

STICHTING

POPMONUMENT

PROJECTPLAN

POPMONUMENT 2017

“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)



Stg PopMonument io
Wilhelminaveld 96
4611 WJ Bergen op Zoom
0164 253122

Voor informatie:
Gert-Jan de Koster
06-10162399

Inleiding

Wat is PopMonument?

PopMonument is een evenement dat een bijzondere koppeling maakt tussen erfgoedlocaties, hedendaagse popacts en storytelling. Muziek en lokale geschiedenis worden hierdoor op een laagdrempelige en eigentijdse manier toegankelijk en gaan - door de verschillende manieren van storytelling - een nieuwe en eigenzinnige relatie aan. Onafhankelijke artiesten krijgen een podium in een erfgoedlocatie, monumenten en (culturele) tradities komen daardoor in een nieuw licht te staan. De bezoeker maakt hiermee op een verrassende wijze kennis, namelijk door een hoogwaardige en vernieuwende manier van storytelling.

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 Proud of the South). De ontmoeting en het contrast tussen hedendaagse popmuziek en erfgoed is spannend en wordt in verhalen en beelden overgebracht op de bezoeker. De verhalen bestaan niet louter uit informatie en jaartallen, maar krijgen vorm in een pakkend scenario en worden aangevuld met verduidelijkende en associatieve beelden, veelal vormgegeven met de nieuwste 3D technieken. 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 Erfgoed prijs Brabant, de editie 2016 is als ontwikkelproject gehonoreerd door Brabant C.

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 relatief onbekende monumenten. Nog onbekender zijn 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 hiervan recente voorbeelden. Met de opening van Gebouw-T in 2011 heeft de stad er een professioneel podium bij gekregen, waarmee een nieuwe impuls is gegeven aan de 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. De laatste editie hiervan vond plaats in 2014.

Gebouw-T zag toen de kans voor een evenement waarin een koppeling wordt gemaakt tussen erfgoed en eigentijdse popmuziek. Inmiddels is het succes van de formule bewezen en is er ruimte voor groei. Om de onafhankelijkheid te waarborgen en alle participanten een rol te garanderen in het festival, zal voor PopMonument in 2017 een eigenstandig rechtspersoon in het leven worden geroepen.

De ontwikkeling van PopMonument valt (toevallig?) samen met een parallelle ontwikkeling in de stad: De gemeente Bergen op Zoom heeft als uitkomst van een co-creatietraject ("expeditie Catan") gekozen voor storytelling als speerpunt voor de maatschappelijke en economische ontwikkeling van de stad. De gemeente zet die intentie ook om in daden: aan het NHTV wordt opdracht verleend om in de Storytelling Academy te werken aan goede scenario's om de verhalen over monumentale gebouwen en plekken aan een jong publiek over te brengen. De missie van PopMonument past naadloos in die aanpak.

De initiatiefnemer

Stichting regionaal podium voor popcultuur Bergen op Zoom (werknaam: Gebouw-T) is initiatiefnemer van PopMonument. 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). Gebouw-T werkt als eerste podium in Nederland nauw samen met ROC West Brabant om de theorie van de opleiding PET (podium- en evenemententechniek) en Audiovisuele Vormgeving in de praktijk te brengen.

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.

Om PopMonument vorm te geven en om het initiatief optimaal te laten wortelen in de gemeenschap is vanaf het eerste begin een stuurgroep gevormd met daarin vertegenwoordiging van de gemeente en de SBM (Stichting Bezichtiging Monumenten). In 2017 is besloten tot de oprichting van de stichting Popmonument. Hiervoor is gekozen om ook formeel en statutair recht te doen aan de positie van alle samenwerkingspartners en geen onduidelijkheid te laten ontstaan tussen de bedrijfsvoering van de reguliere activiteiten van Gebouw-T en de activiteiten van PopMonument. De huidige stuurgroep zal overgaan in bestuur en comité van aanbeveling van de nieuwe stichting. Uiteraard zal het aandeel popmuziek zwaar blijven leunen op de programmatische expertise en de facilitaire ondersteuning van Gebouw-T.

Missie, doelstellingen & ambities

Missie

PopMonument levert een actieve bijdrage aan de ontwikkeling van het culturele klimaat in Bergen op Zoom en omstreken. PopMonument legt hiertoe een verbinding tussen hedendaagse popmuziek en historisch erfgoed door laagdrempelige en hoogwaardige storytelling. 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 hiermee op verrassende wijze kennis. De combinatie levert een spannende kruisbestuiving op tussen artiesten, monumenten en publiek, ook door de veelheid van acts (van jong talent tot gearriveerd), bezetting (one-man-band tot orkesten) en locaties (de bekende monumenten, maar ook huiskamers en boten van de weervisserij).

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.
- Kunstenaars en designers in de gelegenheid stellen om de traditionele manier van storytelling te verrijken met eigenzinnige, innovatieve en associatieve technieken en vormen. 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 nichefestival met landelijk en internationaal (Vlaanderen) publieksbereik.

Ambitie

Het is de ambitie om PopMonument bovenregionaal te positioneren. Voor 2017 formuleert de stichting de volgende ambities:

- Bezoekersaantal: 4500 waarvan 1000-1200 betalende
- Doelgroep: dinky's, studenten hbo/wo, jonge ouders, 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
- Verdere uitbreiding naar een meerdaagse evenement (zaterdagmiddag, vrijdagavond, zondagmiddag)
- Vastleggen van ervaringen en werkwijze in een toolkit waarmee andere Brabantse steden en/of historisch plekken een vergelijkbaar evenement kunnen organiseren, bijvoorbeeld langs de Zuiderwaterlinie. Het thema van het monumentweekend wordt eigentijds en eigenwijs verwerkt in het programma.
- Het concept storytelling (door de gemeente gekozen tot speerpunt) versterken en verrijken door aansprekende voorbeelden .

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 drie jaar uit te laten groeien tot een festival van betekenis en 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 zintuigenprikkelend en gehoorstrelend 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

PopMonument streeft voor 2017 naar een stijging van 40% ten opzichte van de piloteditie 2015, naar 4500 bezoekers. Voor 2018 en 2019 wordt gestuurd op respectievelijk 5000 en 6500 bezoekers en uiteindelijk tussen de 7500 en 8000 bezoekers in 2020. Een groot gedeelte van het evenement blijft vrij toegankelijk, maar er wordt begroot op 20 – 25% betalende bezoekers.

Financieel

Het jaar 2017 toont een verdere positionering van het evenement, met verder doorgevoerde uitwerking en implementatie van het onderdeel 'storytelling' en het uitwerken van een plan voor de lange termijn. 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)PopMonument wordt actief als showcase benut om bedrijven en 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 het Ravelijn en de waterschans.
 - 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 en "glamping" in het Ravelijn, ondersteund door citymarketing Bergen op Zoom en catering.
 - Organisatie van de Vinyl en Vintage markt op zaterdagmiddag van PopMonument ism Sterck en de Waterput.
- 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:
 - 'supporter van PopMonument'
Een loyaliteitsprogramma voor trouwe en enthousiaste bezoekers. Supporters krijgen hier iets voor terug; zijn herkenbaar, hebben een speciale positie, krijgen er waardering in de vorm van korting en/of merchandise voor terug.

- 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 reikwijdte van het evenement maakt dat er ook financieel veel mogelijkheden zijn.

Bovenstaande inzet moet leiden tot een goede financieringsmix en een duurzame organisatie van het evenement. In de bijgeleverde meerjarenbegroting wordt 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 Weervisserij, de oude pottenbakkers en Maria Ommegang komen in een nieuwe context te staan in dit 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 immateriële 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. Inspiratie hiervoor komt ook uit goede voorbeelden elders in het land, zoals Motel Mozaïque in Rotterdam.

Wanneer?

Het evenement vindt plaats op en rond de tweede zaterdag in september. Er wordt een koppeling gemaakt met het Open Monumentendag, een bekend concept met een spannende toevoeging: gebouwen en verhalen van vroeger en 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:

- Gemeente Bergen op Zoom/Kunst in de monumenten (stuurgroep/financieel/inhoud/programma)
- SBM (stuurgroep, financieel/inhoud/programma)
- City Marketing Bergen op Zoom (stuurgroep / promotie)
- Erfgoed Brabant (advisering / storytelling)
- Cultuurbedrijf Bergen op Zoom (inhoud/financieel / facilitair)
- Proud of the South (financieel / programmering)
- ROC / Zoomvliet studio (facilitair / educatief)
- Avans (St. Joost) en NHTV (inhoud/educatief/storytelling)
- Stichting Behoud Weervisserij (kennisdeling / contacten / vrijwilligers)

- 360Vision Technology (productie, facilitair)
- Buro Boot (tekst, PR & Marketing)
- Smart venue-Effenaar (kennisdeling, facilitair)
- Ondernemersvereniging Sterck (sponsoring / contacten / promotie)
- Diverse particulieren (facilitair: beschikbaar stellen locaties / storytelling / sponsoring)
- Voortgezet Onderwijs (educatief / storytelling)
- Ondernemersvereniging Sterck & Rabobank
- Piquin Radio, 3voor12, Muzine (media)
- Diverse café's en restaurants (facilitair; beschikbaar stellen locaties / sponsoring)
- Brabant C (inhoud/ business plan/financieel)
- Conservatorium van Amsterdam , Rock Academy, CODARTS
- Diverse jonge kunstenaars, designers, mode ontwerpers, theater groepen
- Vi.be/ Poppunt.be
- Trix, poppodium te Antwerpen
- Diverse boekingskantoren

Operationeel wordt het evenement georganiseerd door een mix van professionals vanuit Poppodium Gebouw-T, een groep van circa 35-45 gemotiveerde vrijwilligers vanuit Gebouw-T en SBM. Studenten van Zoomvliet Studio (opleiding audiovisuele producties), studenten van de opleiding AKV|St.Joost, NHTV 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. 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. 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 garant staan voor eigentijdse kwaliteit en (aankomende) talenten met een eigen karakter waarvan verwacht wordt dat ze stappen gaan maken. Kwaliteit is er genoeg, maar een alternatieve infrastructuur ontbreekt 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 en passend bij de stijl van de muziek.

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

Beoogde acts (tot nu toe)

headliners:

Hooverphonic

Ozark Henry

Soulwax

DAAU

Maxi Jazz

Drive Like Maria

My Baby

Weval

Kovacs

Goose

De Staat

Heavn

Birth Of Joy

Compact Disc Dummies

Chantal Acda

J Bernardt

Stuff

Talent / upcoming

Donnerwetter

Tangles Horns

Peer

Tigerhorse

Kim Jansen

Sleeper's Reign

Cocaine Pis

Lucy And The Birds

Mich

Archont

The Girl Who Cried Wolf

Tom Neven

Machine fabriek

Mercy John

Zoon

Contra Contra

Lost/ctrl

Rosemary & Garlic

Cellulois Gurus

Condor Gruppe

Cut_

Bombay

Vuigtuig

Echo Beatty

Max Meser

Inguana Death Cult

Causes

Locaties

CIRCA 25 LOCATIES; PUBLIEKSLOCATIES, MONUMENTEN, BIJZONDER PARTICULIERE EIGENDOMMEN, PARKEN, WEERVISSERIJ, 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 moet in beweging komen en 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
- St. Catharinakapel
- Het Markiezenhof
- Het Ravelijn
- Partic. monumenten
- Franse Tuin (Markiezenhof)
- Poppodium Gebouw-T
- stadspaleizen en –parken

Specifieke locaties in Bergen op Zoom:

- Synagoge
- De Heerenkamer (oude Stadhuis)
- Gevangenpoort
- de Watertoren
- Blokstallen, 2 en 3
- De Grebbe

Buitengebied

- Fort de Roovere
- Boottocht naar de Weerwisserij

Horeca locaties:

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

Bijzondere particuliere locaties, zoals de Getijdenmolen, de Stadskelder en huiskamers.

(Story)telling

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

Het verhaal begint altijd bij de historische bronnen. De input hiervoor komt van de stadshistoricus en van de geschiedkundige kring, die kunnen instaan voor de historische juistheid en authenticiteit. De Storytelling Academy maakt een selectie van verhalen, aansluitend op het thema van de Open Monumentendag (in 2017 “boeren, burgers en buitenlui”). De stuurgroep en het projectteam bezien of de kwaliteit voldoende is om in PopMonument een onderscheidende rol te kunnen spelen, of er voldoende openingen zijn om het verhaal aan te vullen met werk van kunstenaars/designers en of er een aanvullende opdracht verleend zal worden aan zelfstandige scenarioschrijvers. De aldus gepresenteerde verhalen blijven beschikbaar voor rondleidingen door SBM en worden levend gehouden door reacties en inbreng van publiek. Zodoende ontstaat een levendige creatieve en interactieve cultuur van verhalen delen, uitwisselen en vernieuwen.

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 zoals GIF (animaties), Augmented Reality en Virtual Reality, wordt ook de minder erfgoedminnende bezoeker verleid tot een nieuwe kijk op bekend veronderstelde gebouwen en historie.

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 onderdompelen 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:

- 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.
- 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).

Entree: betaald vs. onbetaald

PopMonument streeft naar een duurzame organisatie en positionering en wil een blijvende rol spelen in de combinatie popmuziek – erfgoed - storytelling. De ambitie om laagdrempelig en toegankelijk te zijn en blijven kan op gespannen voet komen te staan met de geformuleerde ambities.

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. Sinds 2016 is een gedeelte van het programma gratis toegankelijk gedeelte en er is een programmadeel waar een toegangsprijs voor betaald wordt. 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. Zodoende kan iedereen naar eigen smaak en behoefte winkelen in het aanbod en daarvan wat meer of minder tot zich nemen.

Planning

- In februari strategie PR & marketing gereed
- In maart basis financiën en inhoud (storytellingsvorm)
- In april definitieve locaties en programma gereed
- In mei zijn de headliners bekend, mei 2017 start promotie
- In juni vindt de preproductie plaats
- Uitvoering van het evenement is in het Monumentweekend, 2 weekend van september
- In oktober/november: evaluatie en nazorg

Bijlage

Als separate bijlage is opgenomen de Begroting 2017 -2020