

# Tussentijdse evaluatie Popbeleid 2012 - 2016

## Inleiding

In september 2012 is het popbeleid 2012 – 2016 vastgesteld door de Raad. Omdat de uitvoering van het popbeleid 2012 - 2016 door Cool, Mixtream en Kompleks nieuw is en vooral Cool als hoofdaannemer een naam heeft moeten opbouwen in het popcircuit, is afgesproken dat er in het najaar van 2014 een evaluatie zal worden gehouden om zo nodig het popbeleid aan te passen en aan te scherpen.

Het popbeleid is opgesteld na de sluiting van het grote poppodium en uitgaanscentrum De Waerdse Tempel op 1 januari 2012. De subsidie aan stichting Luna voor het organiseren van popactiviteiten in de Waerdse Tempel werd stopgezet en daardoor ontstond de noodzaak om te kijken naar een nieuw beleidskader. Dit is gedaan in samenwerking met een aantal partijen die actief zijn op dit terrein en met een vertegenwoordiging van de jeugd. Het popbeleid in Heerhugowaard wordt breed ingestoken, niet alleen podiumkunst maar ook kunsteducatie wordt erbij betrokken.



Het doel van het popbeleid is het realiseren van een zo compleet mogelijk popcultureel aanbod, passend bij de stad Heerhugowaard en uitgevoerd door lokale partijen die actief zijn op dit terrein.

De dynamiek en creativiteit van popcultuur is te vangen in de woorden “**beleven**” en “**leren**”, die in Heerhugowaard bekend staan als de pijlers van het cultuurbeleid.

**Beleven:** met een bruisend Stadshart, plekken waarin je popmuziek kunt beluisteren, diversiteit en spreiding, toegankelijk en betaalbaar.

**Leren:** Na kennismaking in eerste levensjaren volgt verdieping van de talentontwikkeling. Educatie, cultuuractiviteiten op school, workshops, voldoende oefenruimtes, podium, support, innovatie.

In de uitvoering van het popbeleid is sprake van een doorlopende leerlijn door het verbinden van leertrajecten en workshops aan de concerten.

Kernwoorden in het popbeleid zijn: diversiteit, betaalbaarheid, bruisend stadshart, spreiding, samenwerking, talentontwikkeling, workshops, voldoende oefenruimtes, support en mogelijkheid tot ontwikkeling.

De uitvoering van het popbeleid wordt gedaan door Cool, Kompleks en Mixtream. De Jeugd en Jongerenraad (JJR) heeft hierin een adviserende rol. Daarnaast zijn nog veel jongeren als vrijwilliger actief. De partners hebben een samenwerkingsovereenkomst afgesloten.

## Wat willen we bereiken (kaders popbeleid):

- Meer concerten in het C- circuit: 200 tot 350 bezoekers, programmering gericht op bepaalde niches in de popcultuur en/of op bepaalde specifieke (lokale) doelgroepen: hiphop, R&B, jazz, gothic, enz.
- Meer muziekevenementen/-festivals: inhoudelijk georganiseerd en/of gepresenteerd rond een bepaald thema of bepaalde muziekstijl of vanuit een multidisciplinaire aanpak
- Meer spreiding over de muziekstijlen: popcultuur kent een grote bandbreedte. Het aanspreken van zoveel mogelijk genres en stromingen spreekt ook een zo breed mogelijk publiek aan.
- Meer aanbod voor uiteenlopende leeftijdsgroepen. Inmiddels zijn vele generaties opgegroeid met popcultuur. Het accent voor Heerhugowaard ligt op de doelgroep tussen

15 en 25 jaar, maar er dient ook aandacht te zijn voor de oudere doelgroepen (denk aan genres rock, blues, jazz enz.)

- Meer mogelijkheden van optredens van lokale bands: combinatie van oefenfaciliteiten en presentatiemogelijkheden, talentenjachten, bandcompetities e.d.
- Meer aanbod van verschillende soorten activiteiten: organiseer niet alleen popconcerten alleen, maar zorg daarin voor kruisbestuivingen tussen meerdere disciplines (workshops, masterclasses, multimedia enz.)
- Meer samenwerking tussen initiatieven op het gebied van popcultuur. Denk hierbij aan een gezamenlijk festival, coproducties e.d. van de organisaties die zich bezig houden met popcultuur.
- Een goede verhouding tussen lokaal aanbod en bovenlokaal aanbod realiseren. Het aanbod van live muziek is beperkt, popliefhebbers zijn mobiel en in toenemende mate bereid om (ver) te reizen om hun idool te zien optreden. Het gewenste lokale aanbod dient altijd te worden gezien in het licht van het aanbod in de regio en het landelijk aanbod; het lokale aanbod dient primair gericht te zijn op de eigen bevolking.

### Stand van zaken tot nu toe:

**Cool** heeft tijd nodig om een naam op te bouwen als poppodium. Er is veel energie ingestoken om dit te bewerkstelligen en er zit een stijgende lijn in. In 2013 heeft Cool voor het eerst een compleet programma gepresenteerd:



- Er zijn 9 popconcerten geweest, waaronder bekende namen als Jan Akkerman, Van Velzen, Moke, DJ Valerio, DJ Dex en lange Frans. De bezoekersaantallen liepen uiteen van 60 tot 450.
- Een popfestival (BoNoZeKa), een laagdrempelig festival voor alle bands, beginnend of gevorderd, van boven het Noordzeekanaal. De enige voorwaarde om mee te doen is dat men voornamelijk eigen werk speelt. Er hebben zo'n 40 bands meegedaan.
- Een singer-songwriter contest, er hebben 12 singer songwriters meegedaan aan de contest. De winnaar/songwriter kreeg een masterclass van de legendarische singer/songwriter Chip Taylor.
- Daarnaast nog diverse (openbare) popworkshops, meet & greets, coaching sessies en popactiviteiten in Kompleks, Cool en op middelbare scholen.
- Jaarlijkse aftrap van het culturele seizoen tijdens het Coolpleinfestival met diverse professionele bands, amateurbands en een hoofdact. Het popprogramma maakt hier onderdeel van uit.

**Mixtream** is een gratis toegankelijk openluchtfestival met muziek als belangrijkste discipline en is in 2014 voor de 14<sup>e</sup> keer georganiseerd, traditioneel op de laatste zondag van augustus in het Rosarium. De naam is nog steeds eigentijds (een mix van muziekstijlen en andere kunstvormen). Het festival trekt jaarlijks zo'n 5000 bezoekers. Gemiddeld 80 vrijwilligers zijn actief op Mixtream. De centrale ligging, gratis toegang, lage consumptieprijsen en het vriendelijke karakter maken van Mixtream een laagdrempelig festival waar een grote verscheidenheid aan mensen op afkomt. Lokaal en regionaal talent delen de twee podia (mainstage en dj stage) met aanstormende acts,

en reeds gevestigde namen uit binnen- en buitenland. Regionaal talent werden op de podia afgewisseld met grote namen als Eefje de Visser, The Darkraver, Nuno dos Santos, Kraantje Pappie en SKIP&DIE.

In de aanloop naar het festival ligt het accent op talentontwikkeling en wordt de Mixtream Contest georganiseerd, voor bands en dj's. Door middel van coaching, workshops en masterclasses worden de beginnende muzikanten gestimuleerd in hun talent en uitgedaagd in de ontwikkeling van hun muzikale ambities.

**Kompleks** is een onderdeel in de keten van popactiviteiten, waarin de goede samenwerking tussen Mixtream, Cool en de Jeugd- en Jongerenraad tot mooie ontwikkelingen leidt. In 2013 zijn er 44 concerten/theater en podiumactiviteiten gerealiseerd. Er waren 93 workshops en totaal 4324 bezoekers bij podiumactiviteiten en 1042 deelnemers bij de 93 workshops. Sing-songwriters activiteiten worden zowel in Kompleks als in Cool georganiseerd. Kompleks organiseert in samenwerking met Cool Live! Heerhugowaards talent op vinyl. Aan het eind van dit jaar verschijnt een lp met 10 nummers van Heerhugowaardse bands en sing-songwriters. Gekeken wordt of en hoe dit straks op regionaal (landelijk) niveau de aandacht kan krijgen.



### **Samenwerking met commerciële partijen**

Voor wat betreft activiteiten op het Coolplein wordt samengewerkt in de Stichting Coolplein. Hierin participeren de ondernemers van het Coolplein en de boulevard. De ondernemers werken mee met het Coolpleinfestival (niet financieel).

Optredens van bands, sing-songwriters gebeurt niet in de café's/restaurants (er is geen vraag naar). Cool café houdt wel zelf regelmatig sing-songwriters avonden. Men zou nog kunnen denken aan een blues of jazz festival verspreid over de stad.

Het onderscheid met het commerciële circuit is het scholingstraject dat verbonden is aan de concerten en evenementen georganiseerd door de partners. Dit betekent een kwaliteitsslag voor de amateurkunst. De organiserende partners werken met veel vrijwilligers.

### **Sponsoring**

Zowel Mixtream als Cool hebben sponsors. Het blijft maatwerk, bedrijven verbinden zich vaak aan bepaalde activiteiten of naam.

Bij Mixtream vindt de sponsoring plaats in natura (materialen die beschikbaar worden gesteld) en in geld, maar dat is mondigesmaat. Bij Cool is de sponsoring veelal gelabeld aan het Coolpleinfestival. Het is door de slechte economische tijd moeilijk sponsors te vinden.

### **Financiën uitvoeringsprogramma 2013 en volgende jaren**

- ✓ € 95.000 voor 9 popconcerten en een popfestival in Cool, centrum van Kunst en Cultuur, inclusief het voorbereidend activiteiten aanbod in het kader van talentontwikkeling en leertrajecten
- ✓ € 15.000 voor opening van het popculturele seizoen op het Coolplein
- ✓ € 50.000 voor het jaarlijkse openluchtfestival Mixtream;
- ✓ € 15.000 als garantstelling voor Mixtream (is niet verleend)
- ✓ € 5.000 als garantstelling voor Zomertoer (is niet verleend).

- ✓ € 20.000 eenmalig (2013) voor de realisatie van een beweegbaar poppodium (wordt ingezet in Cool en elders).

De niet gebruikte budgetten voor de garantstelling van Mixtream en Zomertoer vloeien jaarlijks terug naar de algemene middelen.

**Conclusies** op basis van de door Cool in samenwerking met Kompleks en Mixtream opgestelde evaluatie (zie bijlage 1), de ingediende jaarverslagen van Cool en Mixtream en overleg met de betrokken partijen.

- ❖ Het huidige vastgestelde popbeleid is nog steeds bijdetijds en actueel.
- ❖ Er is een intensieve samenwerking ontstaan tussen Cool, Kompleks en Mixtream en de Jeugd en Jongerenraad (JJR) als adviserende partner bij de uitvoering van het popbeleid.
- ❖ De samenwerking, vastgelegd in een convenant, zorgt ervoor dat het popprogramma: concerten (groot en klein), workshops, leertrajecten etc. steeds meer beklijft. Men inspireert elkaar en er ontstaan nieuwe initiatieven (Heerhugowaards talent op vinyl). We gaan ervan uit dat dit met de nieuwe welzijnsorganisatie ook zo gaat.
- ❖ De concerten in Cool blijven houden om de naam die in opbouw is als poppodium te bestendigen. Cool heeft voor haar podium een apart beeldmerk: Cool Live!.
- ❖ Cool heeft nog zeker 4 jaar nodig om naam te maken als poppodium.
- ❖ De kracht van het popbeleid is *het verbinden van de leertrajecten en workshops (talentontwikkeling)* aan de concerten. Dit voortzetten binnen de gestelde financiële kaders.
- ❖ Er is geen samenwerking met commerciële partners. Deze partners verbinden geen leertraject aan hun activiteiten.
- ❖ Wat de markt oppakt moeten we daar ook laten.
- ❖ Mixtream, het gratis toegankelijk openluchtfestival met muziek als belangrijkste discipline heeft een naam opgebouwd in Heerhugowaard en de regio en trekt veel publiek in alle leeftijdscategorieën.
- ❖ Er is op het gebied van popcultuur een "footprint" achtergelaten in Heerhugowaard. De popcultuur zet Heerhugowaard op de kaart.
- ❖ Om het huidige niveau van het popprogramma (kwalitatief en kwantitatief) vast te houden is het budget voldoende.
- ❖ De ingezette lijn doorzetten tot en met 2016: het verbinden van leertrajecten en workshops aan de concerten, de ontmoeting van professionals en amateurs, het bieden van een podium, scholingstrajecten en masterclasses aan amateurbands om ervaring op te doen en zich te verbeteren, met de volgende aanbevelingen:

#### **Aanbevelingen**

- ❖ Partijen de mogelijkheid geven om voor een concert incidenteel uit te wijken naar Kompleks, onder de volgende voorwaarden:
  - Cool blijft hoofdaannemer en subsidieontvanger van de 9 afgesproken concerten;
  - Maximaal 1 tot 2 concerten op jaarbasis;
  - Inhoudelijke grond: in het kader van de doorlopende leerlijn komt een concert in Kompleks beter tot zijn recht vanwege sfeer en imago van sommige bands en genres.
- ❖ Onderzoek te doen naar verruiming van de sluitingstijd. Cool heeft de wens geuit de frequentie te verhogen naar 5 keer (is nu 2 keer).
- ❖ Begin 2016 te evalueren of het huidige popbeleid nog steeds voldoet en kan worden voortgezet voor de jaren erna binnen de gestelde financiële kaders.