

SEPTEMBER ME 2018

1. NAAR AANLEIDING VAN DE EERSTE EDITIE

De eerste editie van het kamermuziekfestival September Me, onder artistieke leiding van het Ragazze Quartet, in september 2017, was een prikkelende ervaring voor zowel musici als publiek. Met een avontuurlijk programma toonde het een belangrijke toevoegde waarde te zijn voor de Amersfoortse cultuur. Voortgekomen uit Amerfortissimo heeft het festival met een aantal wezenlijke veranderingen een actueel profiel ontwikkeld. Met een nieuwe naam, een nieuwe hoofdlocatie en vooral met een kwalitatief hoogwaardig programma waarin de kamermuziek de grenzen met andere muziekstijlen en kunstdisciplines opzoekt, spreekt *September Me* op eigentijdse wijze meerdere publieksgroepen – van jonge oren tot grijze haren, van geïnteresseerden tot doorgewinterde liefhebbers – aan.

Het kamermuziekfestival richt zich specifiek op *mid career artists*: musici en makers met bewezen talent die de belofte in zich dragen de toonaangevende artiesten van de nabije toekomst te zijn. Met de stem van een jongere generatie snijdt het festival actuele thema's aan, die ver buiten de klassieke muziek resoneren. Daar waar het festivalthema Smaakexplosie in 2017 er op gericht was om nieuw publiek bekend te maken met het festival, zoekt *September Me* in 2018 met het thema (On)sterfelijkheid de verdieping van de relatie met haar bezoekers.

Deze verdieping wordt ook gezocht in *September Me Meer*, waarin met een verscheidenheid aan rand- en contextprogramma's, educatieve activiteiten, coaching en masterclasses aan jonge musici, lezingen en concerten in verzorgingstehuizen de betrokkenheid met de bezoekers en de bewoners van de stad en de regio wordt aangegaan.

Met de eerste editie heeft het festival een frisse wind door de klassieke muziekcultuur laten blazen en een nieuw publiek aan zich weten te binden. Het presenteren van een festival met een ingrijpend vernieuwd artistiek profiel vraagt om een periode waarin een nieuw publiek opgebouwd kan worden. Een belangrijke doelstelling voor het aankomende festival is om het bezoekersaantal sterk te doen groeien. Dit wil ze mede tot stand brengen door het festival meer op landelijk niveau onder de aandacht te brengen.

2. ARTISTIEKE UITGANGSPUNTEN

Missie

September Me stelt zich ten doel om zich te ontwikkelen tot een spraakmakend en nationaal zichtbaar evenement dat Amersfoort niet alleen stevig op de kaart zet op het gebied van de klassieke muziek, maar zelfs een voortrekkersrol hierin vervult: met een aansprekende, (inter)nationale programmering van met name *young professionals* en *mid career artists* biedt zij het publiek de mogelijkheid kennis te maken met de toonaangevende musici van morgen. Met een fris en eigentijds profiel dat de raakvlakken met theater, literatuur en visuele kunst aangaat, neemt ze een onderscheidende positie in het landelijke festivalaanbod in en spreekt ze een brede doelgroep aan – van gevorderde luisteraars tot jonge nieuwkomers – en draagt ze bij aan de dynamiek en doorstroming in het klassieke idioom.

Hoogwaardige artistieke programmering

September Me is een actieve aanjager om toptalent een podium te bieden en hen de vrijheid te geven over de grenzen van stijlen en disciplines te denken. De programma's tonen de veelkleurigheid van de klassieke en hedendaagse muziekcultuur. Dit resulteert in programma's die zich onderscheiden van het aanbod in de stad en regio. Onverwachte combinaties van musici en makers creëren nieuwe invalshoeken. Ook internationaal aanbod maakt onderdeel uit van de programmering: jaarlijks nodigt het Ragazze Quartet één hoogaangeschreven internationaal strijkkwartet van haar generatie uit om in een gezamenlijk programma te spelen. In 2018 is dat het Franse Quatuor Voce dat buiten onze landsgrenzen een aanzienlijke naam heeft opgebouwd, maar in Nederland nog ontdekt moet worden. *September Me* biedt het zeer getalenteerde Franse strijkkwartet het podium hiervoor.

Mid career artists

September Me richt zich specifiek op *mid career artists*, een groep van musici met bewezen talent op een kantelpunt in hun carrière. Zanger Martijn Cornet, violiste Rosanne Philipens, het vocale ensemble Wishful Singing zijn hier goede voorbeelden van. Het festival is daarmee een belangrijke schakel tussen talentontwikkeling en de grote concertzalen en festivals.

Een belangrijke ontwikkeling in de muziekcultuur is dat een jonge generatie makers op natuurlijke wijze verschillende muziekstijlen en disciplines in hun werk laten samenkomen. Het festival opereert op de kruispunten van bijvoorbeeld de klassieke, oude en hedendaagse muziekcultuur en jazz en improvisatie, en van gecomponeerde muziek met literatuur, video en theater. *September Me* toont een jonge generatie musici en makers met een actuele visie die in het komende decennium de weg naar de grote klassieke podia zullen weten te vinden.

Opdrachtcompositie

Jaarlijks geeft *September Me* een opdracht aan een aansprekende componist om een nieuw werk te schrijven dat in het festival in première gaat. In *September Me* 2018 wordt deze opdracht verstrekt aan Reza Namavar, de Nederlandse componist met Iraanse wortels die zojuist de allereerste Willem Breukerprijs voor zijn werk ontving.

Beleving van (klassieke) kamermuziek

September Me heeft als doel om (klassieke) kamermuziek op een nieuwe manier te doen laten beleven, om al het hokjesdenken op te heffen en het publiek onder te dompelen in zintuigelijke ervaringen waarin de muziek centraal staat. De programmering gaat van barok tot nieuwe muziek en is vaak multidisciplinair of grensoverschrijdend. De programmering van *September Me* toont lef: het treedt buiten de gebaande paden en gaat het experiment aan. Dit is wellicht ongebruikelijk voor een klassiek muziekfestival. Maar wij geloven dat deze manier van programmeren de klassieke muziek actueel, urgent en levend maakt en zo een nieuwe doelgroep kan aanspreken.

Festivalbubbel

Tijdens de eerste *September Me* in september 2017, hebben we Flint omgetoverd tot een bruisend festivalhart. Ook in de komende editie zal Nichon Glerum de vormgeving van het festivalhart verzorgen, zodat Flint een echt *September Me*-karakter zal krijgen. Tevens zullen in het festivalhart rand- en contextprogramma-activiteiten te doen zijn, zodat er een echte festivalsfeer ontstaat.

(On)sterfelijkheid

In 2017 is gebleken dat het hebben van een thema een fijne kapstok is voor zowel het hoofd- als het randprogramma. Het biedt een kader waardoor het algehele programma een duidelijk geheel wordt en niet zomaar wat lukraak verzamelde concerten.

Het thema van 2018 is *(on)sterfelijkheid*. In sommige programmaonderdelen zal dit heel letterlijk naar voren komen, in anderen is het een abstracter gegeven. (On)sterfelijkheid kan een feestelijk, fris gevoel geven van geboorte en jeugd of zelfs een onoverwinnelijk gevoel van het onsterfelijk zijn. Tegelijkertijd heeft het een gevoelige kant: sterfelijkheid kan iets spiritueels zijn of juist een diep verdriet doen laten ontstaan.

September Me en September Me Meer

Naast het festival is *September Me Meer* uitgegroeid tot een volwaardig programma, waarin met een verscheidenheid aan rand- en contextprogramma's, educatieve activiteiten als coaching van jonge musici en masterclasses, lezingen en concerten in verzorgingstehuizen de betrokkenheid met de bezoekers en met de bewoners van de stad en de regio wordt aangegaan.

Met haar rand- en contextprogramma verlost het festival haar bezoekers op speelse wijze kennis te nemen of zich te verhouden tot het festivalthema. Op basis van het thema (on)sterfelijkheid zal *September Me* de verdieping zoeken in de relatie met haar bezoekers.

September Me Meer behelst tevens een uitgebreid coachingsprogramma. In eerste instantie is dit gericht op getalenteerde jonge musici. Mede in het kader van het festivalthema zullen dit jaar ook juist oudere musici, voor wie het samenspel niet meer een dagelijkse praktijk is, begeleiden. Het coachingstraject resulteert in publieke presentaties, deels in maar ook in belangrijke mate buiten de festivalperiode.

Met concerten in verzorgingstehuizen in de stad en regio bereikt het festival luisteraars die niet meer in staat zijn de concertzaal te bezoeken en speelt het een sociale en maatschappelijk betrokken rol in de stad en regio.

September Me en *September Me Meer* zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden. Elementen uit het verdiepingsprogramma kunnen onderdeel uitmaken van het reguliere festivalprogramma. Zo maken presentaties van robotkunstenaars onderdeel uit van het Hemels Dinerconcert. Ook zijn professionals betrokken bij het coachingstraject. Zo coacht het Ragazze Quartet (amateur)musicisti met de gezegende leeftijd van 75+ om in een speciaal voor *September Me* te vormen orkest een symfonie uit te voeren. Daarnaast coachen de Ragazze ook de jonge talenten van o.a. Scholen in de Kunst en AJO, die weer resulteren in concerten in verzorgingstehuizen als Abrona en de Koperhorst.

Samenwerking

Samenwerking is een wezenlijk uitgangspunt van *September Me*. De steun van Flint is essentieel voor de totstandkoming van het festival. Flint ondersteunt *September Me* door alle zalen en ruimten van het pand gedurende drie dagen 'om niet' ter beschikking te stellen. Daarnaast kan *September Me* gebruik maken van alle faciliteiten en expertise in de organisatie. *September Me* biedt Flint een programma dat aanvullend is op haar reguliere aanbod.

September Me werkt ook nauw samen met partners in de stad als Amersfoort Klassiek, Scholen in de Kunst, Theater de Lieve Vrouw, AJO en Holland Opera. Rond de kerst 2017 speelde de jeugdvoorstelling *Meermeisje*, een voorstelling van Holland Opera in samenwerking met Opera Zuid, Ragazze Quartet en Scholen in de Kunst.

3. PROGRAMMA SEPTEMBER ME 2018

September Me vindt van 21 t/m 23 september 2018 plaats en heeft Flint als hooflocatie.

Het festival presenteert kamermuziek – klassieke muziek in kleine bezettingen – op een eigentijdse manier. Het gaat verbindingen aan met andere muziekstijlen, verbindingen met andere disciplines als theater en visuele projecties en verbindingen met wetenschappers en kunstenaars.

VRIJDAG 21 SEPTEMBER

20.00 Openingsconcert 'Russische winter'

Een Strijkkwartet *double bill* met het Ragazze Quartet en het Franse Quatuor Voce. Een avond vol Russisch repertoire, waaronder het octet van Shostakovich.

In de foyer staat *Dancing White Man*, een robot-installatie van Edwin Dertien en er wordt vlees-ijs geserveerd.

23.00 Nachtconcert Ragazze Quartet & Blauwe Uur (visuals)

Tijdens dit nachtelijke concert ligt het publiek op bedden, terwijl het Tweede Strijkkwartet van Morton Feldman klinkt. Dit uitgestrekte, meditatieve stuk duurt maar liefst vijf uur lang. De videokunstenaars van het Blauwe Uur toveren de zaal om tot een wondere onderwaterwereld, waarin de onsterfelijke kwal *Territoris Nutricula* rondzweeft.

ZATERDAG 22 SEPTEMBER

12.00 *In mysterium*

De a capella groep Wishful Singing zingt Gregoriaans repertoire. Dit concert wordt voorafgegaan aan een workshop met amateurkoren.

13.00 *I will carry you over hard times*

Een theatrale performance van een mimende slagwerker. Zonder dat de instrumenten fysiek aanwezig zijn, maar wel met het geluid voert de slagwerker een steeds intenser spel om zijn instrumenten te bespelen, tot uitputting toe. Gecreëerd door Falk Hübner.

14.00 *Leeftijdsloos*

De jonge, talentvolle Rosanne Philippens (viool) was jarenlang de leerlinge van de gerenommeerde violiste Vera Beths, die ruimschoots haar sporen in de muziek heeft verdiend. Deze sterviolisten van verschillende generaties spelen samen het Dubbelconcert van Bach en een nieuw opdrachtwerk voor twee violen, blazers en robot van Reza Namavar.

15.30 *Grijze Haren / Losse snaren*

Deze *September Me* editie is er extra aandacht voor ouderen. In de maanden voorafgaande aan het festival wordt er een orkest van 75-plussers gevormd, die onder begeleiding van het Ragazze Quartet en dirigent Carel den Hertog een symfonie instuderen. De avond wordt gepresenteerd door actrice Dagmar Slagmolen, die de levensverhalen van de ouderen door de muziek weeft.

16.45 *I will carry you over hard times*

18:00 Hemels dinerconcert

De dag wordt afgesloten met een hemels dinerconcert. De zaal krijgt hemelse sferen. Tussen de gangen door klinkt er muziek. Een roboticus vertelt over de toekomst van robotica in muziek. Een violiste presenteert haar protese-arm.

ZONDAG 23 SEPTEMBER

12:30 *Duets with Jim*

Deze ontroerende muziektheatervoorstelling van Andrea van Beek gaat over haar overleden zoontje die meervoudig gehandicapt was, maar die de mooiste geluiden kon maken. In samenwerking met Theater De Lieve vrouw.

13:45 Geluidswandeling naar Flint ontworpen door Soundtrack City

14.30 *Winterreise*

Martijn Cornet en Ragazze Quartet brengen een indringende versie van Schubert's *Winterreise* in een arrangement voor bariton en strijkkwartet.

16:30-17:45 *Nineties Productions (o.v.)*

Muziektheater of multidisciplinaire voorstelling met hedendaags gecomponeerde muziek.

17.00 *Día de los muertos*

De Mexicaanse slagwerker Pepe Garcia (o.a. Slagwerk Den Haag) cureert de Día de los muertos, het Mexicaanse dodenfeest. Hij nodigt een aantal (Mexicaanse) gastartiesten uit om de hemelvaart van de overledenen te vieren, op een vrolijke, feestelijke manier. Er zijn Mexicaanse eetstalletjes, er wordt een groot portret van Frida Kahlo door een graffiti-artiest gemaakt en kinderen kunnen worden geschminkt.

4. SEPTEMBER ME MEER 2018

September Me Meer maakt als volwaardig programma onderdeel uit van het festival.

September Me Meer bestaat uit:

- **Rand en contextprogramma**
Het rand- en contextprogramma zal bestaan uit 8-10 kunstwerken of performances, die tot doel hebben het publiek op een luchtige of intrigerende wijze meer kennis en inzicht te geven in de muziek of de thematiek van het festival. Met (on)sterfelijkheid als thema zal *September Me* zich richten op verdieping van de relatie met haar bezoekers.
- **Educatieve activiteiten**
In samenwerking met Scholen in de Kunst en het AJO wordt een coachingstraject voor jonge talentvolle musici opgezet. Dit traject bestaat uit 10-15 coachingssessies, masterclasses en repetities door het Ragazze Quartet of andere professionals. Ook bestaande ensembles kunnen intekenen op dit coachingstraject. Tussentijds en afsluitend zullen enkele publiekspresentaties plaatsvinden.

Dat educatie niet voorbehouden hoeft te zijn aan jongeren toont het programma 'Grijze Haren, Losse Snaren', waarvoor een orkest van amateurmusici met de leeftijd van 75+ samengesteld zal worden. Ook deze oudere amateurmusici zullen een coachingstraject doorlopen hetgeen resulteert in het gelijknamige programma in het festivalprogramma. Onder leiding van het professionele vocale ensemble Wishful Singing, dat ook in het festival zal optreden, zullen amateurkoren uit de stad en regio coaching ontvangen.

- Concerten met een maatschappelijke doelstelling
Programma's voortkomend uit het hierboven beschreven coachingsprogramma zullen uitgevoerd worden in verzorgingstehuizen. Op deze wijze wordt de sociale functie van het festival nog verder verbreed en zal de universele taal van muziek ook hier voor troostende, helende en/of emotionele ontmoetingen kunnen zorgen. Door met jeugdige musici uit de stad te werken en zich ook te verbinden met de ouderen, zieken en gehandicapten neemt *September Me* actief deel aan het sociale leven in Amersfoort en omgeving en verkleint ze de afstand tussen kunst en maatschappij.

5. ALGEMENE ORGANISATIE EN CULTUREEL ONDERNEMERSCHAP

September Me heeft zich in korte tijd ontwikkeld tot een professionele organisatie, die het cultureel ondernemerschap hoog in het vaandel heeft staan. In toenemende mate zal worden ingezet op het verbreden van het publieksbereik, het versterken van het financieringsmodel en professionalisering.

Zakelijke doelstellingen 2017-2020

Versterken van het financieringsmodel

- meer betalend publiek bereiken door grootschaligere opzet – verdrievoudiging aantal bezoekers binnen vier jaar
- door aantrekkelijk aanbod voor bedrijfsleven sponsorbijdragen als inkomstenbron toevoegen – jaarlijkse stijging inkomsten
- meer spreiding bijdragen van fondsen
- door meer activiteiten gedurende het jaar aantrekkingskracht voor Vrienden vergroten – jaarlijkse groei donaties
- eigen inkomsten verhogen door op langere termijn kleine prijsstijgingen in entreprijzen door te voeren.

Verdere professionalisering

- aanstellen zakelijk leider, uitvoerend producent en marketingmedewerker
- implementeren Governance Code Cultuur
- zichtbaarheid gedurende hele jaar, in publiciteit en activiteiten
- vast tijdstip festival met vroegtijdige vastlegging en communicatie

Versterken van de organisatie door samenwerking

- actieve rol in de stad (o.a. Amersfoort Klassiek)
- samenwerking met landelijke klassieke muziekfestivals en andere partners
- intensivering samenwerking door het jaar heen, mede op het gebied van talentontwikkeling

Doelstellingen September Me 2018

Voor de eerste editie van het festival heeft *September Me* een stevige organisatiestructuur ontwikkeld met ervaren mensen op het gebied van zakelijk beleid, productie en marketing. Ook heeft het festival een team van vrijwilligers aan zich gebonden.

De inkomsten uit kaartverkoop waren conform de begroting en daarmee een grote stap vooruit ten opzichte de laatste editie van haar voorganger *Amerfortissimo*. Om tot een meer evenwichtige financieringsmix te komen, is het belangrijkste doel voor *September Me* 2018 de inkomsten uit kaartverkoop wederom ingrijpend te doen toenemen. Het in de markt zetten van een ingrijpend vernieuwd festival vereist een periode van publieksopbouw.

De steun van de private fondsen om een nieuw en breed publiek kennis te laten maken met het onderscheidende programma is van essentieel belang.

Daar waar in 2017 de basis is gelegd voor een vrienden- en sponsorbeleid – een proces dat enkele jaren vereist – streven we in 2018 naar een verhoging van de inkomsten uit donaties en sponsorbijdragen.

Organisatiestructuur

Stichting Internationaal Kamermuziekfestival Amersfoort is de rechtspersoon achter *September Me*. De stichting werkt volgens het bestuur-directiemodel. Voor de samenstelling van het bestuur en comité van aanbeveling verwijzen we graag naar de website van *September Me*. Het festival wordt ondersteund door actieve Vrienden. De organisatie beschikt over enkele tientallen vrijwilligers die zich belangeloos inzetten om tijdens het festival taken uit te voeren.

De organisatie bestaat uit ervaren personen:

Artistieke leiding - Ragazze Quartet

Zakelijke leiding - Roland Spekle

Randprogrammering – Nichon Glerum

Productieleiding - Corine Overvest (Orkater)

Marketing - Hester Mol (Calefax, Ragazze Quartet)

Monitoren en evalueren

Het bestuur zal in samenspraak met de directie (artistiek, zakelijk) het festival monitoren. Hierin wordt het artistieke, zakelijke, productionele en marketingbeleid doorgenomen wordt. Dit proces vindt standaard 4 keer per jaar plaats en neemt in frequentie toe in de aanloop naar het festival. Het bestuur, stevig geworteld in de culturele sector in Amersfoort, speelt een verbindende rol. Met specifieke vragen wordt het Comité van Aanbeveling benaderd om meer expertise in de organisatie te verankeren. Publieksonderzoek is tevens een belangrijk instrument voor evaluatie.

6. POSITIONERING EN SAMENWERKING

Met een actueel programma waarbij klassieke muziek de grenzen met andere disciplines aftast, neemt *September Me* een onderscheidende positie in en biedt het een aanvulling op reeds bestaande festivals en initiatieven op het gebied van kamermuziek. Daarbij maakt zij programma's voor verschillende doelgroepen, spreekt ze een breed, landelijk verspreid publiek aan en speelt ze een dynamische rol in het idioom van de klassieke muziek.

Stedelijke en regionale positionering

Samenwerking is een belangrijk uitgangspunt van *September Me*: het delen van kennis en expertise versterkt haar positie als festival en genereert dynamiek in en geeft zichtbaarheid aan de cultuur. Door het actief aangaan en verdiepen van samenwerkingen met verschillende organisaties, landelijk en stedelijk, versterkt het haar band met haar publiek.

In Amersfoort en omgeving werkt *September Me* samen met Flint, Scholen in de Kunst, Holland Opera, De Lieve Vrouw, AJO en alle andere klassieke muziekorganisaties vertegenwoordigd in Amersfoort Klassiek.

De samenwerking met Flint, Scholen in de Kunst, Holland Opera, De Lieve Vrouw, AJO en alle andere klassieke muziekorganisaties vertegenwoordigd in Amersfoort Klassiek neemt in de stedelijke en regionale positionering een centrale rol in.

In *September Me Meer* speelt het festival ook een sociale rol, creëert ze een grotere betrokkenheid met haar publiek en vergroot ze haar publieksbereik binnen en buiten Amersfoort.

September Me heeft een aanvullend artistiek profiel ten opzichte van de reguliere klassieke muziekprogrammering in Flint.

Landelijke positionering en samenwerking

September Me stelt zich ten doel om in de komende jaren uit te groeien tot een toonaangevend festival met landelijke zichtbaarheid. Het Delft Chamber Music Festival, Internationaal Kamermuziekfestival Schiermonnikoog en het Storioni Festival zijn daarbij ijkpunten. De Cello Biënnale en Wonderfeel zijn inspiratiebronnen.

Met haar artistieke profiel – jonge musici, op het kantelpunt van hun carrière, die over de grenzen van de eigen muziek de verbinding willen aangaan met andere stijlen en disciplines – onderscheidt *September Me*

zich van andere festivals.

7. MARKETINGPLAN SEPTEMBER ME

Terugblik vorige editie

In 2017 vond de eerste editie van het *September Me* kamermuziekfestival plaats, de opvolger van *Amerfortissimo*. Met de nieuwe artistieke leiding, de nieuwe naam, een vernieuwde invulling van het programma én een nieuwe festivallocatie (t.o.v. *Amerfortissimo*) lag er de kans om het festival op een frisse en eigentijdse wijze te herpositioneren. Hiervoor hebben we samengewerkt met reclamebureau HOAX die een basis huisstijl voor het festival heeft ontwikkeld waarmee we de komende jaren het festival verder kunnen gaan uitbouwen.

In de festivalcampagne was met name de introductie van de nieuwe naam, de nieuwe artistieke koers én nieuwe festivallocatie de belangrijkste boodschap om het festival te introduceren bij het publiek.

Daarnaast hebben we het publiek via social media (en hiervoor speciaal gecreëerde content), nieuwsbrieven, website, programmaboekjes en een pr-campagne in samenwerking met The Publicity Company kennis laten maken met het programma van het festival. Hierin speelde samenwerking met lokale Amersfoortse partners een belangrijke rol.

Het bezoekersaantal is afgelopen editie bijna verdubbeld t.o.v. *Amerfortissimo* en daarnaast heeft het bijna 1500 mensen getrokken voor het rand- en contextprogramma van het festival.

Marketingstrategie *September Me*

Vergroten van de zichtbaarheid en betrokkenheid

September Me wil de komende jaren uitgroeien tot een toonaangevend festival met landelijke zichtbaarheid. *September Me* wil naast de vaste kern bezoekers van *September Me* (en voorheen) *Amerfortissimo* in de afgelopen jaren ook nieuwe publieksgroepen (jonger en / of minder ingewijd) aanspreken en een meer landelijke bekendheid met het festival vergaren.

De marketingcampagne van *September Me* is niet alleen op gericht om zoveel mogelijk tickets te verkopen voor komende festivaleditie, maar ook om zoveel mogelijk naamsbekendheid te genereren. Zodra men bekend is met *September Me* nemen we het publiek mee op de weg naar een langdurige betrokkenheid bij het festival.

Daarnaast wil *September Me* haar bezoekers meer gidsen in het aanbod van het festival. De interdisciplinaire benadering in de programmering (met kamermuziek als uitgangspunt) biedt veel kansen om een breed geïnteresseerd publiek bij het festival te betrekken, maar hiervoor is de context waarbinnen de programma's worden gecommuniceerd essentieel. Hierin speelt in 2018 de vernieuwde website voor *September Me* een belangrijke rol.

In de komende marketingcampagne zal de thematiek van het festival een grotere rol gaan spelen in de communicatie dan in de afgelopen editie.

Samenwerkingen

In de marketing en pr van het festival wordt samengewerkt met de diverse samenwerkingspartners in de stad en regio, waaronder Flint, Scholen in de Kunst, Holland Opera, De Lieve Vrouw, Amersfoorts Jeugd Orkest, Kultlab en andere partners in de stad en regio.

September Me is ook partner in het samenwerkingsverband Amersfoort Klassiek. Met de krachtenbundeling van de verschillende organisaties op het gebied van professionele klassieke muziek beogen de betrokken organisaties om tot een intensivering en diversificatie van het programma-aanbod te komen en daarmee een groter en breder publiek aan te spreken in de regio Amersfoort.

Doelgroepen

September Me richt zich op de volgende vier publieksgroepen:

1. Een breed landelijk cultureel bewust publiek.

Wij zien het als uitdaging om binnen deze publieksgroep juist ook de jongere doelgroep tussen de 25 en 45 jaar aan te spreken.

“De liefde voor de klassieke muziek brengen we altijd over op een wijze die de actualiteit en tijdsgeest weerspiegelt, met in het achterhoofd een publiek van enthousiaste leeftijdgenoten. Programma's waarin de raakvlakken tussen muziek en theater worden opgezocht spreken zowel een jongere doelgroep aan als een avontuurlijk ingesteld theaterpubliek.” – Ragazze Quartet.

2. Een brede (minder in podiumkunsten ingewijde) groep mensen uit de stad en regio Amersfoort, waaronder ouders en kinderen.
3. De huidige liefhebbers van *September Me (voorheen Amersfortissimo)* en Ragazze Quartet
4. De achterban van de geprogrammeerde musici op het festival.

Marketingdoelstellingen

Voor 2018 heeft *September Me* de volgende marketingdoelstellingen geformuleerd:

1. Aantal Bezoekers

- 1200 verkochte kaarten voor hoofdprogramma September Me
- 1000 bezoekers voor het rand- en contextprogramma

2. Landelijke en lokale bekendheid van het festival verhogen

- Meer aandacht in landelijke media voor *September Me*
- *September Me* wordt één van pijlers van Amersfoort City Marketing

3. Betrokkenheid in Amersfoort vergroten

- Meer aandacht voor actieve deelname (workshops, randprogramma, masterclasses) aan *September Me* door bewoners van Amersfoort.
- 5 ambassadeurs van het festival (met grote achterban in Amersfoort)

4. Groei publieksbestand

- Online achterban (Facebook, Instagram, Nieuwsbrief) vergroten door duidelijke contenstrategie met vernieuwde website als basis.

Ad 1. Kaartverkoop

Hierin zien wij de volgende onderverdeling binnen de doelgroepen.

1. Een breed landelijk cultureel bewust publiek (30%)
2. Een brede (minder in podiumkunsten ingewijde) groep mensen uit de stad en regio Amersfoort (20%)
3. De huidige liefhebbers van *September Me (voorgeen Amersfortissimo)* en Ragazze Quartet (35%)
4. De achterban van de geprogrammeerde musici op het festival (5%)

Ad 2. Meer lokale en landelijke bekendheid voor September Me

Landelijk

- 3 of 4 aankondigingen of voorpublicaties in landelijke bladen
- 1 à 2 tv optredens in Podium Witteman / Pauw / DWDD
- Interviews en uitzendingen op Radio 1, Radio 4
- Aankondigingen of lezersacties in Glossys (LINDA, Flow, JAN)
- Lezersactie in samenwerking met SPOOR

Amersfoort City Marketing

- *September Me* wil de band met Citymarketing Amersfoort versterken door met hen samen te werken in de campagne en een gezamenlijk evenement te organiseren in het voorjaar in aanloop naar het komende festival.

Lokaal

- 2 of 3 publieksactiviteiten in samenwerking met Amersfoort Klassiek
- lezers actie in samenwerking met de Amersfoortse Courant.
- etalages van de lokale boekhandel, bladmuziekhandel, de bibliotheek worden *overgenomen* door *September Me* in samenwerking met vormgever van het festival.
- samenwerking met organisatie als fotoschool Keistad om het festival en haar bezoekers in beeld vast te leggen.

Ad 3. Betrokkenheid in Amersfoort vergroten

In de (rand)programmering van het festival worden programma's en workshops opgezet voor musici en kunstenaars in Amersfoort. Onder hen willen we vijf ambassadeurs betrekken om de bekendheid van het festival in Amersfoort te vergroten door hen te interviewen en hun festival top 3 samen te stellen. Daarnaast willen we in aanloop naar het festival een preview organiseren in mei 2017 om medewerkers, vrijwilligers en ambassadeurs eerder te betrekken bij de programmering van het festival.

Ad 4. Groei publieksbestand van *September Me*

Naast de wens meer tickets voor het festivals te verkopen en meer mensen te bereiken, wil *September Me* ook meer mensen aan zich binden voor volgende festival edities.

Nieuwsbrief: van 853 inschrijvingen naar 1200 inschrijvingen.

Facebook: van 827 volgers naar 1250 volgers.

Instagram: groei naar 500 volgers in 2018.

Voor komende edities willen we het Vriendenbestand van *September Me* gaan uitbreiden. Hiervoor moet een strategie worden ontwikkeld voor de langere termijn. In 2018 willen we ernaar streven om het huidige bestand van 10 Fortissimo Vrienden (die 250 euro per jaar doneren) uit te breiden naar naar 30 Fortissimo Vrienden.

Communicatiemiddelen

Website

In 2017 hebben we op basis van oude format van de *Amerfortissimo* website een kleine restyling gedaan om deze aan te passen aan de nieuwe naam en huisstijl. De website was duidelijk en overzichtelijk, maar was nog niet responsive en kon nog geen duidelijk festivalprogramma-overzicht bieden. Dit maakte het ook lastig om de website in te zetten in online advertentiecampaagnes. Voor de festivaleditie in 2018 maken we in samenwerking met HOAX een vernieuwde website. Deze website biedt voldoende ruimte aan het hoofdprogramma én het rand- en contextprogramma en via filters en blogs kunnen we onze bezoekers gidsen in het programma. Elk programma-onderdeel krijgt een eigen landingspagina, waardoor we nog gerichtere marketingcampagnes kunnen opzetten. De website wordt zodanig ingericht dat het ruimte biedt aan de thematiek van het festival, maar met kleine aanpassingen in achtergrond en beeldmateriaal aangepast kan worden aan een nieuw thema.

Social Media en Online Marketing

Voor de komende editie van *September Me* zullen Facebook en Instagram de belangrijkste social media instrumenten worden om zoveel mogelijk de huidige fans te betrekken bij de programmering van het festival en nieuwe fans te verleiden het festival te volgen.

Hiervoor wordt zoveel mogelijk unieke content gecreëerd door een korte video festivaltrailer, korte interviews met de geprogrammeerde artiesten van het festival (die zij weer kunnen delen), foto's en videoreportages van het festival. Belangrijk in het vergroten van de achterban van *September Me* zijn de samenwerkingspartners van wie we vragen zoveel mogelijk content te delen. Daarnaast zullen we met een advertentiebudget ook Facebook en Instagram advertenties inzetten om specifieke doelgroepen te bereiken.

Met het creëren van Spotify Playlists op het account van Ragazze Quartet willen we ook de online luisteraars van Ragazze betrekken bij de programmering van *September Me*.

Preview September Me

In mei organiseren we in Flint of op andere bijzondere locatie een preview op *September Me* met live-muziek. Hiermee betrekken we onze partners, medewerkers en vaste achterban eerder bij het programma van *September Me*. Afgelopen editie is gebleken dat de zomervakantie de pr- en marketingcampagne rondom het festival gedurende een langere periode stil legt. Het is belangrijk om dan in mei / juni én vanaf de derde week van augustus weer belangrijke piekmomenten in aandacht voor het festival te creëren. De invulling van deze preview wordt in januari / februari voorbereid en geprogrammeerd door het Ragazze Quartet.

Emailing

Vanaf maart zal iedere maand een emailing worden verstuurd naar de achterban van *September Me*. Door early bird-acties en / of het delen van actiescodes voor aantrekkelijke aanbiedingen via samenwerkingspartners worden mensen al vroeg verleid zich voor de nieuwsbrief van *September Me* in te schrijven. Het aanmelden voor de nieuwsbrief van *September Me* wordt in alle uitingen van het festival actief gestimuleerd. In de nieuwsbrief zullen regelmatig ook de activiteiten voor de Vrienden van het Festival worden benoemd.

Drukwerk: Programmaboekje, Posters / Flyers en Banners

Het drukwerk van *September Me* is met name gericht om het lokale publiek van Amersfoort bij het festival te betrekken en festivalgangers zoveel mogelijk te informeren over het programma. Naast een A0, A2 Posterronde en Flyerronde met een professionele distributeur zal worden gewerkt met vrijwilligers om

zoveel mogelijk zichtbaar te zijn in de stad en regio.

Pers

Komende editie werken we opnieuw samen met Publicity Company voor de persbenadering van *September Me*.

Voor de start van de kaartverkoop zullen alvast de festivalhighlights met de achterban én de pers worden gecommuniceerd; het nachtconcert met Morton Feldman, het Hemels dinerconcert én Dia de los Muertos. In eerste instantie wordt komend voorjaar zoveel mogelijk ingezet op redactionele aandacht in de vorm van interviews en aankondigingen van de (hoogtepunten in de) programmering. Vanaf begin mei zullen meer programma's specifiek worden uitgelicht naar de pers. Daarnaast vormt het thema van het festival (on)sterfelijkheid ook juist een aanknopingspunt naar media buiten de muziek, bijvoorbeeld actualiteitprogramma's op Radio 1 of televisieprogramma's als PAUW en DWDD.

Prijsbeleid

September Me voert een gedifferentieerd prijsbeleid, dat haar in staat stelt een laagdrempelig karakter te behouden. Zo zijn de onderdelen van de programmering gericht op jeugd/participatie met verschillende kortingstarieven toegankelijk. Voor de onderdelen waar een publiek van liefhebbers verwacht mag worden, gelden toegangsprijzen die marktconform zijn.

Gemiddeld liggen de toegangsprijzen voor de reguliere programma's tussen de € 15,- en € 22,50. Dit is in lijn met de afgelopen festival edities. Studenten en leden van AJO betalen een kortingsprijs (korting hangt af van programma).

Een uitzondering op bovenstaand beleid vormt het dinerconcert waarbij in de entreeprijs een driegangenmaaltijd in inbegrepen. Bezoekers van concerten worden gestimuleerd om meerdere concerten te bezoeken door middel van passepartouts en / of aantrekkelijke korting bij twee of meer concerten. Hiervoor worden op basis van het programma en thema aantrekkelijke combinaties van programma's aangeboden. Voor de festival highlights zullen aantrekkelijke early bird actie worden opgezet voor vaste bezoekers van het festival en de achterban van de samenwerkingspartners van *September Me*.

De Vrienden

Er worden binnen het festival speciale activiteiten voor de Vrienden georganiseerd, bijvoorbeeld een meet & greet, een extra inleiding + welkomstdrankje. Deze activiteiten worden zoveel mogelijk zichtbaar gemaakt via de nieuwsbrief, social media en website om meer mensen te verleiden Vriend te worden.

8. EEN TOELICHTING OP DE FINANCIËLE GEGEVENS

Om haar ambitie te realiseren om een toonaangevend festival te zijn met nationale zichtbaarheid, dient *September Me* zich te versterken op het terrein van het artistieke programma, marketing en professionalisering van de organisatie. Deze kosten zien we als een investering. Na enkele jaren zullen ze percentueel een steeds kleiner aandeel uitmaken van de begroting.

Om een artistiek hoogwaardig en onderscheidend programma te presenteren en daarvoor in belangrijke mate een nieuw publiek te bereiken in een regio waar op dit gebied geen of weinig activiteiten zijn op dit gebied, is de betrokkenheid van private fondsen, donateurs en sponsors essentieel.

Het proces van publiekstoename- en verbreding en professionalisering vraagt dat het tijdelijk personeel 'om niet' een tijdsinvestering doen, dat in de begroting helaas niet inzichtelijk gemaakt kan worden.

LASTEN

Beheerlasten

Beheerlasten materieel: de overhead houden we bewust beperkt tot financiële administratie en kantoorkosten.

Activiteitenlasten personeel

Uitkoopsummen professionele podiumkunstvoorstellingen: er wordt geïnvesteerd in een hoogwaardig programma.

Uitkoopsummen overige programmering: dit onderdeel is gericht op *September Me Meer*: het rand- en contextprogramma, talentontwikkeling, educatie en de concerten in verzorgingstehuizen.

Tijdelijk personeel: een professionele organisatie is essentieel. Met name in de marketing en publieksbereik wordt geïnvesteerd.

Activiteitenlasten materieel

Locatiekosten: Flint biedt 'om niet' alle zalen en ruimten van het pand aan. Om deze betrokkenheid zichtbaar te maken is € 15.875,- zijnde kosten huur locatie opgenomen. Voorts zijn onder deze post personeelskosten techniek, e.d. opgenomen.

Overige programmakosten: aanvullende kosten techniek, essentieel gezien het multidisciplinaire karakter van het festival, en ontwerp ontmoetingsruimte hoofdlocatie.

INKOMSTEN

Eigen inkomsten

Publieksinkomsten: met een programma met (inter)nationale topmusici verwachten we een groei van het aantal bezoekers en een toename van de opbrengsten uit kaartverkoop ten opzichte van de voorgaande editie.

Horeca: de exploitatie van de horeca is in handen van de hoofdlocatie.

Sponsorinkomsten: We verwachten een bescheiden toename van de inkomsten uit sponsoring. Hästens, Handelsbanken en andere bedrijven hebben interesse laten blijken.

Vergoedingen uit samenwerking: Flint brengt 'om niet' de hoofdlocatie in. Om dit zichtbaar te maken is een bijdrage van Flint van € 15.875,- opgenomen, zijnde gelijk aan de kosten huur locatie.

Particulieren: hier zijn de private bijdragen en schenkingen zichtbaar.

Private fondsen: Om de ambities waar te kunnen maken, vragen wij de steun van private fondsen. Er worden aanvragen ingediend bij Fonds 21, VSB Fonds, Prins Bernhard Cultuurfonds, Kersjes Fonds, St. Dioraphte, K.F. Hein fonds en anderen.

Eigen inkomsten: het tijdelijk personeel zal een deel van haar tijd 'om niet' inbrengen, hetgeen helaas in de begroting niet inzichtelijk gemaakt kan worden.

Subsidie Gemeente: de Gemeente Amersfoort heeft *September Me* een meerjarige subsidie 2017-2020 toegekend.