

SIMMERDEIS

THEATER- EN MUZIEKFESTIVAL



2017 - 2020

Inhoudsopgave

pagina

1. Simmerdeis 2017 – 2020

2

Case for support: Wat is Simmerdeis

2. Simmerdeis Festival: beleidsvisie 2017 – 2020

3

Aanleiding

Doelstelling/ambitie: beoogde resultaten

Kijken, incasseren, reflecteren: de intrinsieke waarde van kunst

3

Duurzaamheid

4

Doelgroepen – voor wie is het

7

Inhoud: wat, wanneer en waar

8

Programmering in het Slingepark: van Popmuziek tot Jeugdaanbod

De omliggende dorpen: locatievoorstellingen en community art

Producers / Productiehuis

Projectorganisatie – wie doet wat

11

Planning – looptijd

13

Marketing & communicatie

13

Met welke middelen bereiken we wie en waarom

Financiering

15

Evaluatie hoe meten we, wat meten we, wanneer meten we

16

3. Ambities van De Lawei 2017 – 2020

17

4. Bijlages

1 Geschiedenis van Simmerdeis in vogelvlucht

19

2 Marketing en communicatie

20

3 Doelstellingen provincie Fryslân versus Simmerdeis

22

5. Begroting

25

Programmaboekje 2016

Recensies



1. Simmerdeis 2017 – 2020

Case for Support: Wat is Simmerdeis

Simmerdeis is een professioneel, producerend kunstenfestival dat plaatsvindt in een openbaar toegankelijk park in Drachten (hoofdlocatie) en op verschillende locaties in zowel Drachten als de omliggende dorpen. Het aanbod bestaat uit een verrassende, uitdagende en toegankelijke mix van theater, circus, dans, muziek en beeldende/digitale kunst. De drempel voor het publiek is laag omdat veel van het aanbod gratis toegankelijk is of te bezoeken is tegen een geringe entree. Bij de samenstelling van het aanbod wordt rekening gehouden met verschillende doelgroepen, qua leeftijd (van 4+ tot 80), maar ook qua opleidingsniveau (van laaggeletterd tot high potential).

2

Simmerdeis stelt dit brede aanbod niet zomaar samen. Ten eerste gaat het om professioneel aanbod van interessante makers die ons, de kijker, kritische of vrolijke spiegel voorhoudt. Ten tweede zit er tussen de verschillende voorstellingen, kunstprojecten en concerten samenhang. Die samenhang wordt thematisch gevonden in het begrip 'duurzaamheid'. Duurzaam betekent in dit verband niet alleen 'groen', maar vooral openstaan voor je omgeving.

Simmerdeis vindt niet voor niets plaats in Drachten en haar omgeving. Drachten is een creatieve, moderne werkstad waar alles kan. Simmerdeis maakt hier ruimhartig gebruik van door enerzijds spannend en uitdagend te programmeren (goed voor economie en recreatie/toerisme), maar anderzijds door aanbod te halen of zelf te produceren waarbij het leggen van verbindingen tussen de verschillende doelgroepen die in Drachten en haar omgeving wonen (maatschappij, welzijn en zorg) uitgangspunt zijn.

Voor Drachten geldt in beide gevallen een maatschappelijk effect: de verbetering van sociale cohesie/verbondenheid. Neveneffecten zijn talentontwikkeling, cultuureducatie (omgaan met 21^e eeuwse vaardigheden), bijdrage aan creatieve innovatie door het aangaan van experiment.

We hebben nadrukkelijk aandacht voor groei (de nog steeds groeiende stad Drachten) en krimp (het almaar dunner bevolkte achterland) met alle gevolgen van dien: afname van bereikbaarheid en afname van diensten.

Groen zijn we ook. Daarom bedenken we bij alles wat we doen hoe we dat zo duurzaam mogelijk kunnen organiseren. Denk aan energie- en waterverbruik, gebruik van regionale producten, hergebruik van oude materialen, et cetera.

Maar bovenal gaat Simmerdeis over de intrinsieke waarde van kunst. De festivalprogrammering is altijd speciaal. Publiek wat dat weet, komt. Publiek wat dat nog niet weet, leren we dat. Door zelf te (co)produceren hebben we een nauw contact met het gezelschap, ons publiek nemen we mee in het creatieve proces: openbare repetities, meepraten over de inhoud van een project, na afloop reflecteren via bijvoorbeeld nagesprekken. Zo leren we het publiek, publiek te zijn. We leggen onze programmering uit. We luisteren naar reflecties en reageren ook. Dat klinkt misschien betuttelend. Maar vergeet niet, dat opgroeien in een cultureel klimaat niet voor iedereen in Drachten vanzelfsprekend is.

Dat wat we doen, doen we met aandacht!

Simmerdeis is stevig verankerd binnen de ambities van Schouwburg De Lawei (zie pagina 17).

Gezien de spreiding van de kunstenfestivals Oerol op Terschelling en het Straatfestival en Explore the North in Leeuwarden, neemt Simmerdeis een belangrijke plaats in, in Fryslân.



2. Simmerdeis Festival: beleidsvisie 2017 – 2020

Aanleiding

Drachten is een creatieve, moderne werkstad waar alles kan. Simmerdeis maakt hier ruimhartig gebruik van door enerzijds spannend en uitdagend te programmeren (goed voor economie/recreatie/toerisme), maar anderzijds door aanbod te halen of zelf te produceren waarbij het leggen van verbindingen tussen de verschillende doelgroepen die in Drachten en haar omgeving wonen (maatschappij, welzijn en zorg) uitgangspunt zijn.

Simmerdeis is in deze omgeving hét professionele en producerende kunstenfestival. Sinds 2006 zijn we gegroeid van 2000 bezoekers naar ruim 30.000 bezoekers in 2016. De komende jaren groeien we door, wat vooral zichtbaar is in de publieksaantallen bij voorstellingen en community art projecten op locatie. Om capaciteit te vergroten, voegen we het centrum van Drachten toe als podium/locatie.

Simmerdeis is al 10 jaar hét festival in Drachten met stedelijke ambities (Drachten) stevig verankerd in het platteland (de dorpen rondom Drachten). Simmerdeis richt zich op bezoekers uit vooral de Noordelijke provincies. Maar daar trekken we geen grens: meer nog dan nu verwerft Simmerdeis een eigen plaats in het landelijk aanbod van zomerfestivals.

Het aanbod is internationaal, nationaal en regionaal. Naast de podiumkunsten (theater, dans, circus en muziek) is er aandacht voor beeldende/digitale kunst.

Doelstelling/ambitie: beoogde resultaten

DOEL 1 - kijken, incasseren en reflecteren – de intrinsieke waarde van kunst

Bovenal gaat Simmerdeis over de intrinsieke waarde van kunst. Simmerdeis is een festival waar makers zich kunnen ontwikkelen, waar ze mogen experimenteren en waar resultaten dus ook kunnen tegenvallen.

Hierdoor kan een maker in het bijzonder, maar cultuur in zijn algemeen zich ontwikkelen. Door publiek mee te nemen in de ontwikkelingen van de voorstelling of het kunstwerk, leren we het te reflecteren op wat het ziet en meemaakt. We bieden een ervaring. Deze ervaring kan mooi zijn, lelijk, intrigerend, interessant, leuk, spannend, beangstigend, verheffend... of een combinatie van dit alles.

Doordat we het aanbod presenteren in festivalvorm (veel aanbod, gemakkelijk toegankelijk en 'straight into your face'), bieden we het publiek ruimte om sneller te schakelen. Hierdoor leer je dat je niet altijd iets van iets hoeven te vinden en dat het niet erg is wanneer je het werk niet (meteen) begrijpt. Je kijkt, je incasseert of niet en je loopt door. Of je blijft staan en gaat een gesprek aan met je tijdelijke 'festivalbuurman'.

Het aanbod wordt in een veel directere omgeving gepresenteerd dan wanneer we het zouden presenteren in De Lawei. Je hoeft niet eerst de grens over van het theater, je komt een act gewoon tegen op het terras of in de winkelstraat. Het is gemakkelijk om contact te maken met de maker en na te praten over dat wat je net ervaren hebt.

Het open karakter van een festival helpt ons om thema's te verbinden aan dat wat we het publiek laten zien.



©Saris & den Engelsman



DOEL 2 - duurzaamheid milieu & innovatie

We staan voortdurend stil bij de vraag of dat wat we doen duurzaam is. En als niet, dan zoeken we naar de meest duurzame oplossing. Ook kiezen we voor voorstellingen die duurzaam zijn geproduceerd en/of duurzaamheid als thema hebben en we werken samen met kunstenaars die gebruik maken van duurzaam materiaal. Als gezelschappen, bands, kunstenaars en organisaties in hun voorstelling duurzaamheid niet inhoudelijk hebben vormgegeven, dan vragen we op zijn minst een andere duurzame inspanning van hun kant. Met andere woorden, duurzaamheid is een belangrijk criterium om geprogrammeerd te worden. We maken tijdens de editie van 2017 een global footprint, onze strategie is om het de komende jaren steeds beter te doen – we hebben steeds minder nodig (reductie) of anders compenseren we ons verbruik. We gaan de samenwerkingen aan met innovatieve platforms, waar duurzame toepassingen worden getest in een festivalomgeving.

4

samenwerking met creatieve industrie: kansen voor de arbeidsmarkt

Simmerdeis biedt experimenteerruimte op het festivalterrein en in de aanloop naar het festival toe. We zijn een laboratorium voor cultuur en de samenleving. We worden heel enthousiast van cross-overs en multidisciplinaire samenwerkingsprojecten. Doelen zijn kwaliteitsverbetering en versterking van de culturele infrastructuur en het culturele klimaat, talentontwikkeling en cultuureducatie, publieksverbreding en participatie, maatschappelijke, toeristische en economische impact. We zijn in gesprek met o.a. het Innovatiecluster van Drachten over projecten die we in gezamenlijkheid willen aanpakken.

- Specifiek zoeken wij het contact met het Innovatiecluster Drachten – wat kunnen we voor elkaar betekenen, hoe brengen we ideeën in contact met kunstenaars en theatermakers die een idee naar een toepassing kunnen tillen. Het Innovatiecluster Drachten is een platform van hoogwaardige en innovatieve bedrijven in en rond Drachten, te weten Neopost Technologies, BD Kiestra, S&T, Variass, Irmato, Norma Groep, Photonis, Philips CL Drachten, WhisperPower, Delta Instruments, YP Your Partner, Ziuz & Resato. Zij zijn samen met de gemeente Smallerland en de provincie Fryslân, bezig om de regio Drachten als innovatief, technologisch en kennisintensief op de kaart te zetten. Het aantrekken van hoog opgeleid personeel voor de regio en het uitwisselen van kennis en ervaringen zijn daarbij concrete doelen.

Een voorbeeld:

Simmerdeis doet mee aan een onderzoek naar MoSART. MoSART staat voor *Mobile Soundscape Appraisal and Recording Technology* en is een smartphone app waarmee de buurtbewoner aangeeft hoe hij/zij het geluid in de omgeving beleeft. De bewoners wordt gevraagd een opname van 30 seconden te maken en daar wat vragen over te beantwoorden, zoals 'Wat vind je van het geluid?' en 'Wat voor geluiden hoor je?' Op die manier wordt geregistreerd wat de subjectieve, persoonlijke beleving is van het omgevingsgeluid. Dat persoonlijke aspect is belangrijk, omdat mensen meer zijn dan decibelmeters. Wat decibelmeters goed kunnen, het geluidsniveau meten, kunnen mensen niet goed. En wat mensen wél goed kunnen, namelijk betekenis geven aan wat ze horen, dat kunnen decibelmeters helemaal niet.

sociale cohesie/verbinding

Duurzaamheid gaat niet alleen over groen: het milieu, maar vooral ook over sociale cohesie in de samenleving. Door te 'infiltreren' in woonwijken, dorpen en gemeenschappen en door samenwerkingsverbanden te stimuleren, creëert Simmerdeis een nieuw podium/locatie om nieuw aanbod te produceren en gesprekken aan te gaan met de inwoners. Het resultaat is een beter begrip voor elkaar. Hoe beter je je burens kent en hoe meer je ze respecteert, hoe duurzamer we met elkaar kunnen samenleven. We zoeken hiervoor samenwerking met theatermakers en kunstenaars, culturele instellingen, gezelschappen (zowel professioneel als amateur), maatschappelijke organisaties en het innovatieve, creatieve bedrijfsleven. De onderlinge relatie tussen welzijn, cultuur en onderwijs wordt hierdoor ook verdiept.



Werken met een thema gaat als volgt:

2015: **vooroordelen**: CWBoost – hoe kijken we naar een spastische artiest tussen soepel bewegende circusartiesten, TGNomen (*De Staat van Geluk*) over vooroordelen die we hebben over werklozen, *Kleurrijk* over vooroordelen tussen inwoners van Gobabis (Namibië) en die van Drachten.

2016: **de mens in het grote universum** – houden we onze eigen (innovatieve) ontwikkelingen wel bij? Blauhynder - *Cleo & Lex*: over een superster op het eind van haar glorie, Het Houten Huis - Kiemkracht: over een megaproject om alle zaden van de wereld te beveiligen tegen te ver doorgevoerde veredeling, De Jongens: over de gewone mens die een te grote strijd aangaat, Spoonk/Caro Kroon - *De Ander dat ben ik*: over het kleine dorp De Veenhoop in het grote universum, *Kening fan 'e Greide* – over dilemma's waarmee boeren vandaag de dag geconfronteerd worden / over kleine mensen die voor grote keuzes komen te staan.

2017: **maakbaarheid van het leven (werktitel)** – o.a. Younggangsters, Stormram (Skoft & Skiep, Heksenhamer, Homsk, Illustere Figuren en Akkers & Velden), *Kening fan 'e Greide*, De Reis. De programmering wordt vanaf 1 januari 2017 gemaakt.

2018: als een van de 419 kleinere steden in de Provincie Fryslân haken we aan bij **de 5 e's van KH2018** - Europe (verbinden met Europa), Entrepreneurship (ontwikkelen en stimuleren van ondernemingszin), Ecology (een duurzame toekomst), Empowerment (iedereen kan meedoen), Experience (een beleving voor deelnemers en bezoekers). We geven de 5 e's handen en voeten binnen voorstellingen en projecten als *Finestra Aperta* van Blau Hynder, De Reis en *Lost in the Greenhouse* door Orkater om bewustwording te vergroten.

2019 en 2020 vullen we nog niet in. We willen actueel zijn als het om thema's gaat.



©Saris & den Engelsman



fairtrade & regio

Zowel Drachten als De Lawei dragen het keurmerk Fairtrade. Ook Simmerdeis erkent de uitgangspunten en serveert o.a. eerlijke koffie/thee, chocolade en bananen. Maar we halen producten nog liever van dichtbij. Ons eten is biologisch geproduceerd in onze eigen regio.

Drachten – Smallerland: toerisme, wonen, werken de rol van Merk Fryslân en de bijdrage van Simmerdeis

Merk Fryslân heeft o.a. als doelstelling om Friesland nog meer op de (internationale) kaart te zetten als het gaat om toerisme en het aantrekken van studenten. Ook ligt er een opdracht om beter voor het voetlicht te brengen dat Friesland niet alleen een toeristische en agrarische provincie is, maar vooral ook een provincie waar je graag wilt wonen én werken. Het ontbreken van werk wordt als argument gebruikt om niet 'onze' kant op te komen. We moeten daarom beter laten zien dat juist in onze regio innovatieve kennis op het gebied van watertechnologie, agrifood en duurzame energie hoogtij viert. Drachten als woon- en werkstad. Gemeente Smallerland haar toeristisch, recreatief ontwikkelingsplan ligt ten grondslag aan de toeristische doelstelling van Merk Fryslân. Drachten-Smallerland wil haar unieke ligging tussen verschillende landschappen beter benutten en zich bovendien profileren als stad aan het water. Simmerdeis heeft alles in zich om deze doelstellingen te ondersteunen.

duurzaam: Fries

We zijn stevig verankerd in de Friese cultuur. We bevinden ons niet alleen in Friesland, maar we zoeken nadrukkelijk naar nieuw oorspronkelijk Fries aanbod. Friese makers, Friese thema's, en als het kan Friese taal.

Simmerdeis doelstelling gerelateerd aan doelstellingen gemeente Drachten / Smallerland, provincie Fryslân en CH2018

Het gemeentebestuur gaat uit van ontmoeten, verbinden, ontwikkelen. Ze hangt hier 7 ambities¹ aan op:

- 1 identiteit van Smallerland is zichtbaar en voelbaar in openbare ruimte
- 2 elk kind komt in aanraking met cultuur + kansen om zich te ontwikkelen
- 3 lage drempel opdat meer mensen cultuur kunnen bezoeken of eraan mee kunnen doen
- 4 er worden maatschappelijke doelen bereikt
- 5 nieuwe cross-overs, experimenten en producties van talenten
- 6 aandacht voor erfgoed
- 7 creativiteit inzetten voor innovatieve en duurzame ontwikkeling

We dragen aan alle ambities, behalve 6, actief bij. Ambitie 6 nemen we mee als het op ons pad komt (meer passief).

De provincie stelt 5 hoofdlijnen: participatie, educatie, innovatie, leefbaarheid en zichtbaarheid².

Simmerdeis herkent zich in allemaal.

De provincie vindt een duurzame verbinding met de maatschappij belangrijk. Simmerdeis vindt dat ook. Simmerdeis ondersteunt de doelstellingen van CH2018 : bereik van meer kinderen, meer nieuwe, niet per se logische doelgroepen (ouderen, jongeren, migranten), aanjagen van creatieve industrie, zichtbaarheid in de dorpen, bouwen aan herhaalbezoek, samenwerking met veel vrijwilligers, versterking diverse netwerken.

Het provinciale beleid **Lân fan taal** past ons ook. Taal is belangrijk. We zorgen altijd voor Friestalig aanbod. Is er geen Friestalig aanbod, dan ontwikkelen we het zelf. We houden juist ook rekening met doelgroepen voor wie taal lastig is: doelgroepen laaggeletterden en internationaal (visueel aanbod). Onze activiteiten zijn laagdrempelig.

Simmerdeis presenteert voorstellingen op mooie onbekende locaties in de natuur of in bijzondere gebouwen en vertelt daarmee het **Ferhaal van Fryslân**.

Er is altijd een educatieve component in Simmerdeis (**Live long learning**).

¹ Libje mei Kultuer – Cultuurnota 2016 – 2020, gemeente Smallerland

² Uitvoeringsplan Mei Hert, Holle en Hannen van de Provincie Fryslân



We gaan uit van de **innovatieve kracht van Fryslân** en Smallerland in het bijzonder door samen te werken met het Innovatiecluster en creatieve bedrijven in de regio als Frisian Design Factory. Ook zijn en blijven we in gesprek met Innofest.

Simmerdeis bereikt bredere doelgroepen voor kunst en cultuur, heel divers publiek weet festival te vinden. We versterken daardoor het **artistieke klimaat**.

Er zijn meerdere projecten (als talentstage en Simmersnein) om het **talent** in de regio te ondersteunen zichzelf verder te **ontwikkelen**.

We onderzoeken momenteel of we een samenwerkingsverband kunnen aangaan met een Duits festival of gezelschap die zich bevindt in de lijn Duitsland/Oudega/Smalle Ee/Slingepark (Drachten). (Komend vanuit Duitsland is Drachten de eerste stedelijke kern aan het Friese Merengebied. Bron: Waterfront Drachten).

Zie bijlage 3 voor een uitgebreide uitwerking van bovengenoemde provinciale doelstellingen.

7

Doelgroepen – voor wie is het

Het gehele aanbod van Simmerdeis is goed in balans: van professioneel, professioneel geproduceerd tot ‘op weg naar professie’, van podiumkunst tot andere vormen van kunst, van kunst (intrinsieke artistieke waarde), cultureel tot maatschappelijk. Simmerdeis is hierdoor werkelijk voor en van iedereen. Voor cultuurliefhebbers in de breedste zin van het woord, voor mensen met een grote dan wel kleine portemonnee, voor jong en oud, voor mensen uit de stad en voor mensen van het platteland, voor mensen uit Drachten en Smallerland, maar ook voor iedereen van daarbuiten, voor Friezen,

(Noord) Nederlanders en anderstaligen. De mix van aanbod zorgt ervoor dat niemand zich buitengesloten of niet aangesproken hoeft te voelen.

Terugkijkend op de afgelopen tien jaar zien we dat we hier ook daadwerkelijk in slagen. Simmerdeis is niet meer weg te denken uit Drachten en de regio. Ons publiek is heel divers, van jong tot oud, van laag tot hoog opgeleid, van theater tot muzikliefhebber. Scholen en maatschappelijke organisaties verbinden zich graag aan onze thema's. De dorpen vragen zelf of zij dit jaar niet een van de podia mogen zijn.

Zonder deze brede mix van bezoekers los te laten, richten we ons de komende vier jaar meer specifiek op de volgende doelgroepen:

- Van laaggeletterd naar high potential
- Publiek van buiten de regio
- Jongeren van 12 – 18 jaar

Project 1 - Laaggeletterd, en toch high potential

In Nederland zijn 1,3 miljoen mensen tussen de 16 en 65 jaar die niet of niet goed kunnen lezen en schrijven. Laaggeletterdheid is de afgelopen jaren steeds nadrukkelijker op de agenda gekomen van o.a. het Rijk, lokale overheden, bibliotheken en welzijnsinstellingen. Uit onderzoek weten we dat in de gemeente Smallerland ruim 15 procent van de volwassenen tussen de 15 en 65 jaar laaggeletterd is. Concreet betekent dit dat in onze gemeente ruim 5.000 mensen moeite hebben met lezen en schrijven. (bron website gemeente Smallerland). In gemeente Smallerland zijn verschillende initiatieven om laaggeletterdheid tegen te gaan. Simmerdeis wil graag een extra inspanning leveren aan deze initiatieven door een vertaalslag te maken van de methodes naar een theateraal spel dat door iedereen in het Slingepark gespeeld kan worden. Het spel moet leuk, verrassend en uitdagend zijn. Samen met de Bibliotheek Drachten gaan we hiermee aan de slag.



Project 2 - Publiek van buiten de regio

We willen meer publiek trekken van buiten de regio. Dit doen we door voldoende aanbod te bieden dat het reizen en verblijven de moeite waard maakt. Denk aan nieuwe voorstellingen van landelijk bekende gezelschappen. Daarnaast zorgen we ervoor, samen met andere organisaties uit Drachten, dat een verblijf in Drachten meer dan de moeite waard is. Denk bijvoorbeeld aan de volgende koppelingen:

- Een programmatische samenwerking met Museum Dr8888 die in het kader van Culturele Hoofdstad 2018 de expositie DaDa in Dr88888888 organiseert (start 2016).
- Vliegerevenement op zondag, eveneens in het Slingepark
- Theatraal aanbod op Skûtsjes, waardoor er een verbinding gelegd wordt tussen het centrum in Drachten en het Slingepark (samen met Het Skutsje van Drachten).
- Straatkunst: een zomer lang beeldende kunst op straat

Project 3 – Help! er zijn jongeren

Het festivalaanbod in het Slingepark heeft een grote aantrekkingskracht op de jeugd van 12 tot 18 jaar. Dat is natuurlijk geweldig! Maar het levert ook zorgen op. De jongeren hangen rond en slikken wel eens een pilletje of hebben stiekem een flesje alcohol mee in hun rugzak. Naar mate de avond vordert, wordt helaas een deel van de groep er niet gezelliger op. Het project *Help! er zijn jongeren* zet in op samen programmeren. Door juist deze jeugd te betrekken bij de organisatie van Simmerdeis maken we ze mede verantwoordelijk voor een goede sfeer.



©Saris & den Engelsman

Inhoud: wat, wanneer en waar

Professioneel aanbod

(locatie)theater, dans en circus

De programmering van Simmerdeis valt onder verantwoordelijkheid van het hoofd programmering van De Lawei. Het aanbod is professioneel, dat wil zeggen gemaakt door professionals. Vaak jonge makers (maar dat hoeft zeker niet), vaak gesubsidieerd door het Fonds voor de Podiumkunsten of het Rijk.

Het aanbod komt zowel uit de regio, Nederland en daarbuiten.



We zoeken naar andere manieren om te presenteren vanuit artistiek oogpunt. Waar zijn de makers van nu mee bezig. Hoe bereiken we het publiek op een andere manier, welke ontwikkeling in het theater is er gaande om meer theater van de straat te zijn.

De locaties zoeken we in Drachten en omliggende dorpen.

De keuze wat te programmeren wordt in grote lijnen bepaald door het jaarthema. Maar soms is iets ook gewoon actueel en kunnen we het niet aan ons voorbij laten gaan. Het werk is aansprekend voor een breed publiek.

Dans en circus wordt niet vergeten. Dans is voor veel publiek niet vanzelfsprekend, maar een toevallige ontmoeting met modern werk levert toch altijd verrassende respons op. Circus is in Nederland nog niet zo heel hoog gewaardeerd. Publiek denkt er vaak over in traditionele vorm: een spreekstalmeester die een losjes samengesteld programma van artiesten presenteert, als het even kan met dieren en in een circustent. Circus is tegenwoordig echter heel veel meer. In Frankrijk en Canada is het Nouveau Cirque tot volle wasdom uitgegroeid. In Nederland hebben we inmiddels twee circusopleidingen (Rotterdam en Tilburg) waar goede artiesten worden opgeleid. Opgeleid worden is een ding, daarna moeten er kansen zijn om te groeien/ontwikkelingen. Simmerdeis biedt daar het podium voor.

Aanbod uit Friesland en Noord Nederland heeft een streepje voor.

- Stormram is een initiatief van Tryater, De Lawei en een vijftal collectieven: Skoft & Skiep, Homs, Illustere Figuren, Akkers & Velden en Heksenhamer. De makers uit deze collectieven komen oorspronkelijk uit het Noorden, volgden deels een kunstopleiding elders en keerden terug. Ze kunnen alleen blijven als we ze in onze regio voldoende ruimte bieden om te kunnen werken.
- We presenteren werk de professionele gezelschappen uit de drie Noordelijke provincies: o.a. Het Houten Huis, Peergroup, Club Guy & Roni, Tryater, het Noordpool Orkest en het NNT.

Het Slingepark leent zich voor onverwachte ontmoetingen in kleine tentjes. Denk aan een programma van dans tot poëzie, van muziektheater tot circus. Naast deze zogenaamde parade voorstellingen zorgen we voor voldoende straattheater.

beeldende kunst

In het Slingepark, maar ook op locatie presenteren beeldend kunstenaars zich gedurende het hele festival. De kunstenaars die we uitnodigen ontwikkelen speciaal voor het publiek een product. Kernwoorden zijn: kijken, verrassen, beïnvloeden. Het publiek moet zelf een hand hebben in datgene wat er gebeurt.

(pop)muziek

Een belangrijk onderdeel van de programmering in het Slingepark is de popmuziek. Vier avonden zijn er meerdere gratis toegankelijke bands te bezoeken. De bands komen in principe uit Nederland en staan op het punt van doorbreken of hebben al naam gemaakt. In vorige edities traden o.a. DiRect, Chef'Special, Kensington, Pioneers of Love, Wende, Rigby, De Kift, Jacqueline Govaert, VanVelzen, Lucas Hamming, Dazzled Sticks, De Staat en Giovanca op. De donderdagavond staat speciaal in het teken van bands van Friese en Groningse bodem die stevig aan de weg timmeren.



©Saris & den Engelsen



Professioneel geproduceerd aanbod produceren/productiehuis

Ieder jaar (co)produceren we een à twee voorstellingen zelf. Vaak gaat het om jonge makers, bij voorkeur uit Friesland, die we interessant vinden en die we de kans geven zich verder te ontwikkelen.

(top)talentontwikkeling

We laten werk van o.a. Productiehuis 'n Meeuw, Jeugdcircus Santelli en Saranti, De Noorderlingen JeugdDansOpleiding Fryslan, et cetera zien. De acteurs, artiesten, zangers en dansers uit deze gezelschappen volgen een vooropleiding, het artistieke team dat erachter staat, is professioneel. De resultaten zijn van een bijzonder hoog niveau.

Als we de ruimte zien, dan laten we toptalenten mee doen in professioneel aanbod. In 2016 lieten we hele goede nog jonge percussionisten (tot 18 jaar) meespelen in de gelegenheidsband Vrienden van Simmerdeis. We hebben een specifiek podium waar jonge aanstormende bands uit Drachten in het bijzonder en Friesland/Groningen zich presenteren. Dit zijn bands die echt beginnend zijn. Talentontwikkeling is een van de ambities van De Lawei (zie pagina 17). Beginnende artiesten moeten kilometers kunnen maken. Simmerdeis biedt hiervoor meerdere mogelijkheden.

Op weg naar professie cultuurparticipatie (community art)

We streven ernaar om ieder jaar in een van de dorpen een voorstelling, project, evenement te organiseren met de nadrukkelijke samenwerking van de verenigingen in het dorp. In deze community art voorstellingen krijgen inwoners ook artistiek inhoudelijk een stem.

De komende jaren volgen we opleidingstraject De Reis (georganiseerd door Keunswurk in het kader van KH2018). Een jonge maker wordt gecoacht om community art voorstellingen te maken. Momenteel werken we via die weg met Caro Kroon/Spoonk. We willen deze samenwerking voortzetten om Caro de kans te geven zich te ontwikkelen als maker van community art projecten.



©Saris & den Engelsman



cultuureducatie

In het aanbod zit altijd een voorstelling die ook leuk is voor kinderen en als schoolvoorstelling (basisschoolleeftijd) kan worden gepresenteerd. Soms komt de voorstelling op school, soms komt een school naar de locatie waar de voorstelling opgebouwd staat. Rondom de voorstelling maken we een randprogramma van workshops en nagesprekken.

Specifiek jongeren in de leeftijd van 13 – 18 jaar vragen we mee te denken over de inrichting van het festivalterrein. Ook krijgen ze de uitnodiging voor een workshop gegeven door acteurs en technici van een van de geprogrammeerde gezelschappen.

We hebben een samenwerking met de techniekafdeling van ROC Friesland (MBO) en creatieve studenten treden op tijdens het Open Podium of op het Talentstage.

Om onze inhoudelijke thema's nog beter voor het daglicht te brengen organiseren we lezingen door het seizoen heen als aanjager richting het festival, bijvoorbeeld op scholen, in bedrijven, in Theatercafé Hopper, de Bibliotheek Drachten, Museum Dr88, bij de MOS of in Sûnenz. Onderwerp: hoe gaan we eigenlijk met elkaar om. De lezingen worden op zoveel mogelijk niveaus ingestoken. De gesprekken worden geleid door interessante sprekers, kunstmakers en vertegenwoordigers uit de organisatie van Simmerdeis.

kleur bekennen

De bevolking uit Friesland bestaat allang niet meer uit Friezen alleen. De diverse samenstelling van mensen is terug te zien op Simmerdeis. Initiatieven vanuit andere bevolkingsgroepen omarmen we. De komende jaren gaan we de actief de boer op, om aanbod te vinden.

We werken al jaren samen met Stichting De Vrolijkheid, een organisatie die creativiteit brengt in het AZC. Tijdens Simmersnein organiseert De Vrolijkheid bijvoorbeeld creatieve workshops waarbij kennismaking het doel is. We gaan door met deze samenwerking en bouwen haar uit.

maatschappelijke inbreng

De zondagmiddag noemen we Simmersnein. Deze dag is voor de verenigingen, culturele en maatschappelijke organisaties in Smallerland. Samen met hen stellen we een programma samen vol presentaties, kunstzinnige meedoe-activiteiten en muziek. De kans voor Smallerland om zich al zijn diversiteit te presenteren.

Projectorganisatie: wie doe wat

Professionele organisatie

Simmerdeis wordt georganiseerd door De Lawei Producties (Schouwburg De Lawei). De Lawei is verantwoordelijk voor de programmering (inhoud) en de volledige organisatie (productie). De Lawei is een organisatie die stevig verankerd is in Friesland en Nederland. Door niet alleen theater te zijn, maar ook organisator van o.a. festivals gebruiken we onze overhead optimaal. Het festival heeft daarmee een solide, kwalitatief hoogstaande organisatie.

Organisatie

Zakelijke leiding	Stef Avezaat
Festival coördinator / artistiek leider	Inge Imelman
Productie coördinatie	Alfred Matthijssen

Medewerking dorpen en woonwijken

De verschillende woonwijken van Drachten en dorpen van Smallerland worden nadrukkelijk betrokken bij de organisatie van de voorstellingen en evenementen op locatie. De samenwerking begint met het hebben van contact met de dorpsbelangenvereniging. Samen met het bestuur wordt bekeken wat de meest geschikte locatie is en bepalen we de aanvangstijd. Verder zorgt de vereniging voor de nodige publiciteit, assisteert ze bij de kaartverkoop en geeft ze advies wie waarvoor te benaderen bij productionele vraagstukken. Doordat we ruim een maand van tevoren met een productie leider in het dorp neerstrijken, zorgen we ervoor dat Simmerdeis al stevig tussen de oren zit bij de bewoners van het dorp.



Vrijwilligers

Simmerdeis kan niet georganiseerd worden zonder vrijwilligers, maar Simmerdeis zou ook niet zo leuk zijn als we niet zouden werken met vrijwilligers. Vrijwilligers zijn gewoon erg belangrijk, zij maken het festival. We werken met een coördinator vrijwilligers en hebben nauwe banden met de MOS en de vrijwilligerscentrale in Drachten.

De vrijwilligers zijn in alle lagen van de organisatie vertegenwoordigd en staan bovendien erg dicht bij het publiek. Zij zien en horen veel. We bevragen ze daarom ieder jaar over wat zij vinden van Simmerdeis en wat ze zoal van het publiek horen op het terrein.

Simmerdeis is aantrekkelijk voor vrijwilligers en stagiairs om werkervaring op te doen, en voor de organisatie is het werken met deze groepen een uitgelezen kans om talenten te ontdekken. Er zijn vrijwilligers doorgestroomd de Lawei organisatie in: zowel op de afdeling marketing/publiciteit, beeldende kunst, educatie en ICT dragen ze hun steentje bij. Het gaat hierbij niet alleen om jongeren die werkervaring op doen, maar ook om mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt (om welke reden dan ook) die bij Simmerdeis weer hun eerste stap zetten richting de arbeidsmarkt.

We hebben ruim 100 vrijwilligers. Zij draaien mee bij de techniek, de horeca, de marketing, en de administratie. Daarnaast is er een grote groep (80 mensen) die functies bekleedt als: publieksbegeleider, kaartverkoper, sfeerbeheerder, bouwer, et cetera. Deze groep vrijwilligers bestaat uit een harde kern die al jaren meehelpt. Maar er is ook steeds een flinke aanwas van nieuwe, vooral jonge mensen. Zij komen voor 70% uit Drachten en voor 30% uit de omliggende dorpen.

Vanuit de vrijwilligerspool stellen we in januari al denktanks samen die een bijdrage leveren aan onderdelen van de organisatie. Via sessies creatief-denken lossen zij problemen op die te maken hebben met duurzaamheid en sfeerbeheer.



Planning - looptijd

Simmerdeis vindt jaarlijks plaats in de laatste week van juni. Echter, gedurende het jaar worden alle voorbereidingen getroffen qua programmering en organisatie. De projecten en het (co)produceren van voorstellingen worden opgestart in oktober/november. Feestelijk hoogtepunt is de laatste week van juni, maar daar is al heel veel aan voorafgegaan: vrijwilligersbijeenkomsten, lezingen, repetities, workshops, et cetera.

Juni	festival
Juli	betalingen artiesten en leveranciers
Sept/okt	afrekening financieel en inhoudelijk herhaalaanvragen financieel nieuwe tijdvak structurele fondsen en subsidieverstrekkers voorbereidingen fondsaanvragen voor projecten fondsaanvragen
Jan	start projecten en (co)producties
Feb/mrt	voortgang projecten en (co)producties
Mrt	start lezingenserie Start denktanks vrijwilligers
Apr	start productie Start publiciteit
Mei	programma definitief Start voorverkoop
Juni	festival

Marketing & communicatie

Met welke middelen bereiken we wie en waarom

Coördinator en projectteams

Onze marketing en communicatie is gericht op:

- Het merk Simmerdeis
- Voorstellingsmarketing/publiciteit voor alle verschillende producten
- Specifieke ontwikkeling publiciteitsmaterialen voor voorstellingen die we zelf (co)produceren

Merk Simmerdeis

Hoewel het logo lijkt op dat van Schouwburg De Lawei en De Lawei Producties heeft Simmerdeis een duidelijk 'eigen smoel'. De vrolijke koe is goed herkenbaar en straalt energie uit. Net zoals de koeien die na een lange winter voor het eerst de weide weer in mogen. Zodra deze koe in het straatbeeld van Smallerland verschijnt, weet iedereen dat het zomerfestival eraan komt.

Doel van de corporate marketing is om het merk Simmerdeis uit te dragen:

Simmerdeis is een professioneel, producerend kunstenfestival dat jaarlijks plaatsvindt in de creatieve werkstad Drachten en de omliggende dorpen. Het aanbod is een verrassende, uitdagende en toegankelijke mix van theater, circus, dans, muziek en beeldende/digitale kunst. Duurzaamheid is in al zijn betekenissen een belangrijke leidraad. Maar bovenal gaat Simmerdeis over de intrinsieke waarde van kunst.

Onze inspanningen leiden de komende jaren tot een grotere naamsbekendheid en een groei van het aantal bezoekers van ruim 30.000 naar 35.000.



Hoe bereiken we al onze doelgroepen

Hierboven beschreven we al onze verschillende doelgroepen. Ons publiek is heel divers en dat is ook wat we willen. Simmerdeis is voor cultuurliefhebbers in de breedste zin van het woord, voor mensen met een grote dan wel kleine portemonnee, voor jong en oud, voor mensen uit de stad en voor mensen van het platteland, voor mensen uit Drachten en Smallerland, maar ook voor iedereen van daarbuiten, voor Friezen, (Noord) Nederlanders en anderstaligen. Dat vraagt om communicatie via vele wegen, we bereiken niet iedereen op dezelfde manier. Bovendien hebben we ons als opdracht gesteld om zonder de brede mix van bezoekers los te laten, ons de komende vier jaar meer specifiek te richten op de volgende doelgroepen:

- Van laaggeletterd naar high potential
- Publiek van buiten de regio
- Jongeren van 12 – 18 jaar

van traditionele kanalen naar doelgroepgerichte kanalen

Naast de traditionele (online) publiciteit (zie bijlage 2) zetten we in op ambassadeurschap:

Door samen te werken in de dorpen met de lokale verenigingen, maar ook met maatschappelijke en culturele organisaties, bedrijven, ondernemers en scholen, maken we vele ambassadeurs van het festival. De ambassadeurs zorgen door mond tot mond reclame voor een eerstelijns publiciteit van hoge kwaliteit. Ook onze grote groep vrijwilligers vervult het ambassadeurschap met verve. Omdat het zo'n gemêleerde groep mensen is, bereiken we veel verschillende mensen qua opleidingsniveau, woonplaats en leeftijd.

De publiciteit richt zich op Drachten, Smallerland, Fryslân en Noord Nederland. Naarmate de cirkel rondom Drachten groter wordt, is het bereik kleiner. Om vooral ook buiten onze eigen regio zichtbaar te zijn, zetten we in op de volgende communicatie

- Deelname van medewerkers aan congressen, overleggen en platforms. We vertellen via deze wegen keer op keer ons verhaal.
- Gebruik van NAW gegevens van De Lawei en gezelschappen die geprogrammeerd staan.
- Neerleggen en uitdelen van flyers bij andere festivals in het land.
- Zichtbaarheid in landelijke (website) uitagenda's, bij collega-festivals, via de gezelschappen die we programmeren.

In deze communicatie focussen we ons op het onderwerp wat voor de dat specifieke kanaal relevant is. Het gaat dan óf meer over popmuziek of meer over theater. Dat Simmerdeis een leuk gezellig festival is in Drachten, vertellen we altijd.

de kracht van De Lawei

De kaartverkoop loopt via het kaartverkoopsysteem van De Lawei. Hier beheren we onze NAW gegevens. Nieuwsbrieven vinden via De Lawei de juiste kanalen.

Simmerdeis programmering en lezingen als publicitair middel

We geven jonge theatermakers de opdracht om een kleinschalige, mobiele voorstelling te maken. Deze voorstelling reist vanaf mei voorafgaand aan het festival door de wijken van Drachten, langs scholen, sportclubs en culturele instellingen, door dorpen, langs cafés, dorpspleinen, kerken en door straten.

Deze voorstelling is vierledig:

- speciaal voor Simmerdeis gemaakt (productiehuis);
- het publiek krijgt op een verrassende wijze een leuke voorstelling te zien die gratis toegankelijk is en die bij wijze van voor je eigen deur gepresenteerd wordt (laagdrempelig);
- we maken publiciteit voor het aankomende Simmerdeis

De serie lezingen die we organiseren (zie pagina 21) werkt op eenzelfde manier. We strijken ergens neer en vertellen direct dat Simmerdeis er weer aankomt.

Tot slot gaat ook het Project: *Help! er zijn jongeren* op een vergelijkbare manier werken.



inrichting festivalterrein

De inrichting van ons terrein communiceert ook. Duurzaamheid is zichtbaar door het gebruik van eerlijke materialen en het gebruik van vooral ledverlichting. De bezoeker waant zich in een nieuwe wereld die hij graag wil delen met anderen. Er is genoeg te zien wat verwondert, verbaast, ontroert en raakt. Het is een maakbare community in het klein.

Komende jaren ontwikkelen we elementen op het terrein die uitdagen om met elkaar in gesprek te gaan, om beelden met de buitenwereld te delen. Er komen meeting points waar je een gesprek met elkaar kunt aangaan. Elementen uit deze inrichting keren in de loop van het seizoen terug in het straatbeeld, als teaser voor het festival.

Financiering

Bijdrage vanuit De Lawei

Simmerdeis wordt georganiseerd door De Lawei. Een groot deel van het personeel heeft een functie in de organisatie van Simmerdeis. De uren die hiervoor worden gedraaid, moeten natuurlijk betaald worden (zie de begroting), maar de expertise van de professionele organisatie wordt belangeloos in het festival gestopt. Naast deze expertise 'in natura' draagt De Lawei jaarlijks € 45.000,- bij.

Bijdrage vanuit horeca-omzet Simmerdeis

Winst uit de horeca-omzet vloeit terug in de cultuur. Echter, een deel wordt ook jaarlijks gestopt in een slecht weer risicopot opdat we bij slecht weer ons hoofd ook boven water kunnen houden.

Pacht

Drinken serveren we vanuit De Lawei. Veel van het eten ook. Er is echter ruimte voor pachters. De producten die zij presenteren passen bij de uitstraling van Simmerdeis.

Entree

We streven ernaar om zoveel mogelijk voorstellingen en concerten laagdrempelig aan te bieden. Als we entree vragen, dan gaat het om prijzen tussen de € 2 en € 15 euro. Gevolg is wel dat er weinig inkomsten zijn op de recette. Dat zie je terug in de begroting.

Vrienden en vrijwillige bijdrage: we heffen tol

We vragen publiek actief bij het betreden van het festivalterrein om een vrijwillige bijdrage: we heffen tol. Vanzelfsprekend doen we dit op een ludieke wijze.

We hebben een Vriendenclub. We communiceren gedurende het jaar regelmatig met de Vrienden. Ze krijgen nieuwsbrieven en uitnodigingen voor voorstellingen die gedurende het seizoen plaatsvinden in De Lawei.

Tijdens het festival organiseren we een activiteit in de vorm van waterballen of een zweefmolen. Deze activiteiten zijn heel populair. We vragen hiervoor een kleine vergoeding.

Sponsoring

Ieder jaar sluiten we overeenkomsten met sponsors. We gaan bij voorkeur een lange relatie met elkaar aan. Resultaat is dat we in 2017 de volgende sponsors aan ons hebben gebonden.

Kijlstra, Van der Wiel, Kootstra, Rabobank, Tolman.

Vanzelfsprekend blijven we zoeken naar geschikte en interessante partners. Dit kunnen ook bijdragen in natura zijn.

relatiebeheer

Onze sponsors (ook de provincie en gemeente) krijgen een VIP behandeling. We nodigen de bedrijven uit bij voorstellingen en netwerkborrels. En we zorgen voor zichtbaarheid van de sponsor tijdens het festival.



Subsidie gemeente / provincie

Gemeente Smallingerland steunt Simmerdeis structureel met een substantiële bijdrage. Provincie Fryslân heeft afgelopen jaren ook steeds een bijdrage gedaan. We zijn verheugd dat de provincie beleid maakt op festivals. Voor ons is continuïteit van groot belang om onze ambities te kunnen verwezenlijken. Daar hoort structurele financiering bij.

Fondsen

Binnen Simmerdeis willen we een paar specifieke onderwerpen uitdiepen. Deze zijn gelieerd aan Cultuurparticipatie, Cultuureducatie en Productiehuis. Voor deze drie onderwerpen vragen we apart gelden aan via de vermogensfondsen. Wordt een aanvraag afgewezen, dan zal dat project een jaar moeten wachten op uitvoering. Het gaat om *Laaggeletterd, en toch high potential*, *Publiek van buiten de regio* en *Help! er zijn jongeren* (zie pagina 7 en 8).

Lawei Fonds

De Lawei richt een fonds op voor talentontwikkeling³. Via dit fonds kunnen voor hun ontwikkeling professionals uit Drachten, Friesland en Noord Nederland een kleine bijdrage aanvragen ter ondersteuning van hun initiatief. De Lawei geeft talent hiermee de ruimte om te experimenteren en daardoor te groeien. Ook regionale makers die voor Simmerdeis aan de slag gaan, kunnen hier een verzoek indienen voor ondersteuning.

Evaluatie

hoe meten en evalueren we:

- afrekening financieel (jaarlijks)
- inhoudelijk verslag (jaarlijks)
- publieksonderzoek (enquête) (jaarlijks)
- publieksonderzoek vanuit NAW gegevens kaartverkoop (jaarlijks)

wat meten we

- groei doelgroepen (jaarlijks)
- waardering doelgroepen (twee jaarlijks)
- diversiteit doelgroepen (leeftijd, opleiding, diversiteit en spreiding)



©Saris & den Engelsman

³ De ontwikkeling van dit fonds is een beleidsvoornemen van De Lawei



3. Ambities van De Lawei 2017– 2020

Missie en Mission Statement van De Lawei

De Lawei is een gastvrij huis waar podiumkunsten, (cultuur) educatie, film en beeldende kunst wordt aangeboden aan een divers publiek. Een huis waar makers en liefhebbers van deze kunsten elkaar treffen in de meest optimale omstandigheden. Een huis waar zowel passief als actief van al dat moois wordt genoten. Daarbij geldt dat De Lawei:

- midden in de samenleving staat;
- een eigen onderscheidende programmering heeft;
- haar podia beschikbaar stelt aan derden;
- verbindingen zoekt en aangaat vanuit een integrale benadering van programma, educatie en productie (PEP);
- zowel een gemeentelijke, regionale als landelijke functie heeft;
- een facilitaire functie vervult voor het (regionale) bedrijfs- en verenigingsleven;

Op basis van bovenstaande missie, is het volgende mission statement geformuleerd:

De Lawei is een schouwburg met een divers cultureel en educatief aanbod. Het is het kloppend hart en dé culturele ontmoetingsplaats van Smallerland en de regio. Onder het motto 'altijd applaus' wil De Lawei de komende jaren verder werken aan haar profilering en positie als beste schouwburg van het noorden.

Strategie en Doelstelling: De Lawei als maker, aanjager en drager van cultuur

De belangrijkste doelstelling van De Lawei is en blijft het op een zo hoog mogelijk kwaliteitsniveau aanbieden van een breed scala aan kunstuitingen - met name podiumkunsten en cultuur educatieve activiteiten en projecten - aan de bevolking van Drachten/Smallerland en haar omgeving. Dat doen we door:

- 1 – het bieden van een divers cultureel, dan wel cultureel gelieerd aanbod in ons huis en daarbuiten.
Natuurlijk is het belangrijk dat De Lawei bruist van de activiteiten. Maar we zijn nadrukkelijk ook aanjager van nieuwe culturele initiatieven en projecten die buiten onze muren plaatsvinden. Als het voor het culturele klimaat in Drachten/Smallerland van belang is en een meerwaarde oplevert, dan steken we onze handen uit de mouwen. Draagvlak in de samenleving is ontzettend belangrijk om nieuwe initiatieven duurzaam te kunnen ontwikkelen. Daarom werken we samen met relevante organisaties en doelgroepen.
- 2 – vanuit het PEP model een aanjagende en dragende functie te vervullen.
- 3 – door deel te nemen aan netwerken op lokaal, regionaal, nationaal en zo nodig internationaal niveau.
- 4 – door productionele activiteiten uitgevoerd door Lawei Producties, verder uit te bouwen.
- 5 – door daar waar nodig is, onze nek uit te steken, alert te blijven én de kansen te benutten die er liggen.
- 6 – door kwaliteit in alles het uitgangspunt te laten zijn. Kwaliteit in programmering, educatie, productie, dienstverlening, personeel, uitstraling, communicatie, et cetera.

Kortom: De Lawei als aanjager én drager van cultuur.

En: De Lawei als hét culturele kloppend hart en dé culturele ontmoetingsplaats van Drachten en de regio.



Werken vanuit het PEP model

De Lawei heeft de afgelopen jaren een nieuwe visie ontwikkeld die toekomstbestendig is, maar vooral van deze tijd. We zijn vooreerst 1) een huis waar een breed (podium)kunstenaanbod wordt gepresenteerd (Programmering). We organiseren 2) cultuureducatie in al zijn verschijningsvormen voor iedereen tot 21 jaar in een doorgaande leerlijn en op beperktere schaal voor volwassenen (Educatie).

We 3) produceren voorstellingen, projecten en evenementen al dan niet voortkomend vanuit 1 en 2, in opdracht van derden of omdat we zelf zien dat er behoefte is aan een nieuw product (Productie).

Tussen de verschillende projecten, voorstellingen en lessen die hieruit voortkomen, wordt voortdurend gezocht naar samenhang, uitwisseling en cross-over. Hierdoor ontstaat een keten van activiteiten die heel breed onder bezoekers en deelnemers kan worden uitgezet. Cultuur wordt hierdoor goed ingebed in de samenleving en zal bijvoorbeeld bij jeugd veel beter beklijven en daarmee bouwen we aan een geïnteresseerd publiek voor de toekomst. PEP staat voor Programmering, Educatie & Productie. Het PEP model is het creëren van de keten tussen de drie.



©Saris & den Engelsman



4. Bijlagen

1 Geschiedenis van Simmerdeis in vogelvlucht

2006 - Schouwburg De Lawei trapt, in opdracht van en in samenwerking met gemeente Smallingerland en Fryslân Vaart, af met de organisatie van een grote openluchtvoorstelling van het Duitse theatergezelschap Titanick. De voorstellingen trokken samen 2.500 bezoekers.

2007 - Het seizoen erop organiseren we voor het eerst onder de naam Simmerdeis een festival met achter de schouwburg op het Kyrat Onoplein een festivalhart in samenwerking met Eurobrass. Een deel van het festival wordt in dat jaar gefinancierd vanuit Plattelandsprojecten. Het festival duurt vier dagen. Beide hierboven genoemde evenementen werden een succes en dat smaakte naar meer. Gemeente Smallingerland vroeg De Lawei een visie te ontwikkelen op een nieuw festival dat in vier jaar tijd een plek zou veroveren in Noord Nederland.

2008 - Het festival krijgt een duidelijke vorm: een festivalcentrum in Drachten en voorstellingen op locaties in de omliggende dorpen. Gemeente Smallingerland subsidieert het festival vanaf dat moment structureel. In de jaren daarvoor was de gemeente overigens ook al de hoofdsponsor. Provincie Fryslân draagt dit jaar € 10.000,- bij. Het bezoekersaantal groeit door naar 6.000.

2009 en 2010 - Simmerdeis Festival behoudt de vorm zoals ontwikkeld in 2008 met een structurele bijdrage van de gemeente van € 85.000 en de provincie van € 45.000. Het bezoekersaantal groeit door van 6.000 in 2008 naar 12.000 in 2010.

2011 – Hoewel het Simmerdeis Festival de vorm behoudt zoals beschreven in de subsidieaanvraag (2009/2012) verhuist het centrale festivalterrein van het Kyrat Onoplein naar het Slingepark in Drachten. Met deze stap professionaliseren we het festival verder. Het publiek is razend enthousiast. De voorstellingen op locatie blijven behouden. In 2011 werd het festival mede mogelijk gemaakt vanuit *De Culturele Reis* vanuit Fryslân Culturele Haadstêd. In totaal trokken we 14.000 bezoekers.

2012 – Simmerdeis wordt voor de tweede keer in het Slingepark georganiseerd. Dat het publiek in 2011 de verhuizing positief heeft ervaren blijkt uit de explosieve groei van het aantal bezoekers (19.000). Simmerdeis Festival is niet meer weg te denken uit gemeente Smallingerland en ook in de omliggende gemeentes en provincies is Simmerdeis opgemerkt. Het festival start op de dinsdag en duurt dus zes dagen.

2013 – 2015 – Simmerdeis groeit geleidelijk door naar ruim 33.000 bezoekers. Het Slingepark kan de grote hoeveelheid mensen nog steeds aan. Door de omvang zijn we genoodzaakt het grootste deel van ons budget (wat iets gegroeid is door de verhoging van de bijdrage van de gemeente naar € 95.000,-) uit te geven aan veiligheidsmaatregelen en logistieke infrastructuur. Hoewel de provincie tot dusver ieder jaar opnieuw een bijdrage deed van tussen de 45.000 en 65.000 euro, is deze bijdrage helaas niet structureel.

2016 – We trokken net zoveel publiek als vorig seizoen. Gemeente Smallingerland heeft haar algemene regelgeving op veiligheid aangescherpt. Hierdoor zijn wij genoodzaakt professionele beveiliging in te huren wat stevig drukt op ons budget wat anders bedoeld was voor het artistieke programma. Natuurlijk onderschrijven we de wens van de gemeente om een veilig festival te organiseren. We zoeken nog naar een betere balans.



2 Marketing & communicatie

Coördinator en projectteams

Simmerdeis heeft een eigen communicatiecoördinator binnen Schouwburg De Lawei. Zij stuurt projectteams aan die zich bezighouden met:

- Corporate identity van Simmerdeis: merk Simmerdeis
- Voorstellingsmarketing/publiciteit voor alle verschillende producten
- Specifieke ontwikkeling publiciteitsmaterialen voor voorstellingen die we zelf (co)produceren

Daarnaast houden de teams zich ook bezig met:

- Communicatie publiek over algemene zaken: plattegronden, adressen locaties, hoe kaarten te kopen, routeborden, waar te parkeren, prijslijsten/menukaarten, et cetera
- Communicatie artiesten en medewerkers/vrijwilligers als plattegronden, routebeschrijvingen, instructies, maaltijdbonnen, et cetera.

De projectteams bestaan uit flexibele betaalde krachten en vrijwilligers.

Merk Simmerdeis

Hoewel het logo lijkt op dat van Schouwburg De Lawei en De Lawei Producties heeft Simmerdeis een duidelijk 'eigen smoel'. De vrolijke koe is goed herkenbaar en straalt energie uit. Net zoals de koeien die na een lange winter voor het eerst de weide weer in mogen. Zodra deze koe in het straatbeeld van Smallerland verschijnt, weet iedereen dat het zomerfestival eraan komt.

Doel van de corporate marketing is om het merk Simmerdeis uit te dragen:

Simmerdeis is een professioneel, producerend kunstenfestival dat jaarlijks plaatsvindt in de creatieve werkstad Drachten en de omliggende dorpen. Het aanbod is een verrassende, uitdagende en toegankelijke mix van theater, circus, dans, muziek en beeldende/digitale kunst. Duurzaamheid is in al zijn betekenissen een belangrijke leidraad. Maar bovenal gaat Simmerdeis over de intrinsieke waarde van kunst.

Onze inspanningen leiden de komende jaren tot een grotere naamsbekendheid en een groei van het aantal bezoekers van ruim 30.000 naar 35.000.

Hoe bereiken we al onze doelgroepen

Hierboven beschreven we al onze verschillende doelgroepen. Ons publiek is heel divers en dat is ook wat we willen. Simmerdeis is voor cultuurliefhebbers in de breedste zin van het woord, voor mensen met een grote dan wel kleine portemonnee, voor jong en oud, voor mensen uit de stad en voor mensen van het platteland, voor mensen uit Drachten en Smallerland, maar ook voor iedereen van daarbuiten, voor Friezen, (Noord) Nederlanders en anderstaligen. Dat vraagt om communicatie via vele wegen, we bereiken niet iedereen op dezelfde manier. Bovendien hebben we ons als opdracht gesteld om zonder de brede mix van bezoekers los te laten, ons de komende vier jaar meer specifiek te richten op de volgende doelgroepen:

- Van laaggeletterd naar high potential
- Publiek van buiten de regio
- Jongeren van 12 – 18 jaar

Marketing probeert de diverse doelgroepen met de voor hen specifieke boodschappen te informeren over wat interessant kan zijn voor die doelgroep. Het gaat daarbij zowel om potentiële nieuwe bezoekers als de Simmerdeiskennissen. We gebruiken voor het laatste de database ook van De Lawei maar ook die van Simmerdeis zelf. Door het 10 jarig bestaan van het festival kennen we het gros van de bezoekers en kunnen ze aanspreken.

Simmerdeis is natuurlijk ook de start van de 'vakantie' en in die vorm erg leuk voor passanten en toeristen. Onze programmaboekjes worden daarom ook verspreid onder hotels, b&b's en campings in de omgeving.



van traditionele kanalen naar doelgroepgerichte kanalen

Naast de traditionele publiciteit van affiches, flyers, een programmaboekje, advertenties, banners, free publicity, vlaggen, radio- en tv-spots, nieuwsbrieven, is publiciteit via de sociale media vanzelfsprekend. Twitter, Facebook, Drachtenwiljemeemaken.nl, simmerdeis.nl, lawei.nl, Instagram en Snapchat behoren tot het standaard pakket van communicatiemiddelen.

We zetten in op een mediapartnerschap met de Leeuwarder Courant en Omrop Fryslân.

Jonge 'razende reporters' (jongeren tussen de 16 en 25 jaar) verslaan de voorbereidingen van het festival en het festival zelf en doen verslag via de sociale media.

Door samen te werken in de dorpen met de lokale verenigingen, maar ook met maatschappelijke en culturele organisaties, bedrijven, ondernemers en scholen, maken we vele ambassadeurs van het festival. De ambassadeurs zorgen door mond tot mond reclame voor een eerstelijns publiciteit van hoge kwaliteit. Ook onze grote groep vrijwilligers vervult het ambassadeurschap met verve. Zij liken en delen informatie volop. Omdat het zo'n gemêleerde groep mensen is, bereiken we veel verschillende mensen qua opleidingsniveau, woonplaats en leeftijd.

Bovenstaande publiciteit richt zich op Drachten, Smallingerland, Fryslân en Noord Nederland. Naarmate de cirkel rondom Drachten groter wordt, is het bereik van onze koe kleiner. Om vooral ook buiten onze eigen regio zichtbaar te zijn, zetten we in op de volgende communicatie

- Deelname van medewerkers aan congressen, overleggen en platforms. We vertellen via deze wegen keer op keer ons verhaal.
- Gebruik van NAW gegevens van De Lawei en gezelschappen die geprogrammeerd staan.
- Neerleggen en uitdelen van flyers bij andere festivals in het land.
- Zichtbaarheid in landelijke (website) uitagenda's, bij collega-festivals, via de gezelschappen die we programmeren.

In deze communicatie focussen we ons op het onderwerp wat voor de dat specifieke kanaal relevant is. Het gaat dan óf meer over popmuziek of meer over theater. Dat Simmerdeis een leuk gezellig festival is in Drachten, vertellen we altijd.

de kracht van De Lawei

De kaartverkoop loopt via het kaartverkoopsysteem van De Lawei. Hier beheren we onze NAW gegevens. Nieuwsbrieven worden verspreid via

- Theaterliefhebbers die in het verleden kaartjes hebben gekocht voor Simmerdeis
- Publiek van De Lawei die naar andere voorstellingen gingen
- Advertentie in de seizoensbrochure van De Lawei
- Nieuwsbrieven en direct mail naar Vrienden van Simmerdeis
- Vice versa koppeling van de websites lawei.nl en simmerdeis.nl

Simmerdeis programmering en lezingen als publicitair middel

We geven jonge theatermakers (bijvoorbeeld jong Tryater, Santelli of 'n Meeuw) de opdracht om een kleinschalige, maar vooral mobiele voorstelling te maken. Deze voorstelling reist vanaf mei voorafgaand aan het festival door de wijken van Drachten, langs scholen, sportclubs en culturele instellingen, door dorpen, langs cafés, dorpspleinen, kerken en door straten. Op iedere plek waar de artiesten neerstrijken, vindt een snel gemonteerde voorstelling plaats waar naar gekeken kan worden, maar waar het publiek ook zelf onderdeel van uitmaakt (alles kan). De voorstelling is dus vierledig:

- speciaal voor Simmerdeis gemaakt (productiehuis);
- het publiek krijgt op een verrassende wijze een leuke voorstelling te zien die gratis toegankelijk is en die bij wijze van voor je eigen deur gepresenteerd wordt (laagdrempelig);
- we maken publiciteit voor het aankomende Simmerdeis

De serie lezingen die we organiseren (zie hierboven) werkt op eenzelfde manier. We strijken ergens neer en vertellen direct dat Simmerdeis er weer aankomt.

Tot slot gaat ook het Project: *Help! er zijn jongeren* op een vergelijkbare manier werken.



inrichting festivalterrein

De inrichting van ons terrein communiceert ook. Duurzaamheid is zichtbaar door het gebruik van eerlijke materialen en het gebruik van vooral ledverlichting. De bezoeker waant zich in een nieuwe wereld die hij graag wil delen met anderen. Er is genoeg te zien wat verwondert, verbaast, ontroert en raakt. Het is een maakbare community in het klein.

Komende jaren ontwikkelen we elementen op het terrein die uitdagen om met elkaar in gesprek te gaan, om beelden met de buitenwereld te delen. Er komen meeting points waar je een gesprek met elkaar kunt aangaan. Elementen uit deze inrichting keren in de loop van het seizoen terug in het straatbeeld, als teaser voor het festival.

3 Doelstellingen provincie Fryslân versus Simmerdeis

5 hoofdlijnen provincie

Participatie

Educatie

Innovatie

Leefbaarheid

Zichtbaarheid

Wat doet Simmerdeis

community art in dorpen en woonwijken

rondom voorstellingen + altijd een schoolvoorstelling + simmersnein samenwerking met innovatiecluster Drachten, ondersteuning jonge makers als Stormram en De Reis (Keunstwurk)

community art in dorpen en woonwijken, festival vierdaagse in Slingepark

publieksbereik is groter dan Smallerland alleen – tweede grote kunstenfestival naast Oerol

Duurzame verbinding met de mienskip

Simmerdeis bouwt altijd aan een duurzame verbinding met de mienskip. We stimuleren en verbinden verschillende partijen, net als de provincie beoogd:

Samenwerking: o.a. Museum Drachten, Sûnenz, Keunstwurk, Stichting De Vrolijkheid/AZC, Keunstwurk, regionaal bedrijfsleven, kunstenaars, Friesland Pop, scholen basisonderwijs, ROC Friese Poort, D'Drive Leeuwarden

Ambitie: samenwerking met 8 van Drachten, Waterfront, andere culturele instellingen als Bibliotheek, jong talent initiatieven, Voedselbank, voortgezet onderwijs

Doelen en effecten Provincie: Bijdrage aan CH2018

Simmerdeis ondersteunt de doelstellingen van CH2018:

Doelstellingen CH2018

Meer kinderen

Wat doet Simmerdeis

jeugdprogrammering, doe-activiteiten voor kinderen, kindvriendelijke inrichting Slingepark

Meer nieuwe, niet per se logische doelgroepen (ouderen, jongeren, migranten)

Simmerdeis is laagdrempelig, aanbod voor iedereen, aanbod vaak dicht in de buurt

Aanjagen creatieve industrie

Samenwerking met bedrijfsleven, innovatiecluster, aanbod van jonge makers, gebruik digitale middelen

Zichtbaarheid in de dorpen

Speellocaties in zowel dorpen als Drachten

Bouwen aan herhaalbezoek (in theater)

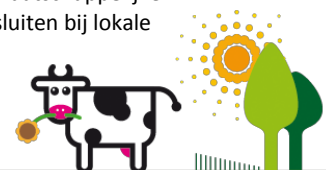
Stevig gelieerd aan De Lawei: 'we kennen ons publiek'

Samenwerking met veel vrijwilligers

Simmerdeis werkt met over de 100 vrijwilligers in de leeftijd van 12 tot 65.

Versterking diverse netwerken

Ouderen en jongerenparticipatie, maatschappelijke organisaties, innovatiecluster, aansluiten bij lokale evenementen



Innovatie

- Afgelopen seizoen zijn we gestart met de voorstelling Koning van het Grasland door Toneelgroep Jan Vos / Pier21. Deze voorstelling valt binnen het project King of the Meadows. Deze voorstelling is in 2017 te zien tijdens Simmerdeis.
- In 2018 co-produceren we Finestra Aperta.
- Vanaf dit seizoen krijgen 5 Friese professionele collectieven ruimte om zich door te ontwikkelen tot volwaardig professioneel gezelschap onder de noemer Stormram. Het gaat om Heksenkamer, Skoft & Skiep, HOMSK, Akkers & Velden en De Ilustere Figuren.
- Simmerdeis biedt een productiehuisplek aan een jonge theatermaker die via Keunstwurk (project De Reis ihkv CH2018) wordt opgeleid tot community art voorstellingsmaker.

Lân fan taal

Taal is belangrijk. We zorgen altijd voor Friestalig aanbod. Bijvoorbeeld Us Nocht en Kening fan 'e greide. Is er geen Friestalig aanbod, dan ontwikkelen we het zelf.

We houden juist ook rekening met doelgroepen voor wie taal lastig is: doelgroepen laaggeletterden en internationaal (visueel aanbod).

Laagdrempelige activiteiten

- Veelal gratis toegang of lage entreprijzen
- Centrale plek in Drachten, goed bereikbaar
- Voorstellingen op locatie (zowel in dorpen als woonwijken als culturele / maatschappelijke instellingen, schoolpleinen)
- Lage horecaprijzen 1,25 voor frisdrank en altijd water beschikbaar
- Samenwerking met lokale initiatieven
- Breed aanbod: muziek, theater, circus, dans, beeldende kunst, multimedia, literatuur

Ferhaal van Fryslan

Simmerdeis presenteert voorstellingen op mooie onbekende locaties in de natuur of in bijzondere gebouwen (afgelopen jaar in De Veenhoop, Het Fabriekje en ROC Friese Poort (meest duurzame school van Nederland) met een verhaal. Ook voorstellingen als Koning van het Grasland krijgen een podium.

Life long learning

Er is altijd een educatieve component in Simmerdeis: schoolvoorstelling, workshop, ontdekkingstocht voor publiek, kennismaking met innovatieve toepassingen, lezingen.

Innovatiekracht van Fryslan

We hebben verbinding met het innovatiecluster Drachten en Frisian Design Factory. We zijn en blijven in gesprek met Innofest.

Versterking artistiek klimaat

Simmerdeis bereikt bredere doelgroepen voor kunst en cultuur, heel divers publiek weet festival te vinden

Talentontwikkeling

- Talentstage (muziek)
- Stormram (Friese collectieven) – professionele makers: door ze een podium te bieden en ontwikkelingsmogelijkheden, houden we deze makers vast in Friesland
- Simmersnein (presentatie culturele en maatschappelijke organisaties)
- Amateurs in community art projecten
- Drachtster makers (dit jaar was Erik de Boer, vorig jaar Ben Vieberink, volgend jaar nog niet bekend)



Europa

We onderzoeken momenteel of we een samenwerkingsverband kunnen aangaan met een Duits festival of gezelschap die zich bevindt in de lijn Duitsland/Oudega/Smalle Ee/Slingepark (Drachten). (Komend vanuit Duitsland is Drachten de eerste stedelijke kern aan het Friese Merengebied. Bron: Waterfront Drachten).



5. Begroting



Programmaboekje



Recensies

