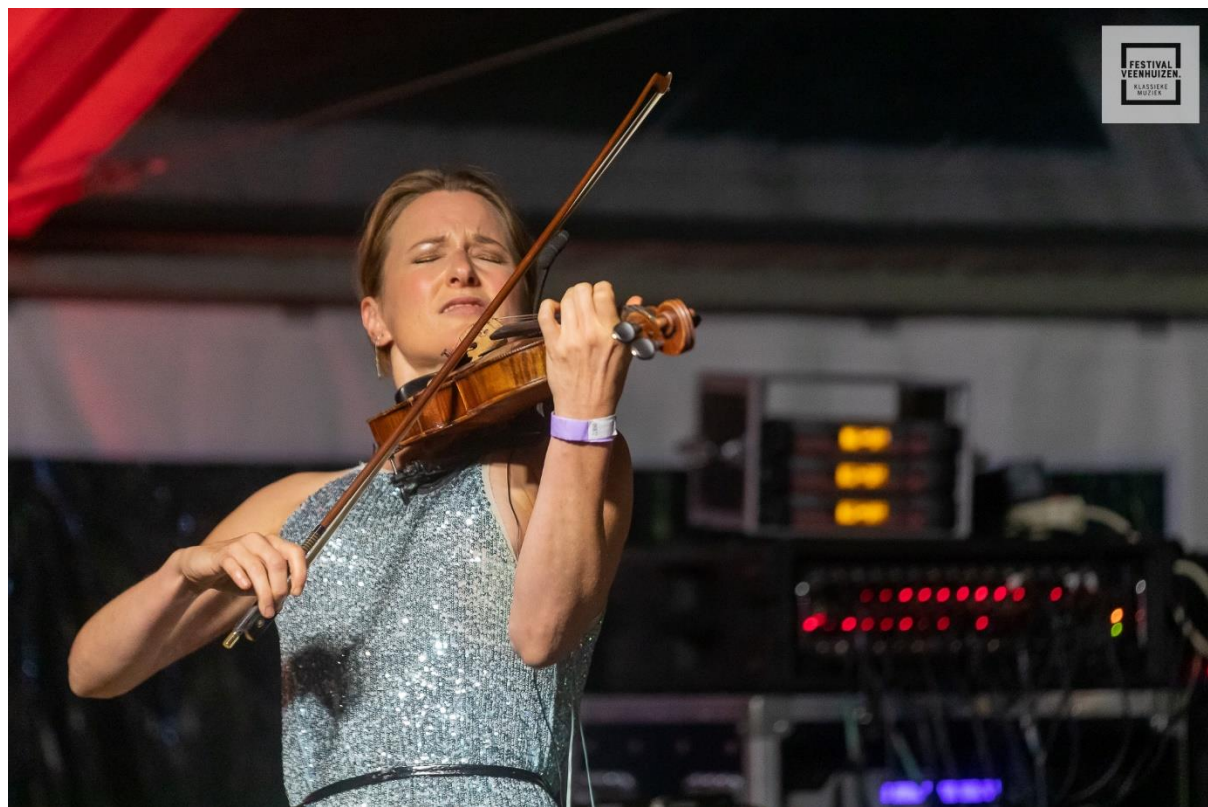


Festival Veenhuizen

Verlag en resultaten 2022



Stichting Festival Veenhuizen



Inhoud

1	Het project in het kort	2
2	Verslag van Festival Veenhuizen 2022	2
2.1	Behaalde artistieke doelstellingen	2
2.2	Definitieve programmering	2
2.3	Behaalde zakelijke doelstellingen	5
2.4	Aandacht in de media	7
3	Evaluatie	7
3.1	Successen	7
3.2	Leerpunten	8
3.3.	Reactie uit publieksenquête	9
4	Financiële verantwoording	10
4.1	Toelichting baten	10
4.2	Toelichting kosten	10

Organisatie

Stichting Festival Veenhuizen

Exloërkijl Zuid 85

9571 AE Tweede Exloërmond

t +31 (0)6 13 56 58 33

e info@festivalveenhuizen.nl

w www.festivalveenhuizen.nl

KvK 70846383

IBAN NL64 RABO 0327595478

RSIN 858482496

ANBI ja

Contactpersoon voor deze aanvraag

Caecilia van Stigt

Gouw 2

1153 PK Zuiderwoude

t +31 (0)6 36 39 67 43

e info@caeciliavanstigt.nl

w www.caeciliavanstigt.nl

1 Het project in het kort

Voor de vierde editie is het wederom gelukt een gevarieerd programma samen te stellen dat paste bij de doelstellingen van het festival en waarin ook het DNA van Fuse te herkennen was. Na de eerste samenwerking in 2021 hebben Fuse en het Festival elkaar geïnspireerd en is er in 2022 een prikkelende programmering ontstaan.

Stichting Festival Veenhuizen voelt zich verbonden met deze bijzondere locatie - inmiddels behorend tot het Unesco Werelderfgoed - waarbij het dorp Veenhuizen het poëtische fundament van het festival vormt. Op verschillende binnen- en buitenlocaties – die alle nog de geschiedenis ademen – konden bezoekers zich wederom onderdompelen in zeer uiteenlopende theatervoorstellingen, concerten en performances.

Muziek en verhalen vormen het hart van het festival. De organisatie kiest nadrukkelijk voor jong talent dat muzikaal gezien excelleert, maar ook openstaat voor multidisciplinaire projecten. Daarnaast wist Fuse, de artistiek leiding van Festival Veenhuizen, een aantal grootmeesters vast te leggen. De uitwisseling van ervaring en inspiratie stond ook in de editie van 2022 centraal. Ook waren er meerdere samenwerkingsverbanden tussen professionals en amateurs.

2 Verslag van Festival Veenhuizen 2022

2.1 Behaalde artistieke doelstellingen

De stichting wilde een multidisciplinair festival ontwikkelen waar:

- ... musici en artiesten van de jongste generatie een podium krijgen: jonge musici die zich enerzijds kenmerken door grote muzikale excellentie, anderzijds door een open geest, een brede oriëntering en een voorkeur voor multidisciplinaire projecten.
- ... een aantal grootmeesters een podium krijgt: musici waarmee de jonge garde graag wil samenwerken, maar die zich op hun beurt ook door het aanstormende talent willen laten inspireren.
- ... klassieke muziek de basis van het programma is; naast het repertoire van de afgelopen tweehonderd jaar - van Beethoven tot Andriessen - zijn er uitstapjes naar ouder repertoire en naar andere genres. Hierbij ligt de nadruk op ontdekking: minder gehoord repertoire van de allerhoogste kwaliteit.
- ... bezoekers de drukte van alledag van zich af kunnen schudden en zich kunnen laten verrassen door de schoonheid van muziek en de verhalen van het unieke dorp dat meer dan anderhalve eeuw afgesloten was van de rest van de wereld.
- ... amateurs en professionals samenkomen door middel van een workshop of masterclass en een gezamenlijk optreden voor publiek.
- ... verbinding met andere organisaties leidt tot verrassende locaties en programmering.

Bovenstaande doelstellingen zijn gerealiseerd en tot uiting gekomen in enthousiast ontvangen concerten en presentaties.

2.2 Definitieve programmering

Het is gelukt een gevarieerd programma samen te stellen dat paste bij de doelstellingen van het festival en waarin ook het DNA van Fuse te herkennen was. Fuse zelf leert ook het festival steeds beter kennen, het terrein en de potentie van dit relatief jonge festival. Het was

een leuke ontdekkingsreis voor beide partijen waarin de lessen van de vorige editie en de ambities voor de toekomst beide zichtbaar zijn geworden.

De uitgangspunten voor de programmering waren:

- Klassieke muziek en verhalen,
- Integratie van disciplines,
- Een podium voor gevestigde en aanstormende musici.

In de definitieve programmering zijn bovengenoemde uitgangspunten glansrijk vervuld. Er waren in totaal 42 verschillende programmaonderdelen, verdeeld over 11 locaties: 23 muzikale performances, 2 programma's waarin verhalen en muziek elkaar ontmoeten, 8 pop-up optredens, 2 spoken word optredens en één optreden gecombineerd met een wandeling.

Voor de afzonderlijke programmaonderdelen konden kaartjes gekocht worden. Met uitzondering van de pop-up concerten, die gratis te bezoeken waren, net als nog twee andere concerten.

*Dagblad van het Noorden:
"Inmiddels een mooie traditie"
"Veenhuizen twee dagen
ondergedompeld in klassieke
muziek".*

*De Krant:
"Gevangenisdorp
Veenhuizen voor één
weekend muzikaal Walhalla".*

*Reactie facebook op terugblik festival:
"Roept mooie herinneringen op aan een
prachtige dag, en spijt van de optredens
die ik niet heb gezien. Verheug me nu al
op volgend jaar!"*

Een greep uit de optredens

Celliste Ella van Poucke en blokfluitiste Lucie Horsch, twee Nederlandse topmusici hebben op verzoek van Fuse voor het eerst samen het podium gedeeld. In "When Ella met Lucie" wisselden ze opzweepende duetten en intieme solistische momenten af, wat resulteerde in een uniek optreden voor de bezoekers van Festival Veenhuizen.

Bakkie Bach, een luchtige en ludieke uitvoering van de Koffiecantate van Bach op het terras van de koffiebranderij Koffielust in het hart van Veenhuizen, was twee keer uitverkocht. Met hulp van het prachtige weer hebben sopraan Klaartje van Veldhoven en haar collega's het publiek vrolijk de dag ingestuurd.

Theatermaker en Spoken Word artiest **Onias Landveld** had niet meer nodig dan een microfoon en de prachtige bloementuin van De Tuinen van Weldadigheid om het publiek geboeid mee te nemen in zijn gedreven voordracht "Verhalen van mijn ontstaan". Vol van thema's die passen bij de historie van het podium waarop hij stond: liefde, verdriet, verwachtingen en teleurstellingen, gecombineerd met een dosis relativering en humor



Bijzonder was ook het optreden van de 18-jarige Oekraïense pianiste **Anna Nebaba**. Zij bracht Chopin mee naar de Grote Kerk, specialistenwerk, prachtig!

Tegelijkertijd werd in De Tuinen van Weldadigheid muziektheater opgevoerd. De jongeren uit het Drentse talentontwikkelingstraject #Go Classic speelden de locatievoorstelling 'All blue is paars'. Tijdens de Summerschool voorafgaand aan het festival maakten ze, onder begeleiding van professionals, zeer persoonlijk theater met eigen muziek en teksten dat leidde tot een prachtige, ontroerende voorstelling op een schitterende locatie. Schrijver **Suzanne Jansen**, bekend van haar bestseller *Het pauperparadijs*, schreef speciaal voor Festival Veenhuizen 'Cato en de Eik' – een muzikaal verhaal over haar betovergrootmoeder Cato die in het beruchte Derde Gesticht van de kolonie woonde. De muzikale omlijsting was van klarinettist en finalist van de Grachtenfestivalprijs **Gerbrich Meijer**. Maar Twee uitverkochte sets bewezen dat dit een goede keuze was.

De **young professionals** van **kamerorkest Somer** speelden samen met Julia Philippons, jazzviolinist, het swingende Technicolor. Met als tegenhanger de prachtige muziek van de in vergetelheid geraakte Asser componist, Louis Somer.

Het buitenpodium van Coco Maria heeft ook dit jaar bewezen sfeerbepalend te zijn. Naast betaalde top-optredens van o.a **Lucie Horsch en Fuse** waren hier tussen 17:00 en 20:00 gratis optredens te bezoeken. De combinatie van de sfeervolle muziek van **Sweet Toko** en **Trio Acai**, het prachtige boerderij terrein van Coco Maria, een foodtruck en het mooie weer was voor veel bezoekers ongetwijfeld een mooie festivalervaring.

De programmeurs van Fuse waren in diverse samenstellingen op het festival te vinden, in pop-ups, duo's en trio's. **Koffie met Fuse** was ook dit jaar de vrolijke dagopening waarbij het zestal hun persoonlijke concerttips toelichtte aan het bomvolle Koffielust terras. En voor hun **Ellington Special** bracht de groep enkele van de beste Nederlandse jazzmuzikanten naar Veenhuizen (Timothy Banchet, piano; Ruud Breuls, trompet; Jasper van Damme, saxofoon). Met een energieke mix van bekende hits en zelden uitgevoerde Suites van Duke Ellington sloten ze het festival af.

Het festivalterrein werd optimaal benut. Niet alleen op de grote locaties waren optredens, maar verspreid over het terrein waren er verschillende gratis bij te wonen **pop-up-optredens**, bijvoorbeeld in Bitter & Zoet, Theetuin Zunneshien, Koffielust en Maallust. De bezoekers werden verrast door onder andere blokfluitist Lucie Horsch, het Dianto blaaskwintet en zangeres Femke Smit.

Een prachtige aanvulling op de programmering waren de twee optredens in de penitentiaire inrichtingen waaronder Esserheem, waarbij ook het publiek van harte welkom was bij één van de voorstellingen. Waar Oneiros Ensemble en rapper Jooz samen met gedetineerden een muzikale voorstelling hebben gearrangeerd. Zoals het dagblad schreef: "Drenthe heeft met Esserheem een eigen variant en in één zaal daarvan wachten de drie musici van het Oneiros Ensemble geduldig. Ze hebben net een uurtje kunnen kennismaken en repeteren met drie gedetineerden die eerder een workshop volgden onder leiding van Jooz. Mooi initiatief waarbij Bibliotheek Noordenveld is betrokken."

Aftermovie

Fotograaf en videograaf Maurice Vos heeft zowel de foto's als een aftermovie gemaakt.

 <https://www.youtube.com/watch?v=H6I1IVbWbZw>

2.3 Behaalde zakelijke doelstellingen

Voor de editie van 2022 had de organisatie zich ten doel gesteld het **publieksbereik te vergroten** en een **trouwe achterban op te bouwen**. Daarnaast wilde het festival zich **sterker positioneren** als avontuurlijk en verrassend multidisciplinair festival met een grote rol voor de omgeving en haar geschiedenis. Ook **meer media-aandacht** was een belangrijk marketingdoel.

Om onze trouwe achterban uit te bouwen hebben we in de week na het Festival een evaluatieformulier via de mail gestuurd, met als doel feedback te krijgen en de betrokkenheid van het publiek te vergroten. Zie voor de resultaten van dit onderzoek paragraaf 3.4. Het afgelopen jaar hebben we meer “vrienden” van het Festival mogen verwelkomen. Vrienden leveren een financiële bijdrage en geven morele steun aan de organisatie. Als dank hiervoor worden zij als eerste geïnformeerd over het programma zodat ze met voorrang tickets kunnen bestellen waarbij ze ook een kleine attentie ontvangen.

Het Festival raakt steeds meer bekend en er komen meer bezoekers dan voorgaande jaren. De samenwerking met de plaatselijke bevolking, ondernemers en de penitentiaire inrichtingen is het afgelopen jaar succesvol geïntensiveerd.

In 2023 hopen we het eerste Lustrum te organiseren en te vieren.

Vergroten publieksbereik | Verkoop

In 2021 had het Festival te maken met de Coronamaatregelen. Doordat we niet alle plaatsen konden verkopen bleven stoelen onbezet tijdens uitverkochte voorstellingen. Het afgelopen jaar heeft het Festival zonder Corona-maatregelen meer publiek mogen ontvangen. Bezoekers hebben hierdoor dit jaar meerdere concerten kunnen zien en ook verbleef het publiek langer in Veenhuizen. Daarvan hebben de lokale ondernemers profijt gehad, zowel gedurende het dag- als avondprogramma. Winst voor beide partijen daar het festival alleen maar met de ondernemers van Veenhuizen tot een succes gemaakt kan worden. Ook in de media is er meer aandacht besteed aan het Festival.

Nieuwsbrief

Augustus 2021:	660 leden
Augustus 2022:	959 leden

Sociale media

Facebook op 1 januari 2022:	1309 likes
Facebook op 30 augustus 2022:	1419 likes

Instagram 1 januari 2022:	343 volgers
Instagram 30 augustus 2022:	473 volgers

Nb. 1 Niet meegenomen is het behaalde bereik via de eigen kanalen van Fuse en de programmeurs.

Nb 2. De doelgroep van het festival is niet de doelgroep die zelf heel actief is op social media.

Meer media-aandacht | Publiciteit

De organisatie van Festival Veenhuizen is erin geslaagd veel publiciteit te genereren. De publiciteit bestond uit volgende onderdelen:

Drukwerk

- A0 posters, verspreid in Assen, Ooststellingwerf, Noordenveld, Groningen, Midden-Drenthe

- Posters A3 en flyers A5, deels verspreid in Assen, Emmen, Groningen, Veenhuizen, diverse toeristische locaties in de regio

Pers

Er zijn drie persberichten verstuurd:

- Festival Veenhuizen kaartverkoop van start (begin juni)
- Aankondiging vierde editie (begin augustus)
- Werelderfgoed dorp Veenhuizen omgetoverd tot concertdecor - vierde editie was een succes (na festival)

Plaatsingen in diverse uitgaven dag en weekbladen en op de socials:

Dagblad van het Noorden, Trouw, De Krant, Roder Journaal, Omroep Assen, The Next Gig, Drents Nieuws, Omroep Assen, RTV Drenthe, DitisRoden,

Advertenties in:

De Krant, Norger Courant, Dagblad van het Noorden, diverse social media, VanPlan.

Brugbanners en beachflags

Behaald bereik doelgroepen

Festival Veenhuizen richt zich op nieuwsgierige cultuurliefhebbers die openstaan voor muzikale ontdekkingen in een bijzondere context. De resultaten van het publieksonderzoek gaven een goed beeld van de gemiddelde leeftijd van de bezoekers, hun opleidingsniveau en hun woonplaats. Een groot deel van het publiek was afkomstig uit de provincie Drenthe, vooral uit Assen en uit de stad Groningen, met een minder groot deel uit de provincies Groningen en Friesland. Een kleinere groep kwam uit de Randstad, in het bijzonder uit Amsterdam maar ook uit België. Het publiek is minimaal HBO geschoold en de leeftijd is vooral 55+. Het gros van het publiek komt met de auto omdat Veenhuizen lastig te bereiken is per openbaar vervoer. Het publiek werd gestimuleerd om de eigen fiets mee te nemen of ter plaatse een fiets te huren om de diverse locaties te bezoeken.

Met zo'n 2500 bezoekers (ca. 500 meer dan bij de derde editie en ca. 900 meer dan bij de 2^{de} editie) haalde Festival Veenhuizen het beoogde aantal bezoekers binnen.

“ Mooie afsluiting van mijn “Festival Veenhuizen: de persoonlijke lezing en rondleiding van @MarietMeester in huis annex school van haar jeugd in #Veenhuizen. Ik genoot van haar recente autobiografisch boek Koloniekind en hier kreeg dat nog meer reliëfs ”

Annie van Gansewinkel @AnnievGansewink, 20 augustus 2022, Twitter



2.4 Aandacht in de media

In de vorige paragraaf staat de volledige lijst met alle publicaties in de diverse kranten en tijdschriften en op websites. Hieronder lichten we nog een aantal mediamomenten uit.

Meerdere radio-interviews zowel lokaal via Omroep Assen, RTV Drenthe maar ook via NPO Radio 4 waaronder een interview met Suzanne Jansen.

<https://www.nporadio4.nl/fragmenten/de-ochtend-van-4/76d645b2-6252-44ba-8c3b-d6dee2bd7656/2022-08-16-suzanna-jansen-schrijft-voorstelling-over-weeskinderen-voor-festival-veenuuizen>

<https://dvhn.nl/drenthe/Fluiten-Lucie-Horsch-zijn-nog-nooit-zo-heet-geweest-als-in-Veenhuizen-27879306.html>

Item van provincie Drenthe over Festival Veenhuizen:

<https://twitter.com/ProvDrenthe/status/1559112090828300288?s=20&t=T8Fsd0NguPR2lMZ2QUtbww>

Meerdere recensies in dag- en weekbladen:

“ Kleinschaligheid en talentontwikkeling is waar het festival op inzet, maar wat is het jammer dat jongeren als bezoekers de weg nog niet massaal hebben weten te vinden naar Veenhuizen. Nu zijn het vooral vijftigplussers die genieten van muziek, verhalen en het prachtige decor op plekken met namen als Tuinen van Weldadigheid. ”

Dagblad van het Noorden, 22 augustus 2022

“ 2500 bezoekers Festival Veenhuizen zien fris programma van klassiek en jazz, met gedetineerde rappers en Lucie Horsch in de hitte: 'Mijn fluiten zijn nog nooit zo heet geweest' ”

Dagblad van het Noorden, 22 augustus 2022

3 Evaluatie

3.1 Successen

De vierde editie van Festival Veenhuizen was voor de tweede keer in handen van Fuse. Zij hebben een prachtig gevarieerd programma neergezet met zowel klassieke recitals als crossovers tussen muziek en andere kunstdisciplines en diverse muziekstijlen.

Ons uitgangspunt om ons meer te focussen op de onconventionele voorstellingen blijkt de juiste; deze voorstellingen trokken meer publiek dan de 'traditionele' klassieke recitals.

Het festival trok dit jaar zo'n 500 bezoekers meer dan het afgelopen jaar. De feedback van de bezoekers op de enquête die we na afloop hebben doen uitgaan was over het algemeen zeer positief; goede organisatie, fijne sfeer, prachtige programmering!

De samenwerking met #GoClassic bleek een goede aanvulling; dit jaar resulteerde de Summerschool, die voorafging aan het festival, in twee uitverkochte voorstellingen, waarin

de jongeren veel van zichzelf hebben laten zien. Met deze voorstellingen trokken we publiek dat anders niet naar het festival was gegaan.

De sfeer binnen de organisatie was optimaal, er werd zeer goed en efficiënt samengewerkt en dat heeft zijn weerslag op het festival. Ook de keuze om de medewerkers, vrijwilligers en de musici te laten eten bij het festival kantoor beviel goed; men leerde elkaar kennen en had de mogelijkheid relevante informatie uit te wisselen. En bovenal kwam het de sfeer ten goede!

De concerten in de gevangenis waren een waardevolle aanvulling; bezoekers vonden het boeiend om in de gevangenis te kijken en de gedetineerden leverden een echte bijdrage aan het festival. Een aanvulling voor het festival, voor de penitentiaire inrichting en de samenwerking met de bibliotheek Noordenveld!

En - niet onbelangrijk - het warme contact en de samenwerking met Veenhuizen waaronder met name de (horeca)ondernemers was erg prettig. Niet alleen in de voorbereiding maar ook tijdens het festival zelf was er warm contact en een gezamenlijke drive om het festival tot een succes te maken. De bezoekers zagen dit onder andere terug in de gastvrije ontvangst maar ook de aandacht door de ondernemers gegeven aan de aankleding en sfeer van hun accommodaties.

3.2 Leerpunten

We hebben geleerd dat het van belang is, vanwege de zomervakantie spreiding over drie regio's, dat het campagnemateriaal ruim voor de start van de eerste periode klaar moet zijn, zodat via verenigingen, muziekscholen en ander organisaties meer potentieel publiek bereikt kan worden.

Voor komende editie(s) ziet het bestuur ook graag dat er eerder begonnen wordt met het vastleggen van artiesten en dat onzekerheden over de faciliteiten/de podia zo vroeg mogelijk in de cyclus van een editie worden uitgezocht.

Door Fuse is het idee gelanceerd een kinderpodium te creëren. Dit moet goed en ruim van tevoren worden aangekondigd, zodat muziekdocenten, koren en orkesten hiervoor kunnen worden benaderd en zij leerlingen kunnen motiveren zich aan te melden.

De organisatie wil samen met het bestuur onderzoeken of het programma wellicht iets te druk was, of dat het nodig is de tijd tussen de diverse optredens ruimer te maken. Het aanbod was groot, maar daarmee vergroot je ook de kans dat het publiek acts moet overslaan of te laat arriveert als het ergens uitloopt.

Veenhuizen heeft weinig horeca die ook 's avonds open is. De organisatie wil onderzoeken - in overleg met de lokale horeca - of en hoe daar een aanbod voor kan worden gedaan.

De bewegwijzering in Veenhuizen naar alle verschillende locaties mag nog helderder en eenduidiger worden gemaakt. Hiervoor gaat in de nieuwe begroting ruimte worden opgenomen om een investering voor langere termijn te doen.

3.3. Reactie uit publieksenquête

Trouwe achterban opbouwen | *Publieksonderzoek en sociale media*

Uit het publieksonderzoek, het aantal inschrijvingen voor de nieuwsbrief (meer dan verdubbeld) en het toenemende aantal volgers op sociale media bleek dat het publiek enthousiast was over Festival Veenhuizen.

Publieksonderzoek

De uitkomsten van het publieksonderzoek waren overwegend positief. De meeste bezoekers gaven een 8 of hoger voor de programmering. Ruim de helft van het aantal bezoekers geeft zelfs een 9 of hoger. Er was veel lof over de entourage, de locaties en de vriendelijke vrijwilligers. Verder kwam duidelijk uit het onderzoek naar voren dat de meeste mensen hun informatie over het festival via via opdeden of via sociale media.

De belangrijkste feedback ging over de reistijd tussen de locaties, die was soms te lang en de programmaonderdelen waren soms te dicht op elkaar gepland, waardoor bezoekers niet op tijd op een locatie konden zijn of een voorstelling voortijdig moesten verlaten om op tijd op de volgende locatie te zijn. Dit wordt uiteraard meegenomen in de opzet van de volgende editie.

Enkele reacties van bezoekers

- Muzikaal was het festival weer fantastisch, ik kijk alweer uit naar volgend jaar en hoop dat Fuse zelf ook zo actief blijft deelnemen
- Wij hebben genoten, heerlijk toegankelijk en open en ook de artiesten zo persoonlijk met hun eigen verhalen en muziek.
- Heerlijk genoten van het Festival! De enige aanvulling zou misschien iets meer food trucks zijn. Verder heerlijk genoten van het festival en volgend jaar zijn we zeker weer van de partij!
- Geweldig gezellig, goede sfeer en leuk contact gehad met de lokale bewoners van Veenhuizen. Als het uitkomt komen we volgend jaar weer.
- De voorstellingen liggen vrij ver uit elkaar. Toevallig hadden we een aantal voorstellingen met voldoende tijd ertussen, zo niet, waren we erg in de problemen gekomen! Wellicht nog duidelijker aangeven dat men soms voldoende tijd (en energie) nodig heeft om van de ene plaats naar de andere te komen.
- We zijn voor het tweede jaar op rij van 415 km ver gekomen om dit mee te maken. Fuse maakt er een echt top festival van. Tot volgend jaar. Groetjes uit Vlaanderen
- De mix van muziek solo, ensemble, pop-up en verhalen is prachtig!
- Fantastisch georganiseerd! Zeer goede musici



4 Financiële verantwoording

In de bijgevoegde resultaatrekening is het resultaat geplaatst naast de definitief door u goedgekeurde begroting. In paragraaf 4.1 en 4.2 geven wij een toelichting hierop en vergelijken het resultaat met de definitieve begroting.

4.1 Toelichting baten

Publieksinkomsten

- De publieksinkomsten waren voornamelijk gebaseerd op uitkoopsommen. Deze waren hoger dan begroot maar vielen net iets lager uit in de werkbegroting. Hierin zat een verschil van slechts € 683,76.
- Ook de sponsorinkomsten vielen lager uit dan begroot: Dit werd €500 in plaats van €1.000. De sponsorinkomsten vielen tegen doordat het werven van sponsorinkomsten in deze tijd niet eenvoudig is. Daartegenover staat dat we vooral gestuurd hebben om inkomsten uit natura o.a. door het beschikbaar stellen van locaties en materialen.
- De inkomsten vanuit programmaverkoop en merchandise vielen weg doordat hierop dit jaar geen actieve actie is ingezet. Dit had voornamelijk te maken met keuzes in tijdsbesteding.

De totale publieksinkomsten vielen €1.683,76 lager uit dan begroot.

Bijdragen publieke- en private fondsen

Het totaal aan bijdragen van publieke- en private fondsen is zo goed als gelijk aan de definitieve begroting: alleen de bijdrage van donateurs was €225 lager dan begroot.

De totale inkomsten vielen €1.908,76 lager uit dan begroot.

4.2 Toelichting kosten

Personele voorbereidingskosten

- De personele voorbereidingskosten voor de fondsenwerving en artistieke leiding zijn gelijk gebleven aan de begroting.
- De voorbereidingskosten voor de zakelijke leiding, productie en kantoor en administratie zijn iets lager uitgevallen dan begroot. Dit kwam met name doordat de kosten fondsenwerving lager uitvielen en meer kosten zijn gemaakt in de uitvoering.

Materiële voorbereidingskosten

- De materiële voorbereidingskosten vielen lager uit dan begroot.
- De verzekeringskosten en bestuurskosten vielen lager uit dan begroot.
- Er kwam €220 aan bankkosten bij, deze waren bij de eerste begroting niet apart begroot.

De totale voorbereidingskosten vielen €1.965,10 lager uit dan begroot.

Personele uitvoeringskosten

- De kosten voor de zakelijk leider en productie zijn, in tegenstelling bij de voorbereiding, in de uitvoering iets hoger uitgevallen doordat deze kosten verrekend zijn met de kosten in de voorbereiding.
- De kosten voor de artistieke leiding zijn gelijk gebleven. Er is flink bespaard op de festival crew kosten doordat de kosten voornamelijk ook weggeschreven zijn in de kosten crewcatering/horeca, de betrokken ondernemers een deel van de kosten voor

de crew voor hun rekening hebben genomen (dus sponsoring in natura) en de gezamenlijke afsluiting tijdens het slotconcert heeft plaatsgevonden.

- De kosten voor de verkeersregelaars zijn zo goed als gelijk gebleven.
- Ook op EHBO kosten is bespaard.
- De kosten voor de programmering zijn iets lager uitgevallen dan begroot.
- Daarentegen zijn de kosten reis en verblijfskosten hoger uitgevallen.
- Dit komt neer op een relatief klein verschil van €1.510.

Materiële uitvoeringskosten

- De kosten voor de locatiehuur werden ongeveer gehalveerd, doordat het gros van de locaties kosteloos is aangeboden door de (horeca)ondernemers en betrokkenen.
- De kosten voor productiemateriaal en aankleding van het terrein werden ongeveer verdubbeld: dit kwam doordat de kosten techniek, materiaalhuur en mankosten zijn verhoogd het afgelopen jaar.
- Ook de materiaalhuur voor techniek en de reis- en verblijfskosten vielen hoger uit dan begroot. Dit kwam doordat veel bedrijven en artiesten hun prijzen omhoog hebben gedaan.
- De kosten voor instrumentenhuur en catering vielen iets lager uit dan begroot.
- De kosten voor de Buma rechten en overige productiekosten waren een minimale hoeveelheid hoger dan begroot.

De uitvoeringskosten vielen €512,37 lager uit dan begroot.

Educatie en publiciteit

- De kosten voor de educatie waren bij de werkbegroting al in de rest van de programma- en productiekosten opgenomen.
- De publiciteitskosten zijn in totaal €806,06 hoger uitgevallen dan begroot, waarbinnen sommige posten een stuk hoger zijn uitgevallen dan verwacht en op andere posten weer is bezuinigd.
- Zo zijn de kosten voor het ontwerpen en drukken van publiciteitsmateriaal meer dan verdubbeld, van €4000 op de begroting naar €8.370,48. Daarentegen zijn de kosten "programma" en "overige kosten" lager uitgevallen.
- Ook werden de kosten voor de kaartverkoop en bandjes, á €1.640,75, uiteindelijk toch uit deze post betaald.
- Om deze kosten te compenseren is er op de volgende kostenposten bezuinigd: fotografie, advertenties, programma en overige PR kosten. Hier is vooral ingestoken op het stimuleren en verbreden van de free publicity. Waarbij gebruik is gemaakt van bestaande en nieuwe (social) mediakanalen en ook de musici en alle betrokken partners gestimuleerd zijn om naast het eigen optreden ook het festival te promoten.
- Het honorarium voor de marketingmedewerker is gelijk gebleven aan de begroting.

De totale kosten vielen €646,67 lager uit dan begroot.

Het resultaat van het project is -€1.262,09.

Dit verschil zal worden gedekt uit reserves van de stichting zelf.

Bijlage 1 Festival Veenhuizen 2022 - werkbegroting met resultaat