

Verslag Dutch Harp Festival 2014

Van 26 februari tot en met 2 maart 2014 vond de derde editie van het Dutch Harp Festival plaats. Het vijfdaagse festival met een internationaal concours als rode draad was een groot succes en heeft veel van de hoog gespannen verwachtingen waargemaakt. Zo'n 3.000 (betalende) bezoekers hebben gedurende 5 dagen een grote hoeveelheid aan concerten bezocht. Daarnaast hebben er nog zo'n 3.000 mensen kunnen genieten van de gratis activiteiten. Er heerste de hele week een uitstekende sfeer. De harproute op de afsluitende zondag was niet alleen een goed voorbeeld van een geoliede samenwerking met Culturele Zondag, het liet vooral zien hoe groot de nieuwsgierigheid naar en belangstelling voor het instrument is. Overal in de Domstad doken harpen op en grote getalen bewonderaars luisterden naar de bevlogen, jonge harpisten en trokken van het ene naar het andere optreden.

Het internationale concours kende een uitstekende finale. Het DHF was zeer verrukt over de samenwerking met Ludwig en Ed Spanjaard, die de 3 finalisten uitstekend hebben begeleid. De pas 17-jarige winnares, Juliana Myslov, was een sensatie en een zeer waardige winnares voor het concours met grote internationale ambitie.

Op internet werd het festival en met name het concours op de voet gevolgd, met als hoogtepunt de video-livestream van de finale op zondag 2 maart. Ook de PR-campagne was wederom een succes: de week van het Dutch Harp Festival leek wel een harp week op Radio 4 met tal van live-uitzendingen, verslagen op locatie, interviews en héél veel harpmuziek. De kranten deden uitgebreid verslag en schreven na afloop lovende recensies over de programmering en kwaliteit van het festival. De Telegraaf schreef "Een festival van formaat" en ook de Volkskrant en NRC waren eensgezind: het derde Dutch Harp Festival was de beste editie tot nu toe.

Uiteraard zijn er ook genoeg zaken om te verbeteren. Het festival is inmiddels uitvoerig geëvalueerd door alle betrokken medewerkers, partners, artiesten, juryleden, deelnemers, vrijwilligers en sponsors. De conclusies hieruit, op inhoudelijk en organisatie niveau, worden meegenomen in de uitvoering en ontwikkeling van volgende edities.

Festival programmering

Het thema van dit jaar "Storytelling" heeft erg goed uitgepakt. De rode draad door het hele festival werkte uitstekend en publiek en pers waren verrast door de inhoudelijk bijzondere concepten. De concerten waren van bijzonder hoog niveau én bovendien was elk concert op zijn eigen manier een belevenis. Er was eigenlijk geen standaard concert, maar elk optreden had zijn eigen insteek en zijn eigen manier om een verhaal te vertellen. Ook werd hierdoor de veelzijdigheid van het instrument benadrukt; van combinaties met het Afrikaanse instrument de Cora, oud Deense zangteksten tot en met singer-songwriters of elektronica.

Qua programmeringsprofiel zijn grote stappen gezet; vermaarde solisten hebben zich aan het festival verbonden en door verrassende samenwerkingen ontstonden veel spannende en inhoudelijke sterke concerten. De waardering hiervoor kwam terug van zowel publiek, artiesten als pers. In de komende editie zal zeker weer naar zo'n spannende samenhang in programmering worden gezocht.

Het festival was 4 in plaats van 6 dagen lang zoals in 2012, met meer elkaar opvolgende concerten op verschillende locaties per dag. Er werden inderdaad combinatiekaarten (dag of avond) verkocht en veel bezoekers combineerde de concerten met een bezoekje aan het festivalcafé. De late night concerten werden minder goed bezocht dan verwacht. Volgende keer moet nog beter over de samenhang en logistiek worden nagedacht.

Concours

De professionaliseringsslag die op het concoursvlak gemaakt moest worden is zeer wel geslaagd. Het aantal deelnemers aan het concours was door de hoge toelatingseisen en het uitdagende programma (veel eigen invulling en presentatie onder andere geïnspireerd op het thema Storytelling) dan wel kleiner dan in 2012. De kwaliteit van de deelnemers en met name ook de drie finalisten, was zeker hoger. Door de geweldige begeleiding was het niveau van de finale daardoor in zijn geheel ook hoog. De samenwerking met het orkest Ludwig en dirigent Ed Spanjaard is uitstekend bevallen. In dit licht wordt uitvoerig nagedacht over de te nemen stappen naar 2016 toe.

De concoursdeelnemers waren zeer positief over het concours en het aangeboden programma naast de competitie; een welkomst- en eindborrel, masterclasses, workshops over presentatie en samenwerking met componisten en speeddatesessies met de jury voor feedback na de halve finale.

De tournee in oktober 2013 is in samenwerking met het Kamermuziekfestival van Almere georganiseerd. Dit leidde tot een interessanter en afwisselender programma voor podia en publiek, meer publieksbereik en de mogelijkheid om samen een concert in het Concertgebouw te organiseren, zowel voor publiek als (potentiele) sponsors. Voor komende tournee zal weer naar samenwerking worden gezocht, wellicht ook met programmeurs van podia om te kijken of voor zowel musici als publiek een ander/nieuw interessant concept van presentatie kan worden geïnitieerd.

De compositie competitie leverde meer dan 70 inzendingen in. De vijfkoppige jury had een moeilijke taak om hier 3 stukken uit te kiezen. Deze werden met verve vertolkt door drie gerenommeerde Nederlands harpisten tijdens de finale op zaterdag 1 maart, waarna het publiek de winnende compositie koos.

Partners

Het Dutch Harp Festival heeft, zoals de doelstelling was, nauw samengewerkt met vele Utrechts partners. Naast ondernemers en culturele fondsen werd samengewerkt met de Utrechtse podia: Vredenburg Leeuwenbergh, Vredenburg Leidsche Rijn, RASA, het Utrechts Conservatorium, de Domkerk. De Winkel van Sinkel fungeerde als festivalcafé met korte optredens, interviews en voorproefjes. Verder werd er samengewerkt met de Gaudeamus Muziekweek op het gebied van de compositie wedstrijd en een basis gelegd voor toekomstige samenwerkingen met onder andere het Franz Liszt Concours.

Tijdens de harproute heeft het DHF zich over heel Utrecht verspreid met concerten op tal van locaties in samenwerking met Culturele Zondagen. Dit had een groot bereik en zichtbaarheid tot gevolg. Ook de Culturele Zondagen zijn enthousiast en er is al gesproken over een samenwerking in 2016. De Zondag zal dan wellicht worden ingezet als marketing instrument, 1 of 2 weken voor het festival.

Op nationaal niveau waren er samenwerkingen met de Nederlandse Harpvereniging en het Rosa Spier Concours. Haar winnaars lieten van zich horen tijdens het festival. Ook werd er aansluiting gevonden bij de Nederlandse Folk Harp Vereniging, waar veel amateurharpisten bij aangesloten zijn. Hier werd in deze 2014-editie een belangrijke basis gelegd voor de toekomst.

Het mediapartnerschap met Radio 4 pakte zeer goed uit. De weken voorafgaand aan het festival was er buitengewoon veel aandacht voor het festival en ook tijdens het DHF deed voornamelijk omroep MAX veel live-verslag van concerten en evenementen. Ook de samenwerking met NTR Podium in het festivalcafé in de Winkel van Sinkel was een groot succes.

De samenwerking met RTV Utrecht resulteerde bovendien in een paar mooie items en speciaal was ook het partnerschap dat het DHF met de Telegraaf wist te sluiten, die dankzij een toegezegde scoop van het harpconcert van Herman van Veen veel aandacht aan het DHF schonk met voorpublicaties, acties en een uitgebreide recensie.

Positie in Utrecht

Het Dutch Harp Festival is na drie edities onlosmakelijk met Utrecht verbonden. Buiten de festivalgangers hebben ontzettend veel mensen op enerlei wijze van het festival vernomen en is het imago van het festival goed neergezet.

Er is bovendien een algemeen beeld van hoge kwaliteit van het festival en er wordt door steeds meer harpisten uit het buitenland uitgekeken naar het evenement. Bovendien wordt het concours op de voet gevolgd en begint het zijn internationale naam op te bouwen. Door de nauwe band met het Utrecht Conservatorium en de rijke historie van de harp in (de provincie) Utrecht blijft de connectie bovendien zeer logisch, al is de aanstaande opheffing van de harpklas in Utrecht wel een bedreiging.

Ambities

Het Dutch Harp Festival heeft met zijn derde editie veel hooggespannen verwachtingen en een groot deel van de eigen ambities ingelost. Op het vlak van professionalisering zijn belangrijke stappen gezet. Daarnaast is een kleine publieksgroei bereikt, al was deze voorafgaand aan het festival hoger geschat (zeker qua betalende bezoekers). Het blijft een uitdaging om de inhoudelijk sterke concepten goed over te brengen op de juiste doelgroepen. Met alleen de promotie van het festival als geheel blijkt het moeilijk om nieuw publiek te trekken. De doelstelling om juist voor dit instrument een groter publiek te trekken, los van de reputatie die het festival aan het opbouwen is, vraagt dan ook om een andere aanpak. Om de potentie van elk concert optimaal te benutten zouden nog meer financiën en tijd nodig zijn. Het festival zal voor volgende editie nog meer proberen bestaande netwerken te benutten, bijvoorbeeld door een van de concerten bij een bestaande en goed lopende serie aan te laten sluiten.

Om het concours te laten groeien, zal er verder gebouwd moeten worden aan een ijzersterke internationale reputatie. Om te zorgen dat het concours zich nog verder internationaal kan manifesteren moet de PR van het concours uitgebreid worden. Naast het neerzetten van een goed concours, dat de deelnemers ook meer biedt dan alleen de competitie, en het promoten van de winnaar, zal voor de volgende editie onder andere de nadruk liggen op het scouten van kandidaten van hoog niveau.

Financiën

Er is een groot bedrag aan baten binnengehaald voor het Dutch Harp Festival 2014. Echter, het bedrag volgens de wensbegroting is niet geheel gegenereerd. Hierdoor moest het programma uiteindelijk aangepast worden. De uitgangspunten voor deze keuzes lagen in het overeind houden van het idee van en de samenhang binnen de programmering van het festival en het handhaven van zoveel mogelijk kwaliteitsverbeteringen ten opzichte van de vorige editie van het concours.

Er zijn in de festivalprogrammering twee grote projecten uitgethaald, die ten opzichte van de overige Programmering erg arbeidsintensief zouden zijn en daarbij ook direct veel geld zouden kosten door techniek en het grote aantal medewerkers. Het gaat om *The News* dat elke dag zou terugkomen voorafgaand aan het avondconcert en *Nero's Dinner*; een uitgebreid dinerconcert op de zaterdagavond. Beide items zouden ook weinig of geen extra inkomsten door kaartverkoop genereren. *The News* in het festivalcafé is uiteindelijk in een zeer afgeslankte versie wel doorgegaan en op donderdag ook live uitgezonden via de NTR. Binnen het concours zijn de kwaliteitsverbeteringen van een jury met gerenommeerde (buitenlandse) leden, masterclasses door specialisten voor de deelnemers, groter budget aan prijzengeld en meer financiële ruimte om een professioneel orkest in te kunnen huren voor de finale gehandhaafd.

De bijstelling hiervan is in februari reeds naar u toe gezonden en opgenomen in de afrekening. Uiteindelijk zijn de kosten gehandhaafd en de baten nog iets tegengevallen. Het ontstane, voor de stichting niet levensbedreigende tekort, wordt opgelost door de Vriendenclub verder uit te breiden en kan opgevangen worden door de structurele inkomsten in 2015. Verder specificatie volgt hieronder.

KOSTEN

De totale beheerslasten zijn nagenoeg hetzelfde gebleven. De materiele kosten zijn scherp gesteld ten baten van de personele kosten om de professionalisering op dit gebied te handhaven. De artistiek leider heeft omwille van het niet willen doen van meer concessies een deel van zijn eigen bezoldiging ingeleverd.

In personele activiteitenlasten is ongeveer 30.000 euro bezuinigd. Door het wegvallen van bovengenoemde concerten binnen het festival zijn zowel de honoraria als de technici en producent kostenposten gedaald. Er zijn drie gerenommeerde harpisten, die zowel in het festival spelen, jurylid zijn en de openbare masterclasses geven voor de concoursdeelnemers. Met hen zijn package deals afgesproken. De presentatie van het Festivalcafé is om niet gedaan door verschillende personen en het café is ingevuld met artiesten die al betrokken waren bij het festival om hun eigen voorstelling nog eens extra te promoten. Het werk van de concoursproducent is tijdens het uitzetten en de aanmeldingsperiode door de bureaumedewerker en stagiair overgenomen, intensief begeleid door de zakelijke leiding. Het was uiteindelijk voor de organisatie een vrij zware belasting, maar door goed teamwork en de vele vrijwilligers liep de organisatie goed.

Voor de begeleiding van de finalisten van het concours is het nieuw gevormde orkest LUDWIG onder leiding van dirigent Ed Spanjaard aangetrokken. Dit professionele orkest bracht meer kosten met zich mee. De impresariaatkosten voor de tournee zijn gedeeld met The International Chamber Music Competition Almere, waarmee de tournee samen is georganiseerd. De festivalproducent was nog niet aangesteld ten tijde van de tournee, hierdoor zijn er dus kosten expliciet voor de tournee gemaakt.

Ook in de materiele kosten is zo'n 30.000 euro bezuinigd. De techniek en materiele kosten zijn zoals gezegd gedaald. Door financiering vanuit Gemeente Utrecht, is er zowel bij de opening als bij de finale een receptie gegeven. Deze feestelijke bijdrage was zeker een verbetering ten opzichte van vorig jaar; erg goed om nog met gasten (onder andere potentiële sponsors) en musici na te kunnen praten op beide avonden. Zowel de muziekhuur als de rechten zijn door de uiteindelijke muzikaleus duurder uitgevallen.

Er zijn een aantal workshops toegevoegd ter verhoging van de kwaliteit van het concours. Scouten van deelnemers heeft de artistiek leider gecombineerd met eigen activiteiten. Voor alle deelnemers zijn wederom gastgezinnen gevonden. De reis- en verblijfskosten van de jury vallen voor een deel samen met de musici reis- en verblijfskosten.

Op de marketingkosten is weinig bezuinigd. De inspanningen om (nieuw) publiek te trekken zijn een erg belangrijk onderdeel van het gehele evenement. Op het video gedeelte is wel bezuinigd, dit zou een grote rol spelen in *The News*.

BATEN

Aan de batenkant is toch weer gebleken dat het binnenhalen van eigen inkomsten een lange weg is. Vooral het beoogde sponsorbudget is niet gehaald. In deze tijd blijkt harde sponsoring in de vorm van financiële bijdrage erg moeilijk te vinden en gaat zeker niet over een nacht ijs. Er zijn wel contacten gelegd die verder uitgebouwd kunnen worden in de toekomst, bijvoorbeeld met de Ondernemersvereniging in Utrecht Centrum. Naast de sponsoring in natura van het Conservatorium Utrecht en RedAnt heeft ook het bedrijf Skoda om niet haar diensten (vervoer en transport) beschikbaar gesteld.

De Nederlandse Harp Vereniging, Gemeente Utrecht en ABN AMRO hebben bijgedragen met tegenprestaties op maat; respectievelijk een speelbeurt voor de winnaar van het Rosa Spier Concours, twee recepties met netwerkmogelijkheden en finale kaarten inclusief catering.

Ondanks de enorm uitgebreide publiciteit zijn de publieksinkomsten lager dan verwacht. Voor de specifieke concerten hadden wij meer bezoekers verwacht. Deels heeft waarschijnlijk ook het Harp Festival last van de algemeen teruglopende bezoekersaantallen in de podiumkunsten. Daarnaast is zoals gezegd vooral op het gehele festival gepubliceerd; de verwachtingen van de bezoekers zijn echter per concert geschat met als vergelijking anderen concerten in hetzelfde genre, maar meer ingebed in die context. Het concert in RASA van Finch&Keita (wereldmuziek) wat goed past in hun programmering trok bijvoorbeeld erg veel bezoekers. Daarnaast beconcurrerde het festival zijn eigen betaalde activiteiten waarschijnlijk met de gratis harproute in combinatie met de gratis concerten tijdens de Culturele Zondag. Volgende editie wordt gekeken of dit op een eerder moment (voorafgaand aan het festival) als marketinginstrument ingezet kan worden.

De giften zijn op dit moment ook lager dan verwacht. Met de crowdfundingactie is minder geld opgehaald dan bij de vorige editie. De clubvan47 was ten tijde van het Festival nog niet geheel gevuld (23 leden van de 47). De werving daarvoor gaat echter op dit moment door, met activiteiten in het najaar, en hiermee wordt beoogd dit jaar nog het tekort weg te werken (nog ruim 8.000 euro aan inkomsten mogelijk).

Aan advertenties is iets meer dan het beoogde bedrag opgehaald. De CD verkoop is niet doorgegaan. De eigen bijdrage komt uit het bescheiden eigen vermogen van de stichting.

Aan subsidies en fondsenwerving is een redelijk groot bedrag binnengehaald. Aan de structurele subsidieën van het festival is tot onze vreugde nog een Utrechtse partij toegevoegd, het Kees Eijrond Fonds. Zij steunt ons voor 3 jaar, 2014 t/m 2016. Van Ammodo is een deel van de subsidie van 2015 voor het huidige festival gebruikt. De resterende 12.500 euro wordt gebruikt voor de tournee in 2015 en voorbereidende werkzaamheden voor festival 2016, evenals de subsidie 2015 van de Gemeente (25.000 euro).

Conclusie

Aan de resultaten van het gehele festival te zien hebben de door de financiën gedwongen gemaakte keuzes geleid tot het behoud van de samenhang in de programmering en tot behoud van het kwaliteitsniveau van het concours. Wij zijn daar als organisatie erg blij mee. Er ligt een goede stevige uitgebouwde basis voor een nieuwe vierde editie, met -mede door de structurele inkomsten- ruimte voor ontwikkeling.