



WHAT'S NEXT?

– ON BEING IN MOTION

DUURZAME AMBITIES VOOR
NOORDERZON PERFORMING ARTS
& SOCIETY FESTIVAL GRONINGEN
2021–2024

●
NOR
DER
ZON

PERFORMING
ARTS FESTIVAL
GRONINGEN



INHOUDSOPGAVE

1. KERN – 4

2. WORTELING – 12

3. PUBLIEK – 15

4. BEDRIJFSVOERING – 20

festivaldata

2021 — 19 tm 29 augustus

2022 — 18 tm 28 augustus

2023 — 17 tm 27 augustus

2024 — 15 tm 25 augustus

“Geen theaterfestival in Nederland brengt een hele stad zó in reuring als Noorderzon in Groningen. [...] In festivalhart het Noorderplantsoen is het lekker hangen op de terrassen tussen het groen, een biologisch glas wijn erbij, plus een oesterzwambitterballetje. ‘Kom erbij’ zou het festivalmotto kunnen luiden. Deze verwelkomende grondhouding is ook in de 29ste editie in de theaterprogrammering verankerd. De internationale voorstellingen en performances verrassen, vernieuwen en bedienen zich van allerlei disciplines, en zijn ‘toch’ heel toegankelijk.” [...] Noorderzon brengt theater van nú, en wellicht ook van de toekomst, want het festival heeft zich in de 29 edities bewezen als trendsettend.”

— Aleksander Hiskemuller, Trouw 2019

“Noorderzon bewijst internationale reputatie met multimediale performances en eigenzinnige programmering. [...] wordt internationaal al jaren geroemd: in de eigenzinnige programmering draait het niet om grote namen, maar om makers die theater, dans en muziek vanzelfsprekend combineren met hoorspel, film, objectkunst, wandelroutes of virtual reality.”

— Annette Embrechts, De Volkskrant 2018

1 NOORDERZONS KERN

WAT IS NOORDERZON?

Noorderzon Performing Arts Festival Groningen is de ietwat curieuze combinatie van groots zomerfeest en internationaal kunstenfestival. Lokaal programma staat zij-aan-zij met avontuurlijke internationale podiumkunsten. Cutting-edge theater en muziek, literatuur, moderne dans en intieme containervoorstellingen. De stad als podium, het vrij toegankelijke en idyllische Noorderplantsoen als ontmoetingsplaats, dorp en podium ineen. In 2016 ontvingen we - als een van de eersten - de Europese EFFE-award voor trendsettende Europese festivals, de erepenning van de stad en de provinciale cultuurprijs. We verwelkomen gedurende elf dagen circa 140.000 bezoekers, die meer dan 40.000 kaartjes kopen voor grote en kleine voorstellingen en tienduizenden bezoeken afleggen aan het uitgebreide gratis programma in en op meer dan 25 zalen en festivalpodia. Zo'n 25 internationale gezelschappen als *hoofdprogramma*, meer dan 30 lokale gezelschappen waarmee we iedereen van nul tot negentig jaar bedienen. Noorderzon is anno 2020, 30 jaar oud. Ondanks - of dankzij? - onze leeftijd, blijven we volop in beweging.

BEWEGING EN SCHURING

We schreven in de afgelopen jaren drie beleidsplannen: *Where Do We Think We Are Going (2013-2016)*, *On the Road - as we are Traveling (2017-2020)* en nu: *What's Next? - on being in motion*. We zijn in ons tempo bezig onszelf te verbeteren en te positioneren. Altijd met oog voor het hier en nu, voor onze (directe) omgeving en de keten waarin we opereren. Noorderzon wil een kunstenfestival zijn dat zorgt voor een brede blik, zonder alleen te reageren op het nu. Noorderzon presenteert geen hype, maar duidt de achtergrond en grondslag van zo'n hype in een mondiaal en lokaal kader, met nieuwsgierigheid als onze leidraad. Noorderzon is een betrouwbare gids die je in een vertrouwde omgeving met uitgesproken programmering aan het denken zet. Noorderzons programmering schuurt, Noorderzons keuzes voelen soms ongemakkelijk. Onder leiding van artistiek directeur Mark Yeoman is dit ons signatuur geworden; de reden dat het festival tot ver over de landsgrenzen een ijkpunt is voor internationale podiumkunsten. In lijn met onze duurzame groei, zijn we nu klaar voor een BIS-aanvraag.

REFLECTIE 2017-2020: HYBRIDE VORM EN DITO PUBLIEK

Noorderzon als makelaar in ontmoetingen, schreven we de vorige periode. We zijn een sociale ontmoetingsplaats en een vooruitstrevende kunstaanbieder. (Internationale) podiumkunsten zijn onze kern, maar we brengen geen hiërarchie aan in kunstdisciplines noch ons publiek. We denken juist dat onze curieuze mix van disciplines dé manier is om een divers publiek aan te spreken. Voor de geïnteresseerde leek en de professional. Zo benaderen we onze programmering en zo benaderen we ons publiek; we houden van verhalen - hoe deze ook verteld worden.

Wij vullen ons festival in als de oude betekenis: een brede viering. Hierbij hoort ook een breed publiek dat zich vrij beweegt tussen disciplines. Festivals excelleren in het aantrekken van publiek wat zich normaliter niet veel in de kunsten begeeft en kunnen daarmee een goede, wellicht eerste, kennismaking zijn. Onze publieksonderzoeken bevestigen dat: een groot deel van ons publiek (10-20%) bezoekt naast Noorderzon niet of nauwelijks kunst en cultuur. Op Noorderzon bezoekt men muziek en literatuur, dans, debat en theater en ontmoet men *elkaar*. In de afgelopen drie jaar was onze hybride vorm een succes, hebben we aan onze voornemens gestalte gegeven, een groei in kaartverkopen gezien en onze brede positie verstevigd. Ons edgy profiel staat ons niet in de weg, het is zelfs een voorwaarde voor veel bezoekers geworden om ons te bezoeken.

NIEUW: & SOCIETY

In 2017-2020 namen wij ons ook voor ons festivalplatform nog meer in te zetten voor duiding, met het uitbouwen van ons verdiepingsprogramma. We signaleerden dat de tijd definitief voorbij is dat een kunstinstelling zich onthoudt van duiding en context. We selecteren namelijk met een reden: waarom moet dit verhaal verteld en waar leiden deze rimpelingen in het water toe? Dit contextprogramma - onder leiding van producer Henk Bothof en directeur Femke Eerland - is vanaf het begin een groter succes geweest dan we verwachtten. Dit onderdeel heeft zich comfortabel genesteld naast onze podiumkunsten; van nagesprek tot debat, van college tot lecture performance. Het voelt blijkbaar zo natuurlijk, dat partners óns benaderen en waar - blijkens onderzoek - ons publiek veel (meer dan 65%) waarde aan hecht. Onze volgende stap is de naamsverandering naar *Noorderzon Performing Arts & Society Festival Groningen*. Dit betekent ook dat we ons programma niet meer zonder maatschappelijke duiding willen zien: dit is de (nieuwe) kern. Het contextprogramma staat niet meer naast het kunstenprogramma, maar vormt *gezamenlijk* kernprogramma.

ROL

Scouten, introduceren en investeren op maat zijn kerntaken en definiëren een belangrijk deel van Noorderzons rol. We zijn een middelgroot, smaakmakend festival wat het experiment zoekt om de (toekomstige) artistieke krenten uit de pap te selecteren: *pre-market*. Op landelijke schaal zijn we door onze 'voorportaal-functie' te vergelijken met een avantgarde muziekfestival als Le Guess Who?. Daardoor vervullen wij een logische positie ten opzichte van het grotere en gearriveerde Holland Festival. Internationaal meet ons programma zich met partnerfestivals als het Zürcher Theaterspektakel (Zürich) en KunstenfestivaldesArts (Brussel) en onderscheiden we ons door onze schaal en stevige publieksfunctie.

THE ART OF PROGRAMMING & EARLY SPOTTERS

Onze bestaansreden is niet om te provoceren - zelfs als dat soms zeker het geval is - maar om te selecteren. We denken niet dat alleen gezelschappen of artiesten 'leiderschap' in discussies kunnen tonen; we menen dat juist de presentatie van samenhang en dus de hand van selecteren een nog betere dialoog kan voeren: *the art of programming* als uitzonderlijke kernwaarde van ons festival. We nemen daarin altijd de ontwikkelingen in de (mondiale) samenleving als leidraad. We ervaren internationalisering nooit als exotisch; de Nederlandse samenleving is al sinds zijn ontstaansgeschiedenis internationaal. Niet tonen hoe kunstenaars of kunst zèlf veranderen, maar kunst selecteren die de ontwikkelingen in de samenleving volgt en weergeeft.

Noorderzon heeft en creëert ideale omstandigheden om vrij discussies te voeren en elkaar te ontmoeten. De live-ervaringen van een festival, zowel op het podium als de ontmoeting *off stage*, zijn daarin cruciaal. Noorderzon heeft een unieke positie in internationale netwerken en is in die hoedanigheid vroeg betrokken bij internationale carrières van makers. Door onze omvang en positie zijn we veelal het festival dat *introduceert* en een geschiedenis met internationale makers en netwerken opbouwt en onderhoudt. Door in een doorlopend gesprek te zijn, zijn wij *early spotters*. Artiesten houden ons op de hoogte van ontwikkelingen in hun omgeving en dragen zelf makers en ideeën aan. Een informeel netwerk als ragfijne spinrag over de wereld.

Zo presenteerden wij vroeg in hun internationale carrière belangrijke makers als: Nature Theater of Oklahoma (2006, USA), Faustin Linyekula (2009, DR Congo), Mariano Pensotti (2011, Argentinië), Antoine Defoort & Halory Goerger (2009, Frankrijk), Kuro Tanino (2010, Japan), Christiane Jatahy (2013, Brazilië), Gisèle Vienne (2010, Frankrijk), Bruno Beltrão (2009, Brazilië), 600Highwaymen (2014, USA), Gob Squad (2007, Duitsland/België), Pablo Larraín (2015, Chili), Teatro la Re-Sentida/Marco Layera (2015, Chili), Antony Hamilton (2013, Australië), Quarantine (2010, Engeland), Fernando Rubio (2013, Argentinië), Bissane Al Charif (2017, Syrië/Frankrijk), Trinidad Gonzàles (2019, Chili), La Tristura (2019, Spanje) KnaM Theatre (2018, Rusland), Dead Centre (2017, Ierland). Veel van deze makers zijn inmiddels veelgevraagd en -geprezen. Wij ondersteunen hun volgende stap naar een ander publiek en naar (internationale) zichtbaarheid.

GLOCAL!

Bij onze rol van introduceren hoort ook *investeren op maat*. Noorderzon heeft geen ambitie een grote producent te zijn, maar heeft zijn naam gevestigd als smaakmakende *coproducer* en *copresenter*. Dit doen we met lokale en internationale partners of beiden. We bieden mogelijkheden naar behoefte. Vaak selecteren we onafhankelijke makers die niet al aan een 'huis' verbonden zijn. Wij bieden dat dan tijdelijk; zo werkten Ainslie Henderson (Schotland), Jaha Koo (Zuid Korea), 600Highwaymen (USA) en Fernando Rubio (Argentinië) in Groningen. Zo koppelen we lokale infrastructuur en professionals aan internationale infrastructuur en professionals.

Een speciale band hebben we met trouwe Groninger partner Grand Theatre. Samen vormen we een eigen keten in het coproduceren. We investeren in internationale makers en relaties, van residentie tot voorstelling. De lijnen zijn kort: Mark Yeoman is tevens artistiek leider van het Grand Theatre. Dit levert een betekenisvolle plus op: voor ons, voor makers en voor publiek.

GASTHEER

Noorderzon is primair een publieksfestival en wil dat ook zijn. Het festival heeft zich echter in de afgelopen tien jaar tegelijkertijd ontwikkeld tot een van de belangrijkste middelgrote podiumkunstenfestivals van Europa voor het kunnen zien van nieuwe internationaal werk. Professioneel bezoek mixt op informele en gelijkwaardige wijze met regulier publiek. Onze internationale platformfunctie is even hybride als Noorderzon zelf: professionals zijn gewoon onderdeel van het publiek. Ieder jaar bezoeken meer dan 40 internationale topprogrammeurs Noorderzon; collega's van Japan tot de Verenigde Staten, van Chili tot Hongarije. Zij kunnen relatief anoniem bezoeken afleggen; Noorderzon faciliteert en treedt op als gastheer. Artiesten worden vanuit Noorderzon doorgeprogrammeerd over de wereld, zonder de druk te voelen om voor een 'zaal vol professionals' te hoeven presteren.

PLATFORM IN EUROPA

De uitwisseling tussen vakgenoten en ons profiel hebben ons zowel een prominente plaats op de internationale kalender als in formele en informele netwerken opgeleverd. We waren in de afgelopen periode onderdeel van een drietal door de Europese Unie ondersteunde netwerken. 1. NXTSTP (2012-2017 gecoördineerd door KunstenfestivaldesArts/Brussel, acht Europese partners die *emerging* artiesten ondersteunen) en 2. CreateToConnect (2013-2018, gecoördineerd door Bunker/Ljubljana, 12 Europese partners bevorderen de relatie tussen kunstenaars, podium en publiek). Ons huidige door de EU-ondersteunde netwerk is 3. CreateToImpact (2019-2022, gecoördineerd door Bunker/Ljubljana), vijftien Europese partners waaronder La Villette (Frankrijk), AltArt (Roemenië), BIT Teatergarasjen (Noorwegen) en Artsadmin (Engeland). Met deze partners investeren we in ons huidige publiek en in het aanspreken van nieuw publiek, door nieuwe presentatievormen te ontwikkelen en te implementeren en door verdieping en innovatie.

Tussen 2014-2018 co-organiseerden en hostten wij de jaarlijkse mini-conferentie van Directors Circle International (bedacht door Mark Russell, van Under the Radar Festival New York). 25 artistieke *hot-shots* uit Amerika, Azië en Europa komen bij elkaar op een toonaangevend festival, om banden aan te halen en spannende artistieke ontwikkelingen te bespreken. Noorderzon is samen met gerenommeerde partners als REDCAT (Los Angeles USA), Steirischer Herbst (Graz, Oostenrijk), Wiener Festwochen (Wenen, Oostenrijk), HAU/Hebbel Am Ufer (Berlijn, Duitsland), LIFT (London, UK), SIFA (Singapore) onderdeel van DCI. Tot 2014 was dit een reizende conferentie. Vanwege het open karakter van ons festival, de overzichtelijkheid en sfeer van een stad als Groningen en ons avantgardistische programma, is DCI vijf jaar gebleven. Voor artiesten als Mariano Pensotti resulteerde een kennismaking in een wereldwijde tournee. Voor Noorderzon een zeer waardevol netwerk van vakgenoten en een band met de individuele leden die Noorderzon nog ieder jaar bezoeken.

Met Europese topfestivals als Zürich (Theaterspektakel), Hamburg (Kunstenfestival), Genève (La Bâtie), Ljubljana (Mladi Levi), Tanz im August (Berlijn) delen wij meer dan alleen festivaldata. Sinds een heel aantal jaren brengen we gezamenlijk spannende internationale gezelschappen naar onze festivals die allen rond dezelfde periode plaatsvinden. Een duurzame artistieke werkpraktijk: we selecteren samen en bieden meerdere speelplekken en maximale zichtbaarheid in een gecondenseerde periode. Daarvoor delen we een artistieke opvatting en - heel praktisch - kosten en moeite. Zo reisde Bruno Beltrão (Brazilië) in 2018 langs Budapest (Sziget), Zürich, Berlijn en Groningen. Een belangrijke manier van samenwerken, waar makers, festivals en publiek van profiteren; win-win!

COLLEGA'S LANDELIJK

We vervullen een rol en functie in de landelijke keten van festivals en we onderhouden goede relaties met onze collega's. Dat doen we niet alleen functioneel in de Verenigde Podiumkunstenfestivals, maar ook programmatisch. Met gewaardeerde collega's zoals het Holland Festival en SPRING stemmen we af waar programmatische keuzes dit vragen en onderhouden we vriendschapsbanden.

Een festival is geen eiland; Noorderzon is direct verbonden en betrokken bij zijn omgeving. We zijn programmeur, coproducent, opdrachtgever, ontwikkelaar, presentatieplek, partner en soms alles ineen. We zijn daarmee een natuurlijke aanvulling op het stedelijke en regionale aanbod en dragen bij aan de ontwikkeling en weerbaarheid van de regionale en stedelijke culturele infrastructuur. Voor diverse programmaonderdelen werken we ook al jaren samen met partners- instellingen en curatoren- uit die infrastructuur: literatuur, kinderprogramma, muziek, beeldende kunst en ons verdiepingsprogramma.

Met een flink aantal noordelijke podiumkunstinstellingen - van Noord Nederlands Orkest tot Tryater - vormen we het talentontwikkelingsnetwerk Station Noord. Door krachten en kwaliteiten te bundelen, bieden we nieuwe mogelijkheden aan beginnende makers. We begeleiden gezamenlijk talenten in hun ontwikkeling tot een autonome praktijk.

In onze programmalijs *Gemaakt in het Noorden* presenteren we zo'n 5 tot 10 (jonge) noordelijke makers: een volwaardig onderdeel van ons hoofdprogramma. Individuele makers die vanuit Station Noord klaar zijn voor de volgende stap en speciale projecten van stedelijke partners als Het Houten Huis of Club Guy & Roni. Ons uitgebreide containerprogramma laat met meer dan 25 lokale makers en gelegenheidscollectieven een dwarsdoorsnede zien van alles wat er bloeit of kan gaan bloeien in het noorden. Op onze laatste festivaldag (NoorderZondag) stellen we ons festivalplatform ter beschikking aan meer dan 50 lokale initiatieven en verenigingen: de Groningse versie van de Uitmarkt.

Doordat in de zomer de meeste 'vaste' podia gesloten zijn, zorgen onze muziekpodia voor een jaarrond programmeerbaar Groningen. Op Noorderzon zijn meer dan 70 concerten te zien op minimaal vier podia; vrijwel allen gratis. Lokale talenten geprogrammeerd door inhouse programmeringstalent Marinke Kerkhoff en partners als Urban House, Prins Claus Conservatorium, Academie voor Popcultuur. Peter Sikkema en Joey Ruchtie (oa Eurosonic Noorderslag, SPOT Groningen), Stichting Folk en SoundsofMusic festival tekenen voor het cutting edge internationale muziekprogramma.

Ons negendaagse literatuurprogramma wordt al meer dan tien jaar met liefde samengesteld door Stefan Nieuwenhuis (o.a. striprecensent en journalist NRC Handelsblad, dichter). Het literaire programma is even onconventioneel als Noorderzon: geen voorleessessies, maar live podcasting en graphic novels.

Tien dagen lang kinderprogramma is een belangrijk onderdeel van ons curriculum: kennismaken met Noorderzon via een divers programma van voorstellingen en educatieve activiteiten. Wetenschappers geven kindercolleges, kinderen kunnen alle fantasie (en energie!) kwijt in voorstellingen en workshops.

In 2017 zijn we op eigen initiatief gestart met met drie volle dagen programma voor de oudere Noorderzonner: plussers. We verzorgen met partners als Vrijdag, Vier het leven en Samen In Beeld- tv workshops bloggen met bejaarden en meezingcafé's; een ontroerend leuke toevoeging aan ons curriculum.

Met onder andere CBK Groningen, WERC en Platform GRAS worden ieder jaar beeldende kunstprojecten en -objecten gerealiseerd: van een digitaal aanstuurbaar waterobject tot architectuur-fietstochten door Groningen.

In ons verdiepingsprogramma werken we sinds 2016 samen met Rijksuniversiteit en Hanzehogeschool Groningen en verschillende afdelingen daarvan: Studium Generale, Arts in Society en specialistische afdelingen. Prikkelende talkshows en debatten realiseren we met deze clubs en met partners

als Glasnost, het Waterbedrijf, Verhalen van Groningen, Groninger Archieven, UMCG, Dagblad van het Noorden, Young Academy. De komende jaren onderzoeken we nog veel meer relaties en dwarsverbanden voor onze &society bezegeling.

PIJLER

We zijn erg blij en trots dat onze betekenis door gemeente en provincie Groningen wordt gewaardeerd met een *cultuurpijlerschap* (een instelling die een zeker beleidselement draagt en schraagt) voor de functie festivals. We zijn ook aangemerkt om voor acht jaar opgenomen te worden in de cultuurnota's van beide overheden.

MISSIE & ACTIVITEITEN

Betekent dit alles dat we tevreden achterover leunen? Integendeel! De volgende stap - *what's next?* is Noorderzon Performing Arts & Society Festival: het voortzetten van wat we doen, met optimale ruimte voor beweging, voor blijvende verfrissing en verdieping vanuit een stevige artistieke basis.

- Noorderzon Performing Arts & Society Festival Groningen is een meerdaagse trendsettende kunstenmanifestatie.
 - Noorderzon biedt een hoogstaande en eigenzinnige programmering van spannende en hedendaagse podiumkunsten uit alle windrichtingen, voor een breed en divers publiek.
 - Op passende manieren wordt geïnvesteerd in beloftevolle internationale makers en gezelschappen, onze lokale culturele infrastructuur, interdisciplinariteit en in het meenemen van ons publiek.
 - Noorderzon is een platform voor uitwisseling tussen vakgenoten in de informele setting van een publieksfestival.
 - Noorderzon is daarmee een ietwat vreemde eend in de bijt en vervult een unieke rol in het Nederlandse festivallandschap.
- ↳ *Noorderzon neemt bewust risico en zoekt het experiment, om ontwikkeling mogelijk te maken en te tonen.*
 - ↳ *Noorderzons programmering toont context en laat met een open maar scherpe blik verschillende visies op de wereld om je heen zien. Het opwekken van nieuwsgierigheid is onze leidraad, de wereld onze achtertuin.*
 - ↳ *Noorderzon introduceert, inspireert, verwelkomt en nodigt uit tot dóórdenken. Daarvoor creëert Noorderzon een zo open en toegankelijk mogelijke context, waar ieder welkom is en zich welkom voelt.*
 - ↳ *Het festival is daarbij ons vehikel om op zo prettig en geïnformeerd mogelijke wijze, aan te zetten tot reflectie en dialoog. De stad is ons podium, het vrij toegankelijke Noorderplantsoen het prachtige decor, sociale ontmoetingsplaats en speelplek ineen.*

IN 2024 IS NOORDERZON ...

- ... een hybride kunstenfestival en platform dat hoog gewaardeerd wordt om zijn Groningse eigenzinnigheid, zijn mondiale blik en zijn veelkleurigheid
- ... diep geworteld in zijn lokale sociaal-artistieke omgeving, een onmisbare aanvulling op het reeds bestaande (nationale en lokale) aanbod en een actor van belang in zijn internationale netwerk.
- ... een smaakmakend en interdisciplinair platform wat meer dan 25 internationale en meer dan 25 lokale gezelschappen makers toont, vergezeld door een stevig contextprogramma en een uitgebreid gratis programma.
- ... goed bezocht over elf festivaldagen met 135.000-150.000 bezoekers, circa 40.000-50.000 ticketverkoppen (en vele tienduizenden gratis bezoeken) en een publiek wat even hybride is als Noorderzon.
- ... een festival waar publiek zich lokaal en internationaal, universeel en individueel toe kan verhouden, zich comfortabel kris-kras door ons programma begeeft en nooit onberoerd naar huis gaat.
- ... altijd herkenbaar en toegankelijk, aangenaam ongemakkelijk.





② WORTELING

Groningen is: aardbevingsdossier, krimpregio, laaggeletterdheid, werkloosheid, inkomensongelijkheid. Maar Groningen is ook: bruisend, jong, spannende festivals, experimenteerregio, dé stad in het noorden. Deze spanning creëert een open klimaat en letterlijk ruimte. De culturele infrastructuur weerspiegelt dit klimaat: saamhorigheid, samenwerken en een gevoel van trots op elkaar zitten diep in ons DNA.

CULTUREEL MIDDELPUNT

Groningen is - met inmiddels 230.000 inwoners - het culturele hart van het noorden, de eerstvolgende grote stad is Leeuwarden (120.000 inwoners). In beleidstermen is Groningen een kernpunt van een stedelijke regio. In de praktijk draagt de stad een grote culturele verantwoordelijkheid met een reikwijdte van de Oosterburen tot Friesland. Deze culturele verantwoordelijkheid was lang vrij eenzaam maar met positieve ontwikkelingen bij de burens, zoals een culturele hoofdstad (Leeuwarden) en een stevig Drents museum naast 'ons' prachtige Groninger museum, versterken we elkaar in stad en regio. Op bestuurlijk niveau - getuige ook regioprofiel *We the North*, een krachtig gezamenlijk plan - werpt dit zijn vruchten af. Lang was Groningen informeel middelpunt. Inmiddels is investeren in Groningen, óók investeren in het gehele noorden.

FESTIVALDRUKTE?

Door ijle culturele infrastructuren en een geïsoleerde ligging zijn festivals ontstaan die een veelvoud aan rollen vervullen in Groningen en in het noorden. Met gewaardeerde collega's als Eurosonic Noorderslag en Oerol bevinden we ons in goed gezelschap. Zijn we daarmee ver-festivalliseerd? Integendeel: festivals zijn niet meer weg te denken en vormen een onderscheidende eigenschap van Groningen en het noorden. Ze vervullen, elk met een eigen specialisme, een cruciale ketenpositie in de infrastructuur en presenteren werk dat anders nooit in het noorden te zien zou zijn.

Nederland kent veel prachtige festivals en met een vijftigtal vormen we het informele samenwerkingsverband de Verenigde Podiumkunstenfestivals, Noorderzon zit in de kerngroep. We wisselen kennis uit en trekken onder meer samen op in het verbeteren van de positie van podiumkunstenfestivals in het lokale en landelijke beleid. De vereniging is een goede illustratie van hechtheid, diversiteit en gewogen geografische spreiding van kwaliteitsfestivals over Nederland. Noorderzon is sinds 2016 een van de elf landelijke festivalpartners van Innofest: een prijswinnend initiatief dat startups en innovaties test in de micro-maatschappijen van festivals.

COMMUNITY & DUURZAAMHEID

In het vorige hoofdstuk hebben we uitgebreid geschetst hoe we lokaal artistiek geworteld zijn. Onbelicht is daarin nog gebleven wat we nog meer betekenen. We zijn al meer dan tien jaar een voorloper op het gebied van brede duurzaamheid. Dat behelst onder andere een bewustzijn en handelen om ons festival zo duurzaam mogelijk te organiseren, maar ook een sociaal-maatschappelijk bewustzijn. We werken met een grote, lokale crew waaronder honderden vrijwilligers. We koesteren deze club enorm; ze zijn onze ruggengraat en onderdeel van onze familie. We voeren beleid om, zowel voor publiek als personeel, drempels weg te nemen en te zorgen dat iedereen zich onderdeel voelt van Noorderzon. Van statushouders tot mensen met een beperking: iedereen is in onze crew te vinden.

SOMS ONZICHTBAAR, NIET ONMISBAAR

Noorderzon vervult een belangrijke ketenfunctie ter stede. Het inzetten en delen van kennis, een netwerk onderhouden en delen, het koppelen van mensen of elkaar helpen is lang niet altijd zichtbaar. Door de druk op onze infrastructuur en de veelvoud van rollen die Noorderzon heeft, zitten we in menig netwerk. We zitten in praat-, lobby- en collectieve clubs, van duurzaamheid tot vakonderwijs, van cultuurpijlerschap tot maatschappelijk dienstverlening, van artistieke tekentafel tot collegereeksen ontwerpen. We zijn 'go-to-guy' voor dossierkennis, voor facilitaire vragen en tips: hulp bij een aanvraag, een stroomleverancier, milieuvriendelijke drinkbekers, een repetitieruimte en alles daartussenin. Een cruciale rol die we graag vervullen.





3 PUBLIEK

‘Noorderzonnen’ is een werkwoord in Groningen, ‘een typische Noorderzonvoorstelling’ een gedeeld begrip. Onze bezoekers hebben een mening over ‘hun’ festival, vinden het belangrijk dat we er zijn en wat we programmeren. Loyaliteit en nieuwe aanwas in bezoekers gaan hand-in-hand. Deze resultaten uit ons laatste publieksonderzoek (2019) versterken wat wij in 2016 schreven: Noorderzon is een ijkpunt op de Groningse kalender, waar bezoekers vakantie omheen plannen. Een geweldig uitgangspunt waar we trots op zijn en waar we op kunnen doorbouwen. We willen dat iedereen zich welkom bij ons voelt, altijd een Noorderzon-ervaring heeft en nooit onbewogen naar huis gaat.

MINI-SAMENLEVING

We schreven destijds ook: ‘festivals zijn of worden de samenleving.’ Dat Noorderzon voor velen even het middelpunt van de Groningse samenleving is, blijkt uit het brede publiek dat het festival bezoekt. We zijn er voor kinderen, voor ouderen, voor professionals, voor hen die normaal niet of nauwelijks cultuur bezoeken, voor jongeren die een eerste voorstelling zien, voor vrienden die elkaar opzoeken en voor vrijwilligers die elkaar leren kennen. Het grootste gedeelte van onze bezoekers komt uit Noord-Nederland en daar zijn we trots op. Deze grote lokale worteling wordt aangevuld met duizenden bezoekers uit de rest van Nederland en - in wat minder grote mate - de wereld. Daarbij verwelkomen we iedereen: een echt publieksfestival. Noorderzon is toegankelijk, divers en inclusief en een betrouwbare gids.

TOEGANKELIJK

Onze toegankelijkheid bestaat uit een brede mix van elementen: een vriendelijk en divers prijsbeleid, heldere en speelse communicatie en een diverse marketingmix. We bieden altijd laagdrempelige tekst en uitleg over ons programma en creëren ruimte voor innovatieve campagnes. Hieronder vallen onder meer Help Mij Kiezen (programma-advies op maat), Mystery Routes (waarbij bezoekers blind vertrouwen op wat we voor hen uitkiezen) en persoonlijk maatwerk (zoals een live-verkooppunt met goed geïnstrueerde kaartverkopers). Het Noorderplantsoen is altijd vrij toegankelijk en we presenteren daar een groot gratis te bezoeken programma: er zijn geen drempels om te kunnen ‘noorderzonnen’. We bevorderen ook letterlijke toegankelijkheid zoals rolstoeltoegankelijkheid en mogelijkheden voor doven en slechthorenden.

INCLUSIEF

We organiseren inclusieve activiteiten voor zowel kinderen als ouderen zodat ook zij participeren binnen Noorderzon. Samen met de Voedselbank bieden we 150 gezinnen de kans om mee te doen. Via Geef een Toegift kopen bezoekers een extra kaartje voor iemand die het zelf niet kan betalen. Deze tickets verdubbelen we en partner Quiet zorgt dat ze goed terecht komen. We bieden iedereen de mogelijkheid om vrijwilliger te worden en bieden professionele begeleiding voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt en nieuwe Nederlanders. Iedereen krijgt een open uitnodiging om mee te doen binnen alle aspecten van Noorderzon. Vaak figuurlijk, maar regelmatig ook letterlijk: we nodigen specifieke groepen (zoals bovenstaande) graag uit om deel te nemen.

CURRICULUM

Noorderzonbezoekers gaan niet zozeer naar een bepaalde artiest of een voorstelling. Ze gaan naar Noorderzon. Noorderzon is het kwaliteitskeurmerk: wat wij kiezen wordt door ons publiek vertrouwd en geaccepteerd. We zijn hun gids door de steeds verdere vervaging van disciplines. Daarbij zien we een groeicurve bij het publiek, een educatief *curriculum*: publiek groeit bij ons op en wij leiden hen op. Ze beginnen bij het kinderprogramma (zo'n 8.000 tickets per editie), gaan met hun ouders mee naar containervoorstellingen, met hun pubervrienden naar een concert, en daarna groeien ze op tot het cultuurpubliek van de toekomst. Daarbij is sprake van veel herhaalbezoek en een jaarlijkse nieuwe aanwas van gemiddeld 5-10%. De komende vier jaar gaan we nog meer inzetten op de verbinding tussen onze verschillende programmaonderdelen zodat bezoekers nog beter kunnen doorgroeien binnen ons curriculum.

Publiek groeit echter niet alleen in leeftijd bij ons op, maar ook in wat zij 'aankunnen'. Ze zijn avontuurlijk ingesteld en vertrouwen op onze *stamp of approval*. Zij zorgen voor een bezettingsgraad van 85% voor ons internationale hoofdprogramma. Als we dit in context tot soortgelijke kunstenfestivals in Europese miljoenensteden als Genève en Berlijn zien, doet Noorderzon het bijzonder goed. Dit opgebouwde vertrouwen is voor ons ontzettend waardevol en zorgt voor spannende nieuwe kansen. Dit maakt het voor ons mogelijk om verder te kijken dan alleen naar publieksvergroting. Onze ambitie op dit vlak ligt de komende jaren vooral op *duurzame* groei.

DUURZAME GROEI

Deze duurzame groei vertaalt zich door in zowel in publieksverbreding als publieksverdieping. Onder publieksverbreding verstaan we niet alleen het verbreden van de diverse soorten publiek die op ons af komen, maar juist ook het verbreden en verdiepen van hoe zij het festival kennen en leren kennen. Dat betekent dat we ons zowel gaan richten op het bereiken van publieksgroepen die ons nu nog niet zo goed kennen - en wij hen niet - als op het bieden van verdere educatieve verdieping en context omtrent het programma en de maatschappelijke en sociale omgeving waarin we ons positioneren.

VERBREDING

We gaan in gesprek met specifieke doelgroepen die we minder terugzien - zoals lager opgeleiden, nieuwe Groningers en internationale studenten. Met specifiek maatwerk kunnen we vervolgens handreikingen doen aan deze en andere diverse publieksgroepen, die gemakkelijk binnen ons curriculum en mix van disciplines kunnen instappen. Hierbij letten we op een goede afspiegeling van onze Groningse samenleving, waar bijvoorbeeld inkomensongelijkheid een groter probleem is dan in de rest van Nederland. En waar in verhouding een groot percentage student is - maar niet in de zomer, wanneer veel van hen zich niet in de stad bevinden.

“... de belangrijkste manier om een ‘breed’ publiek te bereiken ligt mogelijk bij het herdefiniëren van ‘het publiek’ ”

— Maartje Goedhart in
De Staat van Cultuur 4
Boekmanstichting, 2019

VERDIEPING

Om onze ambities met betrekking tot een verdere verdieping van het publiek te realiseren, ligt er een grote taak bij programmering en de marketing daarvan. We gaan meer dwarsverbanden leggen tussen internationale en lokale artiesten en verdiepingsprogramma en dit ook op deze manier communiceren. We brengen artiesten ruim voor Noorderzon al dichtbij het publiek door in video of podcast opgenomen interviews te presenteren. We laten publiek participeren in nagesprekken na voorstellingen. We laten thematiek uit voorstellingen terugkomen in lezingen en gesprekken. Zo laten we overeenkomsten en verschillen zien en leveren we input voor een grote waaier aan verschillende meningen, die op Noorderzon in een *safe space* geuit kunnen worden.

SUSTAINABLE MARKETING

Omdat Noorderzon iedereen verwelkomt en Noorderzon voor iedereen anders is, staat onze marketingcampagne grotendeels in het teken van maatwerk en verdieping. Natuurlijk, we richten ons in grote lijnen op gesegmenteerde doelgroepen - culturele omnivoren, (ouders van) kinderen, ouderen, theaterliefhebbers, professionals, Groningers, muzikliefhebbers etc. Veel belangrijker vinden wij het echter om dit om te draaien. Bij elk programmaonderdeel analyseren wij het potentiële publiek, om dit door te vertalen naar innovatieve marketing- en communicatiecampagnes. Daar is onze hele organisatie van doordrongen: marketing is altijd een gedeelde verantwoordelijkheid geweest binnen het management team. We detecteren lange en duurzame lijnen, slaan kortdurende hypes over en - net als bij programmeren - selecteren en investeren. Dit maakt het mogelijk om een eigen richting te volgen, eigennuttig te zijn en toch altijd benaderbaar binnen een diverse mix van marketingmiddelen.

MARKETINGMIX

Noorderzons algemene festivalcampagne bestaat onder meer uit het programmamagazine (20.000 exemplaren), de website (> 1 miljoen pageviews en > 163.000 unieke bezoekers, waarvan zo'n 27.000 niet-Nederlands), advertenties, poster-, banner- en flyercampagnes, goed gelezen nieuwsbrieven en social media als Twitter (9.700 volgers), Facebook (28.500 volgers) en Instagram (5.100 volgers). Hiermee bereiken we een groot en breed geïnteresseerd publiek, dat veel verder gaat dan de daadwerkelijke festivalbezoekers of ticketkopers. Noorderzon trekt daarnaast veel kwalitatieve landelijke, maar vooral ook veel noordelijke media-aandacht.

AMBASSADEURS

Naast onze reguliere campagne zijn we constant bezig groepen stevig aan ons te verbinden. We creëren festival-ambassadeurs en -fans door hen persoonlijk te benaderen en vroeg bij ons te betrekken. Er zijn verschillende kanalen en nieuwsbrieven voor Noorderzons Vrienden, vrijwilligers, ons internationale netwerk en een groot nationaal publiek. We bieden jonge schrijvers en beeldmakers de kans zich onder begeleiding helemaal in het festival onder te dompelen. Via onze vele partners betrekken we ook hun doelgroepen actief bij het festival, leggen dwarsverbanden en bieden elkaars achterban unieke acties en kortingen. We bouwen deze partnerschappen en ambassadeursfuncties in de toekomst verder uit, waarbij we bijvoorbeeld nauwe samenwerking opzoeken met vrienden als Grand Theatre en Vera poppodium.

DATA-ANALYSE

Interessante data over onze bezoekers halen we op met onze tweejaarlijkse publieksenquête, met kaartverkoopgegevens en online statistieken van website- en social media-gebruikers. Daarnaast *praten* we veel met onze bezoekers: voorafgaand, tijdens en na het festival. We kunnen door deze gegevens te analyseren onze specifieke doelgroepenmarketing verder versterken en steeds meer inzetten op kwaliteit in plaats van kwantiteit. Ook hier: maatwerk - om ervoor te zorgen dat iedereen zich welkom bij ons voelt, altijd een Noorderzon-ervaring heeft en nooit onbewogen naar huis gaat.





4 BEDRIJFSVOERING

Festivals zijn netwerkorganisaties met een geheel eigen manier van werken, werking en een eigen ontstaansgeschiedenis. Onze verschillen in bedrijfsvoering reflecteren dat: geen festival is gelijk, benchmarks zijn moeilijk te maken. Wat we in ieder geval delen is dat dat we willen dat onze festivals structureel minder kwetsbaar worden en bedrijfsvoering robuuster. De voorgenomen (beleids-)erkenning van het belang van festivals door de minister en de Raad voor Cultuur is daar een fijne stap in, veel grotere investeringen dan nu voorgesteld zijn echter nog noodzakelijk.

In de aparte gevraagde bijlage leggen wij uit hoe we omgaan met (het toepassen) van de diverse codes.

SPECIALISMEN & STARTKOSTEN

De 'startkosten' van een festival als Noorderzon zijn de afgelopen jaren in een rap tempo hoger geworden. Noorderzon bouwt in een groot en leeg openbaar plantsoen alle faciliteiten om duizenden bezoekers, crew en artiesten goed te faciliteren; een dorp. In de binnenstad huren wij veel zalen en bijbehorend personeel. Ons werk vraagt steeds meer specialistische kennis en wensen en eisen stijgen. Deze complexiteit, autonome ontwikkelingen en kostenstijgingen voor het verzorgen van al deze componenten zorgt voor een constante druk op de begroting, naast de reguliere risico's die een festival organiseren met zich mee brengen en artistieke ambitie. Hogere inzet security, leges en kosten afvalverwerking, contactloos pinnen, jarenlang ontbreken van accres-toepassing op subsidiebedragen, van btw-stijging en WAB tot ecologische impact-studies en PFAS-norm zijn onze dagelijkse praktijk.

SUCCESVERHAAL

De keerzijde van het succesverhaal van festivals is dat we het in de beeldvorming zo goed doen, waardoor de noodzaak lijkt te ontbreken om beleidsoplossingen op maat voor festivals te (onder)zoeken. Succes is heel openbaar, *de kosten* van succes veel meer verborgen. Festivals zijn daar zelf ook deels debet aan: we hebben veel incidentele oplossingen als structurele gepresenteerd. We hebben soms onze problematiek te weinig uitgelegd. Onze creatieve oplossingen en ons zeer hoge zelfoplossend vermogen, het stapelen van incidentele fondsen en subsidies, heeft te weinig urgentie voor structurele hulp laten zien. De eigen inkomstennorm bij het FPK werd minimaal 50%, in plaats van een regeling passend bij het innovatieve en experimentele karakter van een festival als Noorderzon. De wendbaarheid en efficiëntie van festivalorganisaties wordt als voorbeeld gehouden, maar er wordt niet bevraagd of die organisaties als bewuste keuze zo ontzettend klein zijn. We hebben hoge bezoekersaantallen en kaartverkoopcijfers, maar toegankelijkheid heeft een prijs en verdienvermogen een maximum.

POSITIE, RISICO'S & MIX

Onze financiële positie in 2017-2020 is risicovol en teveel structurele kosten worden met incidentele of onzekere middelen betaald. Zonder verruiming in onze basis, moeten wij ons aanpassen. Noorderzon is wendbaar, maar ziet bij tegenvallende inkomsten of gelijkblijvende subsidies alleen het terugdringen van kosten als optie voor voortbestaan. Onze financieringsmix ervaren wij hierin als een nadeel en

voordeel: er is private financiering, eigen inkomsten van recettes tot verkoop hospitality-avonden, een EU-bijdrage, publieke financiering, sponsoring, internationale financiering. Het is voordelig om niet van één bron afhankelijk te zijn en goed om ons te verhouden tot veelkleurige stakeholders. Dat willen we ook zo houden. De toename in bronnen waar geld vandaan komt voert de werk- en *output*druk echter teveel op.

We presteren goed, we hebben een grote en loyale publieksondersteuning, we zijn stevig ingebed. Het terugdringen van kosten betekent voor Noorderzon het beperken van artistieke spanwijdte: het hoofdprogramma terugbrengen naar minder gezelschappen, de ruimte voor experiment en risico beperken door ook veiligere keuzes te maken. Dat wordt op de middellange termijn merkbaar in het verliezen van artistieke, maatschappelijk en lokale relevantie en - wellicht - teruglopende publieksaantallen.

De reguliere risico's die een elfdaags groot buitenfestival organiseren met zich meebrengen - van dure verzekeringen tot weersomstandigheden - moeten beheersbaar blijven. Noorderzon moet juist afgewogen risico's kunnen nemen, het experiment kunnen opzoeken en zorgen dat er in (artistieke) research & development kan worden geïnvesteerd.

TOEKOMST - LOKAAL EN INTERNATIONAAL

Noorderzon werd de afgelopen 8 jaar als beste festival beoordeeld door het Fonds Podiumkunsten, maar de financiële ruimte in de meerjarige regelingen aldaar is - met de nieuwe periode erbij - in twaalf jaar tijd niet of nauwelijks gestegen. Noorderzon presteert goed - zowel internationaal als landelijk en lokaal - maar zit klem in het traject.

We worden lokaal ontzettend gewaardeerd en gezien; dat voelen we ook zo en vertaalt zich in structurele subsidiebijdrages en bijvoorbeeld het cultuurpijlerschap. De gemeente Groningen is sinds de rijksbezuinigingen onze grootste financier. Er moet lokaal echter bezuinigd worden; we willen en kunnen niet meer aanvragen. Private fondsen als Ammodo, Fonds21 en VSBfonds hebben ons de afgelopen jaren zeer kundig en ruimhartig ondersteund, maar zijn geen structurele oplossing om onze festivalkern te ondersteunen. En die kern is ook ons internationale profiel. Internationaal opereren is per definitie zoveel kostbaarder dan het presenteren van nationaal werk. Alle bijkomende kosten -transport en reis, hotel-en catering, visa en vertalingen, lokale productiekosten - horen daar allemaal bij. We hebben ook de kosten van internationaal werk zien stijgen; voorstellingen zijn geavanceerder, concurrentie is toegenomen. De hoogte van een mogelijke bijdrage vanuit het FPK - waar wij ook aanvragen, gezien de krapte in uw BIS - is direct gekoppeld aan de kosten van honoraria; waar al deze kosten buiten vallen. Als Noorderzon zijn signatuur wil behouden en zijn cutting-edge internationale profiel, is een adequate ondersteuning van deze kosten nodig.

TOEKOMST BIS

Dit is de basis voor onze BIS-aanvraag en een gevraagde verhoging van onze nationale bijdrage naar EUR 500.000: een mogelijkheid om door te kunnen gaan op de ingeslagen, succesvolle weg, zonder aan onze kern te hoeven inboeten. Noorderzon wil een stevigere basis om het beter te kunnen doen en de kans te krijgen om aan duurzame toekomstplannen te werken. Om met onze cutting edge podiumkunsten een waardevolle aanvulling te blijven en zijn op het bestaande aanbod in het Nederlandse (festival-)landschap. En om onze organisatie te kunnen inrichten op eerlijke werkpraktijken en beloning en de jaarrond verplichtingen die ook voor festivals (zijn gaan) gelden.



Opgesteld door | Stichting Noorderzon Groningen

Ontwerp | Studio Rubio

Fotografie | Pierre Borasci, Niels 'Knelis' Meijer,
Karel Zwaneveld, Jan Westerhof,
Deon Prins