



WONDERFEEL

PROJECTPLAN 2024



INHOUD

01. INLEIDING	3
02. ARTISTIEKE ZAKEN	5
03. YOUNG PROFESSIONALS	10
04. PUBLIEK EN MARKETING	12
05. OMGEVING	15
06. DE ZAKELIJKE KANT	17

01. INLEIDING



AFTERMOVIE
2023

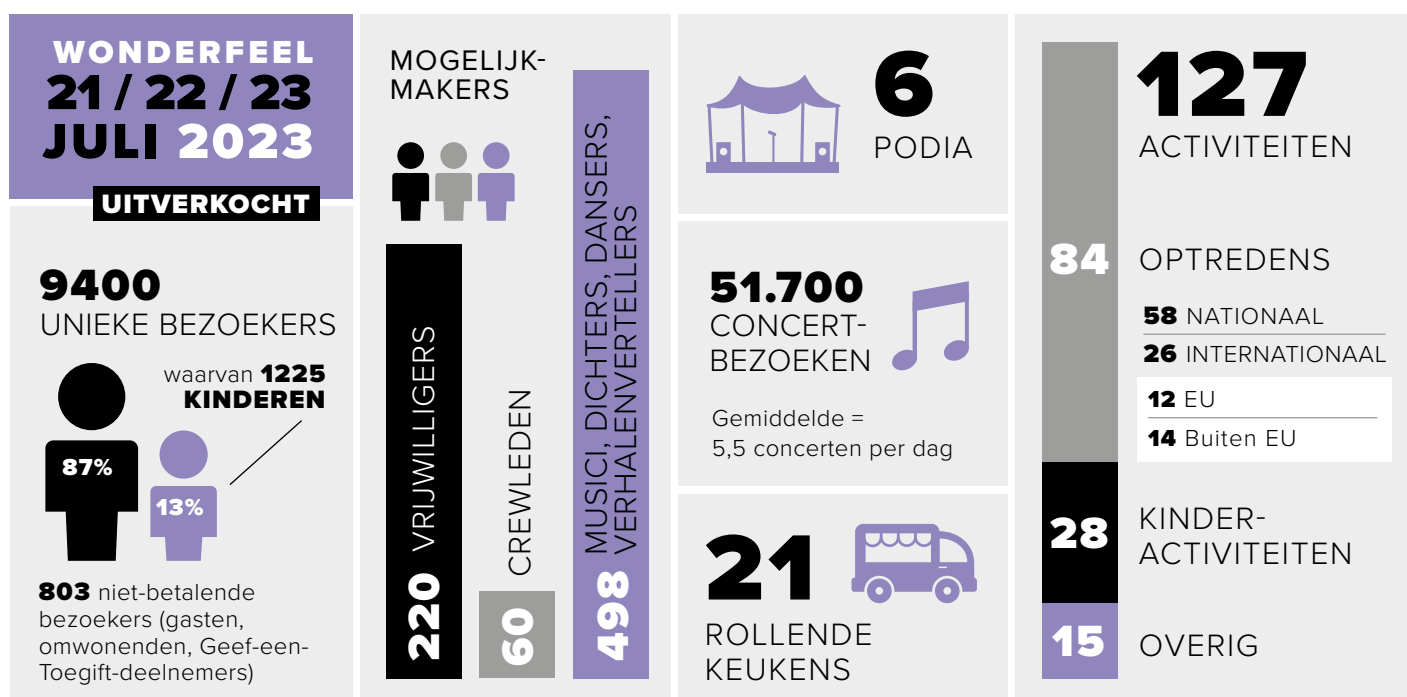


In 2023 vierde Wonderfeel haar 9e editie op buitenplaats Schaep en Burgh in 's-Graveland. Van 21 tot 23 juli mochten we een recordaantal van meer dan 9.400 bezoekers verwelkomen, samen goed voor 51.700 concertbezoeken. Met 127 activiteiten gaf het festivalprogramma niet alleen een staalkaart van het actuele klassieke aanbod – van renaissance tot minimal, van klassieke hits tot kersverse noten, met lijnen naar jazz, pop en niet-westerse muziek – maar bood het in 28 activiteiten ook volop plezier aan de 1225 kinderen op Wonderfeel. Daarbij kon iedereen zich vrij over het festivalterrein bewegen voor een gelijktijdige beleving van muziek en natuur.

Die vrijheid om je eigen muzikale route te volgen of je te laten verrassen door wat er op je pad komt, biedt de Wonderfeelbezoeker een uitzonderlijke ervaring van klassieke muziek. Die ontspannen sfeer wordt gevoed door de aankleding van het festivalterrein, de rollende keukens en het parallelle programma tjokvol ontdekking én herkenning, verspreid over de zeven podia. Hiermee creëert Wonderfeel een avontuurlijke beleving van klassieke muziek, weerspiegeld in het gegeven dat 65% van de bezoekers aangeeft op Wonderfeel muziek te horen die zij normaal niet of nauwelijks beluisteren.

Het groene decor, beheerd door Natuurmonumenten, speelt een cruciale rol in het creëren van dat gevoel van vrijheid en verbondenheid. Tegelijkertijd is die vrijheid nooit vrijblijvend. We zijn ons bewust van de verantwoordelijkheid die het organiseren van een festival in de natuur met zich meebrengt en hoe diezelfde natuur ons

dwingt voorzichtig te zijn en onszelf niet te verliezen in groei. In het najaar 2022 traden we toe tot de Green Deal Circular Festivals en komend jaar zetten we verdere stappen richting een circulair festival. In 2023 hadden we dankzij sponsor BMW meer Green Batteries op het terrein en konden we alle artiesten met elektrische auto's vervoeren, onze volledige catering was ook dit jaar vegetarisch en de CO2-uitstoot die we ondanks de beperkende inspanningen nog hadden, compenseren we dankzij de donaties van onze bezoekers met het planten van 943 bomen in het European Festivals Forest in IJsland, waar we samen met de bomen van vorig jaar nu bijna een hectare bos laten groeien. Bovendien heeft Wonderfeel, samen met negen andere festivals, samengewerkt met HandicapNL om de toegankelijkheid kritisch te evalueren en te verbeteren, en ervoor te zorgen dat het festival voor iedereen beter toegankelijk is.





Met ons *International Visitor's Programme* ontvingen we meer dan 20 buitenlandse professionals uit onder meer Turkije, Kosovo, Kroatië, Bosnië, Iran, Italië, Frankrijk en onze buurlanden. Diverse gasten vroegen naderhand of we hen met Nederlandse ensembles in contact konden brengen, en allemaal gaven ze aan Wonderfeel voor 100% aan te bevelen bij andere collega's. Over de uitvoering van Pergolesi's *Stabat Mater* schreef een van hen: 'This performance by PRJCT Amsterdam was particularly touching as I played it many times as a violinist but never really enjoyed outdoor in the nature and in a rainy context where everybody was quiet and enjoying it as if it was sunny.'

Vanuit eenzelfde betrokkenheid bij de eigen omgeving en dankzij de gemeente Hilversum, kan Wonderfeel met de inzet van eigen 'cultuurcoaches' een bijdrage leveren aan het versterken van verbondenheid tussen mensen in onze directe context. Naast de mogelijkheden die het festival zelf biedt – zoals het ontvangen van groepen kinderen met een verstandelijke beperking in samenwerking met onze burens van Het Zandkasteel – organiseert Wonderfeel hiervoor ook diverse activiteiten gedurende het jaar in de regio Gooi- en Vechtstreek. In het voorjaar vonden enkele optredens in zorglocaties plaats; in het najaar organiseren we voor 5 basisscholen uit Hilversum in samenwerking met Globe Centrum voor Kunst en Cultuur het festival TAKE 5 in het Muziekcentrum van de Omroep.

Terwijl we ons voorbereiden op de 10e editie van Wonderfeel in 2024, bevinden we ons in een complexe wereld vol uitdagingen die ook onze sector direct raken, zoals klimaat- en stikstofcrises, personeelstekorten en

stijgende kosten. We willen onze 10^e verjaardag vieren met een goede balans tussen ambities en realisme. En bovenal willen we dat ook deze editie betekenis heeft. Niet alleen voor onze bezoekers, maar ook binnen de sector, als samenwerkingspartner en voor onszelf, Team Wonderfeel en alle vrijwilligers.

In de overtuiging dat muziek en natuur bij uitstek de instrumenten zijn om impact mee te bereiken, is het onze missie om met Wonderfeel – in onze tijdelijke mini-samenleving – van betekenis te zijn en dat iedereen, ongeacht leeftijd, geardeerdheid, afkomst, herkomst of beperking zich welkom voelt op Wonderfeel. De vele gezichten van die betekenis – inspiratie, ontspanning, ontroering, ontmoeting, ontplooiing, vernieuwing, verbondenheid, erkenning – bereiken we door middel van een rijk en veelkleurig artistiek programma in een prachtig natuurgebied.

Dit projectplan voor Wonderfeel 2024 gaat dieper in op onze artistieke, publieke en organisatorische doelen. Gesterkt door de natuur, is het onze missie om de klassieke muzikwereld te verrijken – met een vreugdevolle ontsnapping aan het alledaagse of juist een bespiegeling ervan – en bij te dragen aan ons Bruto Nationaal Geluk.

“Op het klassieke muziekfestival Wonderfeel valt alle stress van je af. Topuitvoeringen in een idyllisch kader, wat wil een mens in crisistijd nog meer?”

02. ARTISTIEKE ZAKEN

WERKTERREIN

'Divers is een understatement', schreef NRC over Wonderfeel, om daar later aan toe te voegen: 'Een ideale mix van idylle en ontdekkingsreis.' De programmering van Wonderfeel vertrekt vanuit de klassieke kamermuziek, maar omarmt alle artistieke genres die daar op een manier bij aansluiten of op doorwerken. Geen enkel genre staat op zichzelf en we verrijken het programma dan ook met jazz, pop, singersongwriters, dans, muziektheater, poëzie, spoken word, verhalen en alles wat zich hier genrefluïde doorheen beweegt. Klassiek definiëren we als de muziek die wel wordt aangeduid als 'serieuze muziek' (als tegenhanger van populair), ontstaan van de middeleeuwen tot nu. Op Wonderfeel ligt de focus op westerse klassieke muziek, maar presenteren we ook muzikaal erfgoed uit andere delen van de wereld en initiëren we ook nieuwe muziek door het uitzetten van opdrachtcomposities.



ARTISTIEKE DOELEN

Iedere Wonderfeel-editie komt tot stand op basis van 5 artistieke doelen:

- 1. Artistieke kwaliteit en betekenis:** professioneel vakmanschap is het fundament van onze programmering, maar zeggingskracht vanuit een inclusief perspectief is de leidraad voor onze artistieke keuzes.
- 2. Integriteit en authenticiteit:** door het format van Wonderfeel hoeven wij geen rekening te houden met de verkoopbaarheid van afzonderlijke concertprogramma's en kunnen we volledig focussen op een eigenzinnige programmering, aanvullend op de concertzalen.
- 3. Vrijstaat voor experiment:** we moedigen creatieve geesten aan en verwelkomen nog ongelabelde ideeën en grensverleggende samenwerkingen in onze programmering.
- 4. Verbinding met actuele thema's:** we willen muziek verbinden met urgente maatschappelijke thema's, waardoor onze programmering actueel en relevant blijft.
- 5. Balans tussen vertrouwd en verrassend:** we streven naar de ideale mix tussen vertrouwde elementen en verrassende, verdiepende, originele toevoegingen aan Wonderfeel. Dit omvat zowel gevestigde als opkomende artiesten, repertoire als formats.

ARTISTIEKE WERKWIJZE

Elke editie van Wonderfeel wordt geprogrammeerd door een artistiek team dat in 2024 bestaat uit: Kenne Peters (De Vereniging en Muis), Loes Rusch (UvA en KC), Floris Kortie (Podium Klassiek), Shane Burmania (Muziekgebouw aan 't IJ en Korzo), producent Kayleigh Hagen en artistiek directeur Tamar Brüggemann.

Het artistiek team werkt louter met musici die, naast vakmanschap, beschikken over een flexibele, eigen-gereide geest, een integere inborst en een twinkeling



RODE DRADEN

In 2024 vieren we onze tiende editie en leek het ons het uitgelezen moment om een tijd-lijn door het programma te rijden. Niet alleen staan we feestelijk stil bij ons jubileum, het verstrijken van de tijd, maar vieren we hoe Wonderfeel zelf de tijd juist vertraagt, de ontspannen, lome beleving van muziek in de natuur.

Tony Roe onderwerpt het publiek met zijn Tin Men & the Telephone aan een ontregelende manier van tijdsbeleving, But What About speelt About Time, en we dagen Camiel Jansen en Slagwerk Den Haag uit om met het thema tijd aan de slag te gaan. Een *Ultimate Guide to Slow Wonderfeel* mag natuurlijk ook niet ontbreken. Op vrijdagavond vertrekken na de laatste optredens op de podia Het Veld, De Bosplek en SOLO de 21 blazers van 9x13 samen met het publiek als een ware parade naar Het Weiland om daar gelijktijdig aan te komen voor een groots revue-feest rond 10 jaar Wonderfeel. De avond wordt gecureerd en gepresenteerd door Floris Kortie, betrokken bij Wonderfeel vanaf de allereerste editie in 2015. Op de Wonderfeelzondag zal er weer ruimte zijn voor ons eigen Wonderfeelkoor, bestaande uit amateurzangers, die speciaal voor ons jubileum een feestelijk programma instuderen onder leiding van Catelijnn van Berkel.

In opdracht van Wonderfeel schreef Pete Harden – winnaar Matthijs Vermeulenprijs 2023 – de compositie ‘Contributions’ (2023). Het werk was gebaseerd op de vraag van Festivaldenker Eva Rovers: *Hoe kunnen wij goede voorouders zijn?* Harden interviewde diverse Wonderfeelmusici en hun antwoorden smeedde hij samen tot *Contributions*. Als vervolg hierop wordt voor Wonderfeel 2024 dezelfde vraag voorgelegd aan tien jonge componisten. Hun antwoorden vervatten zij in een werk van ca. 5 minuten, waarvoor ze worden gecoacht door Pete Harden, dat tijdens Wonderfeel 2024 in première gaat. Met de tien jonge componisten wordt het heden met de toekomst verbonden, een handdruk tussen ons en wat komen gaat, kort maar stevig. Een betere markering van 10 jaar Wonderfeel is niet denkbaar.

Ook jonge professionals schitteren als een rode draad door de programmering heen. Het artistiek team ziet het als zijn taak te scouten, introduceren en te investeren. In samenwerking met diverse concoursen (afwisselend o.a. Dutch Classical Talent, Liszt Concours, Cello Biënnale Concours en de Koningin Elisabethwedstrijd) en Nieuw Geneco krijgen jonge professionals – musici en componisten – een podium geboden, ook in het Wonderfeel Festival Orchestra. Ook de organisatie bestaat grotendeels uit jonge professionals: van de producenten tot het horecapersoneel, tot de ruim 250 vrijwilligers. Lees meer over jonge professionals op Wonderfeel in paragraaf 3.

in de ogen. We hebben nauw contact met de musici, overleggen over het programma en benadrukken daarbij ons streven naar een genderbalans, maar laten ze zoveel mogelijk vrij in hun keuzes. Last-minute programma-wijzigingen zijn op Wonderfeel geen probleem – we geven vooraf geen gedetailleerde informatie – omdat we ervan overtuigd zijn dat de overtuigingskracht van de musicus het grootste is, wanneer hij/zij/x de muzikale taal kiest die op dat moment het meest op de lippen brandt. Die keuze wordt door allerlei factoren beïnvloed en zijn niet altijd te voorzien.

Met een toegankelijk format, grote keuzevrijheid en nadruk op sfeer en beleving, is Wonderfeel aantrekkelijk voor een breed publiek, waaronder nieuwkomers voor klassieke muziek (al jaren stabiel tussen 10 en 15% van onze bezoekers). Daarom bieden we ook laagdrempelige en interactieve programma’s, een uitgebreid kinderprogramma en halen we via social media en nieuwsbrieven ideeën op bij ons (potentiële) publiek. De podia worden gehost door doorgewinterde (radio)presentatoren, die met hun interviewstijl een brug slaan tussen de uitvoerenden en hun publiek.

PROGRAMMERING 2024

De bouwstenen

- 3 dagen, minimaal 85 optredens, van solo tot symfonisch
- 4 muziekpodia
- 1 podium voor poëzie en verhalen met minimaal 12 optredens
- 1 binnenpodium (geschikt voor muziek en film)
- Première eigen (co)productie inclusief 3 opdracht-composities
- Keep an Eye ProductiePrijs 2024
- Het Dorp: doorlopend kinderprogramma
- Festivaldenker
- International Visitors Programme
- Besloten festivalactiviteiten voor speciale doelgroepen

Het Veld is het hart van Wonderfeel, één van de twee grote podia op het festivalterrein, de plek van aankomst en vertrek en alles wat zich daartussen afspeelt. Voor 2024 zijn, naast de traditionele optredens door het Wonderfeel Festival Orchestra (in strijkersbezetting), inmiddels uitgenodigd en/of bevestigd: Otilka Quartet, Calefax met de strandbeesten van Theo Jansen (deels in De Laan), Radon Kwartet, De Nederlandse Bachvereniging, Martin Mkhize met een aria-programma, Tim Kliphuis en het NJJO met de klimaatproductie KOSMOS, PRJCT Amsterdam met Andreas Scholl en Pynarello.

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 2024 zijn benaderd en staan op de shortlist: Richard Bona solo, Jawa Manla Trio, Sona Jobarta, Hania Rani, Naseer Shamma, Remy van Kesteren, Marike van Dijk & band, Under the Surface met Sanne Rambags, ORBI en 9x13 in grote bezetting.

Op het podium **SOLO** staan solisten van allerlei pluimage. Af en toe zetten we stiekem een + achter de titel om ook duo's een podium te bieden. Voor 2024 zijn uitgenodigd of staan op onze

shortlist: Pieter de Koe & danser Uri Eugenio, Merel Vercammen, Einav Yarden, Salomé Gasselin, Palya Bea, Mattias Spee, Alfredo van de Munt & Iris van Nuland, Maya Fridman met Garth Nox.

Op **De Bosplek**, nieuw sinds 2021, is een *outburst* van nieuwe programma's die inspelen op de actualiteit of urgente thema's. Een potpourri van stijlen en genres in een intieme setting. Op het programma staan o.a. de productie *Coming of Age* van Cora Burggraaf, Festivaldenker Jip van den Toorn, *But What About*, Slagwerk Den Haag, Camiel Jansen met Ikarai, *They Have Waited Long Enough*, de winnaar van de Keep an Eye ProductiePrijs 2024 en *L'Histoire du Soldat* met leden van het Radio Philharmonisch Orkest.

Voor het podium **Dichter onder de Boom** hebben we Babs Gons benaderd als curator voor 2024. Gons is schrijver, columnist, spoken word artist en sinds september dit jaar Dichter des Vaderlands. Haar debuutbundel *Doe het toch maar* werd genomineerd voor de Herman de Coninckprijs en de Poëziedebuutprijs.

Wonderfeel wil actuele thema's, waaronder sociale en ecologische duurzaamheid, door het programma verweven, onder andere met de inzet van de Festivaldenker die in **De Schuur** vrij spel krijgt. We zijn superblij dat cartoonist Jip van den Toorn het stokje van Eva Rovers wil overnemen en in 2024 onze derde Festivaldenker is. Signaleren, bevragen, haar publiek prikkelen én laten lachen – soms als een boer met kiespijn – is bij uitstek aan Van den Toorn besteed. Als beelddenker neemt zij de Wonderfeelbezoekers (al dan niet figuurlijk) mee uit wandelen, gaat met hen in debat over vragen als 'heeft kunst een morele taak?', zet ze op een ander spoor en tekent natuurlijk een aantal prikkelende cartoons.



BRENDA HAD BESLOTEN OM MILIEUBEWUSTER TE LEVEN

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, de toekomst van Wonderfeel. Op het programma van **Het Dorp** staan voor 2024 in de grondverf: een vervolg op Lief Publiek (6+) van Anne Maartje Lemereis, een interactieve voorstelling van Tin Men & the Telephone, *Kick It* van Ish (8+, aangepaste versie) en een voor Wonderfeel ontwikkeld Geo-Cache-spel, te spelen via onze eigen app. Daarnaast zijn er diverse workshops (o.a. zang, percussie, knutselen), natuurwandelingen i.s.m. Natuurmonumenten en instrumentenproeverijen i.s.m. Globe Centrum voor Kunst en Cultuur.

FOCUS NEDERLAND

Voor Wonderfeel reizen we kriskras door Europa, wat ons vanzelfsprekend in aanraking 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 onze complexe uitdagingen, als klimaatverandering, vergrijzing en asielproblematiek, óók de uitdagingen van onze ‘buren’ zijn. Afgelopen editie stond Turkije in de spotlights, wat een bijzondere en succesvolle samenwerking met Istanbul Music Festival opleverde die nog lang zal doorwerken. Tegelijk beseffen we dat de interculturele uitwisseling ook een prijs had, namelijk een twintigtal vluchten van Turkije naar Nederland. Voor onze 10^e editie focussen we op Nederland en onze burens, zolang ze maar per trein naar Wonderfeel kunnen afreizen. Bovendien willen we 10 jaar Wonderfeel vieren met de musici die het hebben mogelijk gemaakt, die erbij waren, aan de wieg stonden en in een enkel geval alle tien de edities erbij waren, zoals Slagwerk Den Haag.



THEY HAVE WAITED LONG ENOUGH

Hoe luisteren we tegenwoordig naar oude verhalen? Wie vertelt ze? Vanuit welk gezichtspunt? En wat als we ze door iemand anders horen vertellen? In *They have waited long enough* staat precies deze verandering van perspectief centraal. De 2021-cyclis vertelde het echte verhaal van Circe, Medea en Penelope, op muziek gezet door Annelies van Parys, Aftab Darvishi en Calliope Tsoupaki, en ingeleid door Natalie Haynes. De impact was direct: de Volkskrant roemde de uitvoering als ‘magistraal en indringend’, terwijl NRC Handelsblad schreef over ‘drie indringende liederen van eenzaamheid, waanzin en hoop.’ In de 2023-cyclus gaf de Turkse schrijfster en activiste Ece Temelkuran een stem aan Şahmaran, Kassia en Suat Derviş. Gloednieuwe muziek van Meriç Artaç, Aida Shirazi en Kate Moore voor sopraan Katharine Dain en een kleurrijk ensemble. De 2024-cyclus focust op heksen en componisten Saskia Venegas, Diamanda Damm en Katharine Dain zullen hun liederen, verwoord door Natalie Haynes, opdragen aan drie vrouwen die ten onrechte zijn vervolgd en vermoord. De uitvoering van deze eigen productie is wederom in handen van sopraan Katharine Dain, drie solisten en het Ragazze Quartet. Coproducenten zijn onder andere Gaudeamus en Festivals de Wallonie.



AFTERMOVIE
2022



THEY HAVE WAITED LONG ENOUGH:
Never Belonged - Aftab Darvishi





‘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.”

03. YOUNG PROFESSIONALS

Wonderfeel zet 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 de toekomst van Wonderfeel en de culturele sector als geheel. We lichten graag enkele 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 en net afgestudeerde young professionals, staat sinds de oprichting o.l.v. Johannes Leertouwer. Camille Thomas, Van Baerle Trio, Aidan Mikdad, Anton Spronk, Hawijch Elders, Ties Mellema, Nil Kogamangil en Simone Lamsma soleerden onder anderen met het orkest. De kamerphilharmonie bezetting – kleiner en deels side-by-side – betekent coaching op persoonlijker niveau dan in een groter symfonieorkest. In 2024 zal het orkest in strijkersbezetting optreden, net als in 2021.

KEEP AN EYE PRODUCTIEPRIJS

In 2019 introduceerden we in samenwerking met de Keep an Eye Foundation, de Keep an Eye Productie- prijs à € 10.000, waarmee we jonge creatievelingen (< 35 jaar) uitdagen hun idee voor een nieuwe multi- disciplinaire productie te pitchen voor een vakjury. Na de selectie worden de winnaars ondersteund tijdens hun maakproces tot zij uiteindelijk hun nieuwe productie op Wonderfeel presenteren en waar mogelijk op collega-festivals. Eerdere winnaars zijn Diamanda Dramm (2019), Akim Moiseenkov (2020), Celia Swarts (2021), Camiel Jansen (2022) en Nienke Nasserian (2023). De winnaar wordt begin 2024 bekend gemaakt. In de jury 2024 zitten Fedor Teunisse, Willemijn Mooij, Maartje Goes en Anne-Maartje Lemereis.

OPDRACHTCOMPOSITIES

In 2019 gaven we onze eerste compositieopdracht aan Aart Strootman. Zijn *Once upon a Two Times Three* werd via Wonderfeel op nog vijf Europese festivals uitgevoerd. Het is ons streven elk jaar minimaal twee opdrachten uit te zetten, waarvan één aan een jonge componist. Zo hebben we sindsdien, naast ouder gedienden als Calliope Tsoupaki en Annelies Van Parys, ook opdrachten verstrekt aan Aftab Darvishi (*Circe*, 2021), Maxim Shalygin (*Drop after drop*, 2022), Meriç Artaç (*Şahmaran*, 2023), Aida Shariza (*Kassia*, 2023) en Kate Moore (*Suat Derviş*).

In 2024 zullen naast de drie nieuwe composities in de eigen productie *They Have Waited Long Enough* ook 10 nieuwe composities klinken door 10 jonge componisten. Deze worden momenteel geselecteerd.

FOCUS JONGE MUSICI

Al sinds de eerste editie focussen we met Wonderfeel op het programmeren van jonge musici. We durven te stellen dat we op onze podia overwegend professionals programmeren die na 1995 geboren zijn. Maar ook buiten het festival om stimuleren we jonge musici om zich te presenteren. Zo programmeren we optredens met jonge musici in Singer Laren en Studio 150 en zijn we als ambassadeur betrokken bij ConcertLab Foundation. Bovendien programmeren we een vijftal concertavonden in het Muziekcentrum van de Omroep, waaronder de Avond van de Nieuwe Oogst in samenwerking met de NTR.

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: toegankelijkheids- workshops via 5D, ISPA Fellowship Program, ISCM World New Music Days, Festival Production Management Training, The Festival Academy, Classical:NEXT en LinC. Naast het reeds lopende lidmaatschap van de Verenigde Podiumkunsten-festivals is Wonderfeel ook lid van de European Festivals Association en van de International Society for the Performing Arts. Tamar Brüggemann is van de eerste twee sinds vorig jaar ook kern- dan wel bestuurslid. Op het gebied van duurzaamheid worden we geadviseerd en doorgemeten door A Greener Festival en nemen we deel aan het Europese netwerk Green Deal Circular Festivals. De directie wordt daarnaast nog geadviseerd door Blueyard, een adviesbureau gespecialiseerd in de culturele sector.

Vanzelfsprekend delen we onze opgedane kennis ook graag weer met young professionals en collega-festivals. Tamar wordt geregeld gevraagd als spreker bij conferenties of leerinstellingen, zoals in de afgelopen twee jaar bijvoorbeeld bij het Conservatorium van Amsterdam, Music x Media (FIN), Cielos del Infinito Arts Festival (Chili), EEEmerging (FR), Early Music Summit (PL), Arts Festivals

Summit (Armenië en Girona) en de BAFA Conference (UK). Ook is ze sinds 2021 docent bij de cursus Curatorial Practices in Music van ArTEZ.



**WONDERFEEL BIJ
VRIJE GELUIDEN**



04. PUBLIEK EN MARKETING

Voor Wonderfeel 2024 staat het publiek en publieksonwikkeling centraal. Het festival blijft trouw aan zijn 'snack-formule' à la popfestivals, wat aantrekkelijk is voor een breder publiek dan alleen liefhebbers van klassieke muziek. 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.

Net zoals in voorgaande edities, omvat de communicatiestrategie verschillende invalshoeken, waaronder (klassieke) muziek, natuur en buitenleven, het gezin, duurzaamheid en gastronomie. Ook poëzie, literatuur en dans openen deuren naar specifieke redacties. Dit zorgt voor een brede en gevarieerde media-aandacht. Onze promotiestrategie richt zich op het versterken van samenwerkingen met partners en hun netwerken om zo onze naamsbekendheid en propositie te vergroten.

PUBLIEKSREACTIE

Uit publieksenquêtes van voorgaande edities blijkt dat Wonderfeel niet alleen klassieke muzikliefhebbers aantrekt, maar ook mensen die zelden of nooit klassieke muziekconcerten bijwonen. Ons publiek waardeert de toegankelijkheid van klassieke muziek op Wonderfeel en toont een sterke klantloyaliteit.

AMBITIE

Voor 2024 streeft Wonderfeel naar:

- 9750 bezoekers, waarvan 1250 kinderen en 20 buitenlandse professionals
- doorgroei van light users en medium users naar 60%
- meer publiek in de leeftijdscategorie 30-45 jaar
- minimaal 35% nieuwe ticketkopers
- dat 90% van de bezoekers zich gelukkiger voelt door Wonderfeel (zie bijlage: publieks-enquête 2023)

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

DE WONDERFEELBEZOEKER 2023

TEVREDENHEID

(NPS = 39,7)



85% is gelukkiger door Wonderfeel

83% geeft aan Wonderfeel volgend jaar weer te bezoeken



64% is lid van Natuurmonumenten

31% is een nieuwe ticketkoper

KLASSIEKE MUZIEKCONSUMPTIE

71%

vindt de bezoekdrempel van concertzalen of andere festivals hoger dan die van Wonderfeel

62%

hoorde muziek die hij/zij normaal gesproken niet of nauwelijks beluistert

53%

geeft aan normaal nooit naar een festival te gaan, maar door het Wonderfeelconcept over de streep te zijn getrokken

85%

geeft aan dat de combinatie natuur en klassieke muziek een belangrijke reden is om Wonderfeel te bezoeken

13%

gaat niet naar optredens met klassieke muziek, behalve Wonderfeel

VERVOER

52% kwam met een benzine/diesel-auto en stootte samen zo'n 50 ton CO2 uit

19% kwam met de fiets



16% kwam met een elektrische of hybride auto

10% kwam met het OV

3% kwam met de pendelbus



De samenwerking met onze mediapartner NTR t.b.v. live opnamen wordt ook in 2024 voortgezet. Het is onze wens dat ook VPRO's Vrije Geluiden wederom opnamen komt maken.

Het prijsbeleid van Wonderfeel is gericht op toegankelijkheid voor een breed publiek. Studenten krijgen korting en kinderen tot 18 jaar hebben gratis toegang. Daarnaast nemen we deel aan de landelijke actie "Geef een Toegift," waarbij onze bezoekers een dagkaart tegen een gereduceerd tarief cadeau kunnen doen aan mensen met beperkte financiële middelen. Als er een speciale regiopas wordt geïntroduceerd, sluiten we ons daarbij aan, zoals voorgesteld in het MRA-regioprofiel.

PUBLIEKSBENADERING EN MIDDELEN

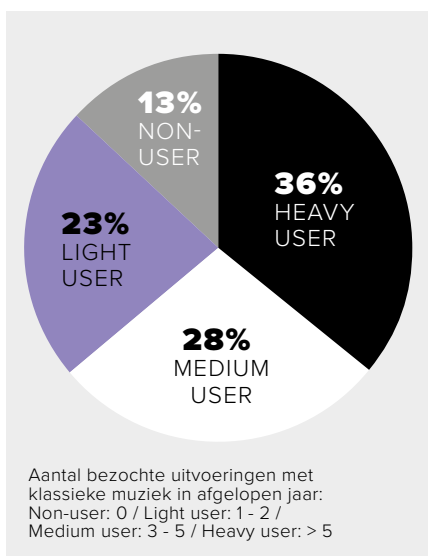
Om ons publiek te bereiken, maken we gebruik van doelgroepgerichte communicatie, voornamelijk online, en middels free publicity. Onze communicatie verloopt voornamelijk via digitale kanalen zoals de app, website, nieuwsbrieven en social media. We voeren strategische campagnes op Facebook, LinkedIn en Instagram in samenwerking met Hide & Seek. Voor free publicity wordt samengewerkt met het bureau Publicity Company. Daarnaast wordt in- en outdoorreclame ingezet in de top 3 steden van onze bezoekers: Hilversum, Amsterdam en Utrecht.

DOELGROEPEN

Wonderfeel heeft zeven verschillende doelgroepen geïdentificeerd en past de communicatiemiddelen daarop aan:

- 1. Culturele alleseter (light en non-user):** wordt bereikt via de inzet van een zeer brede medialijst waaronder festivalgidsen, RailTV, buitenreclame, cultuuragenda's, bioscoopreclame in filmhuiscircuits, dagbladen en magazines als ZIN, De Groene Amsterdammer, Hollands Glorie, Max Magazine, Arts & Auto, en Linda. De samenwerking met de Vriendenloterij wordt ook benut om deze doelgroep te bereiken.

DOELGROEPENBEREIK

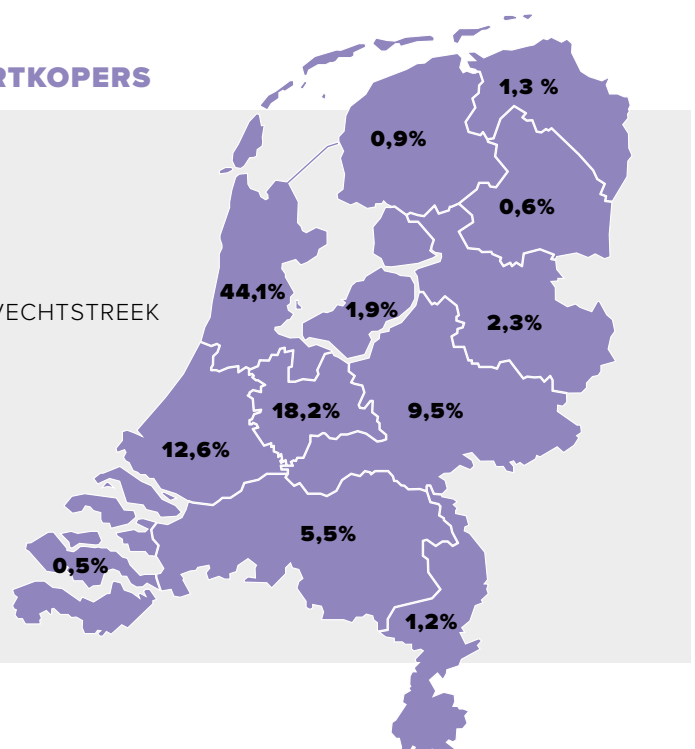


HERKOMST KAARTKOPERS

1,4%
BUITENLAND

38,7%
UIT REGIO GOOI EN VECHTSTREEK

23,3%
UIT HILVERSUM



2. Muziek liefhebber (medium user) en muziekkenners (heavy user): wordt bereikt via organisaties die vergelijkbare doelgroepen bedienen zoals NPO Klassiek, Vrije Geluiden, Podium Klassiek, AVROTROS Klassiek, Preludium en het Vrijdagconcert Magazine, Luister, eigen playlists op Spotify en nieuwsbrieven van collega-festivals, zalen en ensembles.

3. Natuurliefhebber: wordt bereikt via lezersaanbiedingen in Puur Natuur (Natuurmonumenten), National Geographic, Salt, en Buitenleven. De samenwerking met Natuurmonumenten biedt groeikansen onder hun bijna 900.000 leden.

4. Gezinnen met kinderen t/m 18 jaar: wordt bereikt via o.a. Kidsproof, Gooise Kinderagenda, Kek Mama.

5. Jongeren: wordt bereikt via CJP, studentenkorting, Entrée (jongerenvereniging Concertgebouw), en samenwerking met (pop)marketing van TivoliVredenburg. We boeken ook artiesten die aantrekkelijk zijn voor een jonger publiek en delen programmatips van influencers via digitale kanalen. We delen eigen vlogs op social media en YouTube en zetten tijdens Wonderfeel ook onbekende leeftijdgenoten in als festivalvlogger.

6. Lokaal publiek: wordt bereikt via lokale dagbladen als Weekblad Wijdmeren, Gooi- en Eemlander, huis-aan-huisbladen, in samenwerking met marketingorganisaties van Hilversum en Gooi & Vecht, regionale uitagenda's, Stichting Mozaïek Hilversum, Bibliotheek Hilversum, boekhandel Voorhoeve en lokale influencers als Youssef Douzi met wie we op 1 juni 2024 ook De Avond van Hilversum organiseren in het Muziekcentrum van de Omroep.

7. Onze ambassadeurs: om ook in persoonlijk contact te blijven met onze meest betrokken doelgroepen, organiseren we door het jaar heen live bijeenkomsten voor onze Vrienden en vrijwilligers en sturen we hen op maat gemaakte nieuwsbrieven. Tijdens Wonderfeel organiseren we elke dag een Vriendenborrel, die drukbezocht wordt.

In lijn met onze doelgroepen passen we onze communicatiemiddelen aan, om zowel bestaand als potentieel publiek te bereiken. We blijven diversifiëren om onze festivalervaring toegankelijk en aantrekkelijk te maken voor iedereen die Wonderfeel wil ontdekken.

DOELGROEPEN VERBREIDING EN ONTWIKKELING

In de regio Gooi en Vechtstreek startten we in 2020 in het kader van onze 'cultuurcoach-activiteiten' met het verbreden van ons publiek. In samenwerking met vrijwilligersplatform De Appelboom startten we het Wonderfeel Atelier met o.a. vrijwilligers uit de Syrische gemeenschap. Ook verwelkomden we via de organisatie New Bees Hilversumse jongeren met een migratieachtergrond in ons vrijwilligersteam. In 2022 zijn we toegetreden tot een initiatief van HandicapNL, koplopers genoemd, om samen toe te werken naar een toegankelijker festivalwereld. Wonderfeel zet zich de komende maanden in om ook voor de mensen met een handicap (potentieel 1 miljoen Nederlanders!) een toegankelijke 10e editie te organiseren. Daarnaast bieden we scholieren van o.a. De Kleine Prins – een onderwijsinstelling voor kinderen met een lichamelijke of meervoudige beperking en kinderen die langdurig ziek zijn – en de Mozarthof – school voor zeer moeilijk lerenden – door het jaar heen workshops van Sounds of Change. Lees meer over de cultuurcoach-activiteiten onder paragraaf 5.

COMMUNICATIE

106.929

WEBSITE
BEZOEKEN



294.057 pageviews

2,75 pagina's bekeken per sessie

244

BERICHTEN

125 WEB

70 PRINT

49 RADIO

94M

BEREIK

TEGENWAARDE
€ 662.000

7500

PROGRAMMA-
BOEKJES



408.769

UNIEK BEREIK
OP SOCIAL MEDIA

39.794 THRUPLAYS



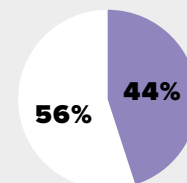
8300

FACEBOOK LIKES



5652

INSTAGRAM FOLLOWERS



43,6%

van de
Wonderfeel-
bezoekers
is niet actief
op social media

05. OMGEVING

Wonderfeel wordt door de Regio Gooi en Vechtstreek, met Hilversum als belangrijkste speler, aangemerkt als MRA-magneet, die de pijlers van het regio-profiel representeert: natuur, monumentaal (de buitenplaats) en creativiteit. Bovendien is Wonderfeel niet alleen een welkome aanvulling op de bestaande lokale en regionale culturele instellingen, waarmee we ook diverse samenwerkingsverbanden hebben opgebouwd, maar straalt de boven- regionale aantrekkingskracht van Wonderfeel ook op Hilversum en de regio af. Dat Wonderfeel aansluit op een regionale behoefte, blijkt ook uit het feit dat 38,7% van de kaartverkoop van het festival binnen de regio plaatsvindt. Als we daar het bereik van de activiteiten door het jaar heen bij optellen komt dit percentage zelfs net boven 50% uit.

LOKALE SAMENWERKINGEN

Wonderfeel heeft de intentie om in de komende jaren zijn wortels nog dieper te verankeren in de directe omgeving. We zijn ervan overtuigd dat duurzame samenwerkingen met lokale partners de culturele sector in Hilversum kunnen verrijken en verstevigen. In lijn met deze visie is Wonderfeel actief lid van het Cultuurnetwerk in Hilversum, waarmee we in november een vervolg op OPEN035 en het nieuwe kinderfestival TAKE5 organiseren. Tijdens Open Monumentendag in september organiseerden we optredens op vier locaties in de stad en voor 2024 trekt het Cultuurnetwerk weer samen op om Hilversum 600 Jaar te vieren. De kosten hiervoor vallen buiten deze aanvraag.

Met ons kantoor in het Muziekcentrum van de Omroep onderhouden we nauwe relaties met culturele instellingen zoals Globe Centrum voor Kunst en Cultuur, het Radio Filharmonisch Orkest, het Groot Omroepkoor, ROctet, en het Metropole Orkest. Voor Wonderfeel 2024 zullen we o.a. Strawinski's L'histoire du soldat met leden van het Radio Filharmonisch Orkest uitvoeren.

MEDIA

Sinds onze allereerste editie werken we intensief samen met Radio Klassiek, wat wordt voortgezet in 2024 voortgezet. Ook werken we voor De Avond van de Nieuwe Oogst op 13 april 2024 samen met de NTR – zij programmeren een deel van de avond en zenden het integraal uit.

COMMERCIEËLE PARTNERS

Onze crew-catering blijft producten afnemen bij de Sligro in Hilversum. We streven ernaar om onze samenwerking met Amrâth Hotels (Hotel Lapershoek), die ons in 2022 en 2023 facilitair ondersteunde, voort te zetten. Bovendien ambiëren we om minstens twee extra sponsors uit de regio aan ons te binden met ons jubileum als inzet.

SOCIALE DUURZAAMHEID - ACTIVITEITEN EN PARTNERS

Wonderfeel zet zich met zijn eigen 'cultuurcoach' actief in om de onderlinge verbondenheid binnen Hilversum en omgeving te versterken. Sinds 2020 streven we ernaar om gedurende het jaar activiteiten te organiseren naast ons festivalprogramma. De cultuurcoach werkt momenteel samen met verschillende partijen binnen het sociale domein in Hilversum en de regio om activiteiten voor 2024 te ontwikkelen. Deze activiteiten zijn gericht op drie kerngebieden: zelfontplooiing, welzijn en sociale ontmoeting/verbondenheid, met een nadruk op het bevorderen van cultuurparticipatie, educatie en toegankelijkheid.



Enkele geplande activiteiten voor 2024 zijn onder andere:

Zelfontplooiing

- Voortzetting van de samenwerking met Gijs en Brechtje, een dagbestedingsplek voor (jonge) mensen met een verstandelijke beperking. Het ligt in de bedoeling om het Grafisch Atelier Hilversum uit te nodigen op het festival om een kinderactiviteit te verzorgen.

Welzijn

- Samenwerking met Stichting Leergeld Wijdemeren-Hilversum om via het "Geef Een Toegift"-programma mensen met een kleiner budget de kans te bieden Wonderfeel te bezoeken.
- Voortzetting van de samenwerking met Het Zandkasteel, een zorgorganisatie voor jongeren met een verstandelijke beperking, met mogelijkheden voor verdere uitbreiding.

- Samenwerking met Versa Welzijn, (diverse locaties), om kleinschalige activiteiten te organiseren en contacten te leggen met opbouwwerkers in andere wijken van Hilversum.

Sociale Ontmoeting/Verbondenheid

- Wonderfeel werkt samen met TWiNburgering, een organisatie die nieuwkomers begeleidt naar (vrijwilligers) werk, met als doel om 10 nieuwkomers toe te voegen aan ons vrijwilligersteam voor het festival in 2024.

Met deze plannen willen we onze bijdrage aan sociale duurzaamheid versterken en blijven we ons inzetten voor de verrijking van de lokale gemeenschap in Hilversum en de bredere regio.

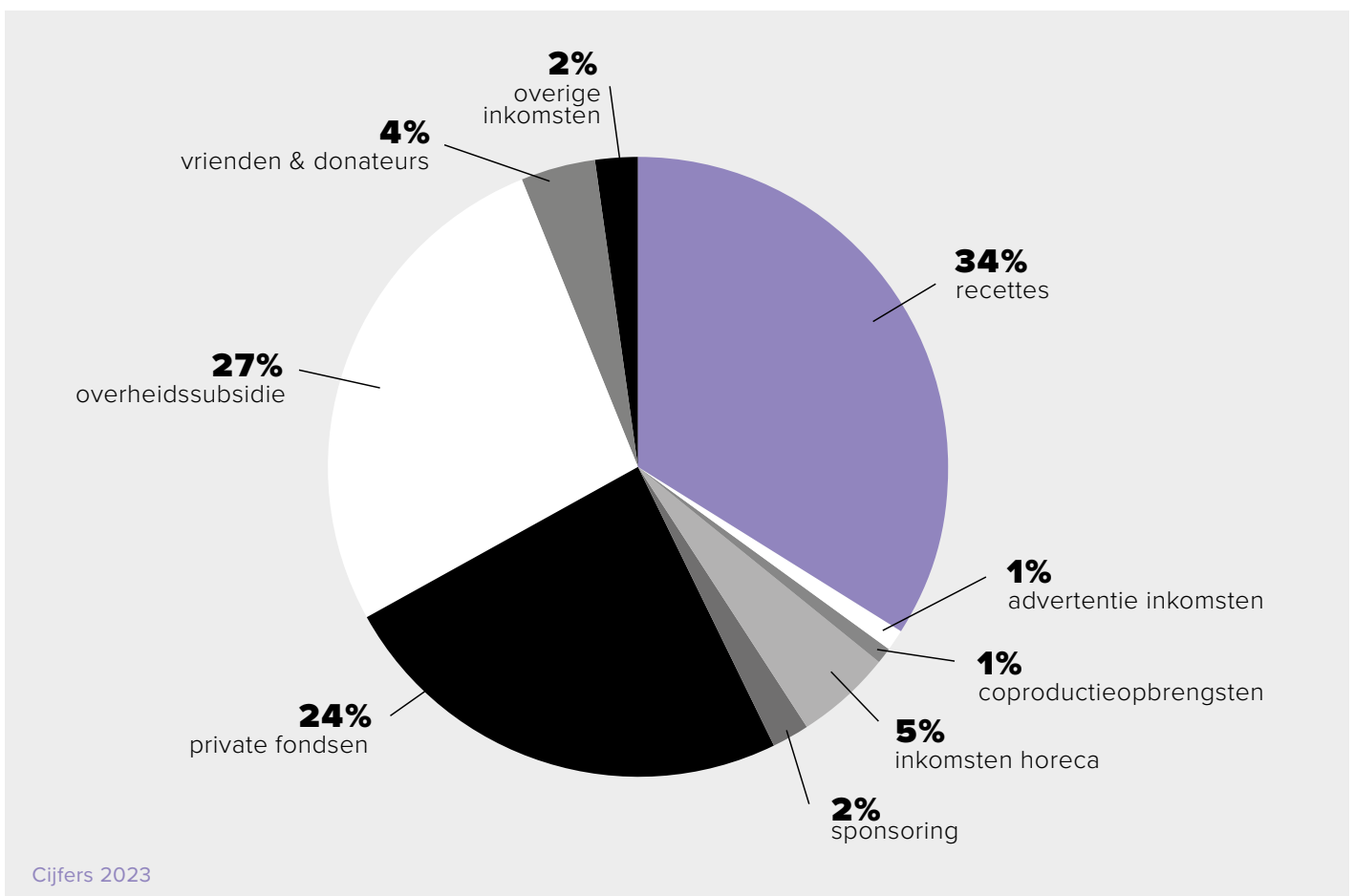


06. DE ZAKELIJKE KANT

Balans tussen ambitie en realisme

Terwijl we ons opmaken om ons 10-jarig jubileum met toeters en bellen te vieren, worden we gedwongen realistisch naar onze uitgaven te blijven kijken. De impact van post-corona op de culturele sector neemt voor 2024 serieuze vormen aan en de stijgende kosten, zowel productioneel als personeel, zorgen ervoor dat we met het oog op nóg tien jaar Wonderfeel niet te zeer uit de band kunnen springen. Bovendien heeft afgelopen zomer nogmaals onderstreept dat klimaatverandering een steeds groter risico én grotere uitdagingen met zich meebrengt voor het organiseren van een buitenfestival. We zetten onze organisatorische ambitie en aanpak graag kort uiteen.

FINANCIERINGSMIX



PRODUCTIE

Door Covid-19 zijn we eens te meer gesterkt in ons streven weliswaar blijvend te groeien in onze ontwikkeling, maar niet onbeperkt in onze schaalgrootte en hebben we in overeenstemming met Natuurmonumenten, die vanzelfsprekend de druk op het natuurgebied liefst zo laag mogelijk houdt, het maximaal aantal bezoekers op 10.000 gezet. Voor onze jubileum-editie gaan we uit van een lichte groei naar 9750 bezoekers, waarop onze infrastructuur wordt ingericht.

Heftige zomerstormen en tropische dagen: de kans erop wordt steeds groter en de risico's voor een buitenfestival zijn groot. De zomerstorm van 2015 liet ons achter met een deficit van bijna 60k, de dagen boven de 25°C zagen we vooral terug in achterblijvende drankcijfers, omdat het publiek bij hogere temperaturen meer van het (gratis) watertappunt gebruik maakt. Afgelopen editie hadden we juist door de regen op zaterdag tegenvallende drankcijfers. We hebben de inkomsten voor 2024 nog behoudender begroot.

Op de weg naar het organiseren van een circulair festival, streven we allereerst naar een klimaat-neutraal Wonderfeel. Hiervoor behouden we genomen stappen – o.a. vleesloos catering voor bezoek en backstage, biologisch afbreekbaar tafelgerei, het secuur meten van onze CO2-uitstoot – en zetten we in 2024 weer de pendelbus in en verwachten we de samenwerking met BMW te kunnen continueren waardoor we het artiesten-vervoer weer elektrisch kunnen regelen en ook een generator minder nodig hebben dankzij een extra *green battery*. Ook zullen we onze bezoekers weer vragen hun CO2-uitstoot te compenseren door te doneren aan het European Festivals Forest.



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 2024 betekent dit dat we toewerken naar een egalisatiereserve van 10% van de exploitatiebegroting, wat neerkomt op ruim € 120.000. 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 2022 en 2023 iets verhoogd.

In 2023 hebben we arbeids- en organisatie-adviseur Marlies Tan benaderd voor het opzetten van een loonhuis en bleek dat we onze zzp-festivalcrew goed betalen in vergelijking met andere festivals, waardoor we afgelopen editie geen zorgen hadden over het aantrekken van tijdelijk personeel. Voor het kantoorpersoneel (ook zzp'ers) geldt dat we overwegend marktconform honoreren, al is hier nog ruimte voor verbetering. Het nieuw ontwikkelde loonhuis zullen we voor deze groep dan ook stapsgewijs realiseren de komende jaren. Ook hier is het zoeken naar de balans tussen ambities en (financiële) realiteit. Voor 2024 hebben we in ieder geval een verwachte kosten-

“Je voelt de reacties van het publiek veel beter dan in een gewone zaal”

Celliste Ella van Poucke in Trouw

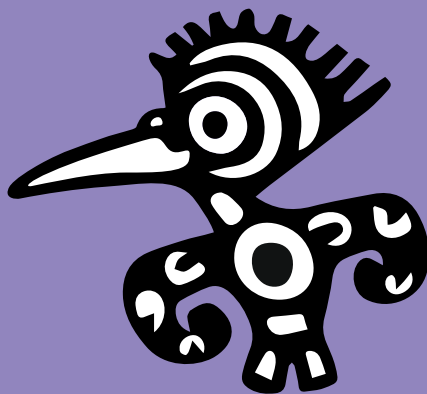
stijging van 5% doorberekend in personeelskosten. Dit percentage geldt ook voor de productionele kosten in verband met de hogere energieprijzen en gestegen kosten bij leveranciers.

Tegelijk verwachten we lagere inkomsten vanuit de Hilversum door de druk op uitgaven binnen de gemeente, met name in het sociale domein. Die lagere inkomsten worden direct verdubbeld door de matchingsregeling van het Fonds Podiumkunsten, waardoor onze startpositie voor 2024 helaas veel lager is dan voorgaande jaren, wat voor een feestelijke jubileumeditie een extra uitdaging is. We vangen dit op door over de hele linie in de kosten te snijden, extra fondsen aan te vragen (waaronder de tweejarige compositiesubsidie van het FPK), een bescheiden stijging in recettes te begroten gelinkt aan het stijgende bezoekersaantal, het vinden van een extra sponsor en het verhogen van de donatie-inkomsten door een intensiever Vriendenbeleid met oog op het jubileum.



943
BOMEN

werden gedoneerd voor het European Festivals Forest in IJsland



STICHTING WONDERFEEL

Heuvellaan 33
1217 JL Hilversum

info@wonderfeel.nl

FOTO

Juri Hiensch, Foppe Schut
en Melle Meivogel

VIDEO

Editie M

www.wonderfeel.nl