



WONDERFEEL

PROJECTPLAN 2022



INHOUD

- | | |
|--------------------------------|----|
| 01. WONDERFEEL | 3 |
| 02. EEN TERUGBLIK | 4 |
| 03. COVID-19 | 6 |
| 04. PROGRAMMERING | 9 |
| 05. YOUNG PROFESSIONALS | 13 |
| 06. PUBLIEK | 14 |
| 07. LOKALE INBEDDING | 17 |

01. WONDERFEEL

inleiding

WONDERFEEL
IN 60 SECONDS



Middenin een coronapandemie een festival organiseren vergt buitengewone flexibiliteit en doorzettingsvermogen. Ondanks de twee troeven die Wonderfeet in handen heeft – buitenlucht en ruimte – hebben we het festival in 2021 opnieuw moeten vormgeven. We zijn ongelooflijk trots dat we ondanks alle extra maatregelen en beperkingen een magische 7e editie wisten neer te zetten. Met dat succes vers in het geheugen, werken we met hernieuwde ambitie en een doorgewinterd corona-realisme aan de 8ste editie van Wonderfeet in 2022.

Wat al zeven edities onveranderd is gebleven, is dat Wonderfeet muziek- en natuurbeleving samenbrengt in de overtuiging dat het elkaar versterkt en waarbij ‘kwaliteit’ wordt afgemeten aan de betekenis van de Wonderfeet-ervaring van de bezoeker. Of zoals Trouw het omschreef naar aanleiding van Wonderfeet 2021: “Op het klassieke muziekfestival Wonderfeet valt alle stress van je af. Topuitvoeringen in een idyllisch kader, wat wil een mens in crisistijd nog meer?”

Wat ook onveranderd is gebleven, is dat Wonderfeet klassieke muziek biedt in al haar verschijningsvormen: van barok tot minimal, van klassieke hits tot kersverse noten, met lijnen naar jazz, pop en niet-westerse muziek. Dit alles uitgevoerd door (inter)nationale musici van

wereldklasse, jonge honden en oude rotten. Daarnaast presenteert Wonderfeet in bescheiden mate kunst-disciplines die aansluiten bij of in het verlengde liggen van (klassieke) muziek, zoals dans, film, muziektheater en poëzie. Natuurwandelingen, yoga en diverse kinderactiviteiten complementeren het programma. Door de verkoop van dagtickets, parallelle programmering, rollende keukens en een camping op loopafstand van het festivalterrein, heeft Wonderfeet het laid-back karakter van een popfestival. Hiermee neemt het festival een eigen positie in binnen het klassieke festivalaanbod en voegt daar een andere beleving van klassieke muziek aan toe.

Wonderfeet is betrokken bij de wereld als geheel en de eigen regio in het bijzonder, en draagt dat uit. Dat doen we door het nemen van duurzame maatregelen – op ecologisch en bedrijfsmatig vlak – en het delen van kennis hierover. Ook organiseren we in de regio Gooi- en Vechtstreek activiteiten op het gebied van sociale duurzaamheid en maken we het festival toegankelijk voor jongeren en kwetsbare doelgroepen.

Voor u ligt het projectplan voor Wonderfeet 2022, waarin we nader ingaan op onze artistieke, publieke en organisatorische ambities.



‘Wonderfeet is uniek
in de wereld’

NRC, 2015

02. TERUGBLIK op Wonderfeel 2021

De coronaslanke editie van Wonderfeel in 2021 was een succes. Ondanks de halvering van het aantal podia en een opdeling van de festivaldagen in shifts, waren niet alleen de bezoekers *himmelhoch jauchzend*, ook de nationale dagbladen buitelden over elkaar heen van enthousiasme. Trouw schreef: '(...) zodra je het park inloopt, komt er een weldadige rust over je heen. (...) Een paradijs, een ontsnapping.' De Volkskrant noteerde: 'Alles klopt op Wonderfeel, van de gesmeerde organisatie tot het hoge niveau van de artiesten.' NRC kopte: 'Muzikale kalverliefde heerst op buitenfestival Wonderfeel'. En de lokale Gooi- en Eemlander: 'Onverminderd genieten bij corona-editie festival Wonderfeel.'



Wonderfeel 2021 was met 5478 bezoekers, waaronder 432 kinderen, uitverkocht. Zelfs tijdens de pandemie mochten we professionals uit België, Zwitserland en Luxemburg ontvangen met ondersteuning van Dutch Performing Arts.

Het succes van Wonderfeel wordt voor ons ook uitgedrukt in de kwaliteit en diversiteit van de optredens. De Volkskrant verwoordde dit als volgt: 'Het mooiste aan Wonderfeel is de uiteenlopende programmering, van de klassieke top-100 tot vergeten componisten.' En NRC schreef: 'In een tijd van algoritmes die ons op internet slechts meer van hetzelfde voorschotelen, onderscheidt het festival zich al jaren door een uitgeknipte vermenging van herkenning en ontdekking.' Ook het Wonderfeel-publiek schaarde zich achter de mening van de dagbladen: met een Net Promotor Score van 95,3 scoorde ook deze editie bijzonder hoog. Bovendien gaf 41% aan dat het door het lagere aantal concerten minder keuzestress ervaarde dan bij voorgaande edities.

Ondanks de beperkte capaciteit was 26% nieuw op Wonderfeel. Ook bleek deze editie wederom nieuwkomers voor klassieke muziek-concerten te trekken: 4,1% gaf aan normaal niet naar uitvoeringen met klassieke muziek te gaan.

AFTERMOVIE
2021



Uit de publieksenquête bleek ook dat 89% zich met betrekking tot COVID-19 veilig voelde op Wonderfeel, wat strookte met het aantal besmetting dat achteraf is vastgesteld: twee weken na afloop had de GGD Gooi en Vechtstreek slechts één melding van een positief geteste bezoeker. Met dit positieve nieuws stond Wonderfeel op NOS.nl en in Trouw.

Voorafgaand aan en na het festival organiseerde Wonderfeel in de regio Hilversum diverse concerten en workshops voor doelgroepen die doorgaans met het festival zelf niet worden bereikt. Ook verwelkomden we in samenwerking met New Bees 7 jongeren met een migratieachtergrond in ons vrijwilligersteam.

“Heeeeerlijk, om na een lange periode
van 'droogstaan' vanwege Corona,
zo te kunnen genieten!”

Wonderfeelbezoeker 2021



‘Maar juist de sfeer van de avonduitvoering op vrijdag liet de meerwaarde van Wonderfeel zien. De ondergaande zon en de geur van uitgedroogd gras in combinatie met de kraakheldere stem van [Maarten] Engeltjes, zorgden voor een sfeer die je nergens anders zal vinden. „En dat is waar het om gaat”, vindt Engeltjes. „Klassieke muziek moet uit het stramien van perfectie gehaald worden. De beleving is ook belangrijk. Begrijp me niet verkeerd, bij ‘normale’ concerten is dat natuurlijk ook van belang. Maar wij zijn als klassieke musici zo bang om fouten te maken, in de popmuziek hoor je daar niemand over. Daar telt alleen of het publiek het gevoeld heeft. Dat is uiteindelijk wat je met muziek wilt bereiken.’”

Gooi- en Eemlander, 2018

03. COVID-19

Balans tussen ambitie en realisme

Met de kennis van onze 2021-editie, hebben we voor 2022 twee scenario's uitgewerkt:

SCENARIO 1

Deze benadering is vrijwel gelijk aan dat in 2021 – heeft Wonderfeel drie podia en is toegankelijk voor 1000 mensen per shift (met 2 shifts per dag). De podia zijn (1) Het Veld, (2) Het Weiland (3), De Bosplek en (4) Dichter onder de Boom. De keuze voor deze podia is zowel artistiek ingegeven (Het Veld en Weeshuis zijn artistiek eenvoudiger te combineren) als productioneel (de infrastructuur is met deze podia het meest efficiënt). Er is ook een kinderprogrammering en er zullen pop-up optredens verspreid over het Wonderfeelterrein plaatsvinden. In dit scenario trekt Wonderfeel 1000 bezoekers per shift, wat neerkomt op maximaal 6000 bezoekers over 3 dagen. De infrastructuur is op deze aantallen aangepast.

SCENARIO 2

In dit scenario heeft Wonderfeel vier muziekpodia en is toegankelijk voor 3000 mensen per dag. De podia zijn (1) Het Veld, (2) Het Weiland, (3) De Bosplek en (4) SOLO,

aangevuld met poëziepodium Dichter onder de Boom en De Schuur, een kinderprogrammering en pop-up optredens verspreid over het terrein. In dit scenario trekt Wonderfeel 9000 bezoekers in 3 dagen. De infrastructuur is op deze aantallen aangepast.

In afstemming met de raad van toezicht gaan wij uit van scenario 2, maar kunnen op elk moment downgraden naar het eerste scenario. In een later stadium zal het namelijk relatief eenvoudiger zijn om af te schalen dan uit te breiden. Het voorbereid zijn op scenario 2 is ook relevant in het licht van evenementenvergunning, die eind maart, inclusief coronadraaiboek, ingeleverd dient te worden bij de gemeente Wijdmeren. Diverse go-no go momenten zijn vastgelegd om scenario gerelateerde beslissingen te nemen.

De scenario's gaan uit van lagere dan wel gelijkblijvende publieksinkomsten ten opzichte van de editie in 2019. Hierdoor – en door onze inspanningen voor het doorzetten van Fair Pay – moeten we op kosten besparen. Dit leidt in beide scenario's tot het schrappen van één muziekpodium ten opzichte van 2019.



PRODUCTIE

Veiligheid van onze bezoekers, de musici en crew staat voorop. De bijgestelde bezoekersaantallen zijn bepaald op basis van het beschikbare aantal vierkante meter en de ervaring uit 2021. Ook in 2022 zullen we voor iedereen een zitplaats beschikbaar hebben. Vaste zitplaatsen nemen meer ruimte in dan waar we bij eerdere edities rekening mee hielden, waardoor we ook in 2022 een extra investering doen in geluidstechniek om alle bezoekers per podium optimaal te bereiken. Ook in 2022 zullen Het Veld en Het Weiland identiek worden vormgegeven: het publiek zit niet meer onder een tent, maar vóór het overdekte podium, zodat er meer capaciteit bij beide podia is en de zicht- en hoorlijnen optimaal blijven.



In 2021 hadden we bij elk podium een eigen backstage ingericht en werden de maaltijden vanuit de keukens in de centrale backstage uitgereden over het terrein. Hiermee konden we het werken in bubbels zo strikt mogelijk hanteren. Dit willen we in 2022 met de kennis van nu terugdraaien naar één centrale backstage. Deze backstage area zal ruim worden opgezet, wat onder andere neerkomt op het uitbreiden van (droge) zit-, eet-, inspeel- en omkleedplekken. Ook de keukens van de crewcateraar zal moeten worden vergroot. Het eetgedeelte zal net als elk jaar overwegend in de openlucht zijn (indien nodig overkapt), in de wetenschap dat dit de geringste besmettingskans oplevert. Ook in 2022 zullen we onze crew en artiesten elke dag een zelftest laten doen om te voorkomen dat de backstage een coronabrandhaard wordt en het festival om die reden moet worden stilgelegd.

Voor het implementeren en controleren van al deze praktische corona-maatregelen hebben we ook in 2022 een corona-coördinator aangesteld, die vanzelfsprekend nauw samenwerkt met de afdeling productie en communicatie.

ARTISTIEK

In 2021 focusten we voornamelijk op Nederlandse artiesten in verband met mogelijke reisbeperkingen en moest de Britse programmalijn van onze gastcurator Toks Dada (hoofd klassieke muziek Southbank Center) worden geannuleerd. In 2022 willen we de Britten net als enkele andere Europese ensembles wel een podium bieden. Verder zullen de ensembles overwegend van kamer-muziek-grootte zijn en zal het leeuwendeel nog altijd uit Nederland komen. Met deze uitgangspunten als basis, laten we COVID-19 bij de verdere artistieke uitwerking in deze subsidieaanvraag zoveel mogelijk buiten beschouwing. Vanzelfsprekend zullen we ook in het minimaalste scenario 1 op zoek gaan naar de best mogelijke artistieke balans.

COMMUNICATIE

De grootste uitdaging schuilt in het opbouwen van vertrouwen dat Wonderfeel in 2022 weer door kan gaan en dat we een zo groot mogelijk publiek bereiken. In onze communicatie zullen ons publiek meenemen in hoe wij Wonderfeel coronaproof organiseren met behoud van de ontspannen Wonderfeelsfeer. Ons adagium is daarbij 'ontzorgen'. In 2021 werden we door onze bezoekers gecompimenteerd met de heldere en hands-on communicatie over de te nemen stappen; deze lijn zetten we graag door.

We beseffen heel goed dat we bij het ontzorgen ook een verantwoordelijkheid hebben naar onze eigen crew en vrijwilligers. Na een pittig najaar, waarin we zelf WinterWonderfeel moesten annuleren en dat voor veel parttime (ZZP) collega's sowieso een donkere tijd betekende, zullen wij ook extra moeten investeren in teambonding en motivatie. In dat kader wordt met de vrijwilligers sinds corona extra gecommuniceerd middels speciale nieuwsbrieven en in de eigen Facebookgroep. Met de kern-crew hebben we door de organisatie van WinterWonderfeel het hele jaar samen kunnen werken. Het wekelijks contact wordt voortgezet, tijdens de lockdown online en zodra het kan, live in kantoor.

FINANCIËN

Als de coronacrisis iets heeft duidelijk gemaakt, is dat het absoluut onverantwoord is om als (cultureel) ondernemer geen buffer te hebben om eventuele tegenslagen op te vangen. In ons beleidsplan 2021-2024 is de opbouw van een egalisatiereserve al opgenomen. Voor 2022 betekent dit dat we een surplus van minimaal € 25.000 willen behalen om toe te voegen aan de egalisatiereserve. Tegelijk zullen we in alle opzichten flexibel moeten (kunnen) zijn, ook op financieel gebied. Om onze financiële flexibiliteit te vergroten hebben we de post onvoorzien net als in 2021 verhoogd. Ook is er een extra post opgenomen die de voorziene extra kosten, gerelateerd aan COVID-19, moet dekken. We verwachten ook in 2022 hiervoor weer extra coronasteun te ontvangen, zoals de overheid in december al aangekondigde.



04. PROGRAMMERING

Wonderfeel 2022

(ARTISTIEKE) DOELEN

Iedere Wonderfeel-editie komt tot stand op basis van zes, hoofdzakelijk artistieke doelen.

1. Wonderfeel geeft de beleving van (klassieke) muziek een nieuwe prikkel door haar in een (letterlijk) natuurlijke context te plaatsen. Een context die tegelijkertijd makers van nieuwe creatieve mogelijkheden voorziet.
2. Wonderfeel staat voor artistieke diversiteit, onderzoekt de 'grenzen' van klassieke muziek en is daarbij een vrijplaats voor én aanjager van creatieve geesten. Met het entameren van nieuwe concepten, noten en presentatievormen draagt Wonderfeel bij aan de ontwikkeling van de klassieke sector als geheel.
3. Wonderfeel schept ruimte voor verrassing, ontdekking en vernieuwing met als voorwaarden kwaliteit, professionaliteit en integriteit.
4. Wonderfeel biedt volop ruimte aan jonge professionals, op en naast het podium.
5. Wonderfeel is een festival voor iedereen.
6. Wonderfeel opereert op een verantwoorde manier, waarbij ecologische en sociale duurzaamheid leidend zijn. Beide thema's komen terug in de festivalprogrammering.

Ad 1 en 2. Wonderfeel presenteert een programma dat ruim zes eeuwen muziek bestrijkt in al haar verschijningsvormen (incl. niet-westerse klassieke muziek), aangevuld met lijnen naar jazz en pop. Als vrijplaats voor creatieve en genre-fluide geesten initieert en coproduceert Wonderfeel nieuwe producties en zet opdrachtcomposities uit. Zo worden makers uitgedaagd de 'grenzen' van klassieke muziek op te rekken, of zelfs als irrelevant te beschouwen. Daarnaast krijgen ook poëzie, dans en literatuur een podium.

'Je voelt de reacties van het publiek veel beter dan in een gewone zaal.'

Celliste Ella van Poucke in Trouw, 2019

Ad 3. Wonderfeel werkt louter met musici die, naast kwaliteit, beschikken over een flexibele, eigengereide geest een integere inborst en een twinkeling in de ogen. We hebben nauw contact met de musici, overleggen over het programma, maar laten ze zoveel mogelijk vrij in hun keuzes. Last-minute programmawijzigingen zijn op Wonderfeel geen probleem – we geven vooraf geen gedetailleerde informatie – omdat we ervan overtuigd zijn dat de musicus het beste weet wat hij/zij wil en kan overbrengen en welke muzikale taal daar op dat moment voor nodig is. Die keuze wordt door allerlei factoren beïnvloed en zijn niet altijd te voorzien.

Ad 4. Jonge professionals schitteren als een rode draad door de programmering heen. In samenwerking met o.a. Dutch Classical Talent, Cello Biënnale Concours en de Koningin Elisabethwedstrijd krijgt het een podium geboden, en bezetten ze het Wonderfeel Festival Orchestra (lees meer onder paragraaf 5). Ook de organisatie bestaat grotendeels uit jonge professionals: van de producenten tot het horecapersoneel, tot de ruim 250 vrijwilligers.

Ad 5. Met een toegankelijk format, grote keuzevrijheid en nadruk op sfeer en beleving, is Wonderfeel aantrekkelijk voor een breed publiek, waaronder nieuwkomers voor klassieke muziek (normaal gesproken 10% van onze bezoekers) en jongeren. Daarom bieden we ook laagdrempelige en interactieve programma's en halen we via social media en nieuwsbrieven ideeën op bij ons publiek. De podia worden gehost door doorgewinterde (radio) presentatoren, die met hun interviewstijl een brug slaan tussen de uitvoerenden en hun publiek.

Ad 6. Sociaal-maatschappelijke en ecologische thema's krijgen in 2022 aandacht, onder andere door de inzet van een Festivaldenker. Een goede genderbalans heeft ook in 2022 onze aandacht.

PROGRAMMA

Ook voor Wonderfeel 2022 op 15, 16 en 17 juli gaan we uit van minimaal 60 optredens, afhankelijk van de mogelijkheden. In 2022 bestaat het (muzikale) curatoriaal team uit: Shane Burmania (Muziekgebouw aan 't IJ en Korzo), Kenne Peters (De Vereniging en Musis), Loes Rusch (UvA en KC), Floris Kortie (Podium Witteman), Toks Dada (Southbank Centre), Georges Mutsaerts en Tamar Brüggemann.

Podia

Het Veld is het hart van Wonderfeel, het grootste podium op het festivalterrein. De plek van aankomst en vertrek en alles wat zich daartussen afspeelt. Voor 2022 zijn, naast de traditionele optredens door het Wonderfeel Festival Orchestra (in kleinere bezetting), inmiddels gepolst: L'Arpeggiata, Cappella Amsterdam, Pekka Kuusisto, Club Classique met de Classical Jukebox, Le Consort, Fuse, Gary Hoffman, Dudok Quartet, New Jazz Orchestra, e.a.

Op het podium **Het Weiland** onderzoeken we de rekbaarheid van het begrip 'klassieke' muziek. Van elektronica,

minimal, pop, jazz tot niet-westers; alles komt voorbij, maar dan net even anders. Op dit podium spelen artiesten die zich niet onder een label laten vangen en wellicht de klassieke muziek van morgen creëren. Voor 2022 zijn benaderd: Morris Kliphuis & Joanna Duda, Jiraan, AM.OK, Abel Selaocoe Trio, Sano Jobarteh & band, Meral Polat Trio, Marmoucha Orchestra en Meta4. Diverse andere musici en ensembles worden nog benaderd.

Wonderfeel wil zich verder ontwikkelen als platform waar actuele thema's, zoals sociale en ecologische duurzaamheid, aan de orde komen. Dit bewerkstelligen we o.a. met de Festivaldenker die in **De Schuur** vrij spel krijgt in de serie Food For Thought. De denker signaleert, verdiept en prikkelt. Zij of hij zal de festivalbezoekers op positieve wijze bewust maken van waar we gezamenlijk toe in staat zijn: verandering in gang zetten. De festivaldenker neemt de festivalgangers coronaproef mee uit wandelen, gaat met hen in debat, schrijft een column en voert nagesprekken. Voor 2022 denken we aan Maxim Februari of Coen Simons. Dit onderdeel willen we waar mogelijk ook online aanbieden.

Voor het podium **Dichter onder de Boom** zullen we begin 2022 een nieuwe curator benaderen en denken daarvoor aan Gershwin Bonevacía, Shíavone Simson, Radna Fabias of Alfred Schaffer.

Op de **Bosplek**, nieuw sinds 2021, is een outburst van sfeervolle, intieme programma's. Een potpourri van stijlen en bezettingen met als rode draad: nieuwe energie genereren en je lijst met zomerhits aanvullen. Op het programma staan o.a. Ardemus Quartet, Trio Elisabeth, Anna Serierse Trio, Eva van Maanen, Katharine Dain & Sam Armstrong, Femke Gyselinck & Romina Lischka en Cantoría. De Bosplek is ook het podium voor de kindervergadering met o.a. de productie Vier! van Oorkaan.

Op het podium **SOLO** staan solisten van allerlei pluimage. Op de Wonderfeelzaterdag zetten we stiekem een + achter de titel om ook duo's een podium te bieden. Voor 2022 zijn uitgenodigd: harpist Joost Willemze, klavecijniste Goska Isphording, danser James Batchelor, Ralph van Raat & Kader Abdolah, Anton Spronk & Nathalia Milstein, Thomas Dulfer & Deborah Witteveen. Op de Wonderfeelzondag kunnen pianoadepten hun hart ophalen bij 5 recitals op rij. Uitgenodigd zijn alvast: Natacha Kudritskaya, Ramon van Engelenhoven, Beatrice Rana én organiste Francesca Ajossa.



'Het mooist is het trouwens als het regent.
Dan krijg je onherhaalbare natuursoundscapes,
waarin de regen de bladeren aan bomen
en struiken verandert in ruisende percussie-
instrumenten, die toverachtig mengen met
pianoklanken van ergens verderop.'

Het Parool, 2019

OPBOUW
WONDERFEEL



Dans

Sinds 2018 is dans een onderdeel van Wonderfeel, geprogrammeerd door Samme Raeymaekers (directeur Dansens Hus in Oslo). Voor 2021 had hij enkele voorstellingen uitgekozen door corona helaas moesten worden geannuleerd en die we nu willen her-uitnodigen, namelijk: James Batchelor (Hyperspace) en Femke Gyselink (Nimpho di Reno).

Focus Europa

Voor Wonderfeel reisden we vóór de pandemie kriskras door Europa, wat ons vanzelfsprekend in aanraking bracht (en via digitale kanalen: brengt) met heel veel, voor ons onbekende, geweldige musici. Tegelijk zien we van dichtbij hoe het politieke klimaat in Europa verandert, hoe 'democratie' lokaal wordt gedefinieerd en hoe dat musici beperkt, simpelweg in bewegingsvrijheid, maar ook in opleidingsmogelijkheden en speelplekken. Gelukkig laat het delen van muziek zich niet beperken door lands- of taalgrenzen. In 2019 hadden we een focus op de West-Balkanlanden, in 2020 op Polen. Door komende edities een programmaliijn aan een Europees land te wijden, laten we onze bezoekers een tegengeluid horen met het presenteren van buitengewone musici uit het focusland met als basisgedachte dat culturele diversiteit een grote rijkdom is. Voor 2022 is Toks Dada (Head of Classical Music van Southbank in Londen) gevraagd de focus op Groot-Brittannië-na-Brexit vorm te geven in vijf tot acht optredens, verspreid over de podia.

Ontwikkeling aanbod

Klassieke muziek is in beweging en daar wil Wonderfeel aan bijdragen. Kijkend naar het aanbod valt op dat er weinig muziekproducties worden ontwikkeld voor een specifieke buitenlocatie, waarbij gebruik wordt gemaakt van de (vaak unieke of atypische) omstandigheden. Tegelijkertijd constateren we dat er jonge makers rondlopen met artistieke ideeën die tot een dergelijke productie



kunnen leiden. Veel van hen beschikken echter niet over knowhow, een organisatorische structuur en financiële middelen om hun ambities te realiseren. Hiervoor hebben we in 2019 de Keep an Eye ProductiePrijz à € 10.000 in het leven geroepen. Met dit bedrag kunnen jonge makers een nieuwe productie maken en die presenteren op Wonderfeel en waar mogelijk op collega-festivals. Winnaars zijn Diamanda Dramm (2019), Akim Moiseenkov (2020) en Celia Swarts (2021).

Voor 2022 verstrekten we een opdrachtcompositie aan Karmit Fadael voor een compositie die we in heel Hilversum willen verspreiden: een klinkend hart onder de riem. We willen het laten uitvoeren door musici van het Metropole Orkest en/of Radio Philharmonisch Orkest met enkele zangers uit het Groot Omroepkoor.

Kinderprogrammering

Omdat we ervan overtuigd zijn dat ieder kind – ongeacht leeftijd, herkomst en niveau – een eigen, onbevooroordeelde relatie met klassieke muziek kan ontwikkelen, en dat dat een positieve invloed heeft op zijn ontwikkeling, richten we ons ook op deze doelgroep. We bieden hun bestaande kindervoorstellingen (van Oorkaan of gescout via BIG BANG festival, Buro Bannink en De Dag van de Muziekvoorstelling), diverse workshops (o.a. zang, percussie, knutselen), natuurwandelingen i.s.m. Natuurmonumenten en instrumentenproeverijen i.s.m. Entrée Junior.

Overige programmering

Op Wonderfeel 2022 staan diverse andere activiteiten geprogrammeerd, waaronder:

- yoga op live muziek
- de online Wonderfeel Luisterclub, waarin o.l.v. een luister-professional actuele albums worden besproken, krijgt tijdens Wonderfeel 2022 een live variant
- pop-up optredens en/of installatie-performances (zoals voorheen De Drijvende Diva en Heart Attack)





'De pittoreske locatie mag er zijn, maar tot de sterkste Wonderfeel-troeven hoort zeker ook de programmering. Divers is een understatement.'

NRC, 2019

05. YOUNG PROFESSIONALS

Voortvloeiend uit ons vierde artistieke doel (p. 9) zet Wonderfeel in de volle breedte van het festival in op het *kickstarten* van jonge professionals, op en naast het podium, vanuit de overtuiging dat alles wat wij investeren in individuen (en ensembles), uiteindelijk ook een investering is in Wonderfeel en de culturele sector als geheel. We lichten graag drie onderdelen uit:

WONDERFEEL FESTIVAL ORCHESTRA

Wonderfeel draagt met overtuiging bij aan de professionele groei van jonge musici. Het Wonderfeel Festival Orchestra, bestaande uit gevorderde conservatoriumstudenten, staat sinds de oprichting o.l.v. Johannes Leertouwer. Camille Thomas, Van Baerle Trio, Aidan Mikdad, Ties Mellema en Simone Lamsma soleerden met het orkest. De kamerphilharmonie bezetting – kleiner en deels side-by-side – betekent coaching op persoonlijker niveau dan in een groter symfonieorkest.

KEEP AN EYE PRODUCTIEPRIJS

In 2019 introduceerden we in samenwerking met de de Keep an Eye Foundation, de Keep an Eye ProductiePrijs

à € 10.000, waarmee we jonge creatievelingen uitdagen hun idee voor een nieuwe multidisciplinaire productie te pitchen voor een vakjury. Na de selectie worden de winnaars ondersteund tijdens hun maakproces.

ÉDUCATION PERMANENTE

Om de binding met en ontwikkeling van de organisatie als geheel én de medewerkers zelf te stimuleren, spoort Wonderfeel haar medewerkers aan festivals, concerten en nieuwe initiatieven binnen de creatieve sector te bezoeken. Daarnaast bieden we gelegenheid deel te nemen aan workshops, cursussen of congressen. Afgelopen jaren: toegankelijkheidsworkshops via 5D, ISPA Fellowship Program, ISCM World New Music Days, Festival Production Management Training, The Festival Academy en Classical:NEXT. Naast het reeds lopende lidmaatschap van de Verenigde Podiumkunstenfestivals is Wonderfeel vanaf 2021 ook lid van de European Festivals Association. De directie wordt gecoacht door Trustworks en op het gebied van MVO geadviseerd door 2Bhonest.



06. PUBLIEK

Wonderfeel is audience-driven en stelt beleving centraal. De 'snackformule' à la popfestivals werkt ook voor klassieke muziek en dat maakt het festival aantrekkelijk voor een bredere publieksgroep dan alleen de klassieke muziekliefhebber. Met woord en beeld zetten we in op laagdrempelige communicatie met behoud van kwaliteit en inhoud, onderscheidend van collega-festivals in de klassieke sector, tweetalig (Nederlands en Engels), positief, toegankelijk (o.a. voor mensen met een visuele beperking) en licht van toon.

Doordat naast klassieke muziek ook andere elementen een rol spelen in het festivalconcept, sturen we i.s.m. The Publicity Company de communicatie via verschillende invalshoeken: natuur, buitenleven, gezondheid, duurzaamheid, het gezin en gastronomie. Poëzie, literatuur en dans openen deuren naar specifieke redacties. Dit verklaart de breedte van de tot nu toe gerealiseerde media-aandacht. Verder is de promotiestrategie gericht op het aanhaken bij partners en hun (data)netwerken met als doel een zo hoog mogelijke naams- en propositiebekendheid te genereren.

PUBLIEKSREACTIE

Uit publieksenquêtes van afgelopen edities blijkt dat

Wonderfeel ook publiek trekt dat zelden (ca. 25%) of nooit (tussen 4 tot 10%) klassieke muziek bezoekt of naar festivals gaat. Respondenten vinden dat Wonderfeel klassieke muziek toegankelijk maakt en geven blijk van een hoge klant-loyaliteit. Kortom: ons publiek omarmt de festivalformule en wil meer.

AMBITIE

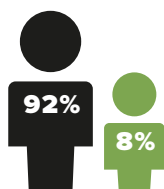
Voor 2022 streeft Wonderfeel naar:

- afhankelijk van het gekozen scenario 6000 tot 9000 bezoekers, waaronder 400 tot 600 (gratis) kinderen t/m 18 jaar
- groei van light users en medium users tot 60% ten koste van de heavy users
- behoud van de gemiddelde leeftijd rond 53 jaar
- 33% nieuwe ticketkopers en 66% herhaalbezoekers

Toetsing van deze ambities vindt na afloop van iedere edities plaats middels een publieksenquête, uitgevoerd door een onafhankelijk extern onderzoeksbureau en op basis van de resultaten uit de verkoopdatabase.

PUBLIEKSONDERZOEK EN PUBLIEKSBEREIK 2021 (CORONASLANKE EDITIE)

5478
BEZOEKERS



432
KINDEREN


20% JONGER
DAN 50 JAAR

GEMIDDELDE
LEEFTIJD 53

26%
was nieuw op
Wonderfeel



51% gaat nooit
naar festivals,
maar concept trok
hem/haar over
de streep

65% 
hoorde
muziek die
hij/zij normaal
niet beluistert

5500 CONCERT
BEZOEKEN PER SHIFT
wat neerkomt op in totaal
33.000 concertbezoeken
over 3 dagen

89%
was het eens met de stelling
'Ik voelde mij m.b.t. corona
veilig op Wonderfeel 2021'

85%
beaamt 'Wonderfeel
maakt klassieke
muziek toegankelijk'

75%
bezoekt 4 of
meer optredens
per dag

92%
komt volgend
jaar weer



PUBLIEKSBENADERING EN MIDDELEN

Wonderfeel bereikt zijn publiek door middel van doelgroepgerichte communicatie – met name digitaal, en middels free publicity en CRM. Communicatie (zowel doelgroepenbreed als zeer gericht met bestaand en potentieel publiek) geschiedt vrijwel uitsluitend via digitale kanalen: app, website, nieuwsbrieven en social media. Vanaf 2022 is het ook mogelijk via onze nieuwe website livestreams mogelijk te maken. In samenwerking met Hide & Seek voeren we strategische Facebook- en Instagramcampagnes. Het advertentiebeleid is gebaseerd op een jaarlijkse profielanalyse op ons CRM-systeem dat inzicht geeft in het groeipotentieel. Gesprekken met NPO Radio 4 (NTR en AVROTROS) over samenwerking in 2022 staan gepland in januari.

Het prijsbeleid is ingericht op toegankelijkheid voor een breed publiek. Een dag- of shiftkaart geeft toegang tot alle activiteiten. Studenten krijgen korting en kinderen t/m 18 jaar zijn gratis welkom. In verband met COVID-19 zullen er ook in 2022 geen Drie-dagenkaarten worden aangeboden. Wonderfeel doet mee aan de landelijke actie Geef een Toegift, waarbij onze bezoekers (tegen gereduceerd tarief) een dagkaart cadeau doen aan iemand met minder financiële middelen. Mocht een speciale regiopas worden ingevoerd, zoals geopperd in het MRA-regioprofiel, dan haakt Wonderfeel daarop aan.

Wonderfeel onderscheidt zeven verschillende doelgroepen en stemt daar de communicatiemiddelen op af.

Ter illustratie:

- **Culturele alleseter (light en non-user):**
een zwevende consument die zich laat aantrekken door evenementen met een hoge 'dit-mag-je-niet-missen'-urgentie (FOMO), waarbij beleving, kwaliteit en sfeer centraal staan. Wonderfeel bereikt de light users via festivalgidsen, RailTV, buitenreclame, cultuuragenda's, bioscoopreclame in filmhuiscircuit en free publicity in diverse magazines. Ook door de samenwerking met de Vriendenloterij wordt deze doelgroep volop bereikt.
- **Muziek liefhebber (medium user) en muzikenaar (heavy user):**
o.a. via NPO Radio 4, Podium Witteman, AVRO Kunst & Cultuur, Luister, aanwezigheid in nieuwsbrieven van collega-festivals (voorgaande jaren o.a. Cello Biënnale, Opera Dagen, Klassifest), eigen playlists op Spotify en 24Classics. Uiteraard zal de programmering deze doelgroep bij uitstek aanspreken: veel, divers en van kwaliteit.
- **Natuur liefhebber:**
lezersaanbiedingen in Puur Natuur (Natuurmonumenten), National Geographic (digitaal), Salt en Buitenleven. In 2021 gaf 60% aan lid te zijn van Natuurmonumenten. De samenwerking met Natuurmonumenten biedt nog volop groeimogelijkheden onder de ca. 700.000 leden. Zij worden bereikt via Puur Natuur, de website



en Facebookpagina van Natuurmonumenten en via flyers bij de regionale bezoekerscentra. Op het festivalterrein is Natuurmonumenten aanwezig met een informatiepunt, kinderactiviteiten en natuurwandelingen.

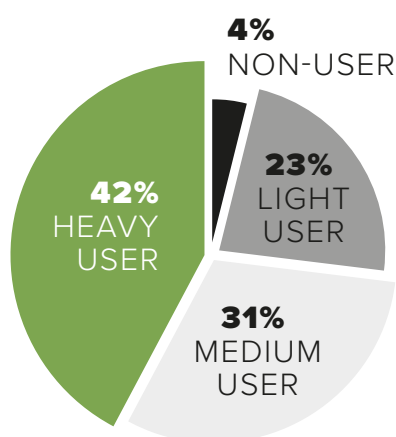
- **Gezinnen met kinderen t/m 18 jaar:**
free publicity via o.a. Kidsproof, Gooise Kinderagenda, Viva Mama. Ook deze groep wordt bereikt via flyers bij de bezoekerscentra van Natuurmonumenten.
- **Jongeren:**
kortingscampagne via CJP, aanbieding via Entrée (jongerenvereniging Concertgebouw) en samenwerking met (pop)marketing van TivoliVredenburg. Wonderfeel boekt elke editie artiesten die een jonger publiek aanspreken, zoals Anna Meredith (stond een maand later ook op Lowlands), Joep Beving en LUWTEN. Via onze digitale kanalen delen we programmatips van influencers, onder wie eerder Anna Drijver, Ruben Hein en Art Rooijackers. We delen eigen vlogs op social media en YouTube en zetten tijdens Wonderfeel ook onbekende leeftijdgenoten in als festivalvlogger.
- **Culturele minderheden:**
in de regio Gooi- en Vechtstreek startten we in 2020 met het opbouwen van een netwerk binnen de



Syrische gemeenschap i.s.m. vrijwilligersplatform De Appelboom. Ook verwelkomden we via de organisatie New Bees zeven Hilversumse jongeren met een migratieachtergrond in ons vrijwilligersteam. Lees meer over het bereik van een diversere doelgroep onder paragraaf 7.

- **Kwetsbare doelgroepen:**
deze doelgroep bereiken we i.s.m. uiteenlopende regionale instellingen. Met de komst van onze 'Cultuurcoach' zijn sinds de zomer 2020 diverse projecten in de regio gestart om Wonderfeel toegankelijker te maken voor doelgroepen die we tot nog toe minder goed hebben bereikt. Lees hierover meer onder paragraaf 7.

DOELGROEPENBEREIK

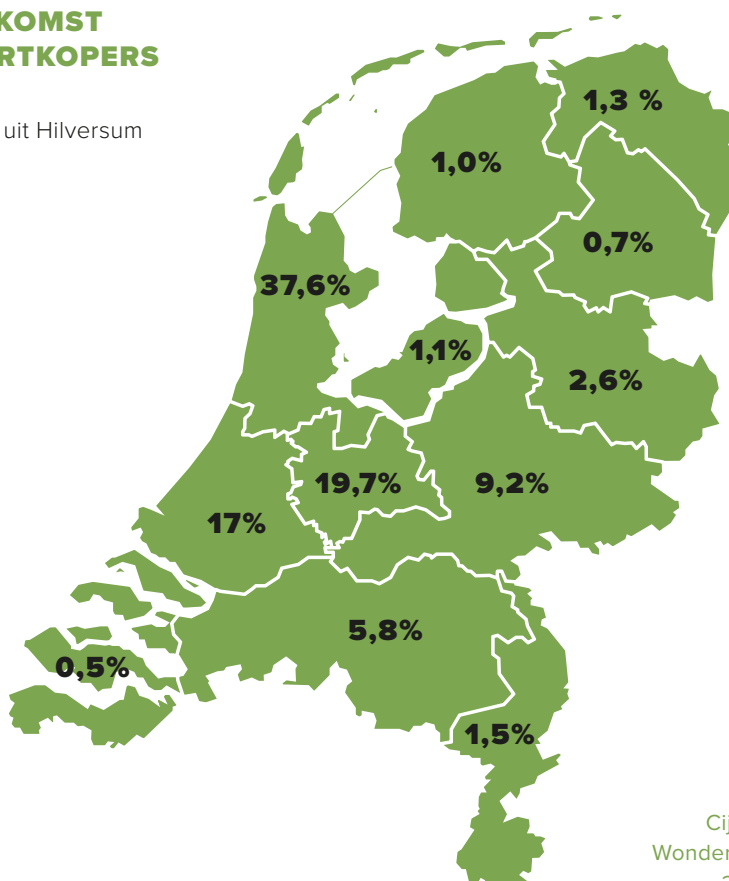


Aantal (normaliter) bezochte uitvoeringen met klassieke muziek in een jaar.

Non-user:	0
Light user:	1 - 2
Medium user:	3 - 5
Heavy user:	> 5

HERKOMST KAARTKOPERS

25% uit Hilversum



Cijfers
Wonderfeel
2021

07. LOKALE INBEDDING

Gemeente Hilversum

Het startpunt voor de exploitatie van Wonderfeel was het vinden van een geschikt natuurgebied waar haar missie kon worden geïmplementeerd. De volgende criteria stonden daarbij centraal: een natuurterrein van minimaal 25 hectare, dat een belasting van 10.000 bezoekers over drie dagen kan verdragen, met voldoende parkeergelegenheid, centraal gelegen en makkelijk te bereiken met het OV. Bovendien wil Wonderfeel een aantrekkelijke aanvulling zijn op bestaande lokale/regionale culturele instellingen. Na diverse omzwervingen en contacten met o.a. het Gooisch Natuurreservaat en Natuurmonumenten kwamen wij in de regio Gooi en Vecht uit bij een plek die aan alle criteria voldoet, buitenplaats Schaep en Burgh. Deze buitenplaats gelegen in 'Groot Hilversum' vormt al vanaf 2015 de fysieke basis van het succes van Wonderfeel. De geschiktheid van de vestigingskeuze blijkt o.a. uit het feit dat dat Regio Gooi en Vechtstreek, waarin Hilversum de belangrijkste speler is, in Wonderfeel een MRA-magneet ziet die de pijlers van het regio-profiel representeert: natuur, monumentaal (de buitenplaatsen) en creativiteit. De bovenregionale aantrekkingskracht en uitstraling van Wonderfeel vormt hiervoor de basis maar die uiteindelijk ook de gemeente Hilversum ten goede komt.

Bij het ontbreken van vergelijkbare culturele voorzieningen in de gemeente Hilversum is Wonderfeel met haar muzikale aanbod een meer dan welkome aanvulling, wat wordt bevestigd door de kaartverkoop: meer dan 25% van alle toegangskarten wordt verkocht aan inwoners in de gemeente Hilversum.



De eerste editie van een winterse variant van Wonderfeel stond gepland van 17 t/m 19 december 2021. Winter-Wonderfeel, met een capaciteit van in totaal 2.000 bezoekers, zou plaatsvinden op het landgoed Zonnestraal in samenwerking met Brasserie Zonnestraal. Helaas werden wij door de aangescherpte coronamaatregelen gedwongen dit evenement te annuleren. Bij dit (uitverkochte) evenement was het percentage kaartkopers uit Hilversum zelfs ruim 35%.

SAMENWERKINGEN IN DE GEMEENTE HILVERSUM

Cultuurnetwerk

Wonderfeel wil in de komende jaren nog nadrukkelijker verankeren in de gemeente Hilversum. We zijn ervan overtuigd dat een duurzame samenwerking met lokale partners de Hilversumse cultuursector verrijkt en bestendiger maakt. Tegen die achtergrond is Wonderfeel uiteraard lid van het Cultuurnetwerk in Hilversum en zijn diverse informele contacten gelegd en intenties voor samenwerking uitgesproken. Vanuit het kantoor in het Muziekcentrum van de Omroep, zijn er o.a. korte lijnen met muziekschool Globe, Radio Filharmonisch Orkest, Groot Omroepkoor en Metropole Orkest. Wonderfeel wil in samenwerking met de andere leden van het Cultuurnetwerk, waaronder De Vorstin, een significante bijdrage leveren aan de invulling van het Corona Herstelagenda in 2022. Deze plannen worden los ingediend en maken geen onderdeel uit van het projectplan Wonderfeel 2022.

Programmering Wonderfeel 2022

Het is vanzelfsprekend dat bij de programmering van musici gekeken wordt naar het aanbod in de gemeente Hilversum. Tegen die achtergrond is het voornemen om de volgende musici en ensembles vast te leggen, waaronder:

- ROctet, het strijkoctet van het Radio Filharmonisch Orkest (eerder te gast op Wonderfeel)
- Sounds of Change, ensemble van Hilversummer Lucas Dols. Zij gebruiken de kracht van muziek om sociale verandering teweeg te brengen (al vaker te gast op Wonderfeel)
- Delta Piano Trio
- violist Tim Kliphuis (al vaker te gast op Wonderfeel)
- Het Groot Omroepkoor in kleine bezetting
- contrabassist Dominic Seldis in duo- of trio-bezetting
- componiste Karmit Fadael
- de brass-sectie van het Metropole Orkest

Sociale duurzaamheidspartners

Dankzij de gemeente Hilversum kan Wonderfeel met de inzet van de eigen 'cultuurcoach' een bijdrage leveren aan het versterken van verbondenheid tussen mensen in onze directe context. Net als in 2020 en 2021 is de inzet om naast de mogelijkheden die het festival zelf biedt, diverse activiteiten gedurende het jaar te ontplooiën. De cultuurcoach is in gesprek met diverse partijen binnen het sociale domein m.b.t. activiteiten in 2022 en inventariseert de samenwerkingsmogelijkheden.

Op dit moment lopen gesprekken met:

- **Versa Welzijn**, locatie Lopes Diaz. Inzet is om (duurzaam) verschillende kleinschalige activiteiten te organiseren. Contacten met opbouwwerkers van andere wijken in Hilversum worden gelegd.
- **Gijs en Brechtje**, een dagbesteding voor mensen met een verstandelijke beperking. Onderzocht wordt op welke wijze deze doelgroep actief ingezet wil worden. Te denken valt aan betrokkenheid bij de aankleding van het festivalterrein. Wonderfeel heeft voorgesteld om een huisconcert te geven.
- **Naaiatelier**, Sinds de zomer van 2020 organiseert Wonderfeel – mits de coronamaatregelen dit toelaten – elke twee weken het Wonderfeel Atelier. Hierin komen vrijwilligers samen, onder andere uit de Syrische gemeenschap, om mondkapjes te naaien en leuke items te vervaardigen voor de merchandise op het festival. In ruil organiseert Wonderfeel muziek tijdens het Atelier.
- **Jeugdfonds Sport en Cultuur** om op de Cruyffcourts in Hilversum cultureel (muziek, kunst en omgevings-educatie) aanbod onder de aandacht te brengen van jeugd.
- **de cultuurcoaches van omgevings- en kunsteducatie**. Er is een gezamenlijke ruimte in Hilversum gerealiseerd waar de cultuurcoaches samenkomen. Wonderfeel gaat hier o.a. een tweede naaiatelier realiseren met naaste bewoners.
- **diverse basisscholen**: in samenwerking met Sounds of Change organiseert Wonderfeel muzikale workshops die sociale verandering teweeg brengen.
- **Puur Smaeck**, een Hilversumse horecaonderneming waar alle werkzaamheden worden verricht door mensen met een verstandelijke beperking. Puur Smaeck krijgt een plek in het horeca-aanbod op Wonderfeel 2022.
- **Geef een toegift**, Wonderfeel stelt haar bezoekers in staat om een extra toegangkaart aan te schaffen voor minderbedeelden.

Media

Vanaf de allereerste editie werkt Wonderfeel nauw samen met NPO Radio 4. In januari 2022 vindt de eerste bespreking plaats met de NTR om te praten over een concrete invulling.

Hilversum Marketing

Op het gebied van communicatie en marketing wordt ook in 2022 samengewerkt met Hilversum Marketing. Wonderfeel draagt graag bij aan de ambitie van Hilversum Marketing om Hilversum als sterk merk op de kaart te zetten. Wonderfeel zal o.a. een voorstel doen waarin het festival als platform wordt benut voor relatie-ontvangsten van Hilversum Marketing.

Commerciële partijen

De crew catering van Wonderfeel neemt producten af bij de Sligro in Hilversum. Wonderfeel werd in 2021 facilitair gesponsord door Amrâth hotels (Hotel Lapershoek). De intentie is om deze samenwerking ook in 2022 te continueren. Wonderfeel heeft de ambitie om minimaal 2 extra sponsors uit Hilversum aan zich te verbinden.

OP STAP MET DE
BOSWACHTER





STICHTING WONDERFEEL

Heuvellaan 33
1217 JL Hilversum

info@wonderfeel.nl

FOTO

Michiel Groen, Juri Hiensch,
Melle Meivogel, Foppe Schut

VIDEO

Editie M en Studio Halfvol

www.wonderfeel.nl