voortzetten in 2013-2016. We hebben immers in 2010 en 2011 als eerste festival in Nederland de Green Key ontvangen! Duurzame toepassingen voor festivals is anno 2009-2011 nog deels in de experimentfase; er is al veel voor particulieren en voor 'vaste' gebouwen, maar niet voor tijdelijke evenementen. De kosten zijn daardoor (nog) hoger dan de gegenereerde besparingen.

Onze platformfunctie zoals beschreven in het hoofdstuk 'netwerk & inbedding' is evenals het DownTown programma, een waardevolle toevoeging aan ons programma. Een dwarsdoorsnede kunnen laten zien van veel culturele activiteiten die normaliter geen podium hebben, aan het einde of juist het begin van het culturele seizoen, is ook succesvol gebleken. Groningen in al zijn kleuren op zijn best. Deze platformfunctie kost echter wel geld; veel partners bedruipen zichzelf met externe incidentele financiering, maar wij zorgen voor het minimale wat we kunnen bijdragen: platform, logistiek, marketing, personele ondersteuning...van een maaltijd tot drinkbonnetjes, van een groot professioneel podium en publiek, tot een zeecontainer.

Niwagekidan Penino (Tokio, Japan) - Frustrating Picture Book for Adults
(Noorderzon 2010)



Ham Radio Communications - Huiskamerconcerten (Noorderzon 2011)

Where do we think we're going?

Een bloeiend cultureel klimaat is van essentieel belang voor een stad met regio(overstijgende) - functie als Groningen. In tijden van krimp in sommige regio's groeit de stad Groningen als kool. Jaarlijks komen er duizenden studenten bij en verjongt de stad gestaag door. Gerard Marlet heeft in zijn inmiddels veel geciteerde werk – Muziek in de stad – onderzoek gedaan naar het belang van een gezonde culturele infrastructuur in een stad en is tot de conclusie gekomen dat het juist oude steden als Groningen zijn met een toonaangevend cultureel aanbod, die uiterst geschikt en aantrekkelijk zijn om je in te vestigen. En Groningen scoort ook zeer hoog op de woonaantrekkelijkheidsindex! Let wel: het gaat er daarbij helemaal niet alleen om of men ook perse frequent cultuurconsument is, maar het gaat er juist om dat het culturele aanbod er is. Cultuur is bedrijvigheid, cultuur is spanning, cultuur verbindt, cultuur is leven. In tegenstelling tot veel steden, dorpen en regio's waar nu fors geïnvesteerd wordt in cultuur als cement van een gemeenschap, heeft Groningen voor een groot deel al alle troeven in handen. Als winkelstad, als stad van de Ikea, als stad van FC Groningen, maar zeker ook als stad van hoogwaardige en diverse cultuur. Wij geloven dat stad en regio Groningen alles in zich heeft om zich blijvend een belangrijke plek op de culturele landkaart toe te eigenen. En Noorderzon hoopt daarin de functie als performing arts festival te mogen blijven vervullen.

Noorderzon toonaangevend in de (inter-)nationale scene

Noorderzon wil zijn positie in de internationale scene de komende jaren behouden en verstevigen. Dat wij de nieuwste voorstellingen van makers als Dmitry Krymov (Rusland), Quarantine (Groot-Brittannië), Gisèle Vienne (Frankrijk), Zachary Oberzan (VS), Rimini Protokoll (Duitsland), Pichet Klunchun (Thailand), Chelfitsch (Japan) of Radiohole (VS) kunnen presenteren is niet vanzelf gekomen. Het presenteren van werk uit dit spannende segment vergt veel reizen, veel inzet en het zorgvuldig opbouwen van een betrouwbaar artistiek profiel – en daarmee kunnen wij dergelijke hoogvliegers naar Groningen halen. De komende jaren willen wij graag deze slagroom op de taart blijven presenteren of coproduceren. We willen voorop blijven lopen in het (inter-)nationale veld. Dat vereist investeringen voor de komende jaren.

We zien tegelijkertijd met veel plezier, dat onze lokale en regionale platformfunctie voor veel werk zonder podium of presentatieplek, tot bloei is gekomen. Men weet Noorderzon te vinden. Het blijvend kunnen presenteren van al dit aanbod in een professionele context met een groot en divers publiek, zien wij als onderdeel van onze kerntaak.

Waar gaan we nou naar toe in 2013-2016?

Noorderzon is de belichaming van continue verandering, een met zorg samengestelde minikosmos waarin alles in directe verbinding met elkaar staat. Noorderzon is in 2011 aan alle kanten in beweging en zal zich in de jaren 2013-2016 met name kwalitatief op alle vlakken gaan versterken en waarborgen. Wij hebben niet de illusie dat we tienduizenden extra bezoekers gaan trekken en die wens bestaat ook niet – we hebben immers al veel bezoekers! We willen onze bestaande gestage groei zo goed mogelijk faciliteren op alle vlakken. Kwantitatief staan we er op alle vlakken goed of uitstekend voor en willen we juist onze status, functie en onze uitstraling behouden, verdiepen en verstevigen. Het belang van Noorderzon voor stad, regio, land en buitenland staat onomstotelijk vast, we zien daarin de vaste contouren van een stabiele organisatie met een eigen infrastructuur. Een infrastructuur waar met de adequate ondersteuning veel instellingen en kunstenaars hun plek vinden. We zien dat we daarmee net als de artistieke collega's een vaste rol en plaats vervullen in de keten die Groningen tot een smaakmaker en top-5 cultuurstad maakt.

Tot slot; het volhouden van onze (publieke) taakstellingen met zo'n 60% eigen inkomsten, is voor ons geen duurzaam plan voor 2013-2016 en verder. Alle nieuw te ontwikkelen verdienmodellen, efficiëncyslagen die gemaakt kunnen worden, een sponsorbeleid opzetten, *crowdfunding* of *friendsourcing* te initiëren zien wij niet als onontgonnen gebieden voor Noorderzon – we doen het al jaren met veel energie en ook plezier. We menen een reële begroting te hebben neergelegd reeds in de Provinciale aanvraag van december 2010, waar onze eigen inkomsten nog steeds 50% of iets hoger zijn, maar met een concrete, bredere basis. Helaas zien wij door de bezuinigingen bij de Provincie als door de maximumbedragen van de nieuwe regelingen van het Fonds Podiumkunsten, een grotere claim bij de Gemeente Groningen noodzakelijk. Deze claim zien wij niet noodzakelijk voor het bekostigen van een *groeimodel*, maar voor het behoud van een Noorderzon in de huidige, herkenbare vorm.

Tomoko Mukaiyama (Nederland/Japan) - Wasted (Noorderzon 2010)



Santasangre (Rome, Italië) - Bestiale Improvviso (Noorderzon 2011)

Wat wordt er over Noorderzon gezegd?

Een selectie uit de vele perscitaten 2011

'Noorderzon brengt, in tegenstelling tot andere zomerfestivals hoofdzakelijk internationale voorstellingen. Artistiek directeur Mark Yeoman legt de nadruk op performances in de brede betekenis van het woord, met een grote visuele uitstraling.'

Kester Freriks in NRC Handelsblad

'Laat er geen misverstand over bestaan: Noorderzon en Oerol zijn geen Groningse of Friese, zelfs geen noordelijke, maar wereldfestivals.'

Jacques d'Ancona in Dagblad van het Noorden (11 november 2011)

'Het gewone is tijdens Noorderzon prachtig.'

Mirjam van der Linden in de Volkskrant

'Dit is pijngrensverleggend theater, waar sommigen zo ongemakkelijk van worden dat ze aangeslagen de zaal verlaten.' ... het is een conflict - de universele basis van theater. Dat dát in luttele dagen zo veel uiteenlopende, grensverleggende vormen krijgt is een belangrijke verdienste van Noorderzon. En om daarvan bij te komen speelt er altijd wel een toffe band.'

Jacob Haagsma in de Leeuwarder Courant (24 augustus 2011)

'Lowlands in een notendop. Met een beetje goede wil zou je het smaakvolle muzikale programma tijdens Noorderzon zo kunnen bekijken.'

Peter van der Heide in Dagblad van het Noorden

'... daarom is het goed dat we in de buurt van de stad wonen waar evenementen als Noorderzon worden georganiseerd. Daar zie je mensen die op het platteland achter slot en grendel zouden worden gezet. Wie er wel eens komt en afgaand op de bezoekersaantallen die we krijgen gemaild is dat echt iedere stadje, krijgt zelfs de indruk dat de theater-, circus- en muziekbranche louter in het leven is geroepen om al die vage types van de straat te houden. Het is ook helemaal geen goed idee om te bezuinigen. Je moet muzikanten, acteurs en kunstenaars juist de kans geven hun waanideeën (ook wel creativiteit genoemd) in liedjes, toneelstukken en schilderijen te vatten. Ik moet er niet aan denken dat zo'n figuur bij de Albert Heijn werkt en voor mij een kilo snietjemous moet afwegen.

Dat wordt niks...

...we hebben Noorderzon nodig om een jaar lang gewone mensen aan te kunnen.'

Herman Sandman in de Groninger Gezinsbode

'Noorderzon is de rijkdom van Groningen. Van Nederland'

Jeroen Wieelaert (NOS Radio) in openingsspeech Noorderzon 2011

'Het moest het hoogtepunt worden van Noorderzon 2011 en dat werd het met glans. *In Paris* van regisseur Dmitry Krymov met acteur/danser Mikhail Baryshnikov openbaarde zich als een ronduit sublieme voorstelling. Alleen een ijskonijn zal zonder kippenvel de Groningse Stadsschouwburg zijn uitgestapt. Het artistieke team van het festival mag zich op de borst kloppen dat ze deze fabelachtige productie met zulke grote namen hebben kunnen strikken [...] Totaal gegrepen. Zoiets bijzonders zien we niet snel nog eens'.

Eric Nederkoorn over *In Paris* in Dagblad van het Noorden

'Beetje bij beetje versterkt Noorderzon zijn aanjagersrol in het mondiale festivallandschap [...] Hier worden niet alleen bijzondere nieuwe producties heen gehaald, ze worden hier ook gemaakt, met Noorderzon en Grand Theatre als co-producenten. Om daarna succesvol de wereld over te trekken. Het gebeurde met de Amerikaan Zachary Oberzan, die hier na zijn voorstelling *Your Brother, Remember?* monteerde. Na deze editie kan dat net zo ver komen met Phantom Limb Company...
...internationale programmeurs roemen steevast de ontspannen, feestelijke sfeer op het festivalterrein, een jaloersmakende omgeving. Met goed publiek.'

Eric Nederkoorn in Dagblad van het Noorden

'Baryshnikov groots en intiem... En daar krijgt Mikhail Baryshnikov in de theaterrol van oude generaal toch zijn dansmoment, helemaal aan het slot. Zijn geliefde is net ten hemel gestegen, letterlijk aan een touw door het luchtruim getakeld, hij kan nog nét bij haar voeten. En dan, met de rode voering van zijn generaalsjas als lap op een stier, bezweert hij dat eenzame, rottige leven: Baryshnikov dánst.'

Sander Hiskemuller over *In Paris* in Trouw

'Het is een indrukwekkende, zowel rauwe als subtiele voorstelling geworden, met rake choreografie, subtiele muziek en authentieke vraaggesprekken met slachtoffers: een harde, artistiek verantwoorde uithaal naar de smeerpijperij op deze katholieke instelling [...] In Ierland zal deze voorstelling hard aankomen, maar ook in het Groningse Prinsentheater was de absolute noodzaak om haar te maken al compleet voelbaar.'

Eric Nederkoorn over *The Blue Boy* van Brokentaklers in Dagblad van het Noorden

'Noorderzon, jaarlijks terugkerend feest van podiumkunsten, van paraderen, kijken, kletsen, en consumeren, begint donderdag. Een mooiere warming-up voor het culturele seizoen is moeilijk denkbaar. Voor veel noorderlingen is het ook de gevierde afsluiting van hun vakantie.'

Dagblad van het Noorden

'...ik ben burgemeester van een sprookje'

Burgemeester Peter Rehwinkel op Twitter

Pol Heyvaert (Brussel, België en Cork, Ierland) - FML (Fuck My Life)
(Noorderzon 2010)

cork



My parents are Neil and Marie, they are ok



contact Gonzo (Osaka, Japan) - The late drummer / studies of happenings on
stage and rhythm that doesn't match but in a way it does (Noorderzon 2011)

Colofon

Dit was het beleidsplan 2013 – 2016, geschreven ten behoeve van het cultuurnotatraject van de Gemeente Groningen. Wij publiceren onze plannen en verslagen altijd op onze website: noorderzon.nl en zijn natuurlijk altijd bereid (en we vinden het ook leuk!) om onze plannen toe te lichten.

(Contact-)gegevens:

Stichting Noorderzon Groningen

Bezoek: A-kerkhof ZZ 12, Groningen

Post: Postbus 1736, 9701 BS Groningen

Telefoon: 050 – 314 02 78

E-mail: [info\[at\]noorderzon.nl](mailto:info[at]noorderzon.nl)

Kamer van Koophandel: 41009224

BTW nummer: 0047.342.57.B01

Bank: 32.94.55.389 t.n.v. St. Noorderzon Groningen

Bestuur Stichting Noorderzon d.d. december 2011:

Dhr. Bert van Slochteren (voorzitter). Leden: Dhr. H. Gerritsen, Dhr. D.Nijdam, Mevr. B. Jensma, Dhr. R. Janssen

Tekst beleidsplan: Stichting Noorderzon Femke Eerland, Mark Hospers

Fotografie: Pierre Borasci, Grenoble, France

Foto buitenkant omslag: Baryshnikov Arts Center & Dmitry Krymov Laboratory *In Paris – a play* in de DownTown locatie Stadsschouwburg Groningen tijdens Noorderzon 2011.

Foto binnenkant omslag: Publiek festivalterrein, Leliesingel tijdens Noorderzon 2011.

Groningen, december 2011

Pichet Klunchun Dance Company (Bangkok, Thailand) -
Nijinsky Siam (Noorderzon 2010)



Phantom Limb Company (New York, Verenigde Staten) - 69 °S. (Noorderzon 2011)



