

Voorwaarts Barst



stichting popfestival
Breda Barst

beleidsplan 2012





Inhoud

Ontstaansgeschiedenis.....	5
de beginjaren	
ontwikkeling	
breda barst anno 2011	
Identiteit en Doelstelling.....	8
kernwaarden	
doelstelling	
doelgroep	
Ambities.....	12
muzikaal	
artistiek	
2018Brabant	
Positionering.....	14
talentontwikkeling	
samenwerking	
Organisatie.....	16
vrijwilligers	
professionalisering	
lean an green	
Communicatie.....	18
website	
community	
Tot slot.....	19



Hoi

Wij zijn Breda Barst. Zestien jaar oud en dus een beetje puberend. Eigenwijs, vinden sommigen. En daar zijn we eigenlijk best wel trots op. Elke ochtend smeren we Clearasil op ons gezicht en de rest van de dag zijn we op zoek naar vriendjes of vriendinnetjes om mee te hangen of op onze kamer naar de nieuwste muziek te luisteren. Een dvd-tje te kijken. Of gewoon YouTube-filmpjes. Zak chips en cola erbij en af en toe een biertje.

Ja ja, we weten het wel. Dat we huiswerk moeten maken. En dat doen we ook echt wel hoor. Net zoals dat we onze kamer opruimen. Maar eigenlijk vinden we eens in de twee weken echt wel genoeg. En als we het dan toch over het opruimen van je eigen rotzooi hebt, kunnen die grote oliemaatschappijen hun rotzooi niet eens een keer opruimen?

Van ons verjaardagsfeest maken we elk jaar, in het derde weekeinde van september, weer een groot popfestival. Sterker nog, da's eigenlijk de hele reden van ons bestaan. Dat is ons cadeautje aan Breda: een vrij toegankelijk festival voor al onze vrienden en vriendinnen op de meest sfeervolle locatie van Breda. Met een kwalitatieve, veelzijdige en eigenzinnige programmering. Veel muziek en andere dingen die we leuk vinden, zoals theater en kunst. We laten onszelf en onze bezoekers elk jaar weer graag verrassen.

Volgend jaar worden we zeventien. Kom je ook?



Opening Breda Barst 2011 door The Loads. Foto: Edwin van de Rijke.



Ontstaansgeschiedenis

Het idee voor een jaarlijks popfestival in Breda is in de loop van 1994 ontstaan vanuit docenten van Centrum voor de Kunsten De Nieuwe Veste. De muziekcène in Breda was hopeloos teruggetrokken in haar eigen schulp. Poppodium PARA was het thuishonk voor rock- en punkliefhebbers, terwijl het grote publiek de zaal links liet liggen. Samenwerking op het vlak van popmuziek was er nauwelijks. Een jaarlijks popfestival moest het popklimaat in de stad een nieuwe impuls geven. En zo vond op 24 juni 1995, onder aanvoering van festivalpappa Leo van Lieshout, de eerste editie van Breda Barst plaats op het terrein van de voormalige Chassé-kazerne.

de beginjaren

De eerste drie - nog betaalde - edities werden slechts mondjesmaat bezocht en waren financieel geen succes. In 1998 kon het festival zelfs geen doorgang vinden. Op de voormalige Chassé-kazerne werd volop gebouwd aan een nieuwe woonwijk en de gemeente was nog niet klaar voor een popfestival in 't Valkenberg. Desondanks was 1998 een belangrijk jaar. We besloten dat we in Breda eens moesten stoppen met langs elkaar heen werken. Dus nodigden we alle organisaties uit die iets met popmuziek in Breda van doen hadden voor een vergadering in café Publieke Werken. Hier werd de basis gelegd voor een samenwerkingsverband met POB, Stichting Rhythm & Blues Breda en de toenmalige Stichting Augurk. Die samenwerkingsgedachte leeft tot op de dag van vandaag voort.

ontwikkeling

In 1999 kozen we voor een formuleverandering: een vrij toegankelijk popfestival in 't Valkenberg. Dat was het begin van een groeispurt die het festival heeft gemaakt tot wat het vandaag de dag is. In 1999 verzeen in het park naast het hoofdpodium nog twee kleinere podia, waarvan de programmering werd verzorgd door de samenwerkingspartners van Breda Barst. In 2001 werd onder de noemer Breda Beats een aparte tent voor dance toegevoegd aan de festivalformule en 2002, het jaar waarop Breda haar 750e verjaardag vierde, groeide Breda Barst van een eendaags festival naar



een tweedaags festival. Voor de liefhebbers van hardrock en metal werd in 2004 rocktent De Spaanse Kraag opgericht (we bieden nog jaarlijks onze welgemeende excuses aan voor deze naam). Weer een jaar later zag de Urban Culture Corner (later omgedoopt tot Boombap) het licht, waarmee hiphop als genre werd toegevoegd aan Breda Barst. Vanaf 2007 kreeg ook reggae een eigen podium op het festival.

In de beginjaren had Breda Barst nooit een vaste datum. Het festival kon plaatsvinden in de tweede helft van juni of begin juli. Afhankelijk van de schoolvakanties, andere festivals en een gezonde portie nattevingerwerk werd elk jaar een datum gekozen. In 2004 was de datum het festival bijna fataal geworden. Het was het jaar van het EK in Portugal en Nederland haalde de kwartfinale, die gespeeld werd op de zaterdag dat ook Breda Barst plaatsvond. Dat was duidelijk te merken in het aantal bezoekers en in de omzetcijfers. Breda Barst sloot het jaar af met een flink tekort. We konden blijven bestaan dankzij extra steun van de gemeente Breda en onze leveranciers. Het was uiteindelijk de reden om twee jaar later, tijdens het WK, het festival definitief te verplaatsen naar het derde weekeinde van September. Sinds 2006 is dat dan ook het vaste weekeinde van Breda Barst.

breda barst anno 2011

Het vijftienjarig bestaan van het festival in 2010 was aanleiding voor de Gemeente Breda om eenmaal een extra bedrag beschikbaar te stellen voor de programmering. Desondanks eindigde 2010 opnieuw met een flink tekort, dat gelukkig kon worden opgevangen met de inmiddels opgebouwde eigen reserve van het festival. Het betekende echter wel dat in 2011 flink bezuinigd moest worden op de exploitatie, mede vanwege de moeilijker sponsormarkt. Het is het in november 2010 nieuw aangetreden bestuur nagenoeg gelukt de exploitatie sluitend te krijgen en daarbij het in 2010 met eenmalige middelen opgehoogde programmabudget op peil te houden.

Het jaar 2011 kende daarnaast ook weer een aantal vernieuwingen. Het bestuur van Breda Barst werd fors verjongd en voor het eerst werd de inrichting van het festivalterrein flink veranderd, waardoor het terrein niet alleen groter werd, maar ook een opener karakter kreeg. Waar het publiek vroeger nog achter het hoofdpodium langs moest lopen en de crew zich met hun busjes vol instrumenten door het publiek heen moesten wurmen,



kent het festival sinds 2011 geen 'achterkanten' meer. Er is geïnvesteerd in betere faciliteiten, waaronder een betere toiletvoorziening. De catering op het festivalterrein was gevarieerder en bood naast de bekende frieten ook Thais, Surinaams en Afrikaans eten. Het gecombineerde Boombap- en Reggae-podium werd omgedoopt tot een Block Party en bood naast reggae, dub en hiphop ook ruimte aan dubstep.

In de loop der jaren is het bezoekersaantal van Breda Barst uitgegroeid van circa 2000 (1995) naar 10.000 (1999) naar 20.000 (2002) naar 34.000 (2010). Met de jaren stegen echter ook de stegen echter ook de productiekosten van het festival als gevolg van stijgende prijzen, strengere veiligheidseisen en beschermende maatregelen ten behoeve van het park. Anno 2011 bedragen de productiekosten van Breda Barst zo'n slordige drie ton netto.



Foto: Thadde van der Brugge van Mourik.



Identiteit en Doelstelling

Breda Barst is een vrij toegankelijk twee-daags muziekfestival met een verrassend, eigenzinnig een veelzijdig aanbod van muziek en aanverwante programmering in het sfeervolle stadspark 't Valkenberg in Breda.

toegankelijk

Breda Barst is een festival dat voor iedereen open staat. We werken intensief samen met andere partners in Breda op het gebied van muziek, theater en kunst. We richten ons op een breed publiek, maar niet op de grootste gemene deler.

veelzijdig

Juist de veelzijdigheid van het festival maakt Breda Barst interessant voor een brede groep. We bieden ruimte aan verschillende genres en subculturen en dat is terug te zien in de programmering. Die richt zich in eerste instantie op muziek, maar is breder. Op Breda Barst zie je onder de noemer 'street-arts' ook theater, dans en beeldende kunst.

verrassend

Breda Barst wil verrassen, uitdagen en inspireren. Op de affiche prijken tussen de bekendere namen ook een groot aantal minder bekende acts die de moeite van het ontdekken meer dan waard zijn. Dwalend op het festivalterrein word je geconfronteerd met onverwachte kunst-uitingen die verwonderen of tot denken aanzetten. En ook de catering moet meer bieden dan alleen maar de voorspelbare frieten.

eigenzinnig

De programmering van Breda Barst kenmerkt zich door kwaliteit en originaliteit. Met de affiche willen we herkenning combineren met ontdekking. Daarnaast zoekt het festival ook naar het experiment, de vernieuwing of de rafelige rand van platenland. Een bijzondere plek is gereserveerd voor



regionaal talent, dat via voorronden kan strijden voor een plaats op het festival.

sfeervol

Het festival heeft een prettige, ongedwongen, relaxte sfeer. Op Breda Barst voelen mensen zich welkom om in het mooiste park van Nederland te genieten van muziek, theater, kunst en een biertje of een colaatje. De festivalmedewerkers zijn vrolijk en vriendelijk en het publiek is dat ook.

doelstelling

De doelstelling van de Stichting Popfestival Breda Barst is „het jaarlijks organiseren van een cultureel evenement in Breda teneinde (regionale) artiesten en muzikanten de ruimte te bieden zich tijdens dat evenement te manifesteren“. Het klinkt wat belegen, maar deze doelstelling, verwoord in de statuten, staat nog altijd overeind. Breda Barst heeft zich in de loop der jaren nog aanvullende doelstellingen opgelegd. Zo willen we het publiek een kwalitatief hoogwaardig en cultureel relevant programma aanbieden, waarbij de muzikale programmering wordt aangevuld met onder meer theater, dans en kunst. Ook binnen deze disciplines is nadrukkelijk ruimte voor opkomend talent.

doelgroep

Breda Barst is in 1995 kleinschalig begonnen als puur popfestival met slechts één podium. Tegenwoordig programmeren popfestivals steeds vaker een breed scala aan culturele uitingen naast muziek. Breda Barst is meegegaan in die ontwikkeling. Ons aanbod heeft zich verbreed, net als het publiek dat we daarmee trekken. Dat heeft tot gevolg dat de doelgroep van Breda Barst nauwelijks gevangen kan worden in leeftijdscategorieën.

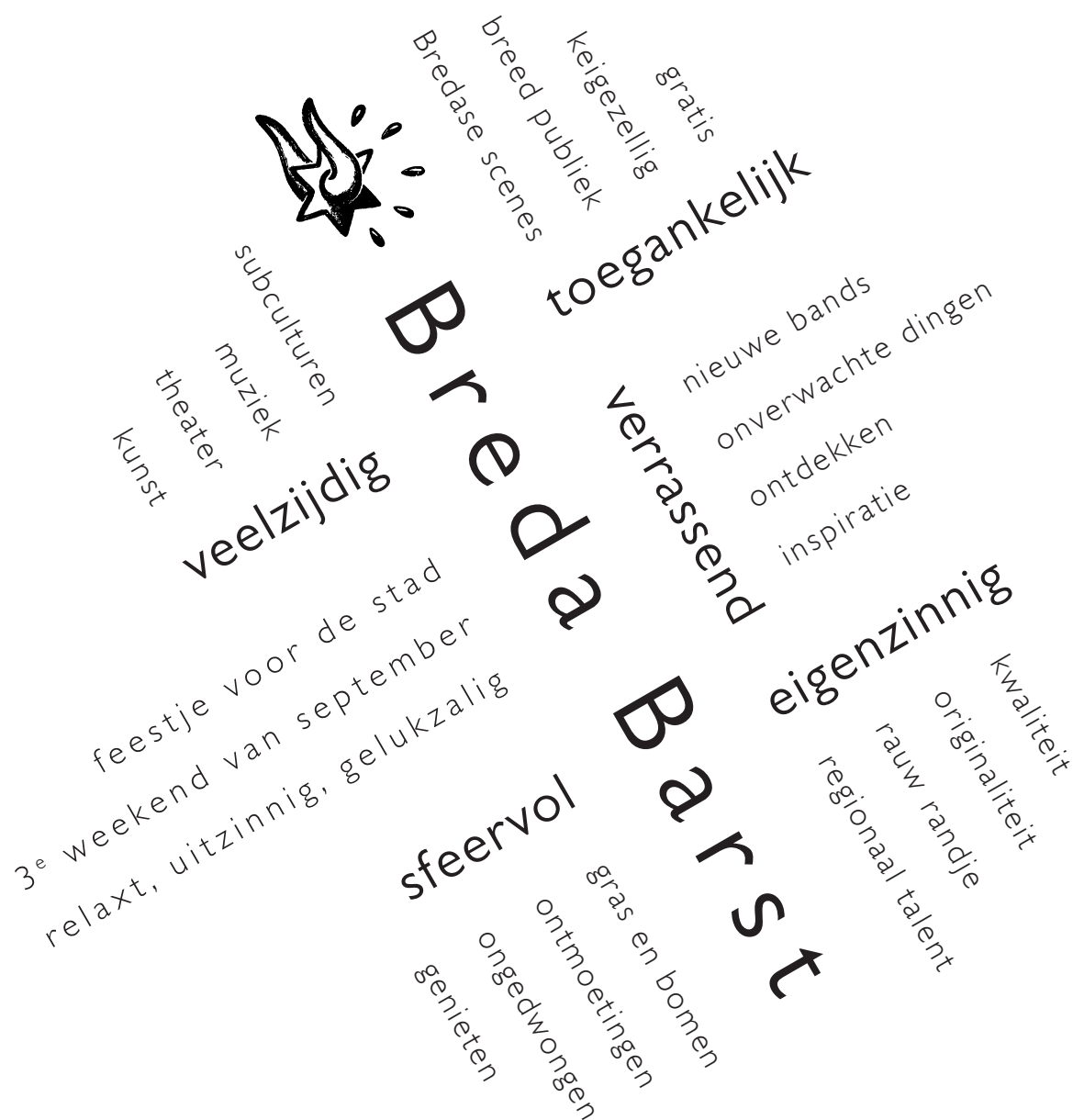
We hebben een muzikale programmering die voor iedereen wat te bieden heeft. Van oudsher trekt Breda Barst in eerste instantie jongeren. Doordat inmiddels oudere generaties ook met popmuziek zijn opgegroeid, blijft ons aanbod ook voor hen interessant. De laatste jaren neemt het aandeel muzikliefhebbers van buiten Breda toe. Iets dat door de organisatie wordt gezien als beloning van de kwalitatieve programmering en de goede sfeer.



Het gegeven dat het festival gratis toegankelijk is zorgt ervoor dat Breda Barst een zeer laagdrempelig karakter heeft. Dit blijkt onder meer uit de grote bezoekersaantallen in de laatste jaren en het feit dat in 2011, ondanks de matige weersomstandigheden het bezoekersaantal gelijk is gebleven aan dat van voorgaande jaren. Breda Barst heeft niet de uitgesproken ambitie veel verder groeien. Het zou een te zware belasting voor het park kunnen worden. Daarnaast komt teveel publiek de veelgeprezen gemoedelijke sfeer niet ten goede.



De identiteit van Breda Barst: toegankelijk, verrassend, eigenzinnig, veelzijdig, sfeervol.





Ambities

Breda Barst is een tweedaags festival. Het festivalterrein bestaat uit verschillende areas met elk een eigen identiteit. Centraal staat de programmering op de twee hoofdpodia en op Breda Beats op het Kasteelplein. Deze programmering wordt aangevuld met het aanbod van stevige, compromisloze punk, rock, hardcore en metal in rocktent De Spaanse Kraag. De Block Party is de plek voor meer doelgroepgerichte stromingen als hiphop, dub, dubstep en reggae. Naast dj's in deze genres biedt de Block party ruimte voor meer kleinschalige live-performances van mc's.

muzikaal

Breda Barst heeft zich gemanifesteerd als een serieus cultureel evenement dat bezoekers trekt uit de wijde omgeving. We richten ons op het versterken van het imago van het festival en op een voortdurende kwalitatieve verbetering van de programmering en de inrichting van het festival. Dat betekent dat we de bezoeker willen verrassen met een opvallend en veelzijdig, maar altijd kwalitatief hoogstaand programma. Wij streven er naar ieder jaar weer acts te boeken die het publiek in Breda nog niet heeft gezien.

Breda Barst wil zich doorontwikkelen in deze enkele jaren geleden ingeslagen weg. Niet zozeer grote, alom bekende acts vormen de ruggegraat van het festival, maar juist vernieuwende muziek die door het grotere publiek nog ontdekt moet worden. Breda Beats richt zich nadrukkelijk op de vernieuwing in de dance-scene. In 2012 wil Breda Barst de mogelijkheden bekijken om naast de reeds op het festival vertegenwoordigde genres ook een plek te bieden aan singer-songwriters.

artistiek

In 2011 heeft het straattheater onder de noemer 'Street Arts' zijn herintreden gedaan op het festival. Ook binnen deze programmering staat kwaliteit en vernieuwing centraal. Hetzelfde geldt voor kunstuitingen op Breda Barst. De samenwerking met kunstacademie Sint Joost neemt hierbij een belangrijke positie in. In de komende jaren wil Breda Barst die samenwerkingsgedachte



uitbreiden door ook het MOTI (Museum of the Image, voorheen het Graphic Design Museum) en het nieuwe festival Breda Beeld (Breda Photo en Graphic Design Festival) te betrekken bij het festival. Daarmee ambieert Breda Barst het publiek op een laagdrempelige manier kennis te laten maken met kunstdisciplines rondom beeldcultuur.

2018 Brabant

Door verschillende kunstdisciplines met elkaar te verbinden, wil Breda Barst een bijdrage leveren aan de culturele uitstraling van Breda. Dit sluit aan bij de ambitie van Brabant om zich te kandideren als Culturele Hoofdstad van Europa in 2018. De Kunst van het Samenleven, het leidende thema van de kandidatuur van Brabant, komt bij Breda Barst op verschillende manieren nadrukkelijk tot uiting: allereerst is het een festival waarbij diverse subculturen elkaar ontmoeten en in aanraking komen met voor hen weinig of niet bekende muziekgenres en andere kunstuitingen. Breda Barst is daarnaast het uitgelezen podium om verschillende kunstuitingen niet los van elkaar te presenteren, maar juist met elkaar in verbinding te brengen.



Foto: Thadde van der Brugge van Mourik.



Positionering

Breda heeft ruim 175.000 inwoners. Daarbij speelt Breda als stedelijk knooppunt een belangrijke rol in de regio West-Brabant. Popfestival Breda Barst is het grootste popfestival in deze regio. Landelijk is Breda Barst de afsluiter van het festivalseizoen. Met Popodium Mezz, popfestival Breda Barst en collega-festivals als Boogiedown manifesteert Breda zich ook op het gebied van actuele muziek als centrumgemeente.

De laatste jaren trekt Breda Barst een toenemend aandeel bezoekers van buiten de regio. We zien dit nadrukkelijk als een bewijs van de aantrekkelijke en onderscheidende programmering van Breda Barst en van de goede sfeer. Een toenemend aantal bezoekers van buiten de regio maakt het festival minder kwetsbaar. Daarnaast biedt Breda Barst met een toenemend aandeel bezoekers van buiten de stad ook een economische meerwaarde voor de stad.

talentontwikkeling

Eén van de doelen die we vanaf het begin nastreven is een plaats te bieden aan regionaal talent. Sinds 1996 wordt een deel van de programmering ingevuld via regionale voorrondes die zich richten op beginnende bands. Op deze wijze geven we een waardevolle extra impuls aan de live muziek scene in Breda. De voorrondes zijn een begrip geworden in Breda. Door de grote interesse voor deelname aan de Breda Barst Voorrondes (jaarlijks zo'n 80 inzendingen) blijkt dat een optreden op Breda Barst voor veel beginnende bands iets bijzonders is.

Door bands uit heel Noord Brabant de mogelijkheid te geven zich voor de voorrondes in te schrijven zorgen we voor een gezonde concurrentie voor Bredase acts. Uiteindelijk gaat het om de kwaliteit van het programma. Het is niet vanzelfsprekend dat je als Bredase band op Breda Barst wordt geboekt. Naast de bands uit de voorrondes worden er nog enkele andere bands uit Brabant geboekt. Dit zijn acts die wat niveau betreft tussen landelijke bekendheid en het beginnersniveau van de voorrondes liggen. Zij hebben de potentie landelijk door te breken, maar zijn het niveau van bandwedstrijden ontgroeid.



De talentontwikkeling is ook terug te zien in de samenwerking die Breda Barst is aangegaan met kunstacademie Sint Joost. Studenten worden actief betrokken bij de kunstzinnige aankleding van het festivalterrein. Het bedenken van ontwerpen voor Breda Barst maakt inmiddels onderdeel uit van het curriculum op de academie. De meerwaarde die wij met onze actieve betrokkenheid bieden is het benadrukken van het belang van de praktische kant van het creatieve proces.

samenwerking

Breda Barst zoekt actief de samenwerking op met andere partners in de stad. De oudste samenwerkingspartner is Centrum voor de Kunsten Nieuwe Veste, waaruit het festival ooit is ontstaan. Met de vertegenwoordiging van het POB in de organisatie borgt Breda Barst de inbreng en de belangen van de lokale muziekcène. De jarenlange samenwerking met Stichting Rhythm 'n Blues Breda (SR&BB) zorgt voor een verbreding van de festivalaffiche met aan popmuziek gerelateerde genres als bluesrock en roots. De samenwerking met Mezz geeft een extra impuls aan de kwaliteit van de programmering en borgt een goede afstemming tussen het aanbod van Breda Barst en Mezz.

In de loop der jaren is Breda Barst meer en meer gaan fungeren als netwerkorganisatie. Een logische stap, aangezien het festival ooit ontstaan is vanuit de onvrede over het gebrek aan samenhang tussen vele kleine en vaak kortdurende initiatieven. Nieuwste toevoeging aan de lange lijst van samenwerkingspartners is de Bredase dubstep-organisatie Step Right Dub. Daarnaast leeft er bij de organisatie de wens om ook te kijken of er buiten de muzikale programmering samenwerking gezocht kan worden organisaties of instellingen in de stad. Zo worden sinds 2010 leerlingen van Kunstacademie Sint Joost als onderdeel van hun studie betrokken bij de aankleding van het festivalterrein. Het afgelopen jaar is ook de samenwerking gezocht met het Graphic Design Museum.

De komende jaren bekijken we de mogelijkheden om verbanden aan te gaan met onder meer Breda Photo en het Graphic Design Festival (Breda Beeld) en het Centrum voor Beeldcultuur. Via het netwerk achter het VVV Evenementenfonds wordt samengewerkt met collega-evenementen in de stad. Zo wil Breda Barst dit jaar samen met de organisatie van de Roodharigendag gaan kijken welke mogelijkheden er zijn voor een tijdelijke stadscamping.



Organisatie

Popfestival Breda Barst wordt georganiseerd door een zelfstandige stichting die volledig bestaat uit vrijwilligers. Het bestuur is verantwoordelijk voor het beleid, het beleidsplan en de begroting. De organisatie bestaat naast het bestuur uit ongeveer 20 eveneens vrijwillige medewerkers en is onderverdeeld in een viertal taakgroepen ieder verantwoordelijk voor een deel van de festivalorganisatie. De taakgroepen vergaderen regelmatig onderling. De gehele organisatie vergadert daarnaast circa vijf keer per jaar om voeling te houden met andere delen van de organisatie. In de aanloop naar de zeventiende editie van Breda Barst wordt de organisatiestructuur tegen het licht gehouden en daar waar nodig aangepast. Het uitgangspunt is dat de structuur wordt aangepast aan de feitelijke processen en taakverdeling

vrijwilligers

De vrijwilligers, zowel in de kernorganisatie als tijdens het festival, zijn de organisatorische ruggegraat van het festival. Met zo'n 200 vrijwilligers behoort Breda Barst tot de grotere vrijwilligersorganisaties van de stad en op cultureel gebied zelfs tot de grootste. Het lukt elk jaar weer om voldoende vrijwilligers voor het festival te krijgen, maar dat gaat zeker niet vanzelf. Breda Barst kent geen apart vrijwilligersbeleid. We willen het jaar 2012 gebruiken om dat te ontwikkelen. Continuïteit van het festival als vrijwilligersevenement is daarbij uitgangspunt.

professionalisering

In 2011 is door het nieuw aangetreden bestuur een nieuwe professionaliseringsslag ingezet. Zo is voor de productie een apart productiebureau in de arm genomen in de vorm van het Bredase bedrijf Production World. Dat is echter niet de kern van wat Breda Barst verstaat onder professionalisering. In de afgelopen zestien jaar heeft Breda Barst een enorme schat aan kennis opgebouwd en we zijn er dan ook van overtuigd dat niemand Breda Barst beter kan organiseren dan wijzelf. Sommige klussen zijn echter dermate tijdrovend dat het door vrijwilligers niet is op te brengen dat uit te blijven voeren.



De professionaliseringsslag die is ingezet bestaat met name uit het verbeteren van interne processen, het nadrukkelijker sturen op financiën om de betaalbaarheid van het festival te garanderen en het verbeteren van de uitvoering. Voor de organisatie is het belangrijk om de grote hoeveelheid reeds aanwezige kennis op papier te zetten en daarmee voor de toekomst te behouden. We kiezen nadrukkelijk niet voor een scenario waarbij de professionalisering wordt vormgegeven door het grootschalig uitbesteden van taken. Het zijn juist de vrijwilligers die in de afgelopen jaar vrom gegeven hebben aan de ontwikkeling van Breda Barst tot een hoogwaardig cultureel evenement met een bovenregionale uitstraling. Deze intrinsieke motivatie is een onmisbare voedingsbron voor verdere ontwikkeling en vernieuwing. Daarnaast zou een verdere uitbesteding van taken een te grote kostenpost met zich meebrengen die direct ten koste zou gaan van de culturele kwaliteit van het festival.

lean and green

Breda Barst is een efficiënte organisatie die door het vrijwilligerskarakter nauwelijks overhead kent. Om dat zo te houden, is Breda Barst selectief in het uitbesteden van taken aan derden. Daarbij willen we ons in de komende jaren inzetten om een 'groener' festival te worden. Op het gebied van betere afvalscheiding, minder energieverbruik en duurzame inkoop wil het festival bijdragen aan de ambities van de stad om op termijn klimaatneutraal te zijn. Een grote beperkende factor bij die ambitie is het energieverbruik. Vanwege de afwezigheid van voldoende aansluitpunten op de festivallocatie is het festival voor zijn energieverbruik aangewezen op dieselaggregaten. Een financieel haalbare oplossing om dit aspect van het festival te vergroenen, is er op dit moment (nog) niet.

In de keuze van partners, bijvoorbeeld op het gebied van catering op het festivalterrein, kiest Breda Barst in eerste instantie voor ondernemingen uit de directe omgeving van Breda die de maatschappelijke doelstellingen van Breda Barst onderschrijven. De keuze voor lokale ondernemers versterkt de binding die het festival heeft met de Stad. Daarnaast biedt de keuze voor leveranciers uit de omgeving als bijkomend voordeel dat het aantal vervoerskilometers gereduceerd wordt.



Communicatie

In de publiciteit speelt internet een belangrijke rol. De website www.bredabarst.nl wordt zeer goed bezocht, maar ook via sociale media als Twitter, MySpace en Facebook wordt een grote doelgroep bereikt. Dankzij de sociale media is het voor ons makkelijker geworden gedurende het hele jaar in contact te blijven met ons publiek. Verder worden er voor de voorrondes en het festival zowel flyers als posters gedrukt. De posters komen o.a. in de driehoeksborden in Breda te hangen. Met BN/De Stem wordt jaarlijks een advertentiecampaagne gevoerd. Er is jaarlijks een festivalkrant die gemaakt wordt in samenwerking met de Uitloper. We rekenen daarnaast op veel free publicity. Er wordt nadrukkelijker nationaal publiciteit gemaakt, omdat het festival inmiddels tot één van de gevestigde namen op de festivalkalender is uitgegroeid. Opvallend is dat bij gelijkblijvende inspanning op dit gebied de bezoekersaantallen steeds groeien. We moeten het dus vooral van mond-op-mond reclame hebben. Dit realiseren we door een kwalitatief goed festival neer te zetten. Het festival zelf blijft ons belangrijkste promotiemiddel.

website

De ambitie om in 2011 een nieuwe website te realiseren is niet gehaald. Het komende jaar wordt daar verder aan gewerkt. Deze website moet ons gaan helpen actiever met onze vrienden te gaan communiceren. De website maken we interactief, zodat er gereageerd kan worden op nieuwsitems, bands en foto's. En we willen onze website integreren met diverse sociale media, zoals twitter en facebook, zodat we snel en goed met onze vrienden kunnen communiceren. Zo maken we ons gedurende het hele jaar zichtbaar.

community

Dankzij de integratie van web en social media wil Breda Barst werken aan het opbouwen van een virtuele community. Dit past naadloos in de netwerkgedachte die Breda Barst van oudsher al heeft. De toevoeging van een virtuele community moet het makkelijker maken om vrijwilligers te werven en kennis te halen en te delen met de vrienden van Breda Barst. Op deze manier willen we de betrokkenheid van ons publiek verstevigen.



Tot slot

In 2011 kende Breda Barst een nagenoeg sluitende begroting van netto zo'n EUR 300.000. De stichting heeft daarnaast een gezonde, zij het niet uitbundige, reservepositie. In overleg met de gemeente Breda streeft het festival naar het verder opbouwen van deze reserve om het festival financieel minder kwetsbaar te maken. In 2012 wordt verder gewerkt aan het beheersbaar maken en houden van de productiekosten en het zoeken naar aanvullende verdienmodellen. Strikte begrotingsdiscipline staat daarbij centraal.

We kijken met tevredenheid terug naar de stappen die in 2011 gezet zijn. We realiseren ons tegelijk dat de festivalmarkt permanent in beweging is en dat Breda Barst daarin moet meebewegen. De kernwaarden en de eigen, unieke identiteit zijn daarbij de centrale uitgangspunten.



Foto: Thadde van der Brugge van Mourik.



Raj Siva-Rajah, The Sunpilots op Breda Barst 2011. Foto: Edwin van de Rijke