



# WONDERFEEL #3

projectplan 2017



# INHOUDSOPGAVE

---

<b>1. PROGRAMMERINGSPROFIEL</b>	<b>3</b>
1.1 Typisch Wonderfeel	
1.2 Visie en missie	
1.2.1 Visie	
1.2.2 Missie	
1.3 Artistieke signatuur	
1.4 Onze ambities	
1.4.1 Kwalitatieve ambities	
1.4.2 Kwantitatieve ambities	
1.5 Programmalijnen	
1.5.1 Podia	
1.5.2 Extra	
1.5.3 Voor de hele familie	
1.5.4 Presentatoren	
1.6 Publiekvisie	
1.7 Duurzaamheid	
<b>2. TERUGBLIK</b>	<b>10</b>
<b>3. POSITIONERING</b>	<b>11</b>
3.1 Nationale positionering	
3.2 Lokale inbedding	
3.3 Internationale positionering	
<b>4. ORGANISATIE</b>	<b>13</b>
4.1 Bestuur	
4.2 Raad van Advies	
4.3 Team	
4.3.1 Intern	
4.3.2 Extern	
4.4 Scholing en onderzoek	
4.5 Toegankelijkheid	
<b>5. MARKETINGPLAN</b>	<b>15</b>
5.1 Doelgroep	
5.2 Publieksbereik	
5.3 Publieksbenadering	
5.3.1 Prijs(acties)	
5.3.2 Promotie en sales	
5.3.3 Promotiemiddelen	
<b>6. FINANCIËN</b>	<b>20</b>
6.1 Financieringsmix	
6.2 Werving	
6.2.1 Via fondsen	
6.2.2 Via sponsoren	
6.2.3 Via donateurs	
6.2.4 Via overheden	
6.3 Toelichting op de begroting	



---

## STICHTING WONDERFEEL

Postbus 59  
1400 AB Bussum

tamar@wonderfeel.nl  
06 15 49 82 90

georges@wonderfeel.nl  
06 53 28 40 74

www.wonderfeel.nl

KVK 32143925  
IBAN NL03 ABNA 0526 4457 93

## FOTOGRAFIE

Foppe Schut en Juri Hiensch

## VIDEO

Studio Halfvol

© oktober 2016



## 1.1 TYPISCH WONDERFEEL

Wonderfeel is een driedaags buitenfestival voor klassieke muziek met de ongedwongen sfeer van een popfestival. Op het 25 hectare natuurgebied in 's-Graveland liggen de zes Wonderfeelpodia een mini-wandeling van elkaar verspreid. Ze bieden voor elk wat wils: van Mozart tot Steve Reich, van Rameau tot Pärt met lijntjes naar jazz, wereld- en popmuziek. Het publiek luistert ontspannen op bankjes, in zitzakken onder de bomen of op een kleed in het gras. Er zijn rollende keukens met pizza en bier, bouillabaise en champagne en alles wat daar tussen zit. Er zijn musici van wereldklasse: jonge honden en oude rotten. Verder op het programma: muziekdoks, verhalen, natuurexcursies, literatuur en poëzie, yoga, dansage en kinderactiviteiten in samenwerking met OERRR van Natuurmonumenten. Op het groene festivalterrein biedt Wonderfeel een totaalbeleving van klassieke muziek voor een breed publiek van nu.

## 1.2 VISIE EN MISSIE

### 1.2.1 VISIE

De visie van Wonderfeel is gebaseerd op wat we in de sector signaleren:

- De uitvoeringspraktijk van klassieke muziek in de reguliere zalen wordt geconfronteerd met teruglopende bezoekersaantallen en vergrijzing van de concertbezoeker.
- Door de 'festivalisering' van het muziekaanbod krijgt het begrip 'beleving' een nieuwe dimensie.
- We leven in een tijd waarin (alle) muziek 24/7 (digitaal) toegankelijk is, waardoor de waarde van een live uitvoering stijgt.

Deze signaleringen hebben geleid tot drie uitgangspunten voor het festival Wonderfeel:

- klassieke muziek aanbieden aan een brede doelgroep;
- de beleving van klassieke muziek een nieuwe prikkel geven door een andere context;
- de flexibiliteit van live klassieke muziek tonen in een festivalconcept.

Wonderfeel is kortom een actuele zoektocht naar de dynamiek en vitaliteit van (klassieke) muziek; met ruimte voor ontmoetingen en ontdekkingen, tegen de achtergrond van ongedwongen groen. We zijn er namelijk van overtuigd dat door het plaatsen van klassieke muziek in een natuurlijke context, de beleving van de muziek wordt geïntensiveerd. Met daaraan toegevoegd de aankleding van het terrein, de rollende keukens en de rand-programmering staat Wonderfeel voor een ongewone beleving van klassieke muziek, waarbij de muziek geen einddoel is, maar een middel. Onze marketing-operatie, naar het voorbeeld van popfestivals, is hierop afgestemd met dagtickets (in plaats van losse kaartverkoop), een vol festivalschema met parallelle programmering en een aftermovie. Bovendien kan er, om het festivalkarakter nóg meer te versterken, in 2017 op een eigen camping naast het festivalterrein worden overnacht.



'OOK INHOUDELIJK  
WAS DEZE TWEDE  
EDITIE MET DUIDELIJK  
GEPROFILEERDE  
PROGRAMMA'S OP  
DE VERSCHILLENDE  
PODIA STERK.'

NRC Handelsblad, 2016



### 1.2.2 MISSIE

Wonderfeel is hét jaarlijks terugkerende festival voor een indringende ervaring met klassieke muziek, waarbij ontmoetingen centraal staan en toegankelijkheid voorop staat. Waar musici van topniveau graag komen spelen voor een breed publiek – van nieuwkomers (jong én oud) tot doorgewinterde muziekliefhebbers – in een natuurlijke context met een paradijselijke festivalsfeer. Wonderfeel is een ontmoetingsplek waar openheid, vertrouwen en nieuwsgierigheid de boventoon voeren. Waar duurzaamheid een vanzelfsprekendheid is, zowel in ecologisch opzicht, als relationeel. Het festival heeft de ambitie om te onderzoeken en grenzen te verleggen, met als doel te inspireren en te verbinden. Welke zijpaden daarbij ook bewandeld worden, er zal altijd sprake zijn van een herkenbare relatie met klassieke muziek.

### 1.3 ARTISTIEKE SIGNATUUR

Op de zes Wonderfeelpodia staan drie dagen lang ruim 350 musici en sprekers geprogrammeerd, worden muziekdocumentaires vertoond en wordt een doorlopend kinderprogramma aangeboden; er is voor elk wat wils, van twaalf uur 's middags tot middernacht. Om met de natuur als basis de juiste Wonderfeelsfeer te bereiken worden musici met een flexibele geest uitgenodigd om hun programma's op de buitenpodia ten gehore te brengen. Deze musici komen niet alleen uit de (Europese) gevestigde orde, maar bestaan ook uit jonge honden die los van verwachtingen en vol ambitie het publiek voor zich winnen. Het aanbod laat een brede waaier van muziekstijlen zien: van barokke weelde tot minimal, van piep-knor tot hoog romantisch, en alles wat zich nog ongelabeld tussen deze stijlen door beweegt, aangevuld met boswandelingen, lezingen, massage, yoga, tastings en muziekdocumentaires. Die Wonderfeelsfeer wordt vanzelfsprekend, naast de artistieke programmering, mede gevormd door de aankleding van het festivalterrein, de tenten, de rollende keukens, het kamperen op loopafstand en de pure natuur van Schaep en Burgh.

Wonderfeel daagt musici uit om de huidige concertpraktijk eens goed onder de loep te nemen. Voor wie speel ik eigenlijk? Wat wil mijn publiek? Hoe maak ik contact? Hoe zorgen we ervoor dat muziek een bindmiddel is en niet een vluchtig consumptiemiddel, waarvan de impact na een paar dagen is verdamppt? Wonderfeel probeert de drempel voor een ontmoeting tussen musicus en toehoorder zo laag mogelijk te maken. Dus treden musici op in vrijetijdskleding en nodigen we hen uit zelf hun programma toe te lichten of laten we hen interviewen door een presentator. Het programmaboekje bevat bewust weinig informatie over de specifieke werken tijdens de optredens om mensen puur te laten focussen op het luisteren, de ervaring. Concertetiquettes zijn afwezig: klappen is op elk moment welkom, weglopen of dansen ook. Wonderfeel benadert klassieke muziek niet als eindproduct, maar als middel om verbinding te maken; het festival creëert met een ongedwongen sfeer een optimale beleving van klassieke muziek.

Een rode draad door de programmering van Wonderfeel is de aandacht voor jonge musici. Niet alleen in de samenwerking met het Nationaal Muziekinstrumenten Fonds krijgt het jonge talent elke dag een podium geboden, maar ook in de diverse andere programma-onderdelen. Net als in de eerste twee edities zal de line-up van Wonderfeel in 2017 voor een groot deel uit 30-minners bestaan, die deels onder de term 'jong talent'



kunnen worden geschaard en die deels bestaan uit jonge professionals die inmiddels hun weg hebben gevonden in het culturele landschap. Tijdens Wonderfeel wordt een prominente plek voor jonge professionals gecreëerd met uitvoeringen door het Wonderfeel Festival Orchestra onder leiding van Johannes Leertouwer. Wonderfeel geeft overigens niet alleen het podium aan jonge musici, ook de organisatie bestaat grotendeels uit jonge professionals; van de producenten tot het horeca-personeel, van de marketingmedewerkers tot de circa 200 vrijwilligers.

## 1.4 ONZE AMBITIES

### 1.4.1 KWALITATIEVE AMBITIES

We koesteren de ambitie om Wonderfeel binnen drie jaar uit te laten groeien tot een evenement met een niet meer weg te denken nationale en een groeiende internationale uitstraling. Om die ambitie te bereiken willen we bij alle facetten van Wonderfeel inzetten op topkwaliteit, zowel in de programmering, de aankleding en de horeca als in onze eigen organisatie. Met die topkwaliteit als basis is er ruimte voor verrassingen, ontdekkingen en zelfs entertainment en humor, zonder verlies aan professionaliteit en integriteit.

### 1.4.2 KWANTITATIEVE AMBITIES

Op basis van de afgelopen twee edities kan worden geconcludeerd dat Wonderfeel een enorme potentie heeft. Bovendien moet het festival binnen drie jaar minder afhankelijk worden van subsidiënten en fondsen. Tegen die achtergrond stellen wij als doel om de bezoekersaantallen in de komende twee jaar met gemiddeld 20% per jaar te laten groeien. Die groei zal de aantrekkingskracht voor sponsors laten toenemen en zorgt financieel, door navenant gestegen recette- en horeca-inkomsten, voor een grotere mate van zelfstandigheid. Deze groei zal in geen enkel opzicht ten kosten gaan van de kernwaarden van Wonderfeel, zoals geformuleerd in onze missie.



.....  
**'ARTIESTEN ZIJN  
DUIDELIJK UITGEZOCHT  
OP HUN 'BIJZONDER-  
HEIDSFACITOR', ZODAT  
WONDERFEEL ZICH NIET  
ALLEEN MET ZIJN  
LOCATIE, MAAR OOK  
MET ZIJN PROGRAMMA  
VAN DE GEWONE  
CONCERTZALEN  
ONDSCHIEDT.'**

Opera Magazine, 2016  
.....



## 1.5 PROGRAMMALIJNEN

De programmering van Wonderfeel is in handen van zes dynamische muziekverkenners, die klassieke muziek ieder vanuit een andere hoek belichten. Zij presenteren op hun eigen podium, onder een eigen label, authentieke genres en kruisbestuivingen: SOLO, Ongehoord, White Label, Het Weeshuis van de Hits, Het Veld en De Schuur. Ruim 350 musici geven circa 100 concerten, van 12:00 uur tot middernacht. Het niveau is hoog, het aanbod divers en beslaat op de zes podia het volledige spectrum van de klassieke muziek. In 2017 houden we het aantal podia gelijk aan de eerste twee edities. Het is onze verwachting dat alle drie de dagen van de derde editie uitverkopen, waarna we in 2018 het festivalterrein met één podium willen uitbreiden tot zeven. In 2017 en 2018 continueren we de labels van de podia, zoals we die in 2015 neerzetten en in 2016 aanscherpten.

### 1.5.1 PODIA

1. In **SOLO**, geprogrammeerd door Tamar Brüggemann en Georges Mutsaerts, staan solisten van allerlei pluimage. Daar spelen in 2017 onder anderen Masumi Nagasawa, Bram van Sambeek, Marieke Grotenhuis en is er voor 2018 contact met onder anderen Giovanni Sollima en Nicolas Altstaedt. Op de Wonderfeelzondag kunnen pianorecitals achter elkaar van onder anderen Sophiko Simsive, Joseph Moog en Denis Pascal. Hannes Minnaar speelt in 2017 een nachtelijk concert met *Nocturnes* van Fauré en *Gaspard de la nuit* van Ravel.

2. Op het podium **Ongehoord**, geprogrammeerd door Masa Spaan (programmeur De Vereniging en Philharmonie Zuidnederland), worden onbekende werken in allerlei bezettingen uitgevoerd. Diverse musici en ensembles, onder wie Jörgen van Rijen, ASKO|Schönberg, DNO Opera Fast Forward, Cora Burggraaf leven zich uit op onbekende noten of laten iets ongehoords horen. Tomoko Mukayama zal in 2017 voor Wonderfeel een performance/installatie maken en ook Monica Germino komt naar Wonderfeel met een speciaal fluisterconcert, dat voor haar gecomponeerd wordt door Julia Wolfe, Michael Gordon en David Lang.

3. In de tent **White Label** onderzoekt programmeur Shane Burmania (programmeur Korzo en Muziekgebouw aan 't IJ) de rekbaarheid van het begrip 'klassieke' muziek. Van minimal tot jazz; alles komt voorbij, maar dan net even anders. Bij dit podium kan iedereen, van volslagen blanco tot hardcore ingeplugd, zien waar experimentele geesten toe kunnen leiden. Shane heeft voor 2017 enkele lijnen uitgegooid, waaronder naar Nik Bartsch, Marcin Masecki, Gabriel Prokofiev en diens NON-Classical Night, Murcof & Vanessa Wagner, Ian William Craig en Sarah Neufeld. Op zijn wensenlijstje (ook voor 2018) staan nog Brad Mehldau, Ibrahim Maalouf, Esperanza Spalding, Avishai Cohen en Tigran Hamasyan.

4. Floris Kortie (voorheen programmeur Classic FM en nu presentator bij o.a. Podium Witteman) presenteert in zijn **Weeshuis van de Hits** de kaskrakers uit het klassieke repertoire, van Mozarts Turkse Mars tot aan de Vier Jaargetijden, van Canto Ostinato tot aan operette. Op zijn podium staan de musici die zich vol energie op het bekende stortten, zoals onder andere(n) Busch trio, Trio d'Encore, Amstel Quartet, Iris van Nuland, Zapp4



en Lonneke van Straalen. In het Weeshuis organiseert Floris in 2017 elke dag een liederenavond: van oude Engelse liederen, via Schubert en Brel tot Stromae. Af en toe meezingen (of op z'n minst meeneuriën) mag.

5. Het vijfde podium **Het Veld**, geprogrammeerd door Georges Mutsaerts en Tamar Brüggemann, is in de open lucht en kan de meeste bezoekers herbergen. Hier staan, naast het eigen Wonderfeel Festival Orchestra onder leiding van Johannes Leertouwer met een 3-daags Beethovenprogramma (Vioolconcert, Triple Concerto en 7e Symfonie), onder anderen Van Baerle Trio, Quatuor Arod, New Trombone Collective, Cello8ctet, Christianne Stotijn. Er contact met het Koningin Elisabeth Concours om de prijswinnaar (2017: cello) te laten soleren met het Wonderfeel Festival Orchestra. Daarnaast showt het Nationaal Muziekinstrumenten Fonds elke dag het jongste talent dat het fonds met een instrument of strijkstok ondersteunt.

6. Voor de serie Flessenpost in het podium **De Schuur** benadert programmeur Loes Rusch (postdoc aan Birmingham City University) jonge, enthousiaste en begaafde wetenschappers, musici en vrije denkers met de vraag of zij het Wonderfeelpubliek een kijkje willen geven aan de achterkant van hun creatieve proces. Voor 2017 zijn al enkelen benaderd, onder wie blokfluitist Erik Bosgraaf en programmeur Albert Edelman. In 2016 sprak instrumentenbouwer Tim Duerinck zó bevlogen over zijn piepschuimcello, dat hij voor 2017 is teruggevraagd om samen met musici een tasting te organiseren: het uitproberen van zijn instrumenten op nieuwe noten. Hiernaast is De Schuur ook dé plaats waar tijdens Wonderfeel muziek en bewegend beeld worden gecombineerd. Voor 2017 staan in dat kader saxofonist Lars Dietrich met zijn avatar Lucy op het programma.

### 1.5.2 EXTRA

Naast de zes muziekpodia en de serie Flessenpost worden er in 2017 en 2018 nog diverse activiteiten geprogrammeerd, waaronder de dansage-sessies door Julien Patterson (een hit in 2016), yoga op Het Veld, muziekdocs in samenwerking met IDFA in De Schuur, pop-up concerten door festivalartiesten ergens op het festivalterrein, een interactieve installatie-performance door Victorine Pasman (2015: Drijvende Diva, 2016: Under Her Skirt) en natuurexcursies in samenwerking met Natuurmonumenten. Nieuw op het programma: Dichters in de boom, in samenwerking met de stichting Perdu, waarbij jonge dichters voordragen uit eigen werk – in het bos, op een schommel, liggend in het gras – begeleid door oude muziek gespeeld door Arjen Verhage op luit en theorbe. Ook nieuw is het Glazen Huis (werktitel) waarin binnen 72 uur een cello wordt gebouwd door jonge instrumentenbouwers onder leiding van de Haarlemse bouwer Maarten Bolten. Tijdens het slotconcert op zondagavond zal de gloednieuwe cello ten gehore worden gebracht. Bovendien zijn we in gesprek met het Blauwe Uur voor een lichtshow in de natuur van Schaep en Burgh, geïnspireerd door onze bezoeken aan hun optredens tijdens Oerol en Into The Great Wide Open.



.....  
'WONDERFEEL  
GEEFT BEZOEKERS  
EEN KANS UIT HUN  
SCHULP TE KRUIPEN,  
EN ARTIESTEN UIT  
HUN NICHE.'  
.....

Opera Magazine, 2016



### 1.5.3 VOOR DE HELE FAMILIE

Met de afgelopen twee edities trok Wonderfeel ruim 400 kinderen tot 18 jaar aan. Zij hebben gratis toegang tot het festival, waar voor hen in Het Dorp een doorlopend kinderprogramma wordt georganiseerd in samenwerking met OERRR van Natuurmonumenten. Zo kunnen kinderen uilenballen pluizen, met een schepnetje waterbeestjes vangen en over het blote-voeten-pad hun gevoelige tenen testen. Onder begeleiding van ontwerpster Jorinde Verweij kunnen ze zelf muziekinstrumenten knutselen en natuurlijk uitproberen. In 2017 en 2018 wordt het kinderprogramma uitgebreid met De Waardeloze Winkel van Pavèl van Houten: een winkel waar kinderen waardeloze spullen kunnen kopen en verkopen. Het mobiele Klei Atelier van Hanna de Mink is uitgenodigd en de 'Fotografen van de 19e Eeuw' komen deze editie terug met een kinderworkshop fotografie, waarbij ter plekke gevonden objecten – blaadjes, bloemen, een dennenappel – in een ander licht worden gesteld. Er kan weer drie dagen lang meegebouwd worden aan een reuze muzikale knikkerbaan: de MusicTrack Download Machine. Voor diverse leeftijden staan er kindervoorstellingen op het programma waaronder een nieuwe voorstelling van Ton Meijer en Marieke de Bruijn, KleuterSinfonietta, ouderwets poppenkastspel met Jan Klaassen en Katrijn en een voorstelling via Oorkaan.



### 1.5.4 PRESENTATOREN

In de eerste twee edities hebben vijf presentatoren de optredens op de diverse podia geïntroduceerd: Maartje Stokkers en Manon Veenendaal (Het Veld), Floris Kortie en Carine Lacor (Weeshuis van de Hits) en Hans Smit (White Label en Ongehoord). Zij sloegen daarmee een brug tussen de musici en het publiek. Zij vroegen de musici hun muzikale keuzes toe te lichten om zo de uitvoering dichterbij hun toehoorders te brengen. In de komende edities willen we met nog meer presentatoren samen te werken, zodat we zo veel mogelijk optredens van een 'gids' te kunnen voorzien. Op dit moment staan er op ons verlanglijstje: Thomas van der Veeke, Michiel Eijsbouts, Beitske Janne, Laura Jonker en Saphira Born.





## 1.6 PUBLIEKSVISIE

---

Wonderfeel wil de verantwoordelijkheid voor een geslaagde beleving van klassieke muziek delen met zijn bezoekers. Zij kunnen tijdens Wonderfeel namelijk zélf bepalen naar welke concerten ze gaan, doordat ze met hun polsbandje toegang hebben tot alle activiteiten. Nog nooit gehoord van Hauschka? Zin in een vier uur durende Reich-marathon of toch na 10 minuten weer terug naar het comfort van het bekende? De festivalganger bepaalt zelf hoe hij zich door de programmering beweegt. Uit de publieksenquêtes in 2015 en 2016 blijkt dat gemiddeld 59,4% van de respondenten tijdens de eerste editie 6 concerten of meer per dag heeft bezocht. Hieruit blijkt wel dat de snackformule à la popfestivals ook voor klassieke muziek uitstekend werkt. Doordat de bezoekers al wandelend over het groene festivalterrein hun eigen playlist kunnen samenstellen, wordt Wonderfeel als het ware een tailor made event. Culturele alleseters kunnen door dit format hun brede smaak bevredigen, terwijl de kenner zijn zelfverkozen krenten uit de pap haalt. Juist voor de nieuwsgierige nieuwkomer – zonder voorkennis over repertoire of concertetiquettes – biedt deze festivalopzet alle kansen voor een ongecompliceerde eerste ontmoeting met klassieke muziek. De concerten duren niet langer dan 45 minuten en je kunt in je eigen tempo rondsnuffelen. Bevalt het niet, dan loop je door.

Dat de festivalformule, ‘uniek in de wereld’ aldus NRC, ook echt het beoogde effect op de doelgroep had, kunnen we uit diezelfde enquête opmaken: 8% van de respondenten geeft aan in de afgelopen 12 maanden niet naar een activiteit met klassieke muziek te zijn geweest (tegen 5,1% in 2015) en waren dus als nieuwkomers aanwezig. Bovendien gaf 24,5% aan per jaar slechts 1 of 2 concerten met klassieke muziek te bezoeken. Daarnaast geeft gelijk aan 2015, meer dan 80% aan het festival volgend jaar zeker weer te willen bezoeken. Meer dan 15% geeft aan een bezoek in 2017 te overwegen. Kortom: ons publiek omarmt de festivalformule en wil meer. Wonderfeel wil ook meer: meer bezoekers, oud én jong. Lees meer over het publieksbereik onder 5.2.

## 1.7 DUURZAAMHEID

---

Vanzelfsprekend kan Wonderfeel de wisselwerking tussen muziek en natuur niet geloofwaardig tot stand brengen als het geen duurzame maatregelen zou treffen om diezelfde natuur in stand te houden. Logisch dat Wonderfeel gebruik maakt van ledverlichting, zuinige generatoren, bekertjes van PLA, herbruikbare tassen, hybride en elektrische auto's. Rollende keukens voorzien de hongerige muzikliefhebbers van biologisch verantwoorde juices, shakes en maaltijden, van oesters tot fruit op recyclebare borden.



.....  
'MET EEN KLEINE  
VIJFDUIZEND VERKOCHTE  
KAARTEN EN EEN  
UITVERKOCHTE ZATERDAG  
SLUITEN ORGANISATOREN  
GEORGES MUTSAERTS  
EN TAMAR BRÜGGEMANN  
MET SUCCES AAN BIJ  
EEN TREND. EEN GROEIENDE  
GROEP KLASSIEKE MUSICI  
STAPT AF EN TOE VAN  
HET OFFICIËLE CONCERT  
PODIUM EN IS NIET  
BANG MEER VOOR  
ANDERE MUZIEKGENRES.  
HET IS TE HOPEN DAT  
ER VEEL PROGRAMMEURS  
WAREN ONDER DE  
WONDERFEELBEZOEKERS.'

Nell Westerlaken in de Volkskrant, 2016  
.....



Vanaf het begin waren we – Georges Mutsaerts & Tamar Brüggemann – ervan overtuigd dat de eerste editie van Wonderfeel in 2015 moest staan als een huis. Geen pilot, maar direct een volwaardige, overtuigende invulling van het concept. Het financiële risico dat zo'n startup meebracht, zat ons soms in de weg. Het vertraagde het proces en voerde de werkdruk op en tegelijkertijd hield het ons scherp om binnen de beperkingen de kwaliteit te bewaken. De subsidietoekenning van het Fonds Podiumkunsten voor de eerste editie in 2015 fungeerde daarbij als katalysator. Het gaf ons vertrouwen om het fondsenwervingstraject in te gaan met als resultaat dat alle grote fondsen volgden, waardoor onze droom concreet vorm kon krijgen.

Onze artistieke ambitie voor de eerste editie liet zich omschrijven als (in bullets): oprekken van het begrip 'klassieke muziek', topkwaliteit, een breed aanbod met een waaier aan tijden (7 eeuwen muziek), stijlen en bezettingen, jong talent, enkele 'grote namen', en een prikkelende randprogrammering (ook voor kinderen). Floris Don schreef na afloop in NRC (over de ca. 100 optredens): 'Echt grote verrassingen in de line-up ontbraken. (...) Hopelijk gaat Wonderfeel inderdaad door, bij warmer weer en met een groter programmeringsbudget: de unieke vorm was de eerste grote verrassing, de volgende stap is een inhoudelijke.' Zijn recensie bevestigde dat we onze ambities hadden waargemaakt, maar sterkte ons ook in het voornemen de lat voor 2016 te verhogen. De publieksenquête in 2015 (274 respondenten) liet overigens een heel ander oordeel zien. Onze early adopters waren laaiend enthousiast, zowel over het concept als over de artistieke invulling. Hun opbouwende kritiekpunten hadden voornamelijk betrekking op te lange wachtrijen bij de kassa en een te beperkt horeca-aanbod. Punten die overigens in de publieksenquête 2016 (449 respondenten) ruim voldoende scoorden.

Voor de tweede editie hebben we aan het concept niets veranderd. Wel is kritisch gekeken naar de artistiek inhoudelijk kant en de plaatsing van de diverse tenten over het terrein. Thiemo Wind schreef in De Telegraaf terecht over 2015: '(...) dat zich wel een kinderziekte voordeed: de drie tenten op de weide stonden te krap op elkaar.' Voor de 2e editie hebben we het festivalterrein daarom uitgebreid, waardoor mogelijke geluidsoverlast tussen die drie tenten werd weggenomen.

Ook hebben we gekeken hoe we artistiek inhoudelijk ons publiek nog meer konden verrassen bij het oprekken van het begrip 'klassieke muziek'. Mischa Spel schreef in NRC over de tweede editie: 'Ook inhoudelijk was deze tweede editie met duidelijk geprofileerde programma's op de verschillende podia sterk.'

De eerste editie sloten we, mede door de afgelaste zomerstorm-zaterdag, af met een negatief resultaat. Dankzij een lening van Cultuur & Ondernemen en de niet-aflatende steun van particuliere cultuurfondsen, omringende gemeenten, Natuurmonumenten, mediapartners, musici, vrijwilligers en ons publiek konden we een tweede editie realiseren én met positief resultaat afsluiten. Dankzij die steun en geloof in het festivalconcept kon Nell Westerkaken in de Volkskrant schrijven: 'De tweede editie (...) vervult die belofte die vorig jaar werd neergezet (...).'



## 3.1 NATIONALE POSITIONERING

Wonderfeel is een festivalconcept met een landelijke uitstraling, wat mede voortkomt uit de schaalgrootte. Wil de exploitatie van het festival zich positief doorontwikkelen, dan moet Wonderfeel de komende twee edities groeien naar minimaal 7.500 betalende bezoekers. Deze ambitie is op grond van de bezoekersaantallen die tot nu toe zijn gerealiseerd (5.000 in 2016) alleszins bereikbaar en wordt ondersteund door samenwerking met nationaal opererende partners als Natuurmonumenten (tevens eigenaar van het terrein, bereik: ruim 700.000 leden), Dille & Kamille (bereik: 40.000 adressen), ANWB (bereik: ruim 1 miljoen leden), IDFA, Radio4 en TivoliVredenburg.

Ook het mediabereik van de afgelopen twee edities toont de landelijke aantrekkingskracht van Wonderfeel. Het festival kreeg ruime aandacht in nationale en regionale dagbladen, special interest bladen, glossy's, kindermedia en in radio- en tv-programma's van de publieke omroepen. Die aandacht onderstreept aan de ene kant hoe onderscheidend het concept is en aan de andere kant dat met dat concept een brede doelgroep aangesproken wordt.

Wonderfeel voorziet in een behoefte en neemt door zijn eigenheid een aparte positie in binnen het huidige festivalaanbod. Die eigenheid wordt, in het kort, gevormd door de plaatsing van klassieke muziek in de natuur, het aanbieden van dagkaarten en passe-partouts voor toegang tot het hele festivalterrein, de mogelijkheid voor het publiek om zelf concertroutes uit te stippelen en er op elk gewenst ogenblik vanaf te wijken, de aankleding van het terrein met bijpassende rollende keukens en een rijk programma met flexibele topmusici voor een breed publiek.

De geografische spreiding van de kaartverkoop onderstreept de nationale aantrekkingskracht van het festival: na de koplopers Amsterdam, Utrecht en Den Haag bereikt Wonderfeel heel Nederland, van Leeuwarden tot aan Yerseke en alles wat er tussen ligt.



### 3.2 LOKALE INBEDDING

De festivallocatie, het landgoed Schaeap en Burgh is een buitenplaats in 's-Graveland van 25 hectare, waarop het hoofdkantoor van de Vereniging Natuurmonumenten staat. Het ligt in de Gemeente Wijdmeren, dat met 7.700 hectare de grootste gemeente in de Gooi- en Vechtstreek is. Natuurmonumenten, de Gemeente Wijdmeren en grensgemeenten Hilversum en Gooise Meren, zijn de grootste lokale partners van Wonderfeel. Waar de gemeente vooral een regionaal bereik heeft en blij is met de nationale uitstraling van Wonderfeel, is Natuurmonumenten (ruim 700.000 leden) vooral enthousiast over een alternatieve manier van natuurbeleving en het brede publiek dat Wonderfeel daarmee bereikt. Opvallend is overigens het aandeel Gooise kaartkopers. Deze regio scoort 18% op de totale kaartverkoop en levert daarmee een belangrijke bijdrage aan een natuurlijke inbedding in de lokale gemeenschap. Wonderfeel werkt vanzelfsprekend ook graag lokaal samen met de detail- en groothandel, horeca-ondernemingen, transportbedrijven en accommodaties. In 2016 is een commercieel partnership aangegaan met het regiokantoor van de ING, dat met 80 relaties op Wonderfeel aanwezig was voor een exclusief sponsorprogramma. Deze samenwerking zal in 2017 worden uitgebouwd.

### 3.3 INTERNATIONALE POSITIONERING

In 2016 kwam 98,54% van de Wonderfeelbezoekers uit Nederland, 1,16% uit Europa en 0,30% van buiten Europa. Graag zouden we in de komende edities het internationale bereik vergroten door een betere bekendheid van Wonderfeel in het buitenland. Door bezoek aan conferenties als de International Society for the Performing Arts en Classical Next, groeit de internationale interesse voor Wonderfeel gestaag. In 2016 mocht Wonderfeel al naast programmeurs uit eigen land, ook programmeurs uit België en Hongarije verwelkomen. We hebben dankzij nauwe contacten met de European Festivals Association inmiddels gesprekken over samenwerking met festivals in Turkije en België. Bovendien zullen we in 2017 onderdeel zijn van de Festival Production Management Training, waarmee we internationale producenten de kans bieden om bij Wonderfeel ervaring op te doen. In samenwerking met het internationaal opererende Ophelias Culture PR in München willen we in 2017 ook de internationale pers voor Wonderfeel interesseren.



'OH, WAT HEBBEN  
MIJN MAN, KINDEREN  
EN IK GISTEREN  
ONTZETTEND  
GENOTEN. (...)  
HET KON ALLEMAAL  
NIET BETER. ECHT  
EEN LEUKE ENGELSE  
HAPPENING ZOU  
IK HAAST WILLEN  
ZEGGEN.'

relatie ING



## 4.1 BESTUUR

Het onbezoldigde bestuur van Wonderfeel bestaat uit een betrokken trio dat zijn controlerende taak zeer serieus, maar met gedurfde flexibiliteit uitvoert:

- Mei Li Vos, voorzitter
- Erik Beijer, penningmeester
- Bernd Damme, secretaris

## 4.2 RAAD VAN ADVIES

Wonderfeel prijst zich gelukkig met een betrokken Raad van Advies. Bij de realisering van de eerste edities fungeerden zij bij diverse vraagstukken – zowel strategisch als praktisch van aard – als klankbord. De Raad van Advies bestaat uit: Jacqueline Cramer, voormalig minister van VROM, hoogleraar duurzaam ondernemen aan de UU / Margot Scheltema, voorheen CFO Shell Nederland, diverse commissariaten bij o.a. Schiphol, Triodos, TNT / John Jaakke, directeur Trusted Advisors / Frans Vreeke, directeur TivoliVredenburg / Mat Meijs, secretaris Cultuurfonds Bank Nederlandse Gemeenten / Marco Bunge, ondernemer en o.a. bestuurslid van het Ricciotti Ensemble / Juleke Boon, voorheen directeur Stichting Jumpstart Jr. / Sywert van Lienden, initiator G500, oud-voorzitter Entrée (jongerenvereniging Koninklijk Concertgebouw en Concertgebouworkest) / Elwin Stevelink, Managing Director & Co Founder Crowd Wave

## 4.3 TEAM

### 4.3.1 INTERN

De grote uitdagingen waar Wonderfeel zich voor geplaatst ziet de komende groeijaren zijn: hoe houden we de ervaren medewerkers aan boord, ondanks de 'daluren' tussen augustus en januari; hoe vinden we de middelen om het team intern te versterken met specifieke disciplines als marketing en communicatie en waar vinden we de financiële middelen om marktconforme salarissen te betalen? Door het beperkte budget is er tot nu toe sprake geweest van een scheve verhouding tussen inzet en financiële vergoeding. Dat geldt voor het hele team. Deze moedwillige collectieve investering in Wonderfeel wordt door iedereen gezien als een logisch element van cultureel ondernemerschap. Het rendement van de investering is hier de voldoening om een bijdrage te leveren aan een nieuw en uniek concept.

De succesvolle tweede editie heeft veel tijd gekost, met name van de directieleden die naast Wonderfeel nog andere werkzaamheden hebben. Met name voor Tamar Brüggemann die haar directiefunctie bij Holland Baroque tot nu toe heeft gecombineerd met de directievoering van Wonderfeel ontstond een zware workload. Op basis van de succesvolle tweede editie en positieve vooruitzichten heeft Tamar besloten om haar werkzaamheden voor Holland Baroque per 1 januari neer te leggen en zich volledig te concentreren op het verder uitbouwen van Wonderfeel.



**Intern team:****Directie:** Georges Mutsaerts en Tamar Brüggemann**Programmeurs:** Floris Kortie, Loes Rusch, Masa Spaan en Shane Burmania**Financiën:** Bart Stroomberg**Productie programma:** Redmar de Haan, Emma Brouwer, Irene Doolaard, Kayleigh Hagen**4.3.2 EXTERN**

De samenwerking met Het Productiekantoor in 2015 is gecontinueerd in 2016. Ook nu weer kon Wonderfeel profiteren van de ervaring van deze organisatie met festivals als Lowlands, Bevrijdingfestival, De Beschaving en Into The Great Wide Open. De organisatie en realisatie van de eerste twee edities heeft vanzelfsprekend bruikbare leermomenten opgeleverd, die bij de voorziene schaalvergroting goed van pas komen. Het voornemen is dan ook om de samenwerking met Het Productiekantoor de komende twee jaar voort te zetten.

**Extern team:****Productie locatie:** Het Productiekantoor**Vrijwilligerscoördinatie:** Martijn Winkelman en Jolijn Wendel**Deco en aankleding:** David Hünneeman**Veiligheidscoördinator:** Camiel de Kruijf**PR:** The Publicity Company**Vormgeving:** MacBetZ**Kaartverkoop:** Ticketscript**4.4 SCHOLING EN ONDERZOEK**

In de afgelopen periode 2014-2016 hebben de medewerkers uiteenlopende cursussen en workshops gevolgd: toegankelijkheidsworkshops door 5D, Atelier for Young Festival Managers van de European Festivals Association, Fellowship program 2016-2018 van de International Society for the Performing Arts en coaching door Trustworks. Wonderfeel moedigt zijn programmeurs aan om actief te scouten. Zo werden door hen recent de volgende festivals bezocht: Festival Oude Muziek Utrecht, Lowlands, Into the Great Wide Open, Oerol, Ruhrtriiennale, Cello Biënnale, November Music, Dutch Harp Festival en Le Guess Who?

**4.5 TOEGANKELIJKHEID**

Tijdens de eerste edities van Wonderfeel heeft het adviesbureau 5D – dankzij ondersteuning vanuit het VSBfonds – onderzoek gedaan naar de toegankelijkheid van Wonderfeel voor mindervaliden. In het rapport over 2016 schrijft 5D: 'Wonderfeel is actief bezig met de praktische toegankelijkheid en zou een uitdaging kunnen zien in het uitbreiden van de toegankelijkheid op de andere niveaus.' Wonderfeel zal bij een volgende editie een aparte vrijwilliger of stagiair(e) aantrekken, liefst met een handicap, die zich over die organisatie-brede toegankelijkheid buigt. Dus niet alleen op praktisch vlak, maar ook qua bewustwording binnen de organisatie en op het gebied van externe communicatie.



.....

'IK HEB ENORM  
GENOTEN. PRACHTIGE  
SFEER EN HEEL  
ENTHOUSIASTE MUSICI.  
GA ALSJEBLIEFT  
HIERMEE DOOR!!'

bezoeker 2016

.....

