

Projectsubsidie aanvraag 2025

Combi :

Sound of Europe festival & Generation Next Project
Gemeente Breda

Stichting Sound of Europe

Kloosterlaan 309a

4811 EE Breda

1. Inleiding
2. Organisatieprofiel
3. Missie en artistieke visie
4. Generation Next programma (Oktober 2025)
5. Het Sound of Europe Festival (Oktober 2025)
6. Internationalisering
7. Samenwerking met muzieklocaties en culturele instellingen
8. Doelstellingen lange termijn
9. Marketing en communicatie
10. Behoeftte en relevantie
11. Verwachte resultaten
12. Tijdschema
13. Organisatiestructuur
14. Financieel plan
15. Risicoanalyse
16. Evaluatie en monitoring
17. Codes
18. Bijlagen

1. Inleiding

Korte samenvatting van het project

Sound of Europe is een muziekfestival opgericht in 2018 door de Sound of Europe. Het festival richt zich op Europese vernieuwende jazz met innovatieve fusies en crossovers met andere muziekstijlen, waarbij improvisatie en jong talent centraal staan. Dit uit zich in een reeks concerten van Europese topbands en presentaties van jonge musici via het Generation Next project.

Het Generation Next traject kan niet bestaan zonder het festival en is daar inmiddels een wezenlijk onderdeel van.

Na een succesvolle editie in 2024 in het centrum van Breda, wil Sound of Europe zijn positie verder verankeren door nieuwe partnerschappen aan te gaan, de marketingstrategie te verbeteren en professionals aan te trekken. Het festival stimuleert nieuwe creativiteit door samenwerkingen met andere Europese festivals en lokale en regionale partners aan te gaan.

Europa wordt vaak benaderd vanuit economisch, politiek of financieel perspectief, maar Sound of Europe (SOE) wil een belangrijk cultureel aspect toevoegen. Met 27 landen in de Europese Unie en 44 landen op het continent beschikt Europa over een rijke verscheidenheid aan muzikale tradities en inspirerende cross-over ontwikkelingen. Het hedendaagse Europese muzieklandschap is veel diverser en rijker dan wat momenteel in Breda en de regio wordt aangeboden. Breda, met haar centrale ligging in de Benelux en uitstekende internationale treinverbindingen, kan dienen als spil en culturele verbinder per spoor.

Sound of Europe biedt een podium aan zowel gevestigde als jonge talenten en werkt samen met instellingen zoals Mezz, De Nieuwe Veste, de Lutherse Kerk, Brandpunt, het Bredaas Jazz Festival en het Tilburgs Conservatorium. Het festival organiseert een driedaags programma met diverse muziekstijlen en richt zich op het vergroten van het publiek en het versterken van internationale samenwerkingen. In de komende jaren wil Sound of Europe een belangrijke toegangspoort worden tot nieuwe Europese muziek, bijdragen aan duurzame producties en een springplank zijn voor jonge musici, zowel lokaal als regionaal.

Sound of Europe wordt ondersteund en gesponsord door lokale ondernemers, lokale en nationale fondsen zoals het SENA fonds, het Cultuur Fonds Brabant, Vrienden Podiumkunsten, Kunstloc Brabant, FPK, Gemeente Breda en de Partners MEZZ en Bredaas Jazz Festival.

Middels deze aanvraag vraagt de stichting om een bijdrage van € 50.000 voor het Sound of Europe Festival in combinatie met het Generation Next Project.

2. Organisatieprofiel

Geschiedenis en achtergrond van de organisatie

Ontstaan van Sound of Europe

Sound of Europe is ontstaan in 2018 en is een voortzetting van de Stichting Beaux Jazz (1996), een initiatief van saxofonist en cultureel ondernemer Frank van der Kooij. In 2024 vond een succesvolle editie plaats in het hart van Breda. De eerste editie (2018) van het festival vond plaats in het Chassé Theater, en landde in 2024 in het centrum van Breda op meerdere podia. In 2020 konden alle festivals helaas niet plaatsvinden vanwege de coronamaatregelen. De jaren 2021 en 2022 kreeg Sound of Europe de kans om uit te groeien tot een volwaardig festival. Deze twee edities vonden plaats in de wijk Belcrum, waar meerdere podia het festival een avontuurlijk karakter gaven. De sloop van podium MotMot en de onzekere situatie van podium Bloos en Phoenix deed de organisatie besluiten om Sound of Europe te verhuizen naar het centrum van Breda. In 2024 vond Sound of Europe plaats in onder andere MEZZ, een concertlocatie die op *productioneel gebied* gunstige effecten heeft op het festival. De organisatie kijkt terug op een geweldige editie in 2024 met artistiek hoogstaande programmering en veel internationale groepen zoals o.a.:

de jonge fluitiste Esinam (Ghana – België), de bariton saxofoniste Linda Fredriksson (Finland), het jonge trio Dishwasher rondom Louise van den Heuvel (België), de Nederlandse groep rondom Sujin Park (Korea, Generation Next programma).

Het festival kreeg veel positieve feedback en trok een breed publiek.

Frank van der Kooij, een vooraanstaand figuur in de muziekwereld, speelde een cruciale rol in de oprichting en ontwikkeling van het festival. Onder zijn leiding heeft het festival zich weten te ontwikkelen tot een belangrijk evenement binnen het Bredase culturele veld. Als jazzsaxofonist en bandleider van verschillende fusion muziekgroepen, volgde Frank de ontwikkelingen van de Europese hedendaagse jazz op de voet. In 2001 richtte Frank zijn eigen jazz-fusion band NDIO waarbinnen hij steeds weer verschillende muziekstijlen verkent en deze samenbrengt. Dit resulteerde in een vloeiende en 'luchtige' fusie van jazz met elementen van rock, folk, klassieke muziek en sampling. Frank onderstreept dat zijn interesse meer uitgaat naar veelzijdige muzikale verhalen dan naar tradities. Deze benadering van muziek en in het bijzonder jazz resulteerde in het festival Sound of Europe.

De komende jaren wil de stichting het festival nog meer verankeren in de stad, en is de samenwerking aangegaan met een aantal Bredase culturele en zakelijke partners. Met de MEZZ wordt gewerkt aan een artistiek inhoudelijke samenwerking wat in 2025 moet uitmonden in een nieuw Sound of Europe festival. Het Generation Next programma krijgt daarin een belangrijkere rol. In 2026 moet deze samenwerking leiden tot een serie concerten door het jaar heen middels het Explore programma van de MEZZ. Dit schept extra speelruimte voor het GN project.

Ook de marketingstrategie van het festival wordt in samenwerking met communicatiebureau KOROKI Communications (Breda) verder ontwikkeld, zodat het publieksbereik wordt vergroot en meer sponsors kunnen worden aangetrokken.

Op organisatorisch vlak zal de stichting een andere vorm aannemen door het aantrekken van professionals voor productie (Da Vito Rotterdam / North Sea Jazz Festival) en de marketing (KOROKI). Op deze manier hoopt Sound of Europe een positieve ontwikkeling te bewerkstelligen binnen het culturele landschap van Breda.

Ontwikkeling van Sound of Europe

Het helpt om de ontstaansgeschiedenis van Sound of Europe in een historisch perspectief te plaatsen, beginnend rond het jaar 2000 en te kijken naar de evolutie van Europese muziek tot nu toe. Na de Tweede Wereldoorlog ontwikkelde zich een nieuwe jazzstroming, bebop, die eerst in de Verenigde Staten populair werd en later in grote Europese steden zoals Kopenhagen, Amsterdam en Parijs. Deze steden trokken veel zwarte Amerikaanse muzikanten aan, die vaak in combinatie met Europese musici nieuwe stijlen ontwikkelden door jazz te vermengen met klassieke muziek en volksmuziek.

Platenmaatschappijen als ECM en ACT speelden een cruciale rol in het vastleggen en promoten van deze muziek. Tegelijkertijd ontstond in Engeland een nieuwe stroming, jazzrock, die rockmuziek met jazz combineerde. Groepen zoals Soft Machine en Gong waren pioniers van deze stijl die zich later verspreidde naar Frankrijk, Duitsland en België.

Moderne groepen zoals Kokoroko (Engeland) en Monsieur Mala (Frankrijk) zijn hedendaagse vertegenwoordigers van deze stroming. Maar de ontwikkeling van de muziek gaat door met vermenging en invloeden van de lounge muziek en dance, Leon Phal die op het festival van 2024 speelde is hier een groot voorbeeld van. Deze musici trekken in Frankrijk en Spanje inmiddels duizenden bezoekers (festivals van Vienna / San Sebastian). Sound of Europe wil deze hedendaagse muzikale diversiteit en creativiteit tonen, en zo een portal zijn voor de nieuwste ontwikkelingen in de Europese muziek. Een sterk en professioneel festival zal een aantrekkingskracht hebben op jonge musici van de conservatoria en tevens een stimulans zijn voor de jonge muzikanten van Breda.

3. Missie en visie

Artistieke Visie van Sound of Europe

Sound of Europe onderscheidt zich door een unieke artistieke visie die afwijkt van de traditionele mainstream jazzfestivals. In plaats van zich te concentreren op traditionele Amerikaanse jazz, richt het festival zich op een toegankelijke vorm van fusions en crossovers, waarbij improvisatie de rode draad is. Dit resulteert in een programma met een mix van muziekstijlen zoals klassiek, folk, rock, dance, lounge, en jazz. Muziek die de grenzen van bestaande genres overstijgt.

De kern van het festival ligt in de nieuwe creatieve inslag die zich momenteel ontwikkelt onder jonge musici in Europa. Het hele programma is gericht op vernieuwing vanuit de musici zelf. Sound of Europe fungeert niet als een conservator die vastklampt aan het verleden, maar als een platform voor jonge creativiteit waarin improvisatie een wezenlijk onderdeel is. Deze focus op toegankelijkheid, een mix van stijlen en innovatie is uniek voor Breda en de regio.

Het festival programmeert alleen bands met eigen muziek, geen covers, wat een sterke bijdrage levert aan de bevordering van de nieuwe muziekcultuur. Originaliteit en professionaliteit zijn de belangrijkste criteria bij de selectie van de groepen. De muziek moet als geheel aantrekkelijk en toegankelijk zijn,.

Stimulering van Nieuwe Creativiteit

Sound of Europe stimuleert nieuwe creativiteit door musici samen te brengen (Generation Next Project) en samen te laten werken met een concert als eindresultaat. Dit bevordert de ontwikkeling van de Europese muziek en biedt jonge musici de kans om hun talenten te tonen en in de toekomst mee te doen aan uitwisselingsprogramma's die voor 2026 op de rol staan. De samenwerking met andere festivals bevordert de vernieuwing van de muziekcultuur en versterkt de positie van Sound of Europe als een toonaangevend evenement in Europa. Deze samenwerking zorgt er ook voor dat deze nieuwe groepen 'ontdekt' worden en een professioneel podium krijgen. Het Generation Next onderdeel van SoE speelt daarom in deze ontwikkelingen een cruciale rol omdat die direct kansen biedt en jonge musici in de picture brengt.

Zonder festival op internationaal level en zonder het Generation Next programma biedt je talenten geen toekomst.

Voorbeelden van musici die aansluiten bij de artistieke visie van Sound of Europe en ook daadwerkelijk concerten op Sound of Europe Breda gegeven hebben zijn:

- Vincent Peirani (accordeon en zang - Frankrijk): Zijn werk omvat stukken van Purcell en Led Zeppelin verweven met eigen werk, begeleid door een rockband en een jazztrompettist.
- Andreas Schaerer (zang - Zwitserland): Combineert jodelen en jazz met veel improvisatie, begeleid door een Italiaanse accordeonist en een Finse rockgitarist.
- Antonio Lizana (zang en saxofonist - Spanje): Vermengt flamenco volkskunst met pure improvisatie jazz.
- Esinam (België/ Ghana): vermengt Afro met rock en jazz
- Linda Fredriksson (Finland): verhalende jazz en rock
- Emine Bostanci (Turkije/Nederland): volksmuziek vermengt met klassiek en jazz

Generation Next en de Focus op jonge talenten:

Sound of Europe biedt zoveel mogelijk een podium voor jonge musici via de programmering als via het *Generation Next programma*. De afstand tussen jonge musici, pas afgestudeerd en de professionele wereld is vrij groot waardoor de jonge makers niet makkelijk op de festivals terecht komen. Sound of Europe zet zich specifiek voor deze groep in, zowel nationaal als internationaal.

4. Generation Next programma

We borgen de lokale gebondenheid en talentontwikkeling in het Generation Next programma (GN) door de selectie van musici in samenwerking met het conservatorium in Tilburg vorm te geven. Een unieke kans om in Breda het(semi)akoestische geluid te laten horen van de jonge musici.

Het Generation Next programma komt voort uit een lange traditie van Stichting Beaux Jazz, waar veel aandacht was voor lokaal jong talent. De Kinder workshops in de jaren 2010-2015 waren hiervan een onderdeel. De eerste aanzet tot het Generation Next-programma kwam in 2016, en ondanks dat de gemeente Breda in 2024 dit specifieke onderdeel niet heeft ondersteund in de aanvraag, blijft het project een speerpunt van de stichting.

Vanuit de praktijkervaring van de oprichter, Frank van der Kooij, weet Sound of Europe dat er een groot cultuur-gat is tussen talentontwikkelingstrajecten, zoals conservatoria, en de professionele muziekwereld. Dit gat wordt door het huidige cultuurbeleid in Nederland alleen maar groter. Professionele podia zijn steeds moeilijker bereikbaar voor jonge musici, omdat ze niet meer bereid zijn te spelen voor minimale vergoedingen. Zonder festival op internationaal level en zonder het Generation Next programma biedt je talenten geen toekomstperspectief. Het Generation Next project samen met het festival heeft een aanzuigende werking voor de jonge muzikant die hiermee ook de kans krijgt zich voor een groter publiek op te treden. Haal je het stadion weg en de voetbalclub die daar speelt dan is er voor jonge spelers nog weinig om van te dromen.

Het Generation Next programma richt zich op het ondersteunen en presenteren van jonge, talentvolle musici. Geselecteerd door talenten-scout Sjoerd van Eijck, een pianist uit Breda en lid van de band van Eric Vloeimans, krijgen deze bijna afgestudeerde of net afgestudeerde musici een unieke kans om zich te laten zien en horen op een professioneel podium tijdens het festival. Met een vast budget van €2000 kunnen zij samen met door hen gekozen gerenommeerde musici uit de jazz-, klassiek, of rockwereld een concert geven met eigen composities.

Sound of Europe heeft met het conservatorium Tilburg afgesproken de samenwerking binnen het Generation Next programma van Sound of Europe te versterken en in de komende jaren uit te breiden.

- Het Generation next programma omvat een concert en een begeleidingstraject welke door het conservatorium en de programmeur van SOE wordt uitgevoerd. Sjoerd van Eijck doet namens het conservatorium de selectie en de begeleiding van de gekozen studenten. De programmeur en productie leider van SOE begeleiden de marketing en productie van het concert.

Met Koen Graat, docent jazz geschiedenis en coördinator van de samenwerkingsverbanden van het conservatorium, heeft Sound of Europe voor het komende jaar afspraken gemaakt om minstens vier van deze concerten te realiseren. We streven naar vijf in 2026 en verder. Over de waarde van dit programma voor studenten omschrijft Koen Graat :

Generation Next

Het aantal podia waar (hedendaagse) jazz wordt gepresenteerd is de laatste jaren afgenomen. Dit gaat ook ten koste van talentontwikkeling. Een festival als Sound of Europe is voor de jazz in Nederland dan ook van vitaal belang en zeker voor studenten, omdat er relatief weinig plekken zijn waar zij zich in een professionele omgeving aan een publiek kunnen presenteren. De vliegreun die aanstaande professionals kunnen maken in een hoogwaardige omgeving zijn van enorm belang voor hun muzikale ontwikkeling. De studenten die deelnemen aan het ontwikkelingstraject van het Generation Next Programma worden geselecteerd op vakmanschap, originaliteit en presentatie. Het eerste criterium gaat over instrumentbeheersing en muzikale vaardigheden. Minstens zo belangrijk is originaliteit: wat onderscheidt een jonge maker? Op welke manier is hij/zij op zoek naar een eigen stem? Dat kan gaan over improviserend vermogen, composities, sound of bijzondere muzikale kruisbestuivingen. Daarnaast speelt ook de wijze waarop een jonge maker zich presenteert een belangrijke rol. Hoe communiceert iemand met het publiek en op welke wijze profileert een musicus zich? Op basis van bovengenoemde criteria worden de meest talentvolle en gedreven studenten geselecteerd voor het Generation Next Programma. De Bredase jazzpianist Sjoerd van Eijck – pianodocent aan het conservatorium en tevens verbonden aan muziekschool De Nieuwe Veste – is verantwoordelijk voor de selectie van de studenten. Vervolgens gaan de hoofdvakdocenten vanuit MPA (Music and Performing Arts, conservatorium Fontys) aan de slag met de studenten waarbij alle bovengenoemde factoren aan bod komen. De verdere integratie van de jazz- en klassieke afdeling is een speerpunt in de ontwikkeling van de opleiding voor de komende jaren. Idealiter zou het Generation Next Programma 4 a 5 ensembles omvatten. Daarmee krijgen tal van studenten de

mogelijkheid om zich te presenteren in een professionele omgeving tijdens Sound of Europe dat inhoudelijk zo goed aansluit bij de opleiding: jazz in een eigentijdse (Europese) context.

De Bredase pianist Sjoerd van Eijck (coördinator van het GN project en docent aan het conservatorium) schrijft:

‘.. Afgelopen jaar heb ik meer gefocust op het vormgeven van het concert en de aanloop er naartoe in het algemeen, waarbij de nadruk meer lag op het zakelijke aspect. Vaak start ik met een meeting om te bespreken hoe alles in zijn werk gaat. Composities bespreken, inspiratie geven welke professionele muzikanten er gecheckt zouden kunnen worden die passen bij de muziek die de studenten schrijven. Ik stel vaak een deadline wanneer de kandidaten de musici gevraagd moeten hebben en hun ensemble rond moeten hebben. Daarna heb ik nog 2 meetings met de studenten om te bekijken hoe de zaken gaan, problemen waar ze tegenaan lopen, of ze te wijzen op bepaalde zaken die belangrijk zijn. Tussentijds is er contact over hoe het allemaal verloopt. Een paar aspecten die in de meetings aan bod komen

- *hoe benader je de gevestigde namen*
- *hoe communiceer je met deze musici*
- *geld, wat stel je de muzikanten voor, wat is een beetje de norm in de scène? De kandidaten krijgen een 'budget' welke ze vrij kunnen besteden maar waarmee zij alles moeten managen en financieren.*
- *arrangeren van repetitie mogelijkheden in Breda*
- *hoe communiceer je met de festivalprogrammeur*
- *PR voorbereiden i.s.m. het festival*
- *maken van een rider, communicatie met soundengineers on stage productie leider van het Festival)*
- *verloop van een festival, bepaalde handigheden of zaken waar ze op moeten letten*
- *maken van een duidelijke call-sheet*

Vaak communiceer ik wel met de hoofdvakdocenten dat ze als talent zijn geselecteerd voor een GN-concert. Deze begeleidt de student op compositorisch vlak. De laatste meeting gebruik ik vaak voor het bekijken van de composities en geef ik ze nog input hoe ze bepaalde muzikale keuzes zouden kunnen maken...”

Hier zijn enkele voorbeelden van succesvolle resultaten van het Generation Next-programma van Sound of Europe:

1. **Sanne Rambags:** De jonge zangeres is nu een onderdeel van de succesvolle formatie **Under the Surface**, die is voortgekomen uit een van de Generation Next-concerten in Breda. Haar deelname aan het programma heeft haar geholpen om door te breken in de muziekwereld.
2. **Pau Li Liem:** Deze Nederlandse muzikant is genomineerd voor een **Edison Nieuwkomer 2024** met een album dat is samengesteld met een ensemble dat is gevormd tijdens een van de Generation Next-concerten. Deze erkenning benadrukt de impact van het programma op de carrière van opkomend talent.
3. **Rogier Telderman:** De pianist uit Breda heeft dankzij het Generation Next-project een samenwerking kunnen aangaan met de Poolse violist **Adam Baldych**, wat heeft geleid tot een CD-productie. Dit illustreert hoe het programma niet alleen optredens, maar ook waardevolle muzikale samenwerkingen bevordert.
4. **Kika Sprangers:** De saxofoniste uit Breda heeft via het Generation Next-project haar weg gevonden naar de professionele muziekwereld. Ze gaf een concert samen met de bekende componist des vaderlands **Martin Fondse**, wat haar carrière verder heeft versterkt.

Planning Generation Next 2025

December 2024:

- **Beoordeling van beschikbare zalen/podia:** Bepalen hoeveel GN-concerten kunnen worden ingepland en welke als randprogramma worden gepositioneerd, zoals concerten in aanloop naar de festivaldata en gratis reclameconcerten (bijv. in de Nieuwe Veste).

Januari / Februari 2025:

- **Selectie van studenten en pas afgestudeerden:** Het conservatorium voert in samenspraak met de programmeur van Sound of Europe de selectie uit van geschikte kandidaten voor het GN-programma.

Maart / April 2025:

- **Benadering van professionele musici:** Professionele musici worden benaderd om deel te nemen aan de verschillende groepen. Dit wordt voornamelijk bepaald door de kandidaten in overleg met het conservatorium.
- **Compositieperiode:** Gedurende deze maanden zullen de geselecteerde studenten en musici hun composities creëren.

Mei / Juni 2025:

- **Repetities:** De studenten en pas afgestudeerden beginnen met repetities voor hun concerten.
- **PR-materiaal:** Ontwikkeling van promotiemateriaal door de studenten.
- **Start van de marketingcampagne:** Begin van de marketingcampagne voor het Sound of Europe-festival, inclusief het GN-programma.

September 2025:

- **Logistiek overleg:** Coördinatie van de concerten en praktische planning. Leerproces voor de studenten.

Oktober 2025:

- **Presentatie tijdens het festival:** De culminatie van het GN-programma vindt plaats met de presentatie van de concerten tijdens het festival.

Een belangrijk aspect van het SOE festival is het voorbeeld voor jongeren. Dat dit soort muziek bestaat, dat je er een boterham mee kan verdienen en dat er dus een plek is waar je verder kan na je conservatorium of het autodidact traject. Kinderen die nooit de kans hebben gehad maar super muzikaal zijn kunnen op dit soort festivals terecht, de muziek is hogeschool werk maar je hoeft er geen diploma voor te hebben zoals in de klassieke muziek cultuur. Het gaat erom wat je op het podium brengt en hoe je het brengt.

5. Het Sound of Europe festival in oktober

Gedetailleerde beschrijving van het project

Sound of Europe organiseert een driedaags festival van 3 tot en met 5 oktober 2025. Deze timing is strategisch gekozen, omdat het een week voor de herfstvakantie valt, wat het festival beter inplanbaar maakt voor veel bezoekers. In mei vindt er op de vrijdag tijdens het BJF een marketing concertreeks plaats bij Brandpunt in de Reigerstraat waarin het programma van het festival bekend gemaakt zal worden en waar pre-tickets sales zal plaatsvinden. Brandpunt ligt in het hart van het festival dat veel inloop bezoekers zal genereren. Indien haalbaar voor het conservatorium zal bij Brandpunt ook een Generation Next concert opgenomen worden.

Het besluit om het festival naar het najaar te verplaatsen, geeft de organisatie meer tijd om een nieuwe marketingstrategie te ontwikkelen in samenwerking met het communicatiebureau KOROKI. Daarnaast biedt deze verplaatsing ook ruimte om de sponsoring en fondsenwerving verder uit te breiden. Een andere reden om het festival over de zomer heen te tillen heeft te maken met de reeds in het voorjaar volgeboekte agenda van MEZZ en andere locaties zoals de Nieuwe Veste. Bij de laatste editie van het festival die plaats vond in april bleek ook dat een plotselinge mooi weekend na een lange winter erg nadelig was voor de bezoekers aantallen.

De opzet van het festival in 2025 is anders dan die van 2024. De concertzaal van de Nieuwe Veste bleek akoestisch dermate moeilijk dat een goede presentatie van de bands daar slecht uitpakte. Ook de gebrekkige facilitaire middelen, het gebrek aan sfeer, niet bereid zijn om een bar te openen en de hoge huurkosten hebben ons doen besluiten deze zaal niet meer te gebruiken. Ook de mogelijkheid

om ver vooruit te plannen ligt daar ingewikkeld. In plaats daarvan wordt de Casinokapel als concertlocatie toegevoegd welke veel sfeervoller en akoestisch meer gedempt is. Ook ligt deze zaal dicht bij MEZZ en de Lutherse Kerk hetgeen een wandeling daar naartoe voor het publiek haalbaar maakt.

Om de zaalcapaciteit beter te kunnen reguleren zullen er in 2025 kaarten per locatie verkocht worden. De Lutherse Kerk kan 150 bezoekers herbergen terwijl er in de Casinozaal makkelijk 300 in kunnen. Dagkaarten en passe-partout kaarten zijn dan niet meer verkrijgbaar. Marketing en kaartverkoop starten ruim voor de zomervakantie in juni. Het go – no - go moment zal begin juli zijn afhankelijk van de sponsorwerving en deelname van de grote fondsen.

Fondsenwerving is geheel in handen van de zakelijk leider Jojanneke Poorter. Sponsorwerving wordt gedaan door het team van KOROKI, de zakelijk leider van SOE en de directeur van de stichting.

Opzet festival

Hieronder volgt een voorlopig overzicht van de opzet van het festival in 2025:

Vrijdag 3 oktober:

- Casino Kapelzaal :
16.00 – 18.00 uur: 2x GN concert
19:00 - 20:00 uur: Muziekgroep 1
- Lutherse Kerk:
20:30 - 21:15 uur: Muziekgroep 2
21:45 - 22:30 uur: Muziekgroep 3

Zaterdag 4 oktober:

- Casino Kapelzaal :
18.00 – 19.00 uur GN concert.
19:00 - 20:00 uur: Muziekgroep 4
 - Mezz Grote Zaal:
20:30 - 21:30 uur: Muziekgroep 5
22:30 - 23:30 uur: Muziekgroep 6
- Mezz kleine zaal :
21.30 – 22.30 uur: Muziekgroep 7 (2x)

Zondag 5 oktober:

- Casino Kapel (matinee):
13:30 - 14:30 uur: Muziekgroep 8
- Phoenix (matinee) Randprogramma
15:30 uur: 2x GN concerten en afterparty (gratis toegankelijk)

Totaal aantal groepen: 8 plus 4 GN concerten. Totaal 12.

Het programma biedt een mix van stijlen, met een sterke nadruk op innovatie en originaliteit. Hieronder volgt een selectie van groepen waarmee we in gesprek zijn en gaan boeken voor het festival van 2025. Wegens de onzekerheids factor hebben we in deze lijst meer groepen staan dan we kunnen plaatsen. De eerste 8 hebben onze voorkeur:

- Kinga Glyk (jazz-rock met soul invloeden) Polen :
https://www.google.com/search?client=safari&cs=0&sca_esv=02c44965d6d4b280&sca_upv=1&q=Kinga+Glyk+Live&sa=X&ved=2ahUKEwiKzY-4id6IAxXXzQIHHaM6FX0QpboHegQIARAC&biw=1446&bih=888&dpr=1#fpstate=ive&vld=cid:be3cd62d,vid:gd98vbz_9F8,st:0
- Bada-Bada trio : (Electro Rock Jazz) – Frankrijk :
<https://www.youtube.com/watch?v=LNxYN3VfBss&t=1s>

Met een sterke drum 'n bass groove, Jaga Jazzist (Norwegen, Electro jazz) :
https://www.youtube.com/watch?v=pwfb17qnB_s

- Bandler Thing (Brussels jong electro rock trio) - België
Muziek geïnspireerd op minimal music, met saxofoon, toetsen, bas en drums.
- Franz von Chossy " Mirror 9" (piano, cello, viol, bas, sax, drums) Duitsland:
www.youtube.com/watch?v=VUXzrM2pJHM&feature=youtu.be
- Céline Bonacina (Baritonsax, nu-jazz) – Frankrijk :
<https://www.google.com/search?client=safari&rls=en&q=c%C3%A9line+bonacina+youtube&ie=UTF-8&oe=UTF-8#fpstate=ive&vld=cid:d2c970b9,vid:FuDwTTDI0EI,st:0>
Jazz fusion met veel groove en sferische zang, geen standaard jazz patronen.
- Daniël Garcia Trio (Spanje, piano, bas, drums) virtuoos mix van Spaanse Folk en jazz :
<https://www.youtube.com/watch?v=wIHw2C-1g>
- Kika Sprangers & Martin Fondse (Nederland : Sax en Piano, Band ontstaan uit het GN programma van Sound of Europe. Martin is componist des Vaderlands)
- Moon Trio: (Nederland, Jeroen van Vliet) Klassiek mix met Jazz, Lounche sferen.
- Önder : (Nederland, Jort Terwijn) Alleen bassen, Sferische muziek.
<https://www.youtube.com/watch?v=I0AeTWhwFN8>
- Coras Trio : (Ierland) mix van Folk en improvisatie. Traditioneel geluid, blijft toegankelijk:
<https://www.youtube.com/watch?v=gzYOcXICg6w>
- David Linx Trio (Improvisatie zang, klarinet, vleugel) - Engeland/Frankrijk/Italië:
<https://www.facebook.com/entemusicaledinuoro/videos/313596587991076>
Bekend om improvisaties op basis van klassieke werken.
- Andres Coll Band : (Ibiza, Folk plus impro). Groove jazz met Folk traditie :
<https://www.google.com/search?client=safari&rls=en&q=Andres+Coll&ie=UTF-8&oe=UTF-8#fpstate=ive&vld=cid:c834a144,vid:MGRYtZn9s84,st:0>

6. Internationalisering

Internationale samenwerking

Sound of Europe werkt aan samenwerkingsverbanden met festivals en organisaties in steden die in omvang vergelijkbaar zijn met Breda in onder andere Spanje, Polen, België, Luxembourg en Frankrijk. Deze samenwerking met Europese festivals is van belang omdat we op deze manier de kennis spreiden maar ook binnenhalen. Regelmatig reist de programmeur of de coördinator internationalisering op uitnodiging naar belangrijke Europese festivals om de banden daarmee aan te halen. Festivals waarmee SOE een warme band heeft en waarvoor SOE ook wordt uitgenodigd om te bezoeken zijn :

- Like a Jazz Machine (Luxemburg),
- Jazz Up festival (Brussel)
- Concertzaal de Handelsbeurs (Gent)
- Nancy Jazz Pulsations (Nancy)
- Jazz Ene (San Sebastian)
- Fira B (Palma Majorca)

Intensieve samenwerking met Sophie Conin, die vloeiend Frans en Spaans spreekt, versterkt de internationalisering van het programma.

Festivals die zich ook richten op de nieuwe jazzmuziek en jonge musici trekken in de grote steden van Europa al veel meer jong publiek. Vooral die groepen die verder wil kijken en ontdekken is groeiende. Voorbeelden zijn Jazz Up (Brussel), Sonic Jazz Festival (Amsterdam). In Breda blijkt er een groeiende waardering voor deze vernieuwende muziek zodra het publiek ermee in aanraking komt.

SOE wil de ontwikkelingen in hedendaagse cross-over muziek uit Europa in het hart van Breda laten zien, horen en voelen. Het festival streeft ernaar om Europese samenwerkingen te initiëren die verder gaan dan een eenmalig concert. We ontwikkelen ons de komende jaren als aanjager van Europese coproducties, uitwisselingen en residenties voor Europese muzikanten. Europa lijkt één, maar de grenzen zijn nog steeds moeilijk over te steken, vooral voor beginnende musici. SOE zet zich in om talenten uit Europa naar Nederland te halen en musici uit Breda en de regio te helpen een nieuw Europees publiek te bereiken. Dit moet een verlengstuk van het GN project worden. Hiervoor is een Coördinator Internationalisering aangesteld, verantwoordelijk voor het onderhouden en uitbreiden van contacten met buitenlandse organisaties, het organiseren van duurzame tours en coproducties, en het opzetten van uitwisselingsprogramma's. Ook zorgt deze coördinator voor deelname van SOE aan relevante Europese netwerken en programma's.

Diepgaande en langdurige samenwerkingen

Sinds 2018 biedt SOE een podium aan Europese artiesten en lokaal jong talent om zich in Nederland te presenteren. Het Internationaliseringsplan van SOE richt zich op verdieping en langdurige samenwerkingen met verschillende internationale partners om het creatieve proces en de artistieke ontwikkeling van muzikanten de ruimte te geven die ze nodig hebben. In plaats van te streven naar kwantiteit, geeft SOE de voorkeur aan een klein aantal goed gekozen en diepgaande partnerschappen, leidend tot langdurige residenties en creatieve projecten. Tegelijkertijd worden er manieren gezocht om de huidige werkwijzen slimmer en efficiënter aan te pakken.

Stapsgewijs uitbouwen van activiteiten Sound of Europe

Om onze Europese ambities te verwezenlijken, gaan we stapsgewijs de volgende ontwikkelingen doorvoeren. De komende twee jaar zullen we de eerste stappen nemen, en zullen in de jaren erna (2027-2028) volledig gerealiseerd worden:

- Intensiveren van Europese samenwerking:
Programma's worden afgestemd om musici en bands gezonder en duurzamer te laten reizen, en mini-tours te organiseren. Dit leidt tot goedkopere producties voor festivals en podia. SoE neemt deel aan het Europese programma Better Live! en het European Jazz Network om deze samenwerking te faciliteren.
- Verbreden van de programmering met Europese landen zoals Oekraïne, Hongarije, Roemenië en Griekenland die in Nederland minder aan bod komen, krijgen een podium.
- Selectie en benadering van Europese partners: internationale festivals/ theaters zoals Like Jazz Machine (Luxemburg), Concertzaal de Handelsbeurs (Gent) en Nancy Jazz Pulsations (Nancy) worden geselecteerd en benaderd volgens onze Europese samenwerkingsstrategie om sterke, duurzame partnerschappen te smeden. Deze partners worden uitgenodigd op het SOE festival.

Instituten en Consulaten

Verschillende Europese landen hebben instituten die zich richten op het promoten van hun cultuur in het buitenland, elk met hun eigen werkwijze. We verkennen samenwerkingsmogelijkheden met onder andere het Goethe-Institut (Duitsland), de Società Dante Alighieri (Italië) en het Instituto Cervantes (Spanje). Daarnaast hebben we contact gelegd met de Alliance Française in Breda en heeft het Institut Français positief gereageerd op een mogelijke samenwerking vanaf 2025.

Organisaties en Netwerken

Sound of Europe zal in 2025 toetreden tot het European Jazz Network, een netwerk dat bijna 200 organisaties verenigt en diverse tools, informatieve bijeenkomsten en samenwerkingsmogelijkheden biedt. Via dit netwerk zullen we kennismaken met potentiële partners en initiatieven zoals de Green Pilot Tour, waarmee we de eerste stap zetten naar duurzame Europese samenwerking. Na de eerste twee jaar wordt het lidmaatschap geëvalueerd op basis van behaalde resultaten, waarna we beslissen om verder te gaan of andere wegen te verkennen. Bovendien bieden verschillende landelijke overkoepelende organisaties steun voor het programmeren en reizen van bands uit hun land of regio, waarbij de mogelijkheden jaarlijks opnieuw worden bekeken aan de hand van de programmering.

7. Samenwerking met muzieklocaties en culturele instellingen:

SoE wil meer publiek aan zich binden. De samenwerking met Mezz, Brandpunt, kapelzaal Casino, Lutherse Kerk, Phoenix en communicatiebureau KOROKI Communications (Breda) biedt kansen. De MEZZ vormt het kloppend hart van de Bredase muziekscene en beschikt over een groot en gevarieerde klantenkring die we via de gezamenlijke media kanalen (nieuwsbrief, concertagenda, websites en social media) weten te bereiken. Via de andere locaties kunnen we een divers publiek bereiken van vaste honkers tot toevallige maar geïnteresseerde passanten (podium tijdens het BJJ) . Ook biedt de Kapelzaal van het Casino de juiste ambiance om vermogende sponsors aan te trekken die het festival in de toekomst financieel zullen ondersteunen.

De activiteiten zijn verplaatst naar het stadscentrum. Dit maakt de concerten beter bereikbaar en laagdrempeliger. De marketing van het festival richt zich op Breda en de regio binnen een straal van 50 kilometer.

De verschillende akoestische waarden van de nieuwe podia en de uitstraling daarvan op het publiek, geeft ons de mogelijkheid om een breder en gevarieerder programma te presenteren. De kwaliteiten van Mezz, Casinozaal en de Lutherse Kerk op het gebied van techniek en akoestiek vullen elkaar goed aan, wat ons in staat stelt om de bands optimaal tot hun recht te laten komen en om het GN programma een plek te geven. De uitstekende facilitaire voorzieningen van de MEZZ draagt bij aan de professionele presentatie en uitstraling die SoE nastreeft.

Mezz

In relatie tot het SOE-festival speelt Mezz een cruciale rol in het promoten van mengvormen van de jazz met andere muziekstijlen. Mezz biedt een professioneel platform voor zowel lokale als internationale artiesten om op te treden en draagt bij aan het culturele leven van Breda door innovatieve en avontuurlijke muziek te introduceren aan het publiek.

Voor het GN project is het podium van MEZZ next level en verhoogt de status van het project.

Het poppodium is verheugd te mogen samenwerken met Sound of Europe, omdat dit festival de connecties en contacten heeft met vernieuwende internationale artiesten. Mezz en Sound of Europe slaan nu de handen ineen om een gezamenlijk programma neer te kunnen zetten in 2026. Met als doel om met SOE concerten meer continuïteit door het jaar heen te bieden en om meer speeldata te creëren voor de GN concerten.

Rik Peters, directeur Mezz schrijft :

“Sound of Europe staat voor kwaliteit. Het festival brengt unieke bands en muzikale makers naar Breda. We zijn als Poppodium trots dat we deze artiesten mogen verwelkomen. Zij treden op de betere jazz festivals in Europa op. Middels het goede (en zorgvuldig opgebouwde) netwerk kan Sound of Europe internationaal vermaarde artiesten boeken. Dit komt tot uiting in o.a. Mezz waar het publiek in vervoering wordt gebracht door verrassende composities en een kruisbestuiving van genres.”

Sound of Europe maakt gebruik van de grote zaal van Mezz, heeft een capaciteit van 400 man, en is uitermate geschikt voor elektronische versterkte muziek.

Lutherse Kerk en Kapelzaal Casino

De Lutherse Kerk in Breda is een historisch gebouw met een rijke geschiedenis. Oorspronkelijk was het een schuilkerk, opgericht in 1782 achter een onopvallende poort in de Veemarktstraat en grenzend aan de achterkant aan het stadserf.

De kerk heeft in theateropstelling een capaciteit van 150 man. De ruimte is geschikt vooral voor akoestische, licht versterkte muziek.

De Kapelzaal van het casino is zeer geschikt voor de luisterconcerten waarbij het publiek op stoelen kan genieten van versterkte akoestische concerten. De zaal is hoog maar tevens gedempt in geluid. Ondanks de ruime opzet biedt deze zaal intimiteit en tegelijk veel mogelijkheden voor grotere bezettingen met een uitgebreid geluidssysteem. Tevens ligt deze zaal dichtbij de Mezz.

Sound of Europe gaat ook de Achterzaal van Brandpunt gebruiken als concertlocatie. Deze zaal zal als concert en promotie podium gebruikt worden tijdens het Bredaas Jazz Festival in mei en valt verder buiten deze subsidie aanvraag. In Oktober wordt deze zaal gebruikt voor marketing van het festival en het randprogramma.

Conservatorium Tilburg

Het Tilburgs Conservatorium, onderdeel van Fontys Hogeschool, staat bekend om zijn brede en hoogwaardige muziekopleidingen, waarbij jazz een prominente rol speelt. Binnen de opleidingen wordt veel aandacht besteed aan zowel de traditionele als de moderne aspecten van jazzmuziek. Studenten krijgen de kans om zich te ontwikkelen als veelzijdige musici door middel van intensieve lessen, workshops en optredens. De band met dit conservatorium is belangrijk voor de invulling van het GN project.

8. Doelstellingen lange termijn

Het festival zal over vijf jaar voor het Bredase publiek een van de belangrijkste toegangspoorten zijn tot de nieuwe mixvormen in de creatieve akoestische muziek die op dat moment in Europa wordt gemaakt en geproduceerd wordt. Daarnaast neemt het festival ook het voortouw om jonge musici uit het talentenprogramma te integreren in het Europese netwerk en hen kennis te laten maken en samen te laten werken met andere musici uit Europa. SOE wordt een synoniem voor een cultureel avontuur voor zowel publiek als maker, lokaal en internationaal. Hoofddoel is het presenteren van de nieuwe muziek zoals omschreven in missie en artistieke visie.

Korte samenvatting:

- Europees aanzien genereren met innovatief programma
- Uitbreiden van het GN project door het jaar heen.
- Banden met lokale en national sponsors versterken
- Meer publiek trekken
- Opbouw en deelname aan Europees netwerk
- Vergroten zaalcapaciteit in Breda
- Festival promoten en ontwikkelen tot een kwaliteitslabel

9. Marketing en communicatie

Doelgroep(en) en bereik

Sound of Europe richt zich op een breed publiek dat geïnteresseerd is in de nieuwe, hedendaagse toegankelijke innovatieve muziek en de mixvormen met andere stijlen. Wij zien dat als de nieuwe jazz, wat echter een container begrip is en voor verschillende interpretaties vatbaar is. Dit maakt het richten van de marketingcampagnes uitdagend, waardoor we ervoor gekozen hebben juist in deze regio het woord jazz eruit te laten. Dit maakt het voor de Marketeer makkelijker om een eigen duiding te geven aan het festival zodat het publiek precies weet waar het aan toe is. De traditionele jazz legt geen linken met andere muziekstijlen en andere culturen, terwijl de jonge makers van nu dat juist wel doen, en dat is precies wat deze ontwikkeling zo boeiend en avontuurlijk maakt. Deze ontwikkeling is wat wij willen laten zien en horen aan het Bredase publiek. Met een programma dat jonge, creatieve musici en diverse muziekstijlen benadrukt, streeft het festival naar een levendig en inspirerend platform voor zowel musici als publiek. De nadruk ligt op emotie en originaliteit in de muziek en niet op traditie, wat het festival aantrekkelijk maakt voor een diverse groep bezoekers. Zij zullen naar het festival komen om verrast te worden.

Ervaring leert dat deze groep moeilijk te definiëren is in leeftijd. Het gaat door alle lagen van de bevolking en leeftijdsgroepen heen. Over het algemeen kunnen we concluderen dat de meeste

bezoekers zich tussen de 25 en 65 bevinden. Dit is de groep waar we ons dan ook in eerste instantie op richten, wat betekent dat we zowel Instagram als Facebook als communicatiekanaal hanteren. Met de communicatiekanalen van de MEZZ, Casino, Brandpunt, lutherse kerk, het conservatorium, de geprogrammeerde bands, de sponsors en die van onze eigen marketingafdeling zullen we een zeer diverse publieksgroep gaan bereiken. Social mediatargetgebied zal een straal van 50 km zijn rondom Breda. Kaartverkoop bij de MEZZ laat zien dat dit haalbaar is.

Om deze doelgroep beter te bereiken, werken we aan een nieuwe website die technisch beter functioneert op de smartphones, met een strakkere en eenvoudiger vormgeving en tekstuele afstemming op de vindbaarheid bij Google. Het is echter opgevallen dat veel mensen boven de 50 vaak geen Facebook meer gebruiken, waardoor offline marketing nodig blijft om deze groep effectief te bereiken.

De bezoekers van het festival zijn nieuwsgierig naar nieuwe talenten en avontuurlijke musici die de grenzen van traditionele jazz verleggen. Deze doelgroep is meestal goed geïnformeerd. Ze waarderen festivals die niet alleen muziek bieden, maar ook een platform zijn voor culturele uitwisselingen en innovatie.

Hieronder volgt een opsomming van de mogelijke interesses van het publiek van Sound of Europe:

- Willen graag nieuwe artiesten en muziekstromingen ontdekken
- Ze waarderen hoge muzikale kwaliteit en originele composities
- Hebben interesse in een rijke culturele ervaring en genieten van de sfeer van live-optredens
- Ze waarderen Q&A-sessies met artiesten
- Ze hebben een open geest en staan open voor diverse muziekgenres en -invloeden
- Ze houden van het *sociale aspect* van festivals en de mogelijkheid om andere festivalbezoekers te ontmoeten.

Zichtbaarheid

Sound of Europe (SoE) wil de komende twee jaar een zichtbare aanwezigheid in de stad creëren. Hiervoor gaan we samenwerken met het Bredase communicatiebureau KOROKI Communications en hun marketeer, die ons zal helpen om de marketingstrategie verder uit te werken. Dit marketingtraject wordt volledig gesponsord door het bedrijf Ghering uit Breda.

Hieronder volgt een reeks PR-acties die ingezet gaan worden om de zichtbaarheid te vergroten:

- Het organiseren van concerten binnen een ander festival in de stad (zie hieronder samenwerking BJJF). In 2026 willen we een aantal PR-concerten doen (gesponsord) op de locaties waar het festival gaat plaatsvinden. (Brandpunt, Casino kapelzaal). Vooral de concerten in de MEZZ en Brandpunt zijn dan specifiek de locaties die gericht zijn op jongeren.
- Samenwerking met lokale bedrijven als cafés, bars en restaurants die affiniteit hebben met jazzmuziek en de doelgroep. We vragen hen om flyers en posters met hun klanten te delen.
- Het maken van relevante content over de deelnemende groepen aan het festival. Te denken valt aan interviews of trailers van de musici. Dit beeldmateriaal wordt gedeeld middels social media campagnes (Instagram, Facebook)
- We starten een virale hashtag campagne, waarmee bezoekers hun ervaringen delen met #SoundofEurope
- We benaderen lokale kranten, radiostations en tv-zenders zoals BredaVandaag, BN DeStem en Stadsblad Breda voor interviews, nieuwsitems en speciale acties.
- We plaatsen advertenties in lokale kranten, maar ook in het openbaar vervoer in samenwerking met Arriva en Qbuzz (bussen en op stations).
- We plannen vlak voor het festival een lokale postercampagne met A0-posters (driehoeks borden) en flyers op strategische locaties in Breda en omstreken.
- Een belangrijk deel van de marketing en de publieksgroei komt via de sponsors die hun achterban zullen benaderen en meebrengen.
- We gaan op zoek naar lokale influencers en muziekbloggers om het festival onder de aandacht te brengen. Zij zullen ook aanwezig zijn tijdens het festival om verslag te doen.
- We starten een voorverkoop van de grotere concerten tijdens Bredaas Jazz Festival, en bieden bijvoorbeeld een meet-en-greet aan voor de vroege ticketkopers. We verzamelen de Email adressen van de bezoekers op het BJJF in mei voor de direct mailing (met een huidig bestand van 800 adressen).
- Er komt een Sound of Europe muziekprijs (gesponsord) voor beste act en een voor meest belovende jonge musicus.

Zoals hierboven aangegeven, maakt SoE gebruik van betaald en onbetaalde sociale media, nieuwsbrief en samenwerkingen met lokale media om die specifieke doelgroep te bereiken die geïnteresseerd is in vernieuwende muziek. Door regelmatige updates en interactieve content te plaatsen, blijft het publiek betrokken en geïnformeerd over het laatste nieuws en aankomende evenementen. Dit helpt niet alleen om de zichtbaarheid van het festival te vergroten, maar ook om een loyale en betrokken community op te bouwen.

Quote:

“Sound of Europe, een gevarieerd internationaal top festival waar je elke keer weer verrast wordt door de topkwaliteit van de muzikanten. Het is een verrijking voor de cultuur van Breda!!!”

Bezoeker Sound of Europe (curator Breda Photo Festival)

Samenwerking Bredaas Jazz Festival

Een belangrijke marketingstrategie voor Sound of Europe is de samenwerking met het Bredaas Jazz Festival (BJF) die SOE gevraagd heeft een modern podium op te zetten tijdens het BJF dat jaarlijks rond de 40.000 bezoekers per dag trekt. Sound of Europe zal op 31 mei 2025 een podium tot haar beschikking hebben bij Brandpunt in de Reigerstraat waar het hart van het festival is.

BJF programmeert voornamelijk jazz tot ongeveer de jaren '50. Zij zouden graag een brug slaan naar de hedendaagse crossovers die de jazz maakt met andere muziekstijlen.

Locatie 1: Brandpunt–binnenpodium 2 tot 3 muziekgroepen

Locatie 2 : casino Kapel (2026)

Het binnen podium bij de Brandpunt biedt ruimte voor 150 tot 200 man staand publiek.

Tijdens het BJF zullen flyers uitgedeeld worden en zal het Sound of Europe Festival de line-up van oktober bekend maken.

Samenwerking culturele organisaties

Naast de samenwerking met Bredaas Jazz Festival werkt Sound of Europe samen met Mezz, De Nieuwe Veste en andere lokale partners zoals podium Brandpunt om de marketinginspanningen te versterken. De partners noemen Sound of Europe uitgebreid in hun nieuwsbrieven en lichten het programma uit op de website. Het pr-materiaal wordt fysiek in de theaters en online via de social mediakanalen met hun achterban gedeeld. We taggen elkaar in online berichten, en reposten deze om zo de doelgroep te verbreden en te interesseren voor het festival. Hoewel deze partners bijdragen aan de promotie, blijft de hoofdverantwoordelijkheid voor marketing bij Sound of Europe zelf.

Met deze doordachte marketingstrategie streeft het Sound of Europe Festival ernaar om zijn visie en programmering effectief te communiceren, een geïnteresseerd publiek te bereiken lokaal en regionaal tot een straal van 50 kilometer. In 2026 uit te breiden met een landelijke dekking.

10. Behoeftte en relevantie

Analyse van de culturele behoefte en relevantie van het project voor de gemeenschap

Culturele vernieuwing

Sound of Europe vult een unieke culturele niche in Breda door zich specifiek te richten op Europese muziek en haar ontwikkeling. Dit onderscheidt het festival van andere Nederlandse festivals die vaak een breder, minder gefocust programma bieden. De editie van vorig jaar bewees dit met landelijke premières van artiesten als Léon Phal en Monsieur Mâlâ, en het introduceren van nieuwe bands aan het Bredase publiek. Het feit dat dergelijke premières in Breda plaatsvinden, benadrukt de behoefte aan culturele vernieuwing en exclusiviteit binnen de gemeenschap.

Jonge generatie

Een belangrijk aspect van SoE is de ondersteuning van jonge, Europese musici zoals Diswasher uit België (SOE festival 2024), die vaak moeite hebben om door te breken vanwege het gebrek aan netwerk en kennis. Door een platform te bieden waar deze artiesten hun muziek kunnen presenteren,

draagt SoE bij aan de culturele diversiteit en ontwikkeling van nieuw talent. Dit is vooral belangrijk voor een stad als Breda, waar traditionele muziekgenres nog domineren en er behoefte is aan vernieuwing en diversificatie.

Internationale Interesse

De positieve reacties uit andere Europese landen zoals Luxemburg, Frankrijk, Polen en Spanje, tonen aan dat er een breed draagvlak is voor het soort muziek dat Sound of Europe promoot. Deze internationale belangstelling bevestigt dat Breda een cultureel relevante speler kan worden in de Europese muzieksce­ne. Voor de lokale gemeenschap betekent dit toegang tot een breder scala aan muziek en cultuur, wat bijdraagt aan een verrijking van het lokale culturele landschap.

Herstel na Corona

De pandemie heeft het culturele leven in Breda zwaar getroffen, met beperkingen op internationale acts. Sound of Europe speelt een cruciale rol in het herstel van de culturele sector door een platform te bieden waar zowel lokale als internationale artiesten kunnen optreden. Dit helpt niet alleen bij het revitaliseren van de cultuur in Breda, maar biedt ook nieuwe mogelijkheden voor culturele participatie en educatie.

Impact

De lokale impact van Sound of Europe is merkbaar in verschillende aspecten. Het festival versterkt het culturele imago van Breda als stad die openstaat voor vernieuwing en culturele diversiteit, wat op zijn beurt investeringen in de culturele sector kan aanmoedigen. Breda ziet het festival dan ook als de poort naar Europa en biedt kansen voor jonge musici middels het GN project.

Een ander belangrijk aspect is de bevordering van talentontwikkeling. Dit doen we onder meer door samen te werken met het conservatorium Tilburg. Door jonge musici een podium te bieden op Sound of Europe stimuleert het festival niet alleen hun artistieke groei, maar ook hun professionele ontwikkeling. Dit draagt bij aan een levendige muzieksce­ne in Breda en biedt jonge talenten de kans om zich te profileren op een internationaal platform.

Kortom, Sound of Europe heeft niet alleen een directe impact op het culturele en economische landschap van Breda, maar biedt ook mogelijkheden voor verdere groei, zowel lokaal als internationaal. Door de focus op moderne Europese jazz en samenwerking met lokale instellingen en internationale partners, blijft Sound of Europe een belangrijke speler in het culturele leven van de stad, met positieve effecten die verder reiken dan alleen de duur van het festival zelf. Breda op de Europese cultuur-kaart.

11. Verwachte resultaten

Aantal concerten:

2025

Het aantal concerten hebben we voor het komend jaar teruggebracht naar 8 (festival) om de kosten beter in de hand te kunnen houden en 4 GN-concerten. Indien de productiekosten, de zalen en het sponsorgeld het toelaten kan er in 2026 opgeschaald worden naar 10 concerten en zo verder.

Aantal bezoekers:

Voor 2025 verwachten we veel van de nieuwe marketingstrategieën, het marketingmoment in mei en de samenwerking met MEZZ. Het nieuwe communicatieplan dat KOROKI zal ontwikkelen, moet de bereikbaarheid van de doelgroepen en de directe zichtbaarheid van de activiteiten van SoE verbeteren. Met een goede timing en afstemming van de inzet van social media en de betaalbaarheid van de entreekaarten op het festival zullen de publiksaantallen zeker stijgen. Ook de uitbreiding van het GN project zal effect hebben op de bezoekers daar deze musici een eigen achterban meebrengen.

In 2025 rekenen we op:

- **Bredaas Jazz Festival (BJF):** 350 bezoekers gedurende de avond. De marketingbereik zal groter zijn, omdat we ook buiten Brandpunt reclame gaan maken.
- **Festival oktober, over drie dagen:** 800 tot 970 bezoekers.

12. Tijdschema voorbereiding van het festival

Tijdschema voor de uitvoering van het project

December 2024 – februari 2025:
Fondsenwerving

Januari – april 2025:
Benaderen muziekgroepen Sound of Europe festival
Vernieuwen website Sound of Europe

Januari 2025:
Afspraken vastleggen met muziekgroepen BJF

Maart – april 2025
Uitslag fondsen

April 2025
Start pr-campagne Sound of Europe

April – mei 2025:
Promotie concerten tijdens het BJF (31 mei)

Begin mei 2025
Vastleggen afspraken muziekgroepen

Juni-juli 2025
Go-no go moment
Promotiemateriaal aankondiging festival

Start PR-campagne per concert
Augustus-september 2025

Oktober 2025
Uitvoering festival Sound of Europe

November 2025
Nazorg en evaluatie

13. Organisatiestructuur

De organisatie van Sound of Europe bestaat uit een kern van betrokken ZZP-ers:

Frank van der Kooij – artistiek directeur / programmeur

Jojanneke Poorter – zakelijk leider

Sophie Conin – programmeur Europese artiesten & coördinator Europese samenwerkingen
Vacant - marketeer

Yep Devito – productieleiding (werkt ook voor North Sea Jazz Festival Rotterdam)

Administratie kantoor Sacha van der Oever (werkt ook voor Grote kerk van Breda)

Katja Wevers – social media

Koroki Breda – marketing
Bon van Etten – website beheer

Frank van der Kooij is de initiator, artistiek leider, programmeur en directeur van Sound of Europe. Door zijn werk als componist en saxofonist heeft hij een enorm netwerk opgebouwd in de wereld van de hedendaagse jazz, improvisatie en cross-over muziek. Als programmeur heeft Frank het vermogen om zijn publiek steeds weer te verrassen en interessante nieuwe ontwikkelingen te signaleren.

Als zakelijk leider houdt Jojanneke Poorter zich bezig met het financieel beheer van de stichting, inclusief fondsen- en sponsorwerving. Zij heeft als cultureel ondernemer ervaring als zakelijk leider bij verschillende culturele instellingen. Ook heeft zij jarenlang gewerkt als fondsenwerver en was adviseur muziek bij Amsterdams Fonds voor de Kunsten. Hierdoor beschikt zij over een breed netwerk, wat haar tot een goede verbinder maakt.

Sophie Conin werkt onder meer voor Festival Jazz International Rotterdam & Nijmegen, Music Meeting in Nijmegen en On the Roof in Amsterdam. Ze is geboren in Frankrijk, woont dertig jaar in Brabant en heeft een Europees hart. Ze heeft binnen de muzieksector ervaring als projectmanager, tourmanager en fondsenwerver en beschikt over een breed netwerk onder muzikanten en programmeurs. Voor SoE richt Sophie zich op de internationale programmering, internationale samenwerkingen en coproducties en de daaraan gerelateerde fondsenwerving.

De Festival Marketeer speelt een cruciale rol in het versterken van de positionering, zichtbaarheid en profilering van Festival Sound of Europe. Op basis van het beleidsplan en de te behalen resultaten vertaalt de Festival Marketeer de huidige marketing- en communicatiestrategie naar effectieve marketingacties die leiden tot kaartverkoop en merkherkenning. Deze persoon initieert, coördineert en voert deels zelf de marketingacties uit, zowel online als offline, in samenwerking met diverse externe freelance professionals, partners en stagiaires. De nieuw aan te trekken marketeer zal worden aangestuurd door bureau Koroki en de programmeur van het festival.

De productie leider regelt de podia techniek (licht en geluid) huur van de backline instrumenten en maakt het reis en verblijf schema voor de artiesten. Samen met de stagemanager maakt hij/zij een podiumplan en een werkschema voor de vrijwilligers. Ook boekt de productie leider de hotels en evt extra transport.

Op projectbasis wordt gewerkt met professionals voor het geluid, de administratie en vormgeving. Daarbij worden we gesteund door een groep enthousiaste vrijwilligers. De stichting heeft geen personeel in dienst en houdt zich aan de Fair Practice gedragscode.

Bestuursleden:

- Micha Keijser: Penningmeester. Hij is fotograaf en heeft ervaring met overheidsprojecten.
- Ron Dirven: Secretaris en adviseur voor fondsen en subsidie-strategieën. Hij is de directeur van het Van Gogh Huis in Zundert.
- Marlijn Lodewijks: Voorzitter en adviseur voor sponsortrajecten. Marlijn is actief in de bouw en projectontwikkeling, en was onder andere directeur bij Van Wijnen Bouw.
- Ferry van der Brule: Secretaris en adviseur voor financiële processen. Ferry heeft ervaring als ex-bestuurder in de jeugdzorg.

Het bestuur is betrokken op afstand, houdt toezicht op de financiën, geeft sturing aan het beleid en steunt de medewerkers. Marlijn Lodewijks is recent toegetreden tot het bestuur. Zij komt uit het bedrijfsleven en wil haar zakelijke netwerk inzetten voor het festival.

Ambassadeur:

Trompettist en componist Eric Vloeimans heeft zijn naam als ambassadeur aan Sound of Europe verbonden. Als een van de boegbeelden van de Nederlandse jazz, ontwikkelde Vloeimans zich tot een muzikant met een open geluid dat je het best als 'Europees' kunt omschrijven. Deze winnaar van de Boy Edgar Prijs zet zich in om Sound of Europe te promoten, is een klankbord voor de programmeurs en kan ingezet worden bij het talentontwikkelingstraject.

14. Financieel plan

Stichting Sound of Europe vraagt bij Gemeente Breda voor het ontwikkelen en uitvoeren van het Sound of Europe festival+Generation Next project een subsidie aan van € 50.500.

De begroting 2025 is bijgevoegd in de aanvraag. Bij de begroting en dekkingsplan is een gedetailleerde toelichting op de begroting te vinden (zie bijlage).

De concerten tijdens het BJB blijven buiten deze aanvraag.

- Sound of Europe zet in op het verwerven van sponsorgeld met als doel de stichting financieel minder kwetsbaar te maken en continuïteit te waarborgen voor zowel de medewerkers als de realisatie van het festival en het Generation Next-project. Tevens zal het sponsorgeld worden gebruikt om een financiële buffer aan te leggen, zodat eventuele tegenvallende resultaten in de kaartverkoop in 2025 en de toekomst opgevangen kunnen worden.
- Vanaf dit jaar wordt een campagne opgezet om minstens € 40.000 aan sponsorgeld op te halen en om langdurige contracten af te kunnen sluiten.

Hierdoor kunnen de vergoedingen voor de uren die de medewerkers maken gegarandeerd worden. Deze vergoedingen worden voorafgaand aan de uitvoering via de begroting vastgelegd en goedgekeurd door het bestuur. De bedragen staan dus vast en kunnen niet gewijzigd worden.

Wanneer er onverhoopt toch financiële tegenvallers zijn dan wat de stichting met de buffer kan opvangen dan zal er in eerste instantie ingekrompen worden op het aantal concerten van het SOE festival. Het aantal concerten zullen we dan verminderen, niet de kwaliteit ervan. De GN-concerten blijven dan zo lang mogelijk buiten schot. Uiteindelijk moet het zwaartepunt van het financieel beleid bij de sponsorwerving komen te liggen zodat deze voor minstens 60% de kosten gaan dekken in 2026 en verder.

15. Risicoanalyse

De risicoanalyse van Sound of Europe is een essentieel onderdeel van onze professionaliseringsproces. Deze analyse identificeert en evalueert potentiële risico's die de financiële stabiliteit, operationele continuïteit en reputatie van de stichting kunnen bedreigen. De belangrijkste risico's die geïdentificeerd zijn, omvatten fluctuaties in subsidie-inkomsten, afhankelijkheid van externe partners en vrijwilligers, en de mogelijke impact van economische en politieke veranderingen op internationale samenwerkingen.

Voor elk geïdentificeerd risico zijn specifieke beheersmaatregelen opgesteld:

- diversificatie van financieringsbronnen – we hanteren een gezonde mix van verschillende inkomstenbronnen (subsidies, fondsen, publieksinkomsten, sponsors etc). Main target voor de komende jaren is het verwerven van een aantal grote sponsors die voor 50% het festival kunnen dragen. Streven via sponsors is 60%.
- Voor het go / no-go moment weten we wat er aan fondsen en subsidies besteed kan worden hetgeen ook geldt voor de bijdrage van de sponsors. Aan de hand van deze data kunnen we bepalen wat wel en wat niet kan doorgaan. Dit moment ligt op ongeveer 5 maanden voor aanvang van het festival en de randactiviteiten daarvan. Een niet te overzien risico blijft de kaartverkoop / recette inkomsten. Om de afhankelijkheid daarvan tot het minimum te beperken zal de stichting middels sponsorgeld een buffer gaan aanleggen.
- Breda heeft geen traditie als het gaat om een internationaal muziekfestival, het zal tijd kosten om deze traditie die Sound of Europe inzet in de stad te verankeren.
- het versterken van contractuele overeenkomsten met de partners en sponsors.
- het ontwikkelen van scenario-planningen om snel op veranderingen te kunnen reageren. Hoe vangen we tekorten op, welke onderdelen uit het festival kunnen we anders insteken om de productiekosten te drukken?
- Grootste financiële risico zijn de recettes. De verkoop van kaarten zullen we dan ook zo vroeg mogelijk starten (juni / juli) om daar snel inzicht in te krijgen.
- Een buiten regionaal publiek aantrekken, later ook een landelijk publiek zal alleen kunnen met een exclusief programma welke elders in Nederland niet te zien is. Dit kan kostbaar zijn en risicovol, een back-up via sponsoring is daarvoor noodzakelijk.

Door deze risicoanalyse zorgt Sound of Europe voor een proactieve en veerkrachtige aanpak, waarmee we de toekomstbestendigheid van onze culturele missie waarborgen.

16. Evaluatie en monitoring

SoE zet verschillende methoden in om het succes van het festival te meten. Deze methoden kunnen zowel kwantitatieve als kwalitatieve gegevens omvatten om een breed inzicht te krijgen in de prestaties en impact van het festival.

Hieronder staan enkele methoden van evaluatie en monitoring van verschillende onderdelen, festival breed:

- Publieksonderzoek en enquêtes – er worden vooraf en na afloop van het festival enquêtes gehouden om de tevredenheid van het publiek, hun demografische gegevens en feedback over de programmering te meten
- Focusgroepen – we initiëren kleinschalige bijeenkomsten met diverse groepen bezoekers om diepgaandere feedback te verzamelen
- Bezoekersaantallen en ticketverkoop – we registreren het totaal aantal bezoekers per evenement en locatie
- Verkochte tickets - we analyseren de ticketverkoopdata om trends en populariteit van specifieke evenementen te identificeren.
- Monitoring van het aantal volgers, likes, shares en comments op social media platforms.
- Analyse van websitebezoeken, tijd op pagina's, en bounce rates.
- Tellen van het aantal artikelen, recensies en vermeldingen in de media.
- Analyse van de financiële rapporten om de winstgevendheid en efficiëntie van het festival te beoordelen.
- Evaluatie van de bijdragen van sponsors en subsidies.
- Feedback verzamelen van artiesten, partners en medewerkers over hun ervaringen en tevredenheid.

Tijdens de geplande bestuursvergaderingen zullen tussentijds de reeds beschikbare gegevens van bovenstaande methoden geëvalueerd worden met het bestuur. Waar nodig zal het beleid op de verschillende onderdelen tijdig bijgestuurd worden.

17. Codes

Code Diversiteit en Inclusie

De stichting heeft ook aandacht besteed aan internationale samenwerking en diversiteit. Er zijn documenten opgesteld die de richtlijnen en doelen voor internationale samenwerkingen beschrijven, evenals de implementatie van de Code Diversiteit en Inclusie. Deze inspanningen bevorderen een inclusieve en diverse werkomgeving en versterken de internationale connecties van de stichting. Sound of Europe organiseert sinds 2018 muzikale activiteiten in Breda. 2024 is een transitiejaar, met onder andere een verandering van opzet en locatie van het festival, een versterking van het kernteam, samenwerkingen met nieuwe partners en meer.

Hoewel de organisatie kernwaarden als diversiteit, inclusie & gelijkwaardigheid vanaf het begin hoog in het vaandel heeft staan, is bij het invullen van de beleidsscan D&I gebleken dat met een score tussen 2 en 3 op meerdere onderwerpen, er op dit gebied de komende jaren nog mogelijkheden tot groei en verbetering zijn. Hieronder een samenvatting van de huidige situatie (nulmeting) voor zover die bekend en/of onderzocht is, en de lijst van prioriteiten en doelen voor de komende 2 jaar, uitgesplitst volgens de 4 P's van de Code Diversiteit en Inclusie in de Culturele Sector.

Programma

Nulmeting:

In 2024 had het festival een gevarieerd programma:

- Vijf van de veertien bands werden geleid door vrouwelijke of non-binaire artiesten, een percentage dat significant hoger ligt dan bij veel andere toonaangevende festivals in het land.

- Daarnaast hebben er vijf bands opgetreden met een niet-westerse achtergrond of invloed (uit Ghana, Turkije, Kameroen, Korea), wat past binnen de brede Europese muzikale focus van het festival.
- De afgelopen jaren is er ook gezorgd voor een goede spreiding in leeftijd en ervaring van de geprogrammeerde artiesten.

Aandachtspunten 2025-2026:

- We streven naar een nog inclusievere programmering met minstens 30% bands geleid door vrouwen of non-binaire personen en 30% bands met niet-westerse roots.
- We onderzoeken nieuwe mogelijkheden om vaak ondervertegenwoordigde groepen integraal onderdeel te maken van het festival, bijvoorbeeld via speciale opdrachten, uitwisselingen, of ontwikkelingsprogramma's voor opkomende talenten.

Publiek

Nulmeting:

In de beginjaren van Sound of Europe is geen uitgebreid publieksonderzoek uitgevoerd, inclusief de twee Covid-jaren. Met de nieuwe opzet van het festival in 2024, inclusief nieuwe partners en locaties, verwachten we een beter beeld te krijgen van het bereik en profiel van ons publiek.

Aandachtspunten Diversiteit 2025-2026:

- We blijven streven naar een open en diverse maatschappij door ons publiek te verrassen met hoogstaande muzikale kwaliteit en een breed scala aan genres en nationaliteiten op het podium.
- Door artiesten van verschillende achtergronden samen te brengen, willen we een verrijkende ervaring bieden die ons publiek verrast en een afspiegeling vormt van een tolerante en diverse samenleving.
- We willen een jonger, minder niche publiek aantrekken door samenwerkingen met partners als poppodium Mezz, de nieuwe Veste en Brandpunt.

Aandachtspunten Inclusiviteit 2025-2026:

- We zullen het festival financieel toegankelijker maken, bijvoorbeeld door kortingen voor studenten en houders van een BredaPas.
- We streven naar verbeterde toegankelijkheid van festivallocaties voor mensen met beperkingen, met lopende gesprekken met betreffende locaties.
- Vanaf 2025 zal festivalinformatie in het Engels beschikbaar zijn.

Personeel

Sinds de oprichting als Stg. Beaux Jazz heeft Stichting Sound of Europe zich ontwikkeld van een grassrootsorganisatie naar een professioneler kernteam, bestaande uit zzp'ers en vrijwilligers, met een mix van achtergronden en gender.

Aandachtspunten 2025-2028:

- We streven naar meer diversiteit in ons kernteam, bijvoorbeeld door een bredere werving voor de positie van zakelijk leider/marketeer.
 - Het beleidsteam neemt gezamenlijk belangrijke beslissingen en wordt gelijkwaardig gecompenseerd.
 - We streven naar een vrijwilligersteam dat een weerspiegeling vormt van de diversiteit van onze stad en onderzoeken samenwerkingsmogelijkheden met partners zoals de Nieuwe Veste om dit te realiseren.

Partners

- Sound of Europe werkt samen met partners die onze waarden delen, zoals podia in cultuurwijk Belcrum, MEZZ en het conservatorium in Tilburg. Speciale aandacht is er voor meer samenwerking met Breda Photo en Breda Beats.

Aandachtspunten 2025-2026:

- Onze samenwerking met conservatoria blijft gericht op het weerspiegelen van de diversiteit van hun studenten.

- Samenwerkingen met partners als poppodium Mezz, Lutherse Kerk en de Nieuwe Veste helpen ons een diverser publiek aan te trekken.
- Nieuwe partners worden geselecteerd op basis van hun beleid omtrent diversiteit en inclusie, met concrete afspraken hierover in onze samenwerkingsovereenkomsten.

Naleving van de Governance Code Cultuur bij Stichting Sound of Europe

Stichting Sound of Europe heeft belangrijke stappen gezet in de professionalisering van de organisatie, gebaseerd op de principes van de Governance Code Cultuur. Dit proces omvat diverse acties en documenten die bijdragen aan transparantie, verantwoordelijkheid en efficiëntie binnen de stichting.

Reglementen en Profielen

Er zijn specifieke reglementen opgesteld voor zowel het bestuur als de directeur. Deze reglementen definiëren duidelijk de rollen, verantwoordelijkheden en bevoegdheden van alle betrokken partijen. Daarnaast zijn er functieprofielen ontwikkeld voor bestuursleden, directeur, zakelijk leider en coördinator internationalisering, die aansluiten bij de statuten van de stichting. Deze profielen helpen bij het waarborgen van de juiste expertise en ervaring binnen de bestuursstructuur.

Financiële Planning en Risicoanalyse

Voor de periode 2025 is een begroting opgesteld. Deze begroting biedt een financieel kader en zorgt voor een gestructureerde planning van de middelen en activiteiten. Naast de financiële planning is er ook een uitgebreide risicoanalyse uitgevoerd. Deze analyse identificeert potentiële risico's en stelt maatregelen voor om deze te beheersen, wat bijdraagt aan de stabiliteit en continuïteit van de stichting.

Vrijwilligers- en Personeelsbeleid

Er zijn uitgebreide documenten ontwikkeld waarin het vrijwilligersbeleid en het personeelsbeleid worden beschreven. Deze documenten bieden richtlijnen voor de aansturing en ondersteuning van zowel vrijwilligers als medewerkers. Ze zorgen voor een consistente en rechtvaardige behandeling van iedereen die bijdraagt aan de activiteiten van de stichting.

Voor klachten vanuit het vrijwilligers team en andere medewerkers is een extern vertrouwenspersoon aangesteld die in contact staat met de secretaris van het bestuur.

Beleidsplan

Als overkoepelend kader is er een overal beleidsplan opgesteld. Dit plan schetst de strategische doelen en de koers van de stichting voor de komende jaren, en zorgt ervoor dat alle activiteiten en initiatieven in lijn zijn met de missie en visie van Sound of Europe.

Door deze maatregelen en documenten voldoet Stichting Sound of Europe aan de normen en richtlijnen van de Governance Code Cultuur. Dit versterkt de governance structuur en draagt bij aan de transparantie, verantwoordelijkheid en duurzaamheid van de organisatie.

Fair Practice Code

De Fair Practice Code vormt de basis voor eerlijke beloning binnen Stichting SoE, inclusief musici en personeel. De stichting streeft naar een correcte en ruime vergoeding voor geleverd werk, wat altijd al een kernwaarde is geweest, ook in voorgaande organisaties. Momenteel hanteren we de norm van het SENA Fonds voor de uitvoerende musici, waarbij een minimale netto-gage van € 320,- per bandlid per concert geldt in 2025.

Voor personeel van de stichting worden jaarlijks afspraken gemaakt over de inzet van uren en de bijbehorende vergoeding. Het aantal uren hangt af van de financiële mogelijkheden van de begroting in dat specifieke jaar. De vergoeding wordt na overleg met de medewerker van tevoren contractueel vastgelegd. Hoewel de organisatie van het festival veel tijd vergt die de stichting nog niet volledig kan vergoeden, zijn de vergoedingen tegenwoordig redelijker dankzij het hanteren van de fair pay tarieven. Jaarlijks wordt samen met het bestuur bekeken hoe personeel hun taken voor de festivalproductie kan uitvoeren, welke vergoeding daarbij hoort en in hoeverre vrijwillige inzet mogelijk is.

18. Bijlagen

De volgende bijlagen zijn bijgevoegd in de aanvraag:

- Oprichtingsakte
- Gewijzigde statuten
- Activiteitenplan SOE en het GN project 2025
- Jaarrekening 2023
- Begroting, dekkingsplan
- Toelichting op de begroting
- Intentieverklaringen
- CV's van team- en bestuursleden

Breda :

Jojanneke Poorter
Frank van der Kooij