

Oranjewoud Festival



VERSLAG EDITIE 2019

Inleiding

De achtste editie van Oranjewoud Festival vond plaats van woensdagavond 29 mei tot en met zondag 2 juni 2019. Na de uitzonderlijk lange editie van tien dagen in 2018, waarbij het festival onder het hoofdprogramma viel van Leeuwarden-Friesland Culturele Hoofdstad van Europa, werd het festival teruggebracht naar de gebruikelijke lengte van een lang weekend. Bijna 16.000 bezoekers wisten hun weg te vinden naar het Friese Oranjewoud, waarbij het aantal betalende bezoekers naar verhouding flink is toegenomen.

Ondanks de kortere duur was de kwaliteit onverminderd hoog. Hoogtepunten waren concerten van het Duitse Stegreif Orchester dat internationaal debuteerde, de wereldberoemde mezzosopraan Anne Sofie von Otter met het Amerikaanse strijkkwartet Brooklyn Rider, The Erlkings en harpist Remy van Kesteren. *De Nacht van het Park* en het *Zonsopgangconcert* konden op een recordaantal bezoekers rekenen.

Nieuw dit jaar was *De Kinderproeftuin* dat een festival op zichzelf vormde. Gedurende vier dagen konden kinderen van 4 tot en met 12 jaar op speelse manieren kennismaken met muziek, onder meer door in minder dan twee uur een opera te maken én uit te voeren.

De belangstelling van de media was groot. Optredens van Salut Salon en Stegreif Orchester in Podium Witteman trokken landelijke aandacht. De Groene Amsterdammer besteedde aandacht aan Stegreif Orchester en The Erlkings, Elsevier schreef over de vernieuwing op het festival en de Volkskrant en NRC beoordeelden het festival met vier sterren.

1. ARTISTIEKE INVULLING

Onze missie is het levend, inspirerend en bewegend houden van blijvende muziek in al haar veelkleurigheid en verschijningsvormen om daarmee publiek van nu, straks en later in het hoofd en het hart te raken. Daartoe verbinden wij hoge kwaliteit met lage drempels, zodat Oranjewoud Festival een feest is waar een breed publiek zich thuis voelt. Vanwege de opmerkelijke prestaties op het gebied van de kunsten, betrokkenheid bij de gemeenschap en internationale openheid heeft Oranjewoud Festival het EFFE Label 2019-2020 toegekend gekregen van de European Festival Association.

In 2019 steunde het programma op drie pijlers:

1. Vernieuwing
2. Traditie
3. Ontwikkeling

Het hoofdprogramma bestond uit 28 concerten verspreid over vijf locaties: FB Oranjewoud Paviljoen, Rabobank Paviljoen, de Overtuin, Landgoed Oranjewoud en Thialf ijs hockeystadion als uniek concertpodium voor *#freebrahms* van het Stegreif Orchester. Samen met de vrij toegankelijke Proeftuin en de nieuwe Kinderproeftuin leverde dit een zeer divers publiek op: van culturele fijnproevers tot jonge gezinnen met kinderen en toeristen die genoten van een dagje uit.

Vernieuwing

Op Oranjewoud Festival willen wij het publiek graag laten kennismaken met nieuwe vormen van klassieke muziek. Niet alleen om te prikkelen, maar ook om heersende vooroordelen omtrent klassieke muziek te doorbreken. Met het aanstellen van het experimentele **Stegreif Orchester** als artist in residence is dat zeker gelukt. Dit unieke Berlijnse collectief van jonge musici bracht niet alleen een bijzondere bewerking van Brahms' derde symfonie, maar voerde tijdens de Nacht van het Park ook *In C* van Terry Riley uit naast andere optredens met musici verspreid door de Overtuin, en liet tijdens het *Zonsopgangconcert* het vioolconcert van Sibelius uitmonden in een wilde Cubaanse dans. Ook waren de musici in wisselende samenstellingen te zien en horen tijdens korte performances in De Proeftuin.

Het concert *So Many Things* van de wereldberoemde mezzosopraan **Anne Sofie von Otter** en het Amerikaanse strijkkwartet **Brooklyn Rider** vormde een van de absolute hoogtepunten van het festival. Hun bewerkingen van bekende singer-songwriters maakten diepe indruk op de bezoekers en tijdens het concert kon je

een speld horen vallen.

De grote verrassing van het festival waren **The Erlkings**. Het Oostenrijkse viertal bracht een wel heel avontuurlijke versie van Schuberts *Die schöne Müllerin*. Andere bewerkingen waren er van Puccini's meesterwerk *La Bohème*, in een uitvoering voor slechts twee instrumenten door violist **Mathieu van Bellen** en de Noorse pianist **Mathias Halvorsen**, een kamermuziekversie van de Johannes Passion waarbij een grote rol was weggelegd voor het publiek dat de koralen meezong, en *The Well Prepared Piano*, waarbij Mathias Halvorsen op aangepaste versies van de piano speelt, geïnspireerd op Bachs *Wohltemperierte Klavier*.

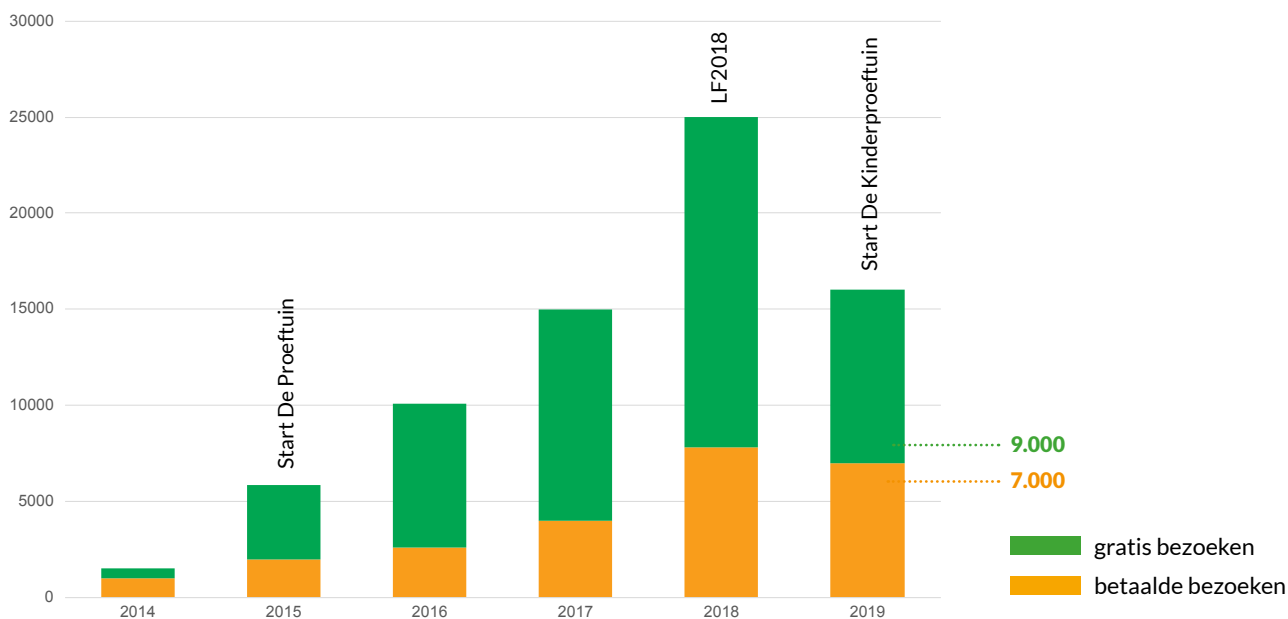
Tijdens Oranjewoud Festival gingen twee werken in première: *How to play the triangle* van **Tatiana Koleva** en de Amerikaanse componisten David Dramm, Vanessa Lann, **Ron Ford** en **Ned McGowan**, en de cellosonate van de jonge componist en pianist **Primo Ish-Hurwitz**. Het **Cello Octet Amsterdam** bracht de nieuwe compositie 8 van Michael Gordon, die in 2018 in première ging tijdens de Cello Biënnale Amsterdam en Festival November Music in Den Bosch. Violiste **Julia Philippens** en pianist **Xavi Torres** debuteerden als duo en improviseerden erop los in *The Art of Freedom*, een programma waarin jazz en klassiek met elkaar versmolten.

Traditie

Wij vinden dat waardevolle tradities gekoesterd moeten worden. Daarom konden niet alleen de culturele avonturiers op ontdekkingstocht tijdens Oranjewoud Festival 2019; ook traditionele klassieke-muziek liefhebbers wisten hun hart op te halen. Celliste **Quirine Viersen** en pianist **Enrico Pace**, beiden al meerdere keren te gast op Oranjewoud Festival, presenteerden een afwisselend programma met werken van Martinu, Fauré en Brahms. Het internationaal vermaarde **Busch Trio** combineerde muziek van Clara Schumann met werk van Brahms, liefhebber en bewonderaar van haar spel.

De jonge musici van het Belgische **St. George Quintet** namen het publiek mee op reis door de Tsjechische Republiek, door werken te spelen van Janáček en Dvorák. **Daria van den Bercken** en **Ralph van Raat** lieten voortreffelijk pianospel horen, met respectievelijk een sprankelend Scarlatti-programma en de uitvoering van twee meesterwerken van Gershwin en Strawinsky. Het **Dudok Quartet** koos twee strijkkwartetten van Beethoven, uit twee totaal verschillende periodes uit zijn leven.

Publieksontwikkeling 2014-2019



Ontwikkeling

De Kinderproeftuin

Nieuw in 2019 was *De Kinderproeftuin*: jonge bezoekers van 4 tot en met 12 jaar konden zich vier dagen lang onderdompelen in een wonderlijke wereld met kunst, spel en vooral veel muziek. Deze eerste editie kende een betaalde toegang, waarbij de prijzen bewust laag werden gehouden. Bezoekers – kinderen en hun ouders of begeleiders – konden een dagkaart kopen of een passpartout voor vier dagen, waarmee zij toegang hadden tot alle voorstellingen en activiteiten in *De Kinderproeftuin*. Deze vonden plaats in een veilige, omsloten omgeving: achter de heg in de historische Overtuin beleefden kinderen hun eigen minifestival.

Locaties met tot de verbeelding sprekende namen als de *Hut op Kippenpoten*, *Children's Corner* en *Mikrokosmos* (verwijzend naar gelijknamige klassieke muziekstukken) boden een doorlopend aanbod van activiteiten, workshops en familievoorstellingen. Ook konden kinderen zich vermaken met de *Speel-Beelden* van kunstenaar Paul Edens; grote, zachte kunstobjecten die een grote aantrekkingskracht uitoefenden. In totaal waren er acht verschillende familievoorstellingen, zoals *De Ark van Noach* waarbij kinderen ook mochten meespelen, muziektheatervoorstelling *De Paraplu* en een waar pianofeest met Beth & Flo die live lieten horen hoe een schildpaddenrace klonk.

Kinderen konden zelf instrumenten uitproberen tijdens *Hands-on*, waar ze onder begeleiding van muziekdocenten onder andere de harp, viool en saxofoon

verken. In *OperaXpress* konden zij zelf in een tijdsbestek van twee uur een miniopera maken en optreden voor publiek, daarbij begeleid door componiste **Anne-Maartje Lemereis**, schrijver **Wessel de Vries** en regisseur **Catrien van der Molen**. Ook waren er workshops jazzimprovisatie door **Julia Philippens** en **Xavi Torres**, ritme en beatbox, knutselen in het Kunstatelier en kinderyoga onder begeleiding van gecertificeerd kinderyogi **Doortje van der Molen**.

Er was veel belangstelling voor *De Kinderproeftuin*: in vier dagen waren er ruim 2.000 bezoekers.

De Proeftuin

Festivalhart *De Proeftuin* beleefde in 2019 zijn eerste lustrum. Dit vrij toegankelijke festivalhart vormt een festival op zich en trekt een uiteenlopend publiek. Vrijwel alle musici uit het hoofdprogramma gaven een kort optreden in *De Proeftuin*. Het doel hiervan is tweeledig: publiek maakt op een laagdrempelige manier kennis met klassieke muziek en met deze korte concerten promoten de musici tevens hun volledige optreden. Ook dit jaar was er ruimte voor talentontwikkeling, met optredens van jonge prijswinnaars van het Prinses Christina Concours en het duo **Theodoor Heyning** (cello) en Primo Ish-Hurwitz (piano en compositie).

Afwisselend waren er klassieke concerten en niet-klassieke optredens te horen in *De Proeftuin*, die op twee podia waren geprogrammeerd: Proeftuin Podium Klassiek en Proeftuin Terraspodium. Op het laatstgenoemde podium speelden **Matthias Van den Brande Group**, leden van het **Stegreif Orchester**, **Sylvie Klijn Kwartet**, **Caravan**

en **Prashant Samlal Quartet**. Als er even geen livemuziek was in *De Proeftuin*, konden liefhebbers bij de jukebox van Primephonic een klassiek stuk aanvragen (de DJ liep rond als ober om 'bestellingen' op te nemen).

Randprogramma

Om het publiek bij sommige concerten vooraf beter te informeren, bedachten wij introducties door een *Schatbewaarder*, een muzikkenner die op een toegankelijke manier een concert met bijzondere bewerkingen of interpretaties van context voorziet.

Emma van der Schalie (violiste bij Fuse) vertelde voorafgaand aan enkele concerten over het originele werk: bij *#freebrahms* (over de derde symfonie van Brahms), *The Well Prepared Piano* (over *Das Wohltemperierte Klavier* van Bach), *La Bohème* en *Die schöne Müllerin*. Publicist en muzikkenner **Thea Derks** verzorgde inleidingen bij *How to play the triangle* en *8* van Michael Gordon. Bovendien gaf zij een lezing over haar boek *Een os op het dak*, over de ontwikkelingen in de moderne muziek.

Ook vormden enkele workshops onderdeel van het randprogramma. Tatiana Koleva en haar **Youth Percussion Pool** leerden bezoekers twee korte composities die uitgevoerd werden tijdens het concert *How to play the triangle*. Pianist Mathias Halvorsen liet het publiek ook zelf ervaren wat de mogelijkheden waren van zijn prepared piano en *IepenUP Live* organiseerde een talkshow waarbij ook musici uit het hoofdprogramma te gast waren.

2. SAMENWERKINGSVERBANDEN

Net als in voorgaande edities werd met vele lokale en regionale organisaties samengewerkt, waaronder het Posthuis Theater (kantoorfaciliteiten), gemeente Heerenveen (concertlocaties en facilitair), Staatsbosbeheer, Stichting FB Oranjewoud en eigenaars en beheerders van landgoederen (allen met betrekking tot de concertlocaties). Op artistiek vlak was er een intensieve samenwerking met PODIUM Esslingen (programma, artistieke adviezen). Met Dutch Performing Arts werd er een internationaal bezoekersprogramma opgezet, waarbij programmeurs uit het buitenland Oranjewoud Festival bezochten. Het Prinses Christina Concours bemiddelde bij het programmeren van jonge prijswinnaars in *De Proeftuin*. Op het gebied van educatie werkten we samen met Keunstwurk, Ateliers Majeur en Talant. Golden Tulip Hotel Tjaarda Oranjewoud verzorgde hotel- en restaurantfaciliteiten en NHL Stenden Hogeschool deels de bemanning van de bar.

3. MARKETING EN PUBLICITEIT

Voor de marketing en publiciteit is voor de vierde keer samengewerkt met Communicatiebureau De Kippen. In nauw overleg met de artistiek en zakelijk leider is de marketingstrategie uitgezet en uitgevoerd.

Het campagnebeeld is in de stijl van de voorgaande twee jaren voortgezet en ontwikkeld door Harlingseboys. Het thema voor deze editie was 'water'. Naast de vaste sfeerelementen ongedwongenheid en natuur verwijst het water naar mysterie: de weerspiegeling boven het watervlak en de wereld daaronder. Het campagnebeeld is toegepast in alle uitingen, van posters, flyers en website tot de locatievormgeving.

Media

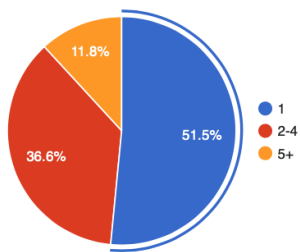
Oranjewoud Festival in de landelijke en regionale media goed zichtbaar. De advertentiewaarde van de *free publicity* in de geschreven en online media bedroeg € 195.694. Begin mei is een persreis georganiseerd naar Erfurt (D) waar het Stegreif Orchester in een voormalig goederenstation *#freebrahms* uitvoerde. Dit heeft geresulteerd in grote vooraankondigingen in de NRC, NRC Next, Leeuwarder Courant en Elsevier. Optredens van festivalmusici in *Podium Witteman*, interviews in diverse landelijke radioprogramma's en reportages door regionale omroepen droegen bij aan de landelijke en regionale zichtbaarheid.

Evenals de drie vorige edities is een radiospot gemaakt met de vaste voice-over en drie weken voor de start van het festival uitgezonden op Radio 1 en 4.

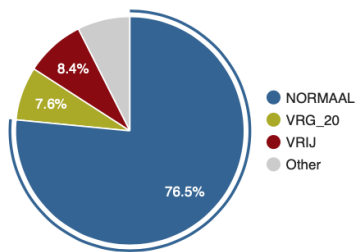
Voor de offline campagne zijn flyers, posters, advertenties en een festivalkrant ontwikkeld. Simultaan met de start van de kaartverkoop van de eerste vier hoogtepunten (26 januari) zijn flyers en posters breed verspreid door Friesland en Groningen stad. Vanaf de start van de kaartverkoop voor het complete programma zijn flyers verspreid in Amsterdam en Alkmaar e.o. Twee weken voor het festival - tegelijkertijd met een A0-campagne in Heerenveen en Opsterland- is als bijlage bij de Leeuwarder Courant de uitgebreide festivalkrant verschenen. Deze is tevens breed verspreid in Friesland. Daarnaast hebben diverse culturele instellingen, festivals en partners Oranjewoud Festival opgenomen als tip in hun nieuwsbrief.

Het offline advertentiebeleid was gericht op zowel de regionale media (diverse Friese huis-aan-huiskranten in combinatie met redactionele aandacht, de seizoenskrant van Stadsschouwburg de Harmonie, Leeuwarder Courant, een cultuur- en uitjesmagazine gericht op toeristen en de folder van Peter de Grote Festival) als ook op de landelijke

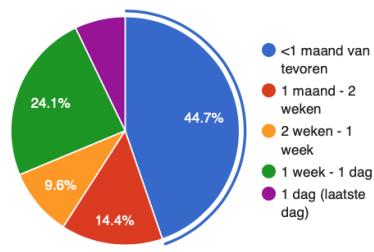
1267 klanten, 1021 nieuw, 0 klant+



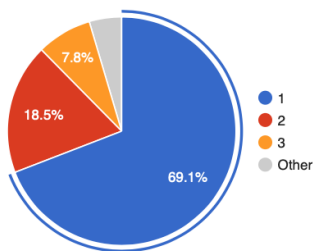
Prijsoorten



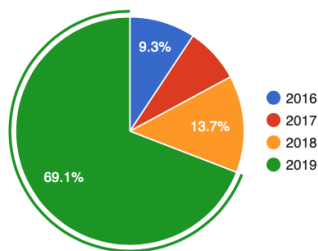
Moment van aankoop



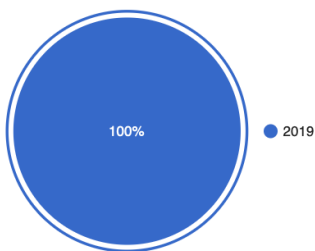
Loyaliteit in jaren



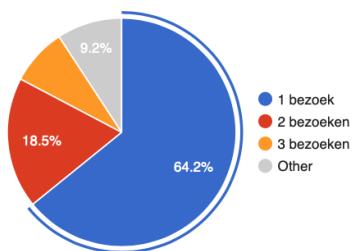
Eerste bezoekjaar



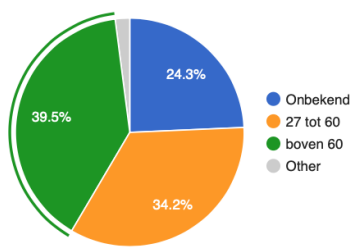
Laatste bezoekjaar



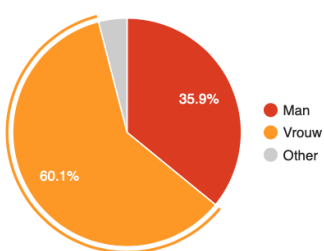
Bezoeken per klant



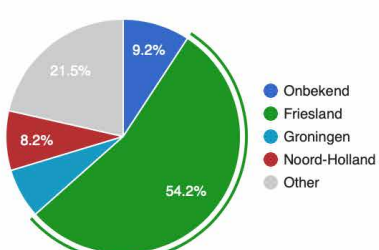
Leeftijd bezoekers



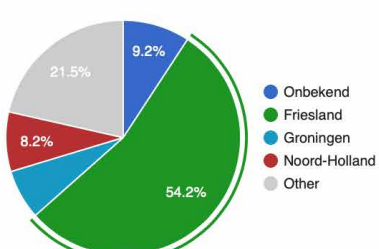
Geslacht



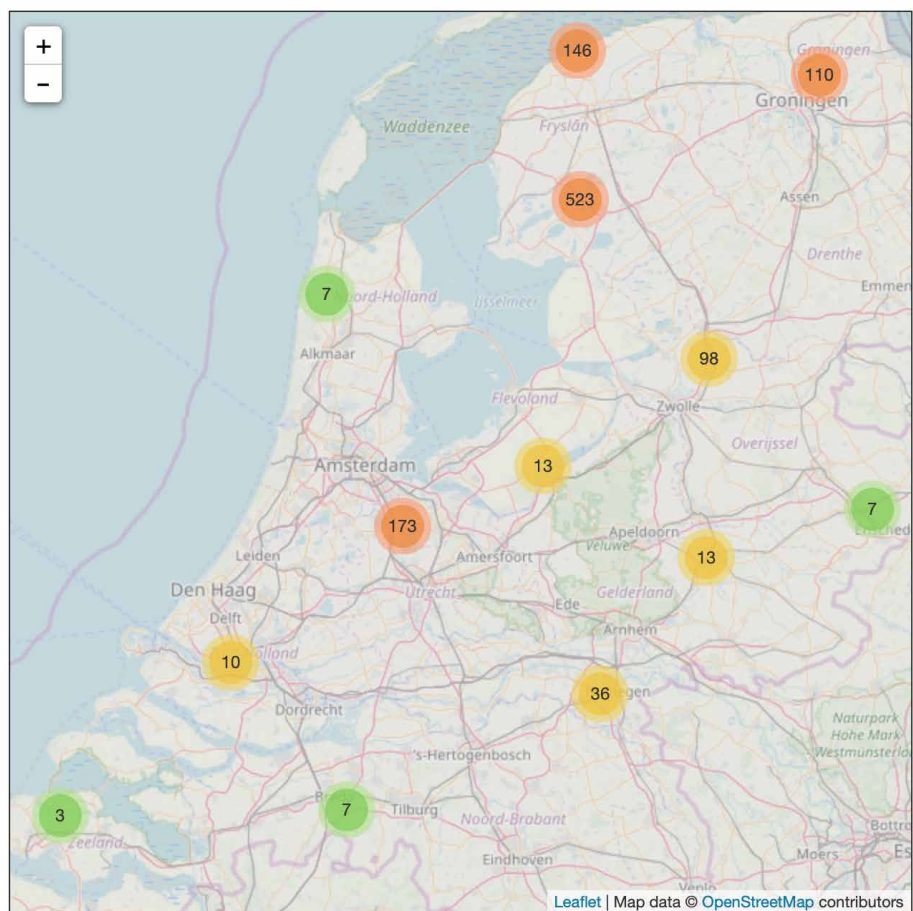
Herkomst



Herkomst gedetailleerd



Geografische Spreiding (bezoekers uit NL)



bladen met een in cultuur geïnteresseerde achterban (De Groene Amsterdammer en de VPRO-Gids).

Proeftuinen

De Proeftuin, het vrij toegankelijke festivalhart, was met circa 1.500 bezoekers per dag onverminderd populair. Het nieuwe festivalrestaurant was iedere dag uitverkocht, ondanks dat het pas in een laat stadium is gepromoot via de nieuwsbrief, sociale media en festivalkrant.

Voor de nieuwe *Kinderproeftuin* is naast de reguliere berichtgeving extra ingezet. Na de meivakantie is een A3-poster naar alle (bijna 400) basisscholen in Friesland verstuurd met een begeleidende brief. Het online platform *KidsProof Fryslân* besteedde breed aandacht aan de *Kinderproeftuin* d.m.v. het plaatsen van de trailer, een deel-en-win-actie en diverse berichten.

Leden van Rabobank Friesland (alle regio's) konden op donderdag 30 mei tussen 12.00 en 19.00 uur gratis naar de Rabobank Familiedag in De *Kinderproeftuin*. De aankondiging is gepubliceerd in het ledenmagazine *Dichterbij* van 12 april. Het aantal aanmeldingen overtrof de verwachting met bijna 300 kinderen tot en met 12 jaar en bijna 300 volwassen begeleiders

Kaartverkoop

De bekendmaking van het programma en de start kaartverkoop zijn net als in 2018 gefaseerd ingezet. De eerste vier hoogtepunten gingen op 25 januari in de verkoop met een vroegboekorting van 20% tot 15 februari. De complete programmering werd op 23 februari bekend gemaakt en de start van de kaartverkoop was op 1 maart. Evenals in 2018 liep de kaartverkoop gedurende de hele periode goed door, met duidelijke pieken bij de start en in de laatste drie weken voor het festival. Ook tijdens het festival werden nog veel kaarten verkocht. Het openingsconcert, de eerste uitvoering van *#freebrahms*, het concert van Anne Sofie von Otter en de *Nacht van het Park* waren voor de start van het festival uitverkocht.

Ruim 54% van de concertkaarten werden gekocht door Friezen. Het aantal bezoekers uit Noord-Holland steeg licht naar ruim 8%, gevolgd door Groningen (7%) en Overijssel (5%). Ruim 11% van de betalende bezoekers had geen gegevens achtergelaten. In totaal bezocht 69% Oranjewoud Festival voor de eerste keer, 18,5% voor de tweede keer en ruim 12% drie keer of meer. De meeste bezoekers (ruim 64%) gingen naar één concert, 18,5% naar twee concerten,

ruim 8% bezocht er drie en ruim 9% vier of meer concerten.

De bezoekers van *De Kinderproeftuin* kwamen voornamelijk uit Friesland (ruim 72%) en ruim 6% uit Noord-Holland en ruim 12% uit de overige provincies en van 9,5% zijn geen gegevens bekend. Ruim 84% van de bezoekers van *De Kinderproeftuin* bezocht het festival voor de eerste keer.

Informerend bestand publiek

Bij het bestelproces in het kaartverkoopsysteem kan men aangeven of men zich wil abonneren op de nieuwsbrief en/of men geïnformeerd wil worden over toekomstige edities (opt-in conform AVG). Inmiddels heeft de nieuwsbrief bijna 3.500 abonnees. Hiervan leest de helft de nieuwsbrief op de pc/laptop en de andere helft op zijn mobiel. Het percentage geopende berichten is onverminderd hoog en varieert van 40 tot ruim 60%. Ook het percentage waarbij wordt doorgeklikt is hoog met waardes tussen de 3 en 24%. Het aantal afmeldingen is laag tot zeer laag.

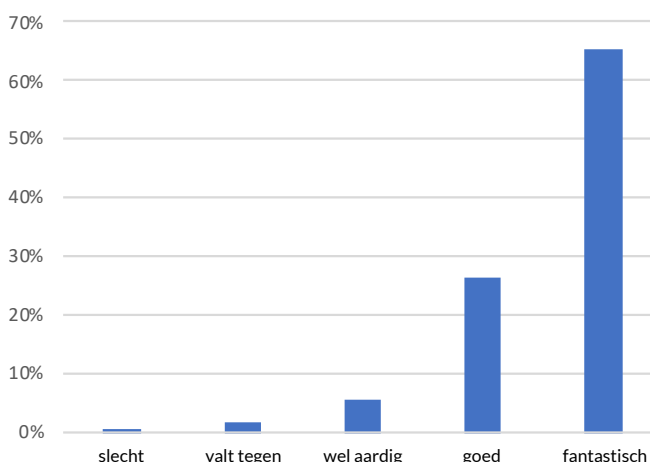
In aanloop naar het festival is in oktober een korte update gegeven en in december volgde de eerste aankondiging over de bekendmaking van de hoogtepunten en start kaartverkoop. Vanaf januari zijn de nieuwsbrieven maandelijks verstuurd, in mei waren dit er twee en kort na het festival volgde een terugblik. Daarnaast hebben betalende bezoekers van voorgaande edities begin februari een aankondiging gekregen over de start kaartverkoop en de vroegboekorting. Eind april is een herinnering gestuurd naar hen die nog geen kaarten hadden gekocht. Hiervoor is een splitsing gemaakt tussen liefhebbers puur klassiek en avontuurlijke concerten. Beide groepen kregen een mailing met op hun voorkeur toegespitste tips voor concerten.

Online campagne

Voor de online campagne is stevig ingezet op Facebook, Google (zowel het Grants programma als met een betaald account) en Instagram. Op basis van een contentplanning is op de diverse kanalen een uitgekende mix van berichten gepost, zowel organisch als betaald. Voor de drie doelgroepen (traditioneel klassiek, culturele avonturiers en gezinnen met kinderen tot circa 12 jaar) zijn aparte trailers gemaakt. Vanaf april is in samenwerking met Pixl, een externe partij gespecialiseerd in online marketing, de campagne geïntensiveerd.

Vanuit de Facebook advertenties zijn 96.652 unieke personen bereikt en vanuit het nieuw ingezette

Gemiddelde publiekswaardering concerten



platform Instagram Stories zijn nog eens 35.478 unieke personen bereikt. Dit zijn in totaal 125.755 unieke personen.

De website telde in mei ruim 34.000 bezoeken, tot en met 2 juni zijn dit zelfs bijna 40.000 bezoeken. Hiervan was ruim 40% afkomstig van een organische zoekopdracht, gevolgd door direct verkeer (21%), sociale-media-advertenties (10%) en Google ads advertenties (10%).

Een uitgebreide rapportage is op aanvraag beschikbaar.

Publieksonderzoek

Exit-poll concertbezoekers

Tijdens het festival hebben de bezoekers van de betaalde concerten bij binnenkomst een scheurbiljet ontvangen waarmee zij hun waardering voor het concert konden geven door het cijfer van hun keuze in te scheuren, waarbij 1 = slecht en 5 = fantastisch. In totaal heeft 82% van het publiek na afloop van de concerten een scheurstrookje ingeleverd, waarvan 65% de concerten waardeerde met een 5=fantastisch, 26% met 4=goed, 6% met 3=wel aardig, 2% gaf aan dat het concert tegenviel, 1% vond het slecht en 1% had geen mening (zie bovenstaande grafiek).

Vragenlijst bezoekers betaalde concerten

Van alle betalende bezoekers hebben 540 personen aangegeven dat wij hen mogen benaderen over het festival. In de week na het festival hebben wij deze bezoekers per e-mail benaderd met de vraag of zij een korte enquête over het festival wilden invullen. Deze

enquête heeft 312 respondenten opgeleverd.

De enquête bestond uit negen gesloten vragen. Bij enkele vragen bestond de mogelijkheid om een korte toelichting te geven, bijvoorbeeld hoe men de optredens in De Proeftuin beoordeeld, het aanbod eten & drinken, het nieuwe festivalrestaurant, De Kinderproeftuin, de concertlocaties buiten De Proeftuin, klantgerichtheid en bereikbaarheid. Veel van de respondenten hebben een toelichting gegeven op de antwoorden. Dit geeft een goede indruk van de festivalbeleving, de nodige tips en tops. Twee vragen waren gericht op mogelijke toekomstige ontwikkelingen: betaalde toegang tot De Proeftuin en de mogelijkheid voor passe-partouts. De belangrijkste conclusies zijn:

- Van de respondenten bezocht 25% het festival voor de eerste keer.
- Het festival wordt gemiddeld beoordeeld als goed tot zeer goed (ruim 48% beoordeelde het festival als geheel met een acht, ruim 34% met een negen en 6,5% met een tien).
- 76% van de respondenten koopt liever losse kaarten in combinatie met de stapelkorting
- 15% heeft tijdens het festival kaarten voor andere concerten gekocht
- 46% is het oneens met de stelling 'vind je het redelijk als er een kleine bijdrage wordt gevraagd voor toegang tot De Proeftuin'. Ruim 31% vindt dit alleen redelijk voor bezoekers zonder kaart(en) voor betaalde concerten.

Een uitvoerige rapportage is op aanvraag beschikbaar.

Algemene korte enquête

Alle bezoekers kregen bij aankomst een handzaam gevouwen programmaoverzicht met het hoofdprogramma, de optredens in De Proeftuin en de activiteiten en concerten in De Kinderproeftuin en een plattegrond van het festivalterrein. In een apart opvallend blok stond een oproep om deel te nemen aan een korte anonieme enquête d.m.v. het scannen van de QR-code of via de vermelde webadres. Bij de informatiestand bij de ingang van De Proeftuin stond eveneens een bord met de oproep en QR-code en hebben de vrijwilligers bij deze stand ook het publiek hierop geattendeerd. Deze enquête (een verkorte versie van de eerder genoemde vragenlijst) heeft slechts 16 reacties opgeleverd. De uitkomst liet eenzelfde beeld zien als de enquête die na afloop is verzonden.

4. ORGANISATIE

Festivalteam

Het festivalteam kent per 1 januari 2019 een aantal wijzigingen in personele invulling en structuur. Dit als gevolg van de groei van het festival. De artistieke leiding en programmering waren als vanouds in handen van **Yoram Ish-Hurwitz**. **Immie Jonkman** nam per 1 januari de zakelijke leiding over van **Dorine Schreurs** die begin 2018 de zakelijke leiding had overgenomen van Harm Witteveen als interim zakelijk leider. Dorine bleef aan voor Development (sponsoring, fondsenwerving). **Enno Feenstra** was dit jaar voor het eerst verantwoordelijk voor de productie. **Franca Klaus** van Communicatiebureau *De Kippen* is sinds begin 2016 verantwoordelijk voor marketing & communicatie. **Margreet van Litsenburg** was al betrokken bij het festival als ondersteuner op marketing & communicatie, maar was dit jaar ook als programma-assistent een belangrijke schakel tussen artiesten, productie en artistiek leider. Daarnaast was zij eindredacteur van de festivalkrant dat als programmaoverzicht fungeert. **Trudy Tompson** was verantwoordelijk voor de coördinatie van de ruim 100 vrijwilligers. Locatievormgeving was dit jaar in handen van **Maamke van Zwol** en **Robin Bos**. **Eva Oenema** was hoofd catering (zowel achter de schermen als in De Proeftuin), daarbij ondersteund door **Leonie Versteegh**. **Marinda de Groot** werd aangetrokken als officemanager en was in die rol ook verantwoordelijke voor de kaartverkoop.

De opzet van de organisatie is ten opzichte van 2018 gewijzigd, maar nog niet klaar. Richting editie 2020 wordt de organisatiestructuur en de samenstelling van het team nog verbeterd. Op die manier is de organisatie weer passend bij de snelle ontwikkeling die het festival in 2018 en 2019 heeft doorgemaakt en klaar voor een verdere ontwikkeling. De gesprekken daarover zijn gaande. Naar verwachting zal het vernieuwde team in september operationeel zijn.

Besturen

De samenstelling van het bestuur van *Stichting Oranjewoud Festival* is het afgelopen jaar gewijzigd. Sinds 2016 hadden er geen bestuurswisselingen plaatsgevonden. Ingrid Metz is eind 2018 afgetreden als voorzitter, een rol die is overgenomen door **Tjeerd van Bekkum**, voormalig CEO van Leeuwarden-Fryslân Culturele Hoofdstad van Europa 2018. Ook afgetreden zijn Yvonne van den Berg en Klaas Dijkstra. Toegevoegd

aan het bestuur zijn **Piet Bandell** (ondernemer in Heerenveen), **Wilko Jan Aardema** (advocaat in Heerenveen) en **Miranda van Kralingen** (effectief met ingang van editie 2020, sopraan en onder meer van 2004-2016 artistiek leider en intendant van Opera Zuid). De overige bestuursleden zijn **Lode van Piggelen** (cultureel ondernemer, voorheen directeur Over 't IJ Festival en programmeur Festival a/d Werf), **Jacques Malschaert** (voormalig directeur Bibliotheekservice Friesland), penningmeester **Gerrit Kramer** (voormalig accountant). De stichting volgt de *Code Cultural Governance*.

Naast de hoofdstichting is er een *Stichting Vrienden Oranjewoud Festival* die zich toelegt op het werven van donateurs en die daarnaast het draagvlak van het festival binnen de lokale gemeenschap bewaakt.

5. FINANCIËN

In 2018 heeft het festival een enorme stap gezet, niet alleen in programmering, artistiek opzicht en qua bezoekersaantallen, maar ook financieel. De uitdaging was om dat in 2019 door te zetten. Omdat het festival terugging in aantal dagen (van 10 naar 5, wat ook altijd de bedoeling is geweest), waren begroting en dekkingsplan in 2019 logischerwijs lager dan in 2018. Maar de ambities lagen beduidend hoger dan in 2017.

Publieksinkomsten

De publieksinkomsten dit jaar waren € 175.000 (kaartverkoop en horeca), ten opzichte van € 207.000 in 2018. Dat is beduidend meer dan in het niet-culturele-hoofdstadjaar 2017 toen recette en horeca samen € 85.000 opbrachten.

De Proeftuin is dit jaar uitgebreid met een restaurant. Ook dit experiment is geslaagd, wat betekent dat we het restaurant volgend jaar gaan uitbreiden: dit is een welkome toevoeging aan ons verdienmodel.

Sponsoring

Sponsoring is een steeds belangrijker inkomstenbron: met meer dan € 45.000 zijn de sponsorinkomsten ongeveer gelijk aan 2018, maar bijna verdubbeld ten opzichte van 2017. De geprofessionaliseerde sponsorwerving begint zijn vruchten af te werpen. Dit jaar is tevens gestart met het opstarten van de zakelijke vriendenclub van het festival. De eerste bijeenkomsten en gesprekken zijn gevoerd en er ligt een ambitieus

plan voor de komende edities. De eerste inkomsten vanuit de zakelijke vrienden moet in 2020 gerealiseerd worden. 2019 was het laatste jaar als sponsor van de Rabobank Heerenveen Zuidoost Friesland, maar nieuwe gesprekken over een verlenging zijn opgestart. Verschillende (regionale) bedrijven sponsoren het festival met kleinere bedragen. Daarnaast zijn er veel leveranciers die een sponsorbijdrage in natura leveren.

Fondsen

FB Oranjewoud heeft dit jaar besloten zich voor een langere periode als financier te verbinden aan het festival. Dit is een belangrijke pijler voor het festival. Daarnaast is ook de fondsenwerving bij private fondsen is zeer succesvol geweest, mede dankzij forse donaties van Sena, VSBfonds, Fonds21 en Prins Bernhard Cultuurfonds. De lokale Julia Jan Wouters Stichting leverde opnieuw een bijdrage, net als de Nico Nap Foundation. Dit jaar ontving het festival wederom een bijdrage van de Turing Foundation.

Overheden

Ook de gemeente Heerenveen draagt bij aan het festival en dit jaar werden er extra bijdragen gegeven voor de residenten van het Stegreif Orchester en de Kinderproeftuin. Ook van de provincie Fryslân en het Fonds Podiumkunsten ontving het festival een bijdrage. Zoals afgesproken met LF2018 is een deel van hun bijdrage over de jaren 2014-2018 gebruikt voor de editie 2019.

Uitgaven

De hogere inkomsten zijn aangewend om het ambitieuze programma te realiseren. Voor techniek en locatie-inrichting zijn meer kosten gemaakt dan begroot. Dit heeft te maken met een aantal last minute oplossingen en de wens voor goede kwaliteit in zowel akoestiek als aankleding van de diverse speellocaties. Daarnaast zijn er voor *De Kinderproeftuin* fors meer kosten gemaakt dan er inkomsten op zijn gehaald. Dit was echter ook de verwachting: *De Kinderproeftuin* was een experiment dat wij zeker gaan doorzetten. De inkomsten op dit onderdeel (publieksinkomsten én fondsen) moeten daarmee ook omhoog.

Daarnaast zien wij tevens een toename in het aantal betaalde medewerkers. Met de verdere professionalisering van het festival, wordt er ook meer gevraagd van de medewerkers. Dit betekent dat we in veel gevallen niet meer kunnen volstaan

met vrijwilligers, maar moeten (en willen) kiezen voor professionals. Ook dit brengt een forse stijging van de kosten met zich mee. Dit is trouwens in lijn met de wens van de minister omtrent *fair practice*. Wij staan hier volkomen achter, maar het is lastig dit te realiseren als er niet voldoende fondsen tegenover staan.

De kostenstijgingen kunnen deels worden opgevangen door ietwat hogere inkomsten, maar ook de reserves van het festival en de steunstichting moet worden aangesproken. Dit betekent dat het niet mogelijk is om een reserve op te bouwen, iets wat wel een grote wens is. Oranjewoud Festival is een buitenfestival dat sterk afhankelijk is van het weer, voor zowel kaartverkoop als horecaomzet. Een editie met slecht weer scheelt behoorlijk in de inkomsten, een scenario dat zonder reserve in het vooruitzicht zenuwachtig en onzeker maakt.

Kansen

De uitdaging voor editie 2020 ligt in het slim produceren (met minder financiële middelen dezelfde uitstraling neerzetten) en tevens goed kijken naar hoe meer rendement te behalen uit de voorstellingen en concerten (meer bezoekers, herhaling van voorstellingen, etc.) zonder in te boeten op de kwaliteit. Ook gaan wij meer inzetten op inkomsten uit ontvangsten van groepen en horeca, toename van aantal (zakelijke) vrienden en het verhogen van de recette op kaartverkoop.

Vooruitblik

Na de tiendaagse culturele-hoofdstadeditie van vorig jaar is in 2019 een nieuw hoofdstuk gestart voor Oranjewoud Festival. De drie belangrijkste pijlers uit het beleidsplan 2019-2022 – vernieuwing, traditie en ontwikkeling – zijn bestendigd en zullen de komende jaren verstevigd worden.

Op het gebied van vernieuwing is verdere internationalisering gewenst. Waar het gaat om originele en innovatieve programmering liggen nog veel mogelijkheden voor ons om het festival onder de aandacht te brengen. Ook richten wij ons op meer landelijke samenwerkingen om een breder publiek van buiten Friesland te bereiken.

Schaalvergroting is niet ons doel maar verdere ontwikkeling en verdieping van het programma. De komende editie zal plaatsvinden van 28 mei tot en met 1 juni 2020.

Oranjewoud Festival dankt alle bezoekers en alle begunstigers die ons dit jaar hebben geholpen klassieke muziek dichterbij mensen te brengen en mensen dichterbij elkaar.

FOUNDING PARTNER



FB Oranjewoud
Tsjoch op

HOOFDSPONSOR



Rabobank

SPONSOR



SUBSIDIENTEN



BEGUNSTIGERS



SAMENWERKINGSPARTNERS



MET DANK AAN: Dorp Oranjewoud, Odilia de Beaufort, Willia Homans, Berry Habers, Cees en Janneke Wagenaar, Amir Ish-Hurwitz, Livia Kam-van Boetzelaer, Patrick Kramer, Roelof van Luit, Jeroen Heijungs, Sjoerd Miedema, Bouwe Hoekstra, Stichting Landgoed Oranjestein, Plaatselijk Belang Oranjewoud, Museum Belvédère, Bed in Friesland, Omrop Fryslân, Alleschoon.nl, Band of Volunteers, The Security Company, Bosjuweel, Da Capo, Rijplatenverhuur Deinum, FE Telecom, Hado, Holscher Bebakening, Huureenstrechtent, Kolkman Tribuunverhuur, MHB, Offroad Verhuur, Omrin, Silent Disco, The Treeclimbing Company, Verno, Vogelzang Vloeren, Zweedse Tenten, Peugeot Haaima, Spijkerman, Pin Tip, Agema Vlaggenmasten

So Many Things

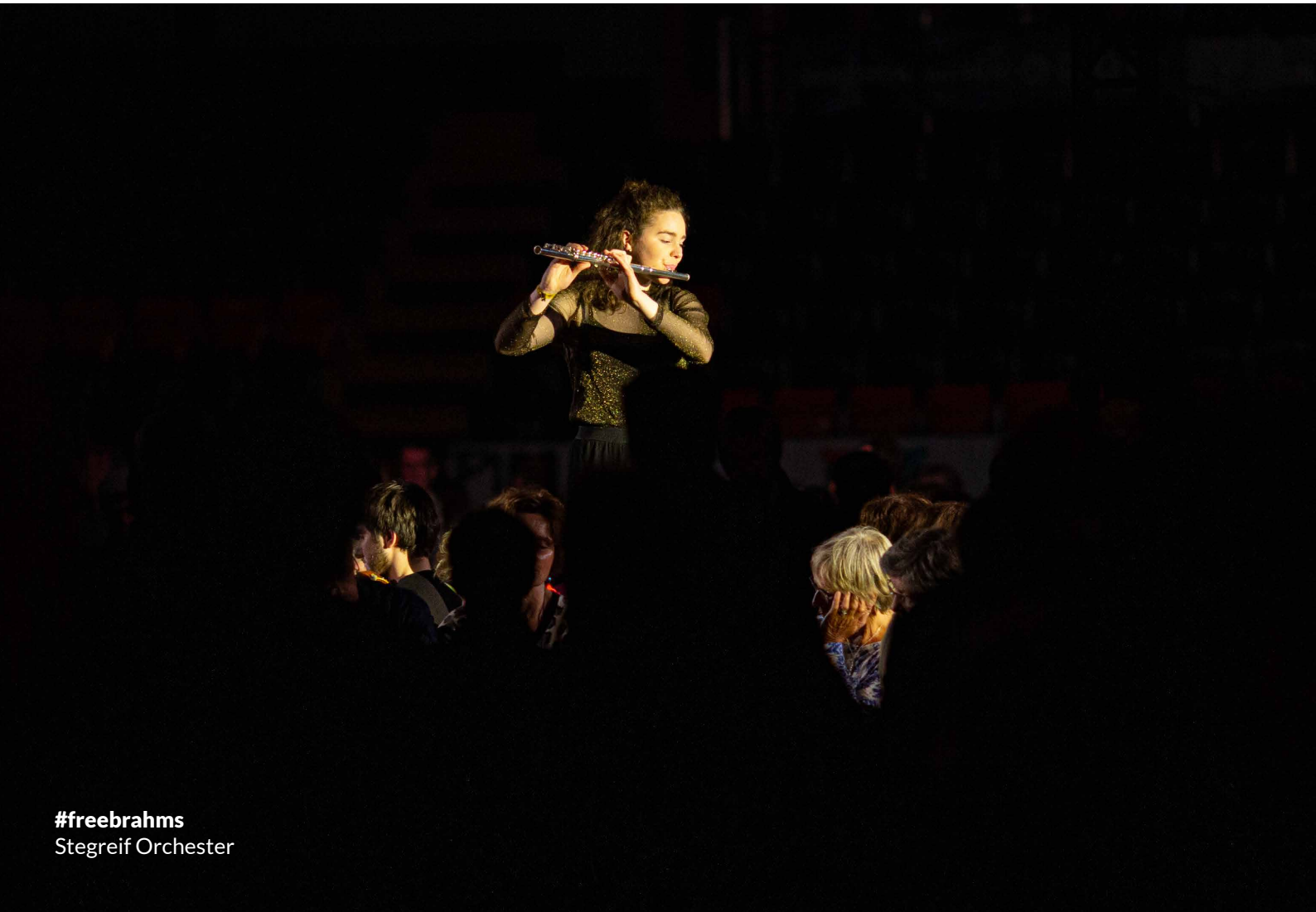
Anne Sofie von Otter & Brooklyn Rider







024511980 www.m...
Majanka
Foto: ...



#freebrahms
Stegreif Orchester





How to play the triangle
Youth Percussion Pool



8
Cello Octet Amsterdam



The Well Prepared Piano
Mathias Halvorsen



Die schöne Müllerin
The Erlkings

Young at heart
Quirine Viersen en Enrico Pace



Summer Winds
Nata Tsvereli en blazers
Noord Nederlands Orkest



Eternal love
Busch Trio





Nacht van het Park



In C (Nacht van het Park)
Leden Stegreif Orchester



Middernachtconcert (Nacht van het Park)
Lavinia Meijer



Publicaties