



STICHTING
REGIONAAL
PODIUM
VOOR
POPCULTUUR
BERGEN OP
ZOOM

PROJECTPLAN

POPMONUMENT 2016

15 maart 2016

Gebouw-T

Wilhelminaveld 96

4611 WJ Bergen op Zoom

0164 253122

Voor informatie:

Gert-Jan de Koster

Zakelijk leider

06-10162399

“PopMonument smeedt een originele en succesvolle koppeling tussen jong publiek en erfgoed, tussen monument en hedendaagse muziek. Door middel van popacts en speciale rondleidingen wordt beleving en sfeer gecreëerd op verrassende plekken in Bergen op Zoom, waar je anders niet komt. Zowel het verhaal van de monumentale locatie als het verhaal van de muziek staan hierbij centraal. Met deze bijzondere vorm van ‘storytelling’ wordt de belangstelling voor erfgoed bij een nieuwe, jongere doelgroep geprikkeld. PopMonument biedt daarmee een frisse en originele aanvulling op het aanbod van cultureel Brabant!

(jury rapport erfgoed Noord Brabant 2015)



Inleiding

Wat is PopMonument?

PopMonument is een evenement dat, door een bijzondere koppeling tussen erfgoedlocaties, hedendaagse popacts en 'storytelling', de lokale geschiedenis op een laagdrempelige en eigentijdse manier toegankelijk maakt. Onafhankelijke artiesten krijgen een podium in een erfgoedlocatie, de monumenten en (culturele) tradities komen daardoor in een nieuw licht te staan. De bezoeker maakt op een verrassende wijze kennis met hen alle twee.

Met het evenement wordt een uniek en passend podium geboden aan beginnende acts en acts die nog niet direct volle zalen trekken (maar artistiek hoogwaardig zijn en/of veel potentie hebben zoals artiesten die afkomstig zijn uit het talentontwikkelingsprogramma Prouth of South). Met 'passend' wordt bedoeld dat acts optreden op een locatie en in een setting die past bij de stijl van de muziek. De ontmoeting en het contrast tussen hedendaagse popmuziek en het materiële en immaterieel erfgoed is spannend en wordt overgebracht op de bezoeker. Met deze bijzondere vorm van 'storytelling' wordt de belangstelling voor erfgoed bij een nieuwe, jongere doelgroep geprikkeld.

De 'pilot' editie in 2015 was al een groot succes en werd door Erfgoed Brabant beloond met de Erfgoedprijs Brabant (zie bijlage voor een foto impressie).

Aanleiding en achtergrond

Bergen op Zoom behoort tot een van de oudste steden van Nederland en heeft meer dan 800 monumenten. Naast een aantal bekende zoals het Markiezenhof en de Gevangenpoort zijn er nog veel meer relatief onbekende monumenten. Nog onbekender zijn vaak de verhalen en de context die achter de monumenten en de plekken schuilgaan.

In het verleden heeft Bergen op Zoom diverse evenementen gekend die de popcultuur in de binnenstad tot leven hebben gebracht en gehouden. De Poptocht, de Bluesroute en de Popronde zijn hier enkele recente voorbeelden van. Met de opening van Gebouw-T in 2011 heeft de stad er een professioneel podium bij gekregen, waarmee een nieuwe impuls is gegeven aan deze popcultuur. In 2011 is Bergen op Zoom op initiatief van Gebouw-T voor het eerst als stad opgenomen in de landelijke Popronde, georganiseerd door stichting Popwaarts. Ook in 2012 en 2013 heeft de Popronde in Bergen op Zoom plaatsgevonden. De Popronde werkt volgens deze methode: Stichting Popwaarts maakt een landelijke selectie van ruim honderd aanstormende (pop-)acts. De Popronde is in 2015 gestopt in Bergen op Zoom.

Wij zagen hierin een nieuwe kans voor een evenement waarin een koppeling wordt gemaakt tussen erfgoed en eigentijdse popmuziek. Hiermee wordt de lokale geschiedenis op een laagdrempelige manier toegankelijk gemaakt voor een groter en nieuw publiek, en wordt er ingespeeld op de beperkte infrastructuur en afnemende speelbaarheid voor (nog relatief onbekende) artiesten, bands en singer-songwriters.

De initiatiefnemer

Stichting regionaal podium voor popcultuur Bergen op Zoom (werknaam: Gebouw-T) is initiatiefnemer van PopMonument. Gebouw-T is niet alleen een Poppodium, maar werkt als eerste podium in Nederland ook nauw samen met ROC West Brabant om de theorie van de opleiding PET (podium- en evenemententechniek) en Audiovisuele Vormgeving in de praktijk te brengen. Gebouw-T is een belangrijke culturele instelling binnen de regio. Het is het enige Poppodium in een straal van ongeveer 25 kilometer en bereikt rond de 250.000 inwoners, onder anderen uit Roosendaal, Goes, Dinteloord, Woensdrecht en Kalmthout (België).

De kernactiviteit van deze stichting is de exploitatie van Gebouw-T. Hiervoor ontvangt zij een reguliere exploitatiesubsidie vanuit de gemeente Bergen op Zoom. Het evenement PopMonument valt niet onder de reguliere activiteiten van de stichting.

De organisatie heeft geen winst oogmerk met het evenement. Gebouw-T is penvoerder en producent. PopMonument wordt in brede samenwerking uitgevoerd.

Missie, doelstellingen & ambities

Missie

PopMonument levert een actieve bijdrage aan de ontwikkeling van het culturele klimaat in Bergen op Zoom en omstreken. Dit doen we door op een laagdrempelige maar innovatieve wijze de hedendaagse popmuziek te verbinden aan historisch erfgoed. Onafhankelijke artiesten krijgen een podium in een erfgoedlocatie, de monumenten en (culturele) tradities komen daardoor in een nieuw licht te staan en de bezoeker maakt op een verrassende wijze kennis met hen alle twee. De combinatie levert een interessante en spannend kruisbestuiving op tussen artiesten, monumenten en publiek.

Doelstellingen

Doelstellingen van PopMonument zijn:

- Het versterken van een levendige popcultuur in Bergen op Zoom en omstreken
- Het publiek in aanraking brengen met onbekendere, (indiepop) acts en andere kunstvormen in een historische monumentale omgeving.
- De lokale geschiedenis (materieel en immaterieel erfgoed) op een aantrekkelijke en laagdrempelige manier toegankelijk maken voor een breder en nieuw publiek.
- Interactie bewerkstellingen tussen muziek, het erfgoed, het verhaal en het publiek.
- Een positieve bijdrage leveren aan het imago van Bergen op Zoom en West-Brabant, en dé reden zijn voor een eerste bezoek aan de stad en de regio met als doel herhalingsbezoek te creëren.
- PopMonument laten uitgroeien tot een niche festival met landelijk en internationaal (Vlaanderen) publieksbereik.

Ambitie 2016

Het evenement wordt boven regionaal te positioneren. Voor 2016 formuleren wij de volgende ambities:

- Bezoekersaantal: 4000
- Doelgroep: jonge gezinnen, dinky's, studenten hbo/wo, cultureel geïnteresseerden.
- Actieve doelgroepen: (beginnend) muzikanten, organisatoren (leisure), scholieren, studenten, cultureel geïnteresseerden.
- 25-30 acts (50/50 professioneel en lokaal/regionaal amateur) op 25-30 locaties

De stip aan de horizon

De ambitie voor PopMonument op de langere termijn is groter en gaat verder dan alleen een groei in het bezoekersaantal. De stip op de horizon staat op 2020 en het streven is om PopMonument in vijf jaar uit te laten groeien tot een festival van betekenis; een trekker in de regio. Het historische karakter van Bergen op Zoom, de aanwezigheid van meer dan 800 monumenten en vele tradities, én de aanwezigheid van jong muzikaal en cultureel talent, maakt dat er in dit unieke concept een grote groeipotentie zit. Tegelijkertijd zijn we ook realistisch en gaan uit van een geleidelijke en gecontroleerde groei zodat ook de organisatie en de financiën mee kunnen groeien.

PopMonument 2020

Dit weekend ontmoeten heden en verleden elkaar weer voor de vijfde editie van PopMonument! Op het programma staat onder anderen de herbeleving van de

belegering van Bergen op Zoom; op de stadsmuur vindt een groots visueel spektakel plaats en kan het publiek genieten van een spetterend optreden van de Staat. In de Grebbe kunnen bezoekers met een heuse tijdmachine (gemaakt door de studenten van de St. Joost) een kijkje nemen in het leven van 1860. Het belooft weer een zintuigen prikkelend en gehoor strelend evenement te worden.

PopMonument is uitgegroeid tot een begrip: hét evenement in West-Brabant dat in heel Nederland en Vlaanderen op de culturele agenda staat. Liefhebbers kijken er al maanden naar uit en dit weekend reizen ze in grote getalen af naar Bergen op Zoom om te genieten van popmuziek, kunst, prachtige monumenten en geschiedenis. Maar ook het heden telt; veel festivalbezoekers maken van de gelegenheid gebruik om ook de Brabantse Wal en andere bezienswaardigheden te bezoeken. 's Avonds zitten de restaurants vol en wordt er genoten van de heerlijke bourgondische Brabantse keuken.

'Vóór PopMonument kwam ik nooit in West-Brabant en wist ik niet dat er zo veel te zien en te doen was', zegt de Utrechtse Kim enthousiast. Ook de Vlaamse François heeft zijn tas al gepakt: 'In het begin ging ik steeds voor één dag heen en weer, nu hebben we een leuk hotelletje geboekt en blijven we lekker het hele weekend'. Maar Kim en François hebben geluk want bezoekers moesten er snel bij zijn dit jaar; tickets waren snel uitverkocht en hotels volgeboekt. De allerlaatste arrangementen (ticket PopMonument, hotel en diner) worden vanavond verloot onder de luisteraars van StuBru en 3FM. Degenen die geen tickets hebben kunnen bemachtigen kunnen evengoed komen genieten van het grotendeels onbetaalde evenement. De weersvoorspellingen zijn positief, tot ziens in Bergen op Zoom!

Bezoekersaantallen

Voor 2016 streven we naar een stijging van 35% ten opzichte van de piloteditie 2015, naar 4000 bezoekers. Voor de toekomst gaan we uit van respectievelijk 5000 en 6500 bezoekers in 2017 en 2018, met uiteindelijk tussen de 7500 en 8500 bezoekers in 2020. Het grootste deel van het evenement is vrij toegankelijk maar we gaan uit van 20 – 25% betalende bezoekers.

Financieel

PopMonument 2016 is een eerste volwaardige editie. We zorgen dit jaar voor een stevige positionering van het evenement, de verdere uitwerking en implementatie van het onderdeel 'storytelling' en het uitwerken van een lange termijn plan. Het concept biedt verschillende 'haakjes' voor financiering en mogelijkheden om verschillende partijen te boeien om zich (ook in financiële zin) te verbinden aan het evenement. Globaal zullen in het plan de volgende componenten terugkomen:

- Bedrijfsleven: In een case of support worden de verschillende "means of support" / sponsorpakketten voor het bedrijven uitgewerkt. Het evenement heeft verschillende doelen waar bedrijven zich aan zouden kunnen willen verbinden en redenen waarom een financiële bijdrage ook voor hen waardevol kan zijn:
 - Talentontwikkeling
 - Erfgoed
 - verbetering imago Bergen op Zoom (interessant voor vastgoed, parkeerbeheer et cetera)
 - economische spin-off (multi-purpose bezoeken, inkomsten hotels en horeca et cetera)

PopMonument 2016 wordt actief als showcase benut om het komend jaar bedrijven/organisaties aan het evenement te verbinden en een stevig sponsorprogramma uit te werken voor de toekomst.

- Nieuwe concepten; er zijn tal van ideeën voor nieuwe concepten die zowel inhoudelijk als financieel interessant zijn, zoals:

- Evenement uitbreiden met grotere locaties die door de organisatie zelf kunnen worden geëxploiteerd inclusief horeca, bijvoorbeeld de Oude Ravelijn.
- Walking concerts: Groepen van ongeveer 20/30 man gaan met een gids langs twee of drie locaties waar opgetreden wordt en krijgen al lopende op een leuke manier informatie over de monumenten en de stad. Dit is een voorloper op het reguliere programma (van +/- 19-22 u) van PopMonument en biedt exclusiviteit, kwaliteit en zekerheid. Deelnemers weten immers zeker dat ze bepaalde artiesten gaan zien en zijn verzekerd van goede begeleiding (gids) op plaatsen waar men normaliter niet komt.
- Eten in de monumenten: koppeling met de horeca.
- Slaaparrangementen: koppeling met hotels en andere evenementen zoals de boeken/platenmarkt op de zondag na PopMonument.
- Particulieren: PopMonument leent zich, door het bijzondere concept en aantrekkelijke, laagdrempelige karakter, prima om ook particulieren actief te betrekken. Dit kan op verschillende manieren, zoals:
 - Crowdfunding
De vele betrokken organisaties en vrijwilligers maakt dat het evenement al een enorm bereik heeft. Het enthousiasme over het festival onder betrokkenen en de bezoekers van 2015 is groot waardoor dit ook een grote spin-off zal creëren. Crowdfunding is daarnaast ook een geweldige marketingtool waardoor ook het publieksbereik toeneemt en daarmee weer de inkomsten van het festival (betaalde deel), de horeca, parkeerbeheer et cetera.
 - ‘supporter van PopMonument’
Er worden ideeën uitgewerkt waardoor het aantrekkelijk en leuk is om ‘supporter’ te zijn. Supporters krijgen hier iets voor terug; zijn herkenbaar, hebben een speciale positie, krijgen er ‘waardering’, korting en/of merchandise voor terug... Deze ideeën zijn nog in de ontwerpfase en worden het komend jaar uitgewerkt in een concrete concepten.
 - Recette van betalende bezoekers
Met het stijgende aantal bezoekers stijgen deze inkomsten. Ook de uitwerking van nieuwe concepten zal de inkomsten van bezoekers doen stijgen.
- Fondsen: Het concept van PopMonument biedt mogelijkheden om op verschillende terreinen fondsen te (blijven) werven. Het kan gaan om fondsen op het gebied van talentontwikkeling, amateurkunsten, podiumkunsten, erfgoed, festivals et cetera. De ‘breedheid’ van het evenement maakt dat er ook financieel veel mogelijkheden zijn.

Bovenstaande inzet moet leiden tot een gezonde financieringsmix en een duurzame organisatie van het evenement. Bij de begroting 2016 (zie bijlage) wordt middels een meerjarenbegroting ook een financiële doorkijk gegeven naar de toekomst.

Aanpak

Omschrijving activiteit

PopMonument verbindt heden en verleden op een eigen wijze door onafhankelijke (indie) popacts te laten optreden in het cultuur- en historisch erfgoed in de stad. De lokale geschiedenis, bekende en minder bekende monumenten en hun verhalen worden ontsloten en toegankelijk gemaakt voor een breed en relatief jong publiek. Niet alleen locaties krijgen aandacht maar ook Bergse tradities zoals de Weerwisserij, de oude pottenbakkers en Maria Ommegang plaatsen wij in nieuwe context door ze onderdeel te laten worden van het evenement. Eigentijdse middelen en peer-to-peer communicatie worden ingezet om het verhaal achter het monument te vertellen.

De ontmoeting en het contrast tussen hedendaagse popmuziek en het materiële en immaterieel erfgoed is spannend en wordt overgebracht op de bezoeker. Er wordt gevarieerd geprogrammeerd op zeer uiteenlopende locaties. Dit zorgt voor verrassende ontmoetingen in de stad. Wij halen hiervoor ook inspiratie uit goede voorbeelden elders in het land, zoals Motel Mozaïque in Rotterdam.

Wanneer?

Het evenement vindt plaats op de tweede zaterdagavond in september. Er wordt een koppeling gemaakt met het Kunsten in de Monumenten weekend. Daarbij zoeken we de spanning op tussen (oude) monumenten en bijzonder plekken en de artiesten van de toekomst.

Samenwerkingspartners

Er is een brede samenwerking. De volgende partijen zijn partner en faciliteren of ondersteunen het evenement op de volgende wijze:

- Cultuurbedrijf Bergen op Zoom (lid adviesraad / facilitair)
- Prouth of the South (financieel / programmering)
- Gemeente Bergen op Zoom (financieel)
- Kunst in Monumenten (lid adviesraad/ vrijwilligers, uitvoering)
- Stichting Bezichtiging Monumenten (lid adviesraad / vrijwilligers/ storytelling)
- Erfgoed Brabant (advisering / storytelling)
- City Marketing Bergen op Zoom (lid adviesraad / promotie)
- ROC / Zoomvliet studio (facilitair / educatief)
- Stichting Behoud Weerwisserij (kennisdeling / contacten / vrijwilligers)
- 360Vision Technology (productie, facilitair)
- Buro Boot (PR & Marketing)
- Ondernemersvereniging Sterck (sponsoring / contacten / promotie)
- Diverse particulieren (facilitair: beschikbaar stellen locaties / storytelling / sponsoring)
- 't Rijks voortgezet onderwijs (educatief / storytelling)
- Diverse café's en restaurants (facilitair; beschikbaar stellen locaties / sponsoring)
- Newest Industry (marketing, technologie, sponsoring)
- Glow Eindhoven (kennisdeling)
- Efteling Academy (kennisdeling /ondersteunen storytelling)
- Conservatorium van Amsterdam , popafdeling
- Diverse jonge kunstenaars, designers, mode ontwerpers, theater groepen
- Vi.be/ Poppunt.be

Operationeel wordt het evenement georganiseerd door een mix van professionals vanuit Poppodium Gebouw-T, een groep van circa 30-45 gemotiveerde vrijwilligers en studenten van Zoomvliet Studio (opleiding audiovisuele producties), studenten van de opleiding AKV|St.Joost en 't Rijks voortgezet onderwijs.

Programmering

25 TOT 30 ACTS, 50/50 PROFESSIONEEL EN LOKAAL/REGIONALE AMATEURS

Er wordt ingezet op een hoogwaardig artistiek muziekprogramma waarbij rekening wordt gehouden met de dynamiek tussen monumenten en acts. Ook wordt gezocht naar contrasten. Contrastwerking en interdisciplinariteit zijn sleutelbegrippen. Hiermee wordt het publiek uitgedaagd en geprikkeld. Juist in een festivalsfeer is hedendaags publiek bereid zich te laten onderdompelen in relatief onbekende muziek die fris is én vers van de pers – maar niet per se hoogdrempelig of ontoegankelijk.

De basis van het programma wordt gevormd door indie popacts. Het onderdeel indie betekent hier niet zo zeer dat de eigen werk spelende artiesten onafhankelijk van grote platenmaatschappijen en dure managers opereren, maar wel dat ze los van hypes en met respect voor- en versterkt door de bijzondere plek en omstandigheid waar ze geprogrammeerd staan, van hun optreden een kunstwerk op zich willen maken.

Nieuw talent

Qua programmering wordt een balans gezocht tussen originele ervaren muzikanten die eigentijdse kwaliteit waarborgen en (aankomende) talenten met een eigen karakter waarvan verwacht wordt dat ze stappen gaan maken. Kwaliteit is er genoeg, maar een alternatieve infrastructuur ontbreekt het vooralsnog in Bergen op Zoom. PopMonument brengt daar verandering in door ook acts die niet direct een volle zaal trekken (maar de middelmaat zeker ontstijgen), eenmalig neer te zetten op een geschikt podium van passende grootte. Met geschikt podium bedoelen wij het plaatsen van een act op een locatie die past bij de stijl van de muziek.

Veel bands en muzikanten die betrokken worden zijn Berghs, Brabantse en (inter) nationaal talenten. Er wordt samenwerking gezocht met trajecten en programma's zoals Prouth of the South, T-strijd en Vi.be, het Belgische platform voor popmuziek talent.

Beoogde acts (tot nu toe)

Mister & Mississippi	Kovacs	Pauw
Dyzack	Goose	Rudy Trouve
Vuigtuig	Eefje de Visser	Condor Gruppe
De Staat	The Girl Who Cried Wolf	Lais
Flying Horseman	Het Zesde Metaal	Nunki
Stuff	Meindert Talma	Echo Beatty
Haty Haty	Indian Askin	

Locaties

CIRCA 25 LOCATIES; PUBLIEKSLOCATIES, MONUMENTEN, BIJZONDER PARTICULIERE EIGENDOMMEN, PARKEN, PLEINEN EN HORECA GELEGENHEDEN...

PopMonument staat voor bijzondere popmuziek en onverwachtse ontmoetingen op unieke plekken in een monumentale stad. Optredens vinden plaats op verschillende locaties met een bijzonder verhaal, verspreid door Bergen op Zoom. Deze verscheidenheid en spreiding van locaties zorgt voor een extra prikkeling; het publiek wordt qua setting steeds verrast. Dit geeft een extra dimensie aan het evenement. Behalve publiekslocaties en horeca worden ook particuliere eigenaren van monumentale panden uitgenodigd om hun panden open te stellen voor publiek. De bezoekers krijgen tijdens het evenement toegang tot plekken die normaal gesproken niet voor publiek toegankelijk zijn.

Locaties (tot nu toe)

Publiekslocaties in de historische binnenstad:

- Schouwburg De Maagd
- Sint-Gertrudiskerk
- Verschillende stadspaleizen en -parken...
- Het Markiezenhof
- Het Ravelijn
- Franse Tuin (Markiezenhof)
- Poppodium Gebouw-T

Specifieke locaties in Bergen op Zoom:

- Synagoge
- De Heerenkamer (oude Stadhuis)
- De Grebbe
- Gevangenpoort
- de Watertoren
- Boottocht naar de Weerwisserij
- Blokstallen, 2 en 3
- Fort de Roovere

Horeca locaties:

- Provoosthuis
- Restaurant Koel
- Café Die Twee
- Grand Hotel De Draak
- Les Vedettes Café Culturel
- Vestzaktheater/café Het Zwijnshoofd
- Don Camillio Bar
- Café De Schorre

Bijzondere particuliere locaties, zoals de Getijdenmolen en de Stadskelder.

(Story)telling

HET VERHAAL ACHTER HISTORISCHE PLEKKEN EN TRADITIES DOOR PARTICULIEREN, SCHOLIEREN, STUDENTEN EN VRIJWILLIGERS; EDUCATIEF IN MEERDERE OPZICHTEN

De bezoeker krijgt meer dan zomaar een optreden van een artiest, band of singer-songwriter maar wordt ook meegenomen in het verhaal en de geschiedenis van locaties en tradities. Door de combinatie van aantrekkelijk popacts en het gebruik van uiteenlopende hedendaagse tools en kunstvormen, wordt ook de minder erfgoed minnende bezoeker verleid om mee te terug te gaan in de geschiedenis.

Het evenement is een ware muzikale en historische ontdekkingstocht. Tijdens deze tocht leren bezoekers de verhalen van de stad en de monumenten kennen. De muziek is daarbij de rode draad waarbij er wordt gestart op de Grote Markt midden in historisch Bergen op Zoom. Via een route zal het publiek uiteindelijk terecht komen bij het garnizoensgedeelte van de stad.

Het brede publiek kan zich door de muziek en de inzet van diverse multimediale middelen (projecties, interactieve websites en apps) laten dompelen in de lokale geschiedenis. Met de i-beacon technologie kan men zelf op zoek naar de locatie en het verhaal via de smartphone of tablet. De bezoekers krijgen zo informatie over de locatie waar ze zich bevinden en maakt op een eigentijdse en attractieve wijze kennis met de monumenten en hun verhalen.

Wie verdieping zoekt kan op micro (meer individueel) niveau genieten van de inzet van:

- Stichting Bezichtiging Monument (SBM), een vrijwilligersorganisatie met diepgaande kennis over het historisch erfgoed van Bergen op Zoom en omgeving. De bijdrage van en samenwerking met SBM is in meerdere opzichten waardevol:
 - PopMonument kan putten uit een bron van kennis en informatie én vrijwilligers van SBM.
 - SBM heeft veel historische kennis maar slaagt er niet in om een breder en jonger publiek te bereiken. In dit traject kunnen zij van betrokken partners, studenten, scholieren, Efteling Academy en andere partijen veel leren over het bereiken van nieuwe doelgroepen. Deze uitwisseling van kennis ('growing in public') kan de organisatie ook in de toekomst helpen bij het uitdragen van hun verhaal.
 - SBM krijgt letterlijk de mogelijkheid om zich te presenteren aan nieuwe doelgroepen. Door dit "podium" wordt de bekendheid van en interesse in erfgoed onder een jonger publiek vergroot en wordt de instroom van nieuwe leden gestimuleerd.
- Particulieren: Trotse eigenaren en bewoners van monumentale panden zijn vaak dé aangewezen personen om met passie te vertellen over hun omgeving, pand, tuin, familie en geschiedenis. PopMonument nodigt deze particulieren dan ook actief uit om op hun eigen authentieke wijze bij te dragen aan het evenement en de bezoekers mee

te nemen in het verhaal achter de locatie.

- Scholieren (afstudeerders) van 't Rijks (voortgezet onderwijs) die zich klaarstomen voor de Kunstacademie, studenten van AKV|St.Joost en jonge (beeldende) kunstenaars en designers uit West-Brabant, gaan actief aan de slag met het onderdeel "storytelling". Zij worden uitgedaagd om concepten te ontwikkelen om de geschiedenis op eigen wijze te vertellen aan andere jongeren. Zij krijgen daardoor een platform om zich te presenteren als kunstenaar, ontwerper, VJ, beeldend performer en/of verteller. Dit is een leerzame en educatieve ervaring omdat ze ondersteuning kunnen krijgen van verschillende professionals (learning on the job). Hierbij willen we een koppeling maken met de Efteling Academy en Glow Eindhoven. Er is hiervoor contact gelegd met deze organisaties.
- Expedities naar de Bergse traditie zoals de weervisserij, de oude pottenbakkers, Maria Ommegang. Deze tradities worden in nieuwe context geplaatst door ze onderdeel te laten worden van het evenement met onder anderen peer-to-peer communicatie en de koppeling met eigentijdse optredens.

'Storytelling' is de kapstok maar de ideeën zijn niet statisch en/of volledig uitgekristalliseerd. Met diverse partners zoals Markiezenhof/Cultuurbedrijf, Stg. Bezichtiging Monumenten, jonge kunstenaars en designers, particulieren, scholieren en studenten, wordt het bovengenoemde verder uitontwikkeld in een creatief concept. Erfgoed Brabant, de Efteling Academy en Glow Eindhoven ondersteunen hierbij met hun expertise en kennis. Dit maakt het voor alle betrokken partijen een zeer leerzaam traject.

Entree: betaald vs. onbetaald

We streven naar een duurzame organisatie en positionering van PopMonument. Alleen dan kunnen we ook in de toekomst een rol (blijven) spelen voor (aankomend) talent in de muziek en de (beeldende) kunsten, en voor de ontsluiting van ons erfgoed. Gelijktijdig willen we echter een laagdrempelig en toegankelijk evenement zijn en blijven.

In 2015 was het evenement geheel gratis maar de ervaring leert dat wanneer trouwe bezoekers eenmaal gewend zijn aan een gratis evenement, dit nog moeilijk te keren is. Vanaf 2016 kiezen we daarom voor een gratis toegankelijk gedeelte en een programma deel waar een toegankelijk prijs voor betaald moeten worden. Het betaalde deel betreft met name de hoofdlocaties zoals schouwburg De Maagd, Markiezenhof en Gebouw-T. De programma's in de cafés en openbare toegankelijk plekken zijn gratis toegankelijk.

Planning

- In maart strategie PR & marketing gereed
- In mei definitieve locaties en programma gereed
- In mei zijn de headliners bekend, mei t/m augustus 2016 start promotie
- In juni/juli vindt de pre productie plaats
- Uitvoering van het evenement is op 10 september 2016
- In oktober: evaluatie en nazorg

Bijlagen

Als separate bijlage zijn opgenomen:

- Communicatieplan
- Begroting 2016 en financiële doorkijk naar 2020
- Foto impressie