

## Bestuursverslag 2023

### Stichting Music Meeting



*Music Meeting Festival 'The light is always changing'*

*Music Meeting All Ears*

*Music Meeting concerten en andere activiteiten*

Met inachtneming van het Handboek Verantwoording Meerjarige Festivalsubsidies 2021-2024 komen in dit bestuursverslag de activiteiten, het financieel resultaat en de organisatie aan de orde over verslagjaar 2023. Er wordt gereflecteerd op de positie, kansen en risico's van stichting Music Meeting en vooruitgekeken naar factoren en ontwikkelingen van toekomstig belang.

In dit verslag zijn de nodige links naar online content bijgevoegd: door hierop te klikken komt de lezer bij relevante content, en in het bijzonder binnen de omgeving van Music Meeting All Ears.

Foto's in dit verslag zijn van Eric van Nieuwland, Armelle van Helden en Gerard Verschooten.

---

## INHOUDSOPGAVE

Samenvatting	3.
1. Programma van Music Meeting Festival 2023	
1.1 Kernprogramma	4.
1.2 Randprogramma	7.
1.3 Talentontwikkeling, educatie en participatie	10.
2. Music Meeting All Ears – online muziekkanaal	11.
3. Music Meeting – activiteiten in het najaar	12.
4. Marketing	
4.1 Doelgroepen	13.
4.2 Strategie	13.
4.3 Offline promotie	14.
4.4 Online promotie	15.
4.5 Betaalde exposure	16.
4.6 Free publicity	17.
4.7 Publieksonderzoek en -analyse	18.
4.8 Marketing activiteiten najaar	19.
4.9 Publieksbereik	20.
5. Stakeholders	21.
6. Prestatieverantwoording	22.
7. Exploitatieresultaat en financiële positie 2023	22.
8. Organisatie	
8.1 Bestuur	23.
8.2 Organisatie	23.
8.3 Fair Practice, Diversiteit en Inclusie, Governance	25.
8.4 Duurzaamheid	27.
9. Evaluatie	28.
Epiloog	29.

## Samenvatting

Op 27, 28 en 29 mei 2023 vindt de [37<sup>e</sup> editie van Music Meeting Festival](#) plaats in Nijmegen in Park Brakkenstein. Onder het motto 'The light is always changing' (James Baldwin) - refererend aan de tijdsgeest anno 2023 - stelt de nieuwe artistiek directeur Martyna van Nieuwland een avontuurlijk programma samen bestaande uit overwegend jonge bands met ruimte voor interdisciplinaire acts en een randprogramma waar het motto aan bod komt. Dit alles met een nadrukkelijke genderbalans.

Op het festival staan 31 acts waarvan 23 (deels) internationale acts. Artists in residence zijn de Amerikaanse [Jamika Ajalon](#) en talenten uit Nederland: [Jamie Peet](#) en [Emine Bostanci](#). Het festival kent 13 Nederlandse premières, waaronder de compositieopdracht *Ancient Istanbul Tales* (Ardashes Agoshian), en vijf samenwerkingen op uitnodiging van Music Meeting. Het randprogramma bestaat uit 20 onderdelen en een gevarieerd kinderprogramma *Mini Meeting*. Twee optredens vinden plaats op locatie: in het Afrika Museum in Berg en Dal en in Merleyn Nijmegen (afterparty). VPRO Vrije Geluiden neemt vier separate performances op in het Festivalhuis ten behoeve van NPO Start.

De marketingstrategie is erop gericht om Music Meeting te introduceren bij nieuwe doelgroepen. In het voorgaande jaar 2022, vlak na corona, weten we het bestaande publiek al goed te bereiken; in 2023 is het doel om te verbreden en te verjongen. Dit is reden voor een jonger programma inclusief hosts en interviewers, en grotere online zichtbaarheid in combinatie met offline (media)campagnes en promotionele activiteiten. Met nieuwe content op Music Meeting All Ears, in totaal 20 items, krijgt het publiek de kans om de artiesten beter te leren kennen, voor en na afloop van het festival.

[Music Meeting Festival 2023](#) bereikt zo'n 4.500 mensen<sup>1</sup>. Uit publieksonderzoek blijkt dat ruim een kwart van de respondenten Music Meeting voor de eerste keer bezoekt. Festivalbeleving en -programma scoren een 7,6 en 7,3. De gemiddelde leeftijd van de kaartkopers daalt van 62/52 in 2020/2022<sup>2</sup> naar 51<sup>3</sup> in 2023 (kinderen niet meegerekend). Bij de afterparty is de gemiddelde leeftijd 28. Ondanks alle inspanningen en het stralende weer, lukt het niet om het beoogde aantal bezoekers naar het festival te trekken.

In najaar 2023 programmeert Music Meeting vier extra concerten: een project in de Nijmeegse Kunstnacht, een *double bill* bij Festival Jazz International Nijmegen en een concert in de Lindenberg. Er komen in totaal 341 bezoekers naar deze concerten. In samenwerking met ArteEZ organiseert Music Meeting een workshop die bezocht wordt door zo'n 40 studenten. Het online bereik op [Music Meeting All Ears](#), waarvan de meeste nieuw geproduceerde content in het najaar wordt gepubliceerd, stijgt flink met een bereik van 211k views, een groei van 163% ten opzichte van 2022.

Financieel mag Music Meeting naast de meerjarige subsidies vanuit de landelijke, provinciale en gemeentelijke overheden rekenen op ondersteuning van de diverse grote cultuurfondsen en internationale projectsubsidies. De alsmat stijgende kosten en economische onrust maken dat we voorzichtigheid in acht nemen: er wordt gaandeweg bezuinigd op locatiekosten en het programma-budget wordt iets teruggeschroefd. Vanwege lagere publieks-, sponsor- en horeca inkomsten, ontstaat een (te overzien) verlies.

*"You created not just a festival, but a true meeting to share joy"* - Susan Mayo (artiest)

*"Sterke optredens die de grenzen verlegden en onverwachte genres met elkaar versmolten (...)"*

*"Krachtige vrouwen die staan voor waar ze in geloven"* - Into Nijmegen

*"Prachtige ontmoetingen tijdens laatste dag van Music Meeting"* - 3voor12 regionaal

<sup>1</sup> Inclusief publiek bij een viertal kleinschalige promotionele activiteiten in aanloop naar het festival.

<sup>2</sup> Door corona zijn er ticketbuyers uit 2020 (hun kaarten bleven geldig) en ticketbuyers uit 2022.

<sup>3</sup> De gemiddelde leeftijden zijn van de kaartkopers. Kinderen hebben gratis toegang, hun leeftijd is niet geregistreerd.

## 1. Programma van Music Meeting Festival 2023

### 1.1 Kernprogramma

Het kernprogramma van Music Meeting Festival 2023 bestaat uit overwegend jonge bands, met ruimte voor interdisciplinaire acts en dit alles met een evenwichtige genderbalans. Zoals past bij Music Meeting is er ruimte voor nieuw werk: vijf producties, waaronder een compositieopdracht, komen tot stand. Op uitnodiging van Music Meeting vinden 13 'music meetings' plaats. Daarnaast begeleidt het festival twee jonge makers. Verdeeld over de podia Nikko, Ziro, Mystic, All Ears Area en rondom een installatie vinden 31 concerten plaats. De concerten worden aangekondigd door presentatoren van verschillende gender, leeftijd en kleur.

1. [ADJA](#) (NL première)  
Soul Soul Soul! van een zelfbewust en gepassioneerd, **Belgisch** jong zangtalent.
2. [ESINAM & Sibusile Xaba](#) (NL première, samenwerking op uitnodiging van Music Meeting)  
Spannend weerwerk tijdens avontuurlijk treffen uit **België** en **Zuid-Afrika**.
3. [EABS meets Jaubi](#) (NL première)  
Nederlands debuut van **Pools-Pakistaans** collectief met heerlijke grooves en een bijzonder groepsgeluid.
4. [FaKruTu Dakar Edition](#) (speciale line up, op uitnodiging van Music Meeting)  
**Nederlands-Afrikaanse** kruisbestuiving verhoogt dansbaarheid.
5. [Buma Cultuur presents: Salaasa](#)  
**Amsterdams** trio dat de **Arabische** U'd mengt met drums en piano (NL).
6. [Marja Mortensson & Daniel Herskedal](#) (NL première)  
Oude vocale **Sami**-traditie in een nieuw jasje.
7. [Jelena Poprzan Quartett](#)  
**Servisch-Oostenrijk** ensemblespel vol onverwachte wendingen.
8. [l'Objet Sonore](#) (curatoschap op uitnodiging van Music Meeting)  
Installatie & Luc Ex & saxofoniste, improvisator and componiste Ada Rave (NL).
9. [Jamie Peet & Artez](#) (ARTIST IN RESIDENCE, project op uitnodiging van Music Meeting)  
Drummer Jamie Peet / project met studenten van ArtEZ (NL)
10. [ESINAM & guest Linda Fredriksson](#) (samenwerking op uitnodiging van Music Meeting)  
Spannende ontmoeting tussen **Ghanees-Belgische** en **Finse** artiesten.
11. [KUTU](#)  
Hypnotische grooves, acrobatische vocalen en soepele moves uit **Ethiopië**.
12. [Gyedu-Blay Ambolley & His Sekondi Band with special guest Peter Somuah](#) (samenwerking op uitnodiging van Music Meeting)  
**Ghanese** legende imponeert met funky, jazzy highlife-muziek.



Gyedu-Blay Ambolley & His Sekondi Band & Peter Somuah

13. [Meridian Brothers](#)  
Ontregelende **Colombiaanse** latino rock die tot dansen noopt.
14. [Ancient Istanbul Tales](#) (ARTIST IN RESIDENCE, wereldpremière)  
Een nieuwe compositie geschreven van **Ardashes Agoshian**, speciaal voor Music Meeting en kemenchec-speler **Emine Bostanci** (NL).
15. [Jamika & the Argonauts](#) (ARTIST IN RESIDENCE, NL première)  
Eclectische mix van stijlen sensationeel gepassioneerd gebracht door een **Franse** band met **Amerikaanse** lead.
16. [Linda Fredriksson JUNIPER](#)  
**Finse** bezwerende zeggingskracht zonder woorden
17. [Jelena Popržan solo](#) (NL première)  
Uit **Servië** afkomstige **Oostenrijkse** stemkunstenares en altviolisten
18. [Anna Maria Jopek Quartet](#)  
Zangeres keert via klassiek en jazz terug naar haar **Poolse** roots
19. [Multifarious](#) (NL première)  
Een virtuoos kruitvat van kruisbestuivingen uit **Schotland, Frankrijk** en **Amerika**
20. [l'Objet Sonore](#)  
Installatie & Luc Ex with & stemkunstenaar Annelie Koning (NL)
21. [Jamie Peet, Reinier Baas & Petter Eldh](#) (ARTIST IN RESIDENCE, wereldpremière)  
Artist in residence: nieuwe productie (NL/Zweden)
22. [Maija Kauhanen](#)  
One-woman-band uit **Finland**

23. [Liraz](#)  
De **Israëliësch-Perzische** zangeres keert terug met een opwindende mix van traditioneel-moderne ritmes en retro-Perzische geluiden
24. [COLECTIVA](#) (NL première)  
Opwindend en gelaagd, Afro-Latin ontmoet jazz in deze **Britse** band
25. [PoiL Ueda](#)  
Bloedstollend spannende ontmoeting tussen traditionele **Japanse** zang en **Franse** progrock
26. [Jamie Peet & Niels Broos](#) (ARTIST IN RESIDENCE)  
Artist in residence: groove in hart, hoofd, vingers en vezels (NL)
27. [Emine Bostanci: Dareyn Quartet](#) (ARTIST IN RESIDENCE, wereldpremière)  
Artist in residence: **Europa** en **Turkije** op lyrische wijze met elkaar vervlochten (NL)
28. [Maria Mazzotta AMOREAMARO](#) (NL première)  
Bittere liefde in alle toonaarden en kleuren uit het zuiden van **Italië**
29. [MORDÁI](#) (NL première)  
**Hongaarse** volksmuziek vernieuwend en met grote intensiteit gespeeld
30. [Chieko Donker Duyvis Ensemble](#)  
Uniek mengsel van **Braziliaans**, klassiek en vrije improvisatie (NL)
31. [l'Objet Sonore](#)  
Installatie & Luc Ex & zanger Ferry Heyne (NL)



Liraz

*"De Music Meeting in Nijmegen was dit jaar wederom mijn favoriete festival, dankzij onder meer de verrassende combinatie van de Japanse Junko Ueda en haar boeddhistische recitaties met de Franse artrockformatie PoiL (.....) Maar het hoogtepunt van drie dagen Music Meeting was toch het optreden van zangeres Maria Mazzotta, die haar publiek in emotioneel opzicht alle hoeken van de denkbeeldige kamer (lees: Hortus) liet zien." - Ton Maas, Mixed World Music*

## 1.2 Randprogramma

### All Ears Area

In het hart van het festivalterrein ligt de All Ears Area, waar het publiek met aandacht kan kijken en luisteren (met koptelefoons, indien gewenst) naar interviews, muzikale ontmoetingen en geïmproviseerde concerten, film en lezingen. Hiermee wil de organisatie verdieping en ontmoeting faciliteren en ook verbinding maken naar wat zij jaarrond biedt op online muziekkanaal Music Meeting All Ears.



HAN Here and Now

Hieronder staan alle activiteiten op de All Ears Area genoemd, met uitzondering van twee concerten van Artist in Residence Jamie Peet, die opgenomen zijn bij het kernprogramma (zie 1.1). De interviews worden gedaan door muzikexperts van verschillende gender, leeftijd en kleur.

1. [Jelena Popržan](#) Interview
2. ['CHANGES' discussion](#) Hosted by World Music Forum NL
3. [Marja Mortensson & Daniel Herskedal](#) Interview
4. [FaKruTu](#) Interview
5. [Mamikon - equal rights in Armenia. Still a dream to come true](#) Hosted by Bureau Wijland
6. [ESINAM](#) Interview
7. [Jamika & the Argonauts](#) Live muziek en interview
8. [Maria Mazzotta](#) Live muziek en interview
9. [Gyedu-Blay Ambolley & Peter Somuah](#) Live muziek en interview
10. [MORDÁI Film: The Latest Hour Film](#)
11. [Sounds of Home](#) Live muziek en interview
12. [Junko Ueda](#) Interview en presentatie
13. [COLECTIVA](#) Live muziek en interview

14. [InScience Presents: An Unexpected Composer](#) Korte film
15. [Chieko Donker Duyvis Ensemble](#) Live muziek en interview
16. [KUTU](#) Live muziek en interview
17. / 18. [Sounds of Change featuring HAN Here And Now + Nawras Altaky, Maryana Golovchenko and Sander van Goor](#) Live muziek en interview (2x)
19. / 20. [Millennial History / Andrea Voets](#) Live Muziek en presentatie (2x)



*"Ik mag het eigenlijk niet zeggen, want ik werk op dit festival. Maar juist daarom zie ik met hoeveel passie, deskundigheid en ervaring dit festival wordt samengesteld, wat afstraalt op alles en iedereen: Music Meeting, mijn all time favoriete festival! Dit jaar speelde Gyedu Blay Ambolley op het Music Meeting All Ears podium een fraaie set, aanvullend op zijn hoofd-optreden. Aan het slot van de video [op muziekkanaal All Ears] een erg leuk interview door Alessio Surian met Ambolley en gastsolist Peter Somuah. Hilarisch: Ambolley aan het slot van het interview: 'The first ever created rap music comes form the shores of Ghana, West Africa!' " – Erk Willemsen, Mixed World Music*



### Mini Meeting

Music Meeting laat ook de allerjongste hartjes sneller kloppen met de Mini Meeting, een speciaal programma bomvol leuke activiteiten voor kinderen tot en met 12 jaar, waaronder elke dag een unieke workshop voor de hele familie, geleid door de volgende festivalartiesten: [HAN Here and Now](#), [Maria Mazzotta](#) en [Maija Kauhanen](#). Daarnaast vinden dagelijks vier aanvullende activiteiten plaats: schminken, bamboebouwen, vredespaal en knutselhoek (wenskoekjes en -vlaggen, amuletten e.a.).

### Concerten op locatie

Tijdens het festival vinden ook Music Meeting activiteiten bij partners in de stad en regio.

#### [Sibusile Xaba in het Afrikamuseum \(27 mei\)](#)

In 2022 start Music Meeting een samenwerking met het nabijgelegen Afrika Museum in Berg en Dal, die we in 2023 voortzetten. De Zuid-Afrikaanse festivalartiest, gitarist Sibusile Xaba, geeft vóór aanvang van het festival, een concert in het museum. Afrika Museum promoot zowel dit concert als Music Meeting Festival, en Music Meeting promoot na afloop de expositie in het museum.

#### [Afterparty Music Meeting Festival x Rainbow Collective Festival in Merleyn \(28 mei\)](#)

Music Meeting wil ook nieuwe doelgroepen bereiken en organiseert op de tweede festivalavond een afterparty in Merleyn. Omdat deze avond samenvalt met de afsluiting van het nieuwe Rainbow Collective Festival, besluiten we krachten te bundelen met een feestelijke nacht tot gevolg met DJ duo Two Brothers from another Mother.

### VPRO opnames in Festivalhuis

Tijdens Music Meeting 2023 neemt de VPRO enkele Vrije Geluiden Sessies op in het Festivalhuis, het hoofdkwartier van Music Meeting. Deze bijzondere sessies van artiesten uit ons festivalprogramma worden in de zomer van 2023 uitgezonden op NPO Start. De opnames zijn ook online terug te kijken:

- 1 juli 2023: [Multifarious @ Festivalhuis](#)
- 8 juli 2023: [EABS meets JAUBI @ Festival](#)
- 16 juli 2023: [Marja Mortensson & Daniel Herskedal @ Festivalhuis](#)
- 23 juli 2023: [Trio Sonce @ Festivalhuis<sup>4</sup>](#)




---

<sup>4</sup> Maryana Golovchenko, zangeres van Trio Sonce, treedt op Music Meeting 2023 op bij de band HAN Here and Now. Haar Trio Sonce geeft geen festivalconcert, maar Music Meeting maakt wel deze VPRO opname mogelijk. Zij wordt overigens een van de artists in residence bij Music Meeting 2024.

### 1.3 Talentontwikkeling, educatie en participatie

#### Talentontwikkeling

Presentatie van talent is een vast gegeven van Music Meeting Festival. Music Meeting wil het verschil maken voor aanstormende musici. We scouten jonge makers met een sterke muzikale identiteit en een open blik, die genre-overschrijdend werken, en die al werkzaam zijn in de professionele sector. In 2023 werkt Music Meeting met twee talenten: drummer Jamie Peet en kemenche-speler Emine Bostanci. Zij worden begeleid vanuit het programmateam en krijgen extra exposure in de campagne.



Jamie Peet (foto) presenteert elke festivaldag een eigen project. Hij geeft een concert met studenten van ArteZ, hij debuteert met zijn gloednieuwe project met gitarist Reinier Baas en de Zweedse bassist Peter Eldh en ook geeft hij een vlammend optreden met partner *in crime*, Hammond-organist Niels Broos. Het publiek leert hem kennen in allerlei muziekformaties, door interviews in de All Ears Area en ook door [dit videoportret](#) in de serie Exposed.

Emine Bostanci presenteert twee projecten op Music Meeting: haar Dareyn Quartet, maar ook speelt ze de gloednieuwe compositie *Ancient Istanbul Tales*, die Ardashes Agoshian speciaal op uitnodiging van Music Meeting en naar wens van Emine, schreef. Haar concerten worden opgenomen en in het najaar gepubliceerd op Music Meeting All Ears. Ook van haar is [een videoportret](#) gemaakt.

#### Educatie

Jamika Ajalon, artist in residence, geeft in aanloop naar het festival twee workshops. Op 28 februari en op 15 april geeft deze interdisciplinaire artiest zogeheten 'anti-lectures' respectievelijk in het Festivalhuis en in De Lindenberg. In kleine kring neemt zij de deelnemers mee tijdens inspirerende en kunstzinnige sessies. Haar komst uit Parijs naar Nijmegen geeft ons ook de gelegenheid om haar letterlijk beter in beeld te brengen. Video opnames en een interview leiden tot [dit videoportret](#).

#### Participatie

Music Meeting wil bij uitstek jonge mensen uitdagen 'verder' te luisteren en uit hun muzikale (popmuziek)comfort zone te treden. Hierin willen we zoveel mogelijk op maat werken met verschillende scholen, en juist ook scholen die geen nadrukkelijk cultuurprofiel hebben. We hebben drie Nijmeegse scholen benaderd, te weten NSG Scholengemeenschap (met wie we jaarlijks samenwerken), Agora onderwijs (leercommunity) en Weekendschool (aanvullend onderwijs).

De nieuwe samenwerking met de Weekendschool is een groot succes, mede dankzij ondersteuning en begeleiding van de Rotary Nijmegen-Zuid. Zo'n 30 leerlingen komen naar het festival, krijgen een backstage rondleiding, maken een soundcheck mee en ervaren samen met hun ouders het festival. Helaas lukt de samenwerking met NSG dit jaar niet om organisatorische redenen. De verkenning op Agora is interessant maar vanwege het vrijblijvende karakter van de zogeheten 'inspiratiesessie' over Music Meeting, is de opkomst van de leerlingen laag en de beoogde participatie op het festival nihil.

## 2. Music Meeting All Ears – online muziekkanaal

De plannen voor Music Meeting All Ears, het online muziekkanaal, zijn in 2023 wat bescheidener dan in voorgaande jaren. We continueren het ontwikkelen van festival-gerelateerde content om zo artiesten een platform te bieden en het festival te promoten. Ook nemen we tijdens het festival content op om in het najaar op All Ears te publiceren en zodoende gestaag verder te bouwen aan online publieksbereik voor nieuwe en eerder gepubliceerde content. Opnames vinden onder meer plaats op de All Ears Area op het festivalterrein (zie 1.2.), het podium waarmee we ook willen verwijzen All Ears online. Tot slot vervolgen we de podcastserie *Music MeetUp*, die algemener van aard is en waarbij per aflevering allerlei artiesten over hun werkpraktijk vertellen: over bijzondere situaties, spannende ervaringen, verrassende ontmoetingen en nog veel meer. In totaal produceren we 20 items voor Music Meeting All Ears.

### Publicaties

Vóórafgaand aan het festival publiceren we:

- Drie artiestenprofielen [in de serie 'Exposed'](#) – een kijkje achter de schermen bij de drie artists in residence:
- De eerste aflevering van een nieuwe achtdelige podcastserie Music MeetUp, getiteld ['What does change mean to you'](#), waarmee deze aflevering in het teken van het festivalmotto staat.

Na afloop van het festival publiceren we in de periode september tot en met december:

- Het vervolg van de Music MeetUp podcastserie met afleveringen ['Encounter'](#), ['Spark'](#), ['Delights'](#), ['Passenger'](#), ['Home'](#), ['Luggage'](#) en ['Away'](#).
- Negen interviews en/of concerten, te weten: [Dareyn Quartet met Emine Bostanci, Jamika & Argonauts, Esinam & Linda Fredriksson, Jamie Peet New Trio<sup>5</sup>, 'Ancient Istanbul Tales' met Emine Bostanci, Gyedu Blay Ambolley & Peter Somuah, Luc Ex & l'Objet Sonore met \(1\) Annelie Koning en \(2\) Ferry Heyne](#), en [Sounds of Home](#).

### Toekomst

Naast het verder ontwikkelen van unieke content, gaat de organisatie in 2023 op zoek naar (content-producerende) partners. Er worden gesprekken gevoerd met het Britse tijdschrift en online platform Songlines en ook binnen Europe Jazz Network, waar Music Meeting sinds 2023 actief lid is, wordt gezocht naar samenwerking. Dit levert geen concrete resultaten op. Ook wordt All Ears content gepitcht bij een beoogd afnemer, waarover bij het vastleggen van het jaarverslag nog geen vervolg bekend is.

De nieuw geplaatste items promoten we extra richting het bestaande publiek en door middel van online advertentiecampagne bij nieuw publiek. Opmerkelijk is dat de backcatalogus - het muziekkanaal heeft sinds de start in 2021 een bijzonder archief opgebouwd met bijna 150 items - exponentieel blijft groeien, met name bij een internationaal publiek. Dit draagt bij aan de internationale zichtbaarheid en unieke producties van Music Meeting, en aan de bekendheid van de 36 artiesten en hun verhalen die een plek hebben op het muziekkanaal.

---

<sup>5</sup> Van dit concert is wegens technische problemen slechts een fragment geschikt voor publicatie op Music Meeting All Ears.

### 3. Music Meeting activiteiten in het najaar

Music Meeting programmeert vier extra concerten en een workshop:

- [16 september @Kunstnacht](#): Music Meeting stelt in samenwerking met Museum Valkhof een meditatief improvisatieproject met medewerking van de Argentijnse, in Amsterdam woonachtige, saxofonist **Ada Rave**.
- [28 oktober @Festival Jazz International Nijmegen](#): Music Meeting programmeert samen met Doornroosje een *double bill* met de Zwitserse impro-violist **Tobias Preisig** en de Engelse upcoming saxofonist **Chelsea Carmichael**.

*‘Op de vierde dag van het jazzfestival, werd al langzaam duidelijk dat we misschien wel midden het culturele hoogtepunt van het jaar waren terechtgekomen. Neem bijvoorbeeld het nieuwe Britse talent aan het jazzfirmament Chelsea Carmichael.’* Ughenda

- [21 november @Lindenberg](#): Music Meeting presenteert het unieke Australische project **Hand to Earth** voorafgegaan door een inleiding door muzikjournalist **Andrew Read** (Jazz in Europe Media), waarmee het tevens een voorproefje geeft van de Australische programmalijs van Music Meeting 2024. Ook de samenwerking met Lindenberg krijgt een vervolg bij het festival in 2024.
- [22 november @ArtEZ](#): aansluitend op het concert in Nijmegen geeft het gezelschap van Hand to Earth **een workshop** bij ArtEZ.

*‘Hand to Earth is one of the most characteristic contemporary music ensembles in Australia. Central to their music are the Yolngu Manikay (song cycles), an oral tradition from North East Arnhem Land, Northern Australia, dating back over 40,000 years.’* Jazz in Europe<sup>6</sup>



<sup>6</sup> Volledige voorbeschouwing is [hier](#) te lezen. Fotoverslag van het concert is [hier](#) te zien.

## 4. Marketing

Vanuit marketing staan we in 2023 voor uitdagingen én kansen. Ons doel is om in 2023 echt de slag naar een jonger en nieuw publiek te slaan. In 2022 hebben we laten zien dat we het bestaande publiek na twee jaar corona-afwezigheid weten te bereiken, maar dat het jonge(re) publiek nog niet in grote getale naar het festival komt. Inmiddels is er een nieuwe generatie studenten die Music Meeting nog niet kent en ook jonge gezinnen willen we beter informeren over het festival, omdat Music Meeting bij uitstek geschikt is om jonge kinderen mee naar toe te nemen. Paragraaf 4.1 tot en met 4.7 gaat over de marketing van het festival. In 4.8 komt kort de promotie van de aanvullende concerten en activiteiten in het najaar aan bod. Het totale publieksbereik staat beschreven in 4.9.

### 4.1 Doelgroepen

Het bereiken en enthousiasmeren van de vertrouwde Music Meeting doelgroep:

- Reguliere bezoekers van Music Meeting
- Leeftijd 45+
- Omgeving Nijmegen, Arnhem, Gelderland, Randstad
- Liefhebbers van muziek wereldwijd, avontuurlijke muziek, singer-songwriter, jazz, cultuur en reizen

Het (duidelijker) informeren en enthousiasmeren van nieuwe doelgroepen:

- Leeftijd 18-25 jaar (studenten)
- Liefhebbers van festivals, nieuwe muziek, singer-songwriter, jazz, cultuur en reizen
- Leeftijd 25-45 (starters/mid-career)
- Ouders en kinderen: een kindvriendelijk muziekfestival, toegang kinderen tot 16 jaar is gratis
- Omgeving Nijmegen, Arnhem, Gelderland.

### 4.2 Strategie

De volgende strategische keuzes worden gemaakt voor aanvang van de campagne, die begint te lopen vanaf eind december 2022, als we de early bird campagne lanceren:

#### **Algemeen**

- richting nieuwe doelgroepen beter uitleggen wat Music Meeting is
- nadrukkelijke inzet van de Music Meeting herkenbare huisstijl (geen afwijkend campagnebeeld)
- actief bouwen aan Music Meeting online bereik, in het bijzonder Instagram (m.b.t. bereik jongeren)
- jongerenkorting nadrukkelijk uitlichten
- idem gratis toegang voor kinderen en überhaupt het kinderprogramma (Mini Meeting)
- de komst van Martyna van Nieuwland benutten voor publiciteit
- de term wereldmuziek wordt niet meer gebruikt, we spreken over global music
- via partnerschappen en het Festivalhuis het festival breder onder de aandacht brengen

#### **Programma**

- diversiteit in programma (cultureel en gender) komt in alle uitingen terug, beeld én tekst
- idem het 'jonge' programma
- kinderprogramma nadrukkelijker promoten
- drip feeding: gedurende de campagne wordt telkens één artiest of item online uitgelicht
- Music Meeting All Ears benutten om artiesten te promoten
- events in aanloop naar festival organiseren en/of benutten voor promotie

## Marketingkanalen

<b>Music Meeting Festival   All Ears website</b>	<b>Music Meeting nieuwsbrief</b>
Nieuwsberichten	6.7K leden
Artiesten/programma uitgelicht	<b>Music Meeting social media (dd dec. 2023)</b>
Interviews/specials/landingspagina	Facebook   11K volgers
Video/podcast/playlists	Instagram   3.9K volgers
Blokkenschema	YouTube   2k volgers
<b>Promotionele/publicitaire uitingen</b>	Linked-In   463 volgers
Persberichten	Spotify   108 volgers
Posters   banieren	<b>Aandacht binnen de media</b>
Video teaser	Aankondigingen/interviews
Video aftermovie	Advertenties
<b>Aandacht binnen doelgroep kanalen</b>	Media partnerships
Social media vermeldingen en ads	Lokale influencers
Postercampagnes	

### 4.3 Offline promotie

Aangezien er veel evenementen op de culturele agenda staan, zetten we in op een langdurige offline campagne. Met twee postercampagnes buiten (Mupi/Abri) maken we richting het bestaande publiek duidelijk dat het festival er weer aan komt. Bij nieuw publiek introduceren we Music Meeting - met de nadruk op het openlucht karakter en door verschillende artiesten af te beelden willen we de jonge 'feel' en diversiteit van het programma illustreren.



Posters op de ramen van het Festivalhuis, in het centrum van Nijmegen



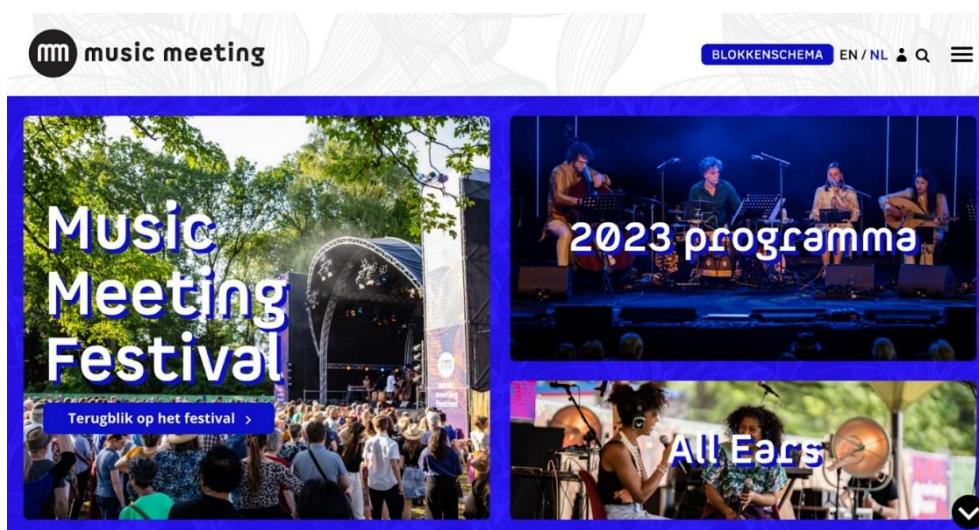
Daarnaast zijn er line-up posters en flyers rondes in binnen-locaties in Nijmegen en Arnhem, waar nadrukkelijk jongerenkorting en gratis toegang voor kinderen wordt gecommuniceerd. Aan de hand van een QR postercampagne (zonder naam/programma) willen we met name jonge mensen nieuwsgierig maken. Deze posters worden op allerlei locaties gehangen waar vooral studenten te vinden zijn. Ook in de studentenflats naast Park Brakkenstein, de festivallocatie, worden dit jaar posters gehangen en flyers verspreid. Vlak voor het festival plaatsvindt worden we extra zichtbaar in Nijmegen en in Arnhem door middel van festivalbanieren op centrale locaties.

Ook organiseert Music Meeting een aantal activiteiten om het festival bij verschillende doelgroepen onder de aandacht te brengen:

- 28 februari en 20 april: workshops Jamika Ajalon (artist in residence) in Festivalhuis en Lindenberg
- 15 feb: persconferentie in (samenwerking met) Festivalhuis, met performance van Esinam<sup>7</sup>
- 15 feb: vrijwilligersbijeenkomst in Festivalhuis, met performance van Esinam
- 18 maart: Music Meeting x InScience Silent Disco, tijdens InScience Festival, met DJ Qoqonut

#### 4.4 Online promotie

**Website** - de website [www.musicmeeting.nl](http://www.musicmeeting.nl) geldt als het digitale portaal voor Music Meeting Festival en voor online muziekkanaal Music Meeting All Ears. De landingspagina wordt overzichtelijker en rustiger gemaakt, met Festival als hoofdactiviteit, en de menustructuur wordt vereenvoudigd. Technische aspecten met betrekking tot navigatie, zoekfunctie en de zogeheten *mobile responsiveness*, worden verbeterd.



Vernieuwde en overzichtelijke landingspagina musicmeeting.nl

**Nieuwsbrief** - er worden zeven nieuwsbrieven verstuurd in aanloop naar het festival. De 'Open Rate' (aantal keren dat nieuwsbrief wordt geopend) ligt rond de 37%. Music Meeting blijft daarmee ruim boven het gemiddelde van 24% in deze branche. De 'Click Through Rate' (aantal doorkliks naar de website) scoort met 6% vergelijkbaar met het gemiddelde van 4,62% voor deze branche<sup>8</sup>.

<sup>7</sup> Verslag hiervan is te lezen op [Into Nijmegen](https://www.intonijmegen.nl).

<sup>8</sup> Gegevens van Mailchimp, een marketing automatisering en e-mailmarketing platform.

**Social media en SEA** – er wordt nadrukkelijk verder gewerkt aan online bereik, met goed resultaat: zo'n 1.000 volgers erbij zowel op Instagram als op Facebook. In samenwerking met bureau INTK worden *google grants* ingezet om de vindbaarheid van het festival te vergroten. In de campagnemaand mei wordt een gespecialiseerd social media team aangetrokken om met online betaalde campagnes nog gericht nieuwe doelgroepen te benaderen en ticketsales te boosten.

**Teaser** - Er wordt geïnvesteerd in een pakkende teaser die met name gericht is op nieuw en met name jong publiek: nieuwsgierig-makend door beeld in combinatie met (onbekende) namen, aansprekend door muziekkeuze en vooral informatief wat betreft: data, locatie, aantal podia en aantal concerten, en het internationale karakter van het programma. Zie [hier](#) de link naar de teaser.

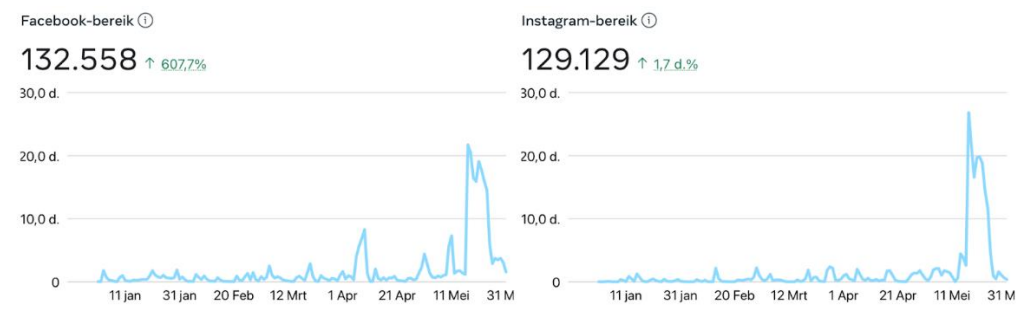
**Verhalen en verdieping** - Er wordt online content (zie hoofdstuk 2) gemaakt om musici en hun verhalen uit te lichten. In de serie *Exposed* gaan we in gesprek met de drie artists in residence. Ook start vlak voor het festival de eerste aflevering van de nieuwe podcastreeks *Music MeetUp*, met als onderwerp Change – gelieerd aan het festivalmotto in 2023. Hiermee laten we het publiek nader kennismaken met de optredende musici en met het festival.

#### 4.5 Betaalde exposure

**Mediapartner** - online magazine Mixed World Music plaatst aankondigingen, redactionele aandacht, een advertentie en deelt content op de website, in nieuwsbrieven en via de sociale media. De uitgeverij van Mixed World Music, Keijzer 18, zorgt er tevens voor dat het programma van Music Meeting gedeeld wordt in media zoals De Slagwerkkraan.

**Advertenties** - in de volgende offline en online media verschijnen advertenties, soms in een combinatie van beide, soms in combinatie met aanvullende redactionele aandacht: Jazzism / Slagwerkkraan / OOR Magazine / DPG Media / In de buurt. Voorts zijn er gesponsorde posts en online advertenties geplaatst op Facebook en Instagram (Meta).

Omdat de kaartverkoop laat aantrekt, zetten we in op een extra ticketboost campagne in de maand mei. Het totale bereik op sociale media is 132.558 personen op Facebook en 129.129 personen op Instagram, waarvan respectievelijk 107.475 en 108.228 personen worden bereikt in de maand mei.





4.6 Free publicity



De komst van de nieuwe artistiek leider Martyna van Nieuwland zorgt voor een hoop free publicity, ook in het internationale professionele circuit. Omdat zij zelf in Nederland nog onbekend is, publiceren we [dit interview](#).

Music Meeting Festival 2023 wordt verder in tal van media meegenomen, waaronder:

- [Zout Magazine](#) (interview Martyna van Nieuwland)
- [Mixed World Music](#) (deel 1)
- [Mixed World Music](#) (deel 2)
- [Nijmegen-Oost](#)
- [Slagwerkkant](#)
- [NRC Handelsblad](#) (interview Esinam)
- RN7 Regionieuws radio (interview Sophie Blussé)
- Radboud Universiteit - online weekendtip
- Gelderlander (interview Martyna van Nieuwland en Emine Bostanci)

Daarnaast nemen de vele [culturele en overige partners](#) het festival mee in nieuwsbrieven en/of social media. Op InScience Festival co-hosten we [de silent disco](#).

Er verschijnt verslag in:

- [3voor12 regionaal](#) 'Prachtige ontmoetingen tijdens laatste dag van Music Meeting'
- [Into Nijmegen](#) 'Sterke optredens die de grenzen verlegden en onverwachte genres met elkaar vermoltten (.....) Krachtige vrouwen die staan voor waar ze in geloven'
- [RN7 Regio Nieuws](#) (videoreportage, live verslag)
- [Mixed World Music](#)
- [BlogFoolk](#) (Italië)
- [Magazb Etnoumlje](#) (Servië)
- [Gazeta Wybracza Daily](#) (Polen) 'In the delightful park scenery I watched eminent representatives of the so-called world music'



NRC Handelsblad tipt Music Meeting



De Gelderlander: interview artistiek directeur Martyna van Nieuwland en artist in residence Emine Bostanci.

## 4.7 Publieksonderzoek en -analyse

### Publieksonderzoek

Er komen 155 antwoorden binnen op het publieksonderzoek (NL/ENG). De gemiddelde leeftijd van de respondenten is 52 en bijna 90 procent is hoogopgeleid. Driekwart van de respondenten is woonachtig in Gelderland en meer dan 10 procent in de Randstad. 49,7% is vrouw, 48,3% man, 3% identificeert zich anders dan man of vrouw.

Ruim een kwart (26,2%) van de respondenten bezoekt Music Meeting in 2023 voor de eerste keer. Een groot deel van de respondenten (42,3%) is een bijzonder trouwe bezoeker en bezoekt het festival al meer dan vijf keer. Op de vraag hoe respondenten Music Meeting kennen is het meest terugkerende antwoord 'via eerdere edities' (60,4%). 39,6% kent het festival via familie, vrienden of bekenden. 10,7% kent het festival via posters of flyers, en 8,1% via social media. Op deze vraag waren meerdere antwoorden mogelijk.

De meest genoemde reden om het festival te bezoeken is 'om nieuwe muziek te ontdekken' (50,7%), met daarnaast 21,6% die aangeeft aangetrokken te zijn door het programma. 33,1% komt vooral om tijd door te brengen met vrienden of familie, en 28,4% om een festival te bezoeken. Ook op deze vraag waren meerdere antwoorden mogelijk.

Het festivalprogramma wordt gemiddeld gewaardeerd met een 7,3. Wat opvalt, is dat de meningen over het programma verdeeld zijn. Meerdere respondenten geven aan te signaleren dat de kwaliteit van het programma door de jaren heen daalt. Daar staat tegenover dat onder de positieve reacties juist vaak verrassing en afwisseling worden aangestipt als belangrijke kwaliteiten van het aanbod.

De festivalbeleving wordt gemiddeld gewaardeerd met een 7,6. Op de vraag hoe we bezoekers met een beperking beter kunnen verwelkomen, komen nog enkele tips qua rolstoelvriendelijkheid. De informatievoorziening vooraf en tijdens het festival wordt gemiddeld gewaardeerd met 7,4. Zo'n driekwart van de respondenten is tevreden over de verhouding ticketprijs en programma.

### Voorlopige beknopte analyse

Op basis van de uitkomsten van het publieksonderzoek in combinatie met gegevens uit het ticketsysteem en ons online bereik, maken we de volgende voorlopige analyse.

Met onze inspanningen om nieuw en jonger publiek te bereiken hebben we (eerste) resultaten geboekt. Het publieksonderzoek toont aan dat ruim een kwart van de respondenten Music Meeting in 2023 voor de eerste keer bezoekt. Er is een lichte groei in aanschaf van tickets met het jongerentarief (<26 jaar): 16% in 2023 ten opzichte van 9% in 2022. De overall ticketdata laten zien dat de gemiddelde leeftijd van de kaartkopers daalt van 62 en 52 in 2020 en 2022<sup>9</sup>, naar 51 in 2023<sup>10</sup>. De gemiddelde leeftijd van de bezoekers van de afterparty in Merleyn is 28.

We zien ook een terugloop in aantallen bezoekers en dat lijkt vooral om vaste bezoekers te gaan. Wat opvalt is dat we ten opzichte van 2022 de helft minder driedagen passe-partouts verkopen, wat lijkt te betekenen dat een deel van het vaste publiek zich niet (meer) voor drie dagen wil vastleggen. Ondanks dat onze marketinginspanningen hebben geleid tot enorme online exposure en veel nieuwe volgers op onze sociale kanalen, heeft dat nog niet geresulteerd in substantiële kaartverkoop.

<sup>9</sup> Door corona zijn er ticketbuyers uit 2020 (hun kaarten blijven geldig) en ticketbuyers uit 2022.

<sup>10</sup> Kinderen zijn niet meegerekend in de leeftijdsgemiddelden. Zij hebben gratis toegang en hun leeftijd is niet geregistreerd.

### Analyse sociale media

Analyse van publieksbereik via de sociale media laat in grote lijnen de volgende ontwikkelingen zien:

YouTube (content op Music Meeting All Ears): ruim 67% van het publiek is tussen de 25 en 54 jaar. Ten opzichte van 2022 is een lichte groei van ouder publiek, met name onder de groep 65+. Wat qua geografie opvalt is waar in 2020-2022 het overgrote deel van de traffic uit Nederland komt, in 2023 het meeste bereik uit de V.S. en een aantal Spaanstalige landen komt. Een na-effect van de vele *latin* gerelateerde content die in 2022 op Music Meeting All Ears is gepubliceerd.

Qua gender zien we dat de trend die in 2022 werd ingezet zich voortzet: namelijk dat we aanzienlijk minder vrouwelijk publiek bereiken. In 2020 is dit bereik gender balanced, in 2022 en 2023 bereiken we 15% vrouw en 85% man. De content die gepubliceerd is is gender balanced, maar een van de grote 'hits' is de Cubaanse sterbassist Alain Pérez met een grote mannelijke achterban. Zijn best bekeken video bereikt 96% man. In 2024 zullen we de adcampagnes voor met name nieuw gepubliceerde content specifiek gaan richten op vrouwelijke kijkers.

In 2023 is het aantal video views gestegen met 163% en de totale kijktijd met 282%. De gemiddelde kijktijd van een video is gestegen naar 9:16, ten opzichte van 6:23 in 2022. Van de 211.704 views worden 5,578 views gegeneerd door de 16 video's die in 2023 zijn gepubliceerd (dit is inclusief teaser en aftermovie). Het is evident dat de backcatalogus van Music Meeting bijzonder relevant blijft.

Analyse van het publiek op Facebook en Instagram toont het volgende: via Facebook zien we dat we een gelijkmatig bereik voortzetten per leeftijdscategorie van 25 tot en met 65 jaar, en we zien een lichte groei bij 65 jaar en ouder. Bij Instagram is het grootste bereik onder mensen van 25 tot en met 45, en het bereik is internationaler. Op beide kanalen bereiken we min of meer evenveel mannen als vrouwen. Beide kanalen zijn in 2023 gegroeid met +1000 volgers.

### 4.8 Marketing activiteiten najaar

De concerten in het najaar worden gepromoot in samenwerking met programma en/of locatie-partners Kunstnacht, Festival Jazz International Nijmegen, Doornroosje en de Lindenberg.

Naast Music Meeting nieuwsbrieven en sociale media (en posters) lopen in oktober en november twee betaalde online campagnes: een ter promotie van het concert in de Lindenberg en de andere ter promotie van alle in het najaar nieuw gepubliceerde content op Music Meeting All Ears.



#### 4.9 Publieksbereik Music Meeting in 2023

Totale live bereik van Music Meeting in 2023 is 4.965. Het online bereik is 212.595. Zie hieronder specificatie van het bereik.

<b>Bereik Music Meeting Festival</b>	<b>4.177</b>	
Bestaande uit:	2.872	betalend publiek (incl. Afrikamuseum en Merleyn)
	330	kinderen (gratis toegang)
	540	gasten (van musici/organisatie en via Toegift actie <sup>11</sup> )
	270	musici (zo'n 90 per dag)
	165	vrijwilligers (zo'n 55 per dag)
<b>Bereik festival-gebonden activiteiten</b>	<b>417</b>	in aanloop naar het festival
Twee workshops Jamika Ajalon	20	
Persconferentie/concert Festivalhuis	50	
Vrijwilligersbijeenkomst/concert	60	
Agora inspiratiesessie	7	
MM x InScience Silent Disco	280	
<b>Bereik activiteiten najaar</b>	<b>381</b>	
Kunstnacht	110	
Festival Jazz International Nijmegen	151	
Lindenberg	80	
Workshop ArtEZ	40	
<b>Bereik online</b>	<b>212.595</b>	
YouTube (videocontent)	211.704	waarvan 5.578 voor geplaatste content in 2023
Acast (podcastserie)	891	waarvan 737 voor geplaatste content in 2023

Het publieksbereik via de vier opnames van VPRO Vrije Geluiden is niet meegerekend in het totale publieksbereik.

---

<sup>11</sup> Er zijn 50 kaarten weggeven aan mensen met een afstand tot kunst en cultuur, in samenwerking met Stichting Quiet, Stichting Gast en ACZ Nijmegen.

## 5. Stakeholders

### Financiers

Het programma van Music Meeting in 2023 is mede mogelijk gemaakt door: Fonds Podiumkunsten, Gemeente Nijmegen, Provincie Gelderland, Fonds21, Prins Bernhard Cultuurfonds, VSB fonds, Sena Performers en Dioraphte. Internationale financiering komt van het EU-project Sounds of Europe/Creative Europe en EIJN Green Touring. Sponsorbijdragen komen van Mercure, Vrumona en Grolsch.

### Podium-, programma- en media partners

Op gebied van festivalprogramma werken we samen met een aantal nieuwe partners, te weten World Music Forum (concert en talk), Buma Cultuur (concert), InScience (film), Bureau Wijland (shelter city gast) en Rainbow Collective Festival (afterparty). Samenwerking in het EIJN Green Touring project van Europe Jazz Network levert interessant programma en subsidie op. Bestaande samenwerkingen worden gecontinueerd, zoals met Sounds of Europe, Afrika Museum, Doornroosje en Merleyn, Festivalhuis, Kunstnacht, Festival Jazz International Nijmegen en ArtEZ. Nieuw is de samenwerking met de Lindenberg.

Qua marketing bundelen we in 2023 krachten met een aantal nieuwe partijen. INTK gaat voor ons aan de slag met de Google Ad Grants. Social mediateam, Maaïke van Woudenberg en Ilona Buyl, verzorgen de online campagnes. We zetten samenwerking met vaste media(partners) voort, zoals met VPRO Vrije Geluiden, Mixed World Music, OOR, Slagwerkkraan, Jazzism en DPG Media/In de buurt. Ook spannen we ons in voor promotionele support in nieuwsbrief of op sociale media van onze regionale en landelijke partners.

### Overige partners

Music Meeting biedt jaarlijks stageplaatsen of onderzoekscases aan studenten van verschillende opleidingen. In 2023 komen stagiairs van ROC Nijmegen, Hogeschool Arnhem en Nijmegen en Radboud Universiteit Nijmegen.

Dankzij giften van kaartkopers geeft de organisatie kaarten aan mensen met een afstand tot kunst en cultuur. Deze kaarten zijn verspreid onder deze doelgroep in samenwerking met Stichting Gast, Stichting Quiet en AZC Nijmegen. Rotary Nijmegen-Zuid ondersteunt het project met de Weekendschool en doneert festivaltickets voor de ouders van de deelnemende kinderen.

Met de andere festivals van het Festivalhuis - Wintertuin, Go Short, InScience – wordt kantoor gedeeld en wordt nader op verschillende vlakken samengewerkt. Op 15 februari 2023 geven de vier organisaties gezamenlijk een persconferentie als aftrap van hun gezamenlijke festivalseizoen.

### Netwerken

Music Meeting maakt als kwaliteitszetel deel uit van Cultuur Netwerk Nijmegen (CNN). Ook is de organisatie aangesloten bij de (landelijke) Vereniging van Nederlandse Jazzpodia en Jazzfestivals en het World Music Forum. Internationale netwerken waar Music Meeting lid van is zijn Forum of Worldwide Music Festivals, Europe Jazz Network en het platform Keychange. Al deze netwerken dragen lokaal/regionaal, landelijk en internationaal bij aan het vergroten van kennis, netwerk en nieuwe kansen, zowel artistiek als zakelijk, als ook samenwerking op allerlei gebied.

## 6. Prestatieverantwoording

Het totaal aantal prestaties in 2023 is 104, bestaande uit:

- 37 activiteiten programmering professioneel podiumkunstenaanbod. Hiervan vinden 33 concerten plaats op Music Meeting Festival (incl. twee concerten op locatie). De overige vier concerten vinden plaats in het najaar in samenwerking met partners in de stad.
- 67 overige activiteiten. Hiervan vormen 35 activiteiten het festivalrandprogramma (20 op de All Ears Area en 15 op de Mini Meeting). Er worden 24 items audio(visuele) content gemaakt, waarvan er 20 worden gepubliceerd op Music Meeting All Ears en vier via VPRO. Daarnaast organiseert Music Meeting in totaal drie promotionele activiteiten (persconferentie, vrijwilligersbijeenkomst en MM x InScience), drie workshops (Festivalhuis, Lindenberg, ArtEZ) en twee samenwerkingen met scholen (Weekendschool, Agora).

Het totaal aantal live bezoekers van festival, concerten en gelieerde activiteiten is 4.956.

Online bereiken we 212.595 voor alle beschikbare content op Music Meeting All Ears. Voor de in 2023 nieuw gepubliceerde items bereiken we 6.315. Publieksbereik voor de vier opnames via de VPRO is hierin niet meegenomen.

## 7. Exploitatieresultaat en financiële positie 2023

Totale kosten in 2023 zijn € 732.719. De totale baten in 2021 zijn € 684.632.

Het exploitatieresultaat is -€ 47.676. Na vrijval van bestemmingsreserve Covid-19 uit 2022, blijft een tekort van -€ 11.376 dat ten laste komt van de Algemene reserve (-€ 9.376) en de Bestemmingsreserve calamiteiten (-€ 2.000).

De bestemmingsreserve Covid-19 van € 36.600 wordt integraal aanwendt voor de inhuur van musici en culturele freelancers, voor nieuwe producties op Music Meeting All Ears en concerten in het najaar.

### Financieel perspectief

De liquiditeitspositie van de Music Meeting is behoorlijk. Er is een calamiteitenreserve van € 66.860.

Het financiële perspectief van Music Meeting is bij vaststellen van dit jaarverslag nog onbekend. In 2023 is een nieuw meerjarenplan 2025-2028 en een nieuwe marketingstrategie ontwikkeld. De visie is gericht op het verbreden van het programma in combinatie met een stapsgewijze verhuizing naar de binnenstad. Het festival wil zodoende de zichtbaarheid en toegankelijkheid van het festival het vergroten en het (daarmee) nieuw publiek, stakeholders, sponsors en vrienden bereiken, mede aan de hand van bijzondere activiteiten, zoals de viering van de 40<sup>e</sup> Music Meeting editie in 2026.

Het meerjarenplan voor 2025-2028 wordt ingediend bij Fonds Podiumkunsten, Gemeente Nijmegen en Provincie Gelderland met betrekking tot structurele subsidie. Uitsluitel over financiële ondersteuning volgt in de zomer van 2024.

## 8. Organisatie

### 8.1 Bestuur

Het bestuur van Stichting Music Meeting bestaat uit Pieter van Ree voorzitter, Wouter Wolff secretaris, Hakky Raijmakers penningmeester, en algemeen bestuursleden Phebe Kloos, Marike Gelderblom en Elisabeth van Overloop. De laatste treedt in zomer 2023 uit het bestuur.

Het bestuur kent een hoge mate aan pluriformiteit in leeftijd en kennis. Het heeft goede relaties met het openbaar bestuur, netwerk in stad en regio en ingangen bij het bedrijfsleven en festivalrelaties. Er is een bestuurs- en een directiereglement en een organogram met overlegstructuur. In lijn met de Wet bestuur en toezicht rechtspersonen heeft het bestuur primair een kader stellende en toezichthoudende rol, zijn uitvoerende taken gedelegeerd naar de directie, maar worden beslissingen genomen in vergaderingen.

Het bestuur heeft zich als taak gesteld de professionalisering van Music Meeting door te zetten en stappen te zetten in verbreding van programma en publiek, en zodoende bij te dragen aan de continuïteit van het festival, de stabiliteit van de organisatie en aan de financiële veerkracht van Music Meeting. Ook zijn duurzaamheid, en diversiteit en inclusie, belangrijke pijlers die het bestuur prioriteert. Daar komen sinds 2023 de gevolgen van de energiecrisis en inflatie bij. Het bestuur vergadert maandelijks, met uitzondering van de zomermaanden, met tenminste per kwartaal één werksessie. In 2023 zijn dat sessie 1 toekomstvisie '25-'28, evaluatie festival 2023, sessie 2/heidag toekomstvisie '25-'28, jaarplan 2024 en sessie 3 meerjarenbeleidsplan 2025-2028.

### 8.2 Organisatie

De tweekoppige directie bestaat algemeen directeur Sophie Blussé en artistiek directeur Martyna van Nieuwland. Ze werken met een kernteam bestaande uit marketingmanager Iris Cohen (tot 1 september), junior programmeur/artist handler Julia Koenen, online contentproducent Sophie Conin, communicatiecoördinator Andy Leenen (vanaf 1 september) en algemeen en technisch producenten Indre Klenauskyte en Peter Onstein. Het team wordt in aanloop naar evenementen aangevuld met freelancers gericht op operationele zaken: Katrien Karimoen (producent All Ears Area), Simone Kiekebosc (vrijwilligerscoördinatie) en Tuk Melissen (transport). Wim Westerveld, Music Meeting programmeur van het eerste uur, draait nog één jaar mee in het team als artistiek adviseur.

Het kernteam Music Meeting 2023 bestaat gemiddeld uit 11 freelancers, goed voor in totaal 2,1fte. Alle betrokkenen werken met Music Meeting samen op basis van opdrachtovereenkomsten, telkens voor bepaalde tijd, in duur variërend van een aantal maanden tot 10 maanden. Het kernteam wordt in 2023 versterkt door drie stagiairs: Zakiya Davelaar en Rui van Bel op gebied van marketing, en Jorike Bolt op gebied van programma. Ook werken zo'n 130 vrijwilligers op het festival

Wijzigingen binnen het team: op 1 september neemt Iris Cohen afscheid. De communicatie wordt dan voortgezet door Andy Leenen. Op 15 december start interim marketingmanager Thijs de Winter.

#### **Ontwikkeling en professionalisering**

##### Nieuwe marketingstrategie

Eind 2023 hebben we Robbert den Boer gevraagd om advies en ondersteuning bij onze marketingstrategie. Naast oprichter van het Nijmeegse creatieve bureau ROSH, is Den Boer met zijn wortels in de landelijke festivalwereld en de Vierdaagsefeesten, kenner van stad en regio. Aan de hand van zijn

adviezen en plan van aanpak voor een operationele boost hebben we onze strategie en ons marketingplan aangescherpt. Er ligt nu een goede basis om Music Meeting op andere manieren te promoten onder een nieuw, jonger en breder publiek, aansluitend op het meerjarenplan 2025-2028.

### Sounds of Europe

Binnen het internationale samenwerkingsproject Sounds of Europe worden niet alleen Europese nieuwe artistieke talenten uitgewisseld, maar ook talent achter de schermen krijgt kans om zich verder te ontwikkelen. In november 2023 reist junior programmeur en artist handler Julia Koenen, naar Etnosoi Festival in Finland. Tijdens twee festivaldagen leert ze de organisatie vóór en achter de schermen kennen, en doet kennis en ervaring op qua programmering, marketing en culturele samenwerking. Ontmoeting en gesprekken met uitvoerende musici horen ook bij de activiteiten.

### Fair Practice Lab

In 2023 nemen vijf medewerkers uit het kernteam deel aan de interne workshop Fair Practice Lab. Een workshop die in 2024 verder vervolgd wordt. Een van de uitkomsten van de sessie is dat er een heldere omschrijving is gemaakt, die duidt hoe fair practice vorm krijgt bij Music Meeting:

*Music Meeting is een open en creatieve organisatie die streeft naar solidariteit. Dit zien we terug in onze innovatieve projecten en samenwerkingen, zowel op het podium als achter de schermen, en in de diversiteit aan mensen met wie we werken. De komende jaren werken we aan verdere professionalisering op het gebied van transparantie en structuur. Natuurlijk mag dit niet ten koste gaan van onze creativiteit en flexibiliteit. Er gaat dan ook veel aandacht uit naar een betrouwbare structuur en leiderschap, via een open dialoog en weloverwogen communicatie.*

## 8.3 Codes Fair Practice, Diversiteit en Inclusie, Cultural Governance

### **Fair Practice**

#### Solidariteit

- In 2023 wordt de SENA-norm van minimaal € 290 per artiest gehanteerd, met uitzondering van bands met meer dan zes musici, waarbij een minimum van € 190 geldt. Ook voorbereidingskosten van speciale projecten (compositieopdracht, repetitievergoedingen) en workshops worden vergoed.
- Voor de betaling van de medewerkers geldt de cao van de Nederlandse Podia als leidraad. Conform het meerjarenbeleidsplan van Music Meeting wordt voor het kernteam het minimum freelance uurtarief gehanteerd van € 38 per uur. Stagiairs krijgen een stage- en onkostenvergoeding. Vrijwilligers met coördinerende functies krijgen een vrijwilligersvergoeding. Onze 130 vrijwilligers krijgen gratis toegang tot het festival, catering backstage en een T-shirt. Stagiairs krijgen een vergoeding die gelijk staat aan de maximale vrijwilligersvergoeding, voor een stage van maximaal 24 uren per week. Beide groepen bieden we goede begeleiding vanuit het team. In 2023 vindt een hospitality training plaats in het Festivalhuis.
- Jongeren tot en met 26 jaar krijgen 40% korting op een festivalticket, kinderen en jongeren tot en met 16 jaar hebben gratis toegang. Mensen met een afstand tot cultuur, bijvoorbeeld door armoede of een achtergrond als vluchteling, bieden we vrijkaarten die deels worden vergoed uit donaties.

#### Transparantie

- Gegevens over vergoedingen en bedrijfsvoering publiceren we in onze jaarstukken, volgens de Governance Code Cultuur. Algemene informatie over het beloningsbeleid is [op onze website](#) te vinden. Ook lichten we [op onze website](#) toe hoe onze artistiek leider te werk gaat in samenwerking met externe adviseurs en gastcuratoren, en dat we naast muziek ook andere onbevooroordeelde programma-ideeën omarmen om het programma te versterken en de samenwerking te bevorderen.
- in 2023 introduceren we de Gelderland Open Call, waar onbevooroordeelde juryleden een selectie maken voor Music Meeting 2024. Ook hierover wordt [op de website](#) en in nieuwsberichten bericht.



### Duurzaamheid

- Met het team streven we naar meer efficiency, een passende taakverdeling, duidelijke structuur en prettige werkomgeving. De voortgang van werkzaamheden bespreken we tussentijds (en achteraf) met alle freelancers in het kernteam. Zo kunnen we tijdig bijsturen en eventuele overbelasting in een vroeg stadium signaleren en aanpakken. Voorts bieden we scholing en ontwikkelmogelijkheden.

### Vertrouwen

- In de artiesten- en crewrider staat de gedragscode. Hier staat ook bij wie mensen terecht kunnen om een incident te melden. Het publiek informeren we hierover via onze website en een banner bij de entree. De gedragscode geldt ook binnen het team en het bestuur. In 2024 komt er ook een gedragscode als bijlage bij opdrachtovereenkomsten.

- In 2024 stellen we samen met de Festivalhuispartners een externe vertrouwenspersoon aan voor alle betrokken kunstenaars, medewerkers, vrijwilligers en stagiairs.

### **Diversiteit en Inclusie**

Diversiteit is belangrijk voor de kwaliteit en legitimiteit van ons evenement in het festivallandschap. Music Meeting staat open voor iedereen: we verbinden mensen met diverse culturele, sociale en economische achtergronden en willen een afspiegeling zijn van de maatschappij. Deze visie op diversiteit en inclusie is duidelijk terug te zien in de programmering. Binnen de organisatie hebben we de afgelopen jaren een inclusieve basishouding ontwikkeld, waar we bewust naar handelen. Ons taalgebruik is zo inclusief mogelijk, in zowel interne als externe communicatie. Onze kennis en ervaring delen we actief met de netwerken waarvan we deel uitmaken.

Dat onze programmering voldoet aan de principes van diversiteit, inclusie en gelijkwaardigheid, blijkt ook uit de zogeheten DIG-scan die we regelmatig uitvoeren. De scan geeft ook inzicht in de integratie van de thema's in onze algehele visie en beleid, publiek, personeel en partners van het festival. Hoewel er duidelijke stappen zijn gezet, zijn de waarden nog niet volledig verankerd in de kern van de organisatie. Om dit voor elkaar te krijgen, zetten we de komende jaren gerichte stappen. Deze beschrijven we hieronder per onderdeel.

### Programma

- Een divers programma is de essentie van Music Meeting. Daarbij doelen we op muzikale diversiteit, maar ook op diverse verhalen, culturen en mensen. We streven ook naar balans in leeftijden en genders. Music Meeting is aangesloten bij Keychange: een wereldwijd netwerk dat getalenteerde ondervertegenwoordigde kunstenaars ondersteunt en organisaties aanmoedigt zich in te zetten voor gendergelijkheid.

### Publiek

- Ons (live)publiek is gemiddeld 50+ en overwegend wit. Het aandeel mannen en vrouwen is redelijk gelijk. We ontvangen veel kinderen, zij hebben gratis toegang. Hun leeftijd registreren we niet en nemen we ook niet mee bij het bepalen van de gemiddelde leeftijd van het publiek. Music Meeting spant zich in om jongere en meer diverse doelgroepen te bereiken, onder meer via een nieuwe marketingstrategie. We verwachten dat het aanbieden van programma in de binnenstad (in 2024 eerste stap) ons festival zichtbaarder en toegankelijker maakt voor meer verschillende doelgroepen.

- Door met de programmering specifieke doelgroepen aan te spreken, kunnen we de diversiteit van de artiesten op het podium ook laten weerspiegelen in het publiek. Hier liggen nog verbeterkansen. Ambassadeurs en betekenisvolle partnerships kunnen hierbij helpen. Om een divers publiek aan te spreken, hebben we in 2023 samengewerkt met partners zoals Bureau Wijland voor het programma, de Nijmeegse Weekendschool voor cultuureducatie en diverse welzijnsorganisaties. De nieuwe samenwerking met de Lindenberg in 2024, dat een groot en breed bereik heeft, biedt ook kansen om zichtbaarder te worden bij een divers publiek.

- Toegankelijkheid van het festival – in de breedste zin van het woord – krijgt veel aandacht. We hebben door de jaren heen de nodige expertise opgebouwd om het park fysiek goed toegankelijk te maken. Vooral de informatievoorziening hierover richting het publiek is verbeterd. In 2023 is onze website rustiger en overzichtelijker gemaakt, zodat mensen die gevoelig zijn voor prikkels makkelijker hun weg vinden.
- Elk jaar ontvangen festivalbezoekers na afloop een enquête met vragen over hun ervaringen tijdens het festival, de toegankelijkheid en de informatievoorziening.

#### Personeel

- Het kernteam en het bestuur zijn in veel opzichten divers. Er is balans in genders, verschillende leeftijdscategorieën zijn vertegenwoordigd en enkele leden komen uit andere Europese landen. Wel is iedereen wit. Onder de externe freelancers en stagiairs zijn enkele mensen van kleur. In de vrijwilligerspool is sprake van veel verschillende culturele achtergronden, leeftijden en genders.

#### Partners

- In de samenwerking met partners gaat aandacht uit naar diversiteit. Partners die bijdragen aan de diversiteit van Music Meeting zijn bijvoorbeeld de Radboud Universiteit, HAN University of Applied Sciences en ROC Nijmegen, waarvan studenten zich melden voor een stage.

#### **Code cultural governance**

Stichting Music Meeting hanteert het directie-bestuursmodel. Het bestuur stelt het beleid, de visie en doelstellingen vast en bewaakt de culturele waarde van Music Meeting. Het bestuur is eindverantwoordelijk en stelt de directie aan. De directie voert de beleidsvoorbereidende en uitvoerende taken uit. Sinds 2019 hebben we een divers samengesteld bestuur met expertise op het gebied van sponsoring, communicatie, muziek, financiën en governance.

Directie en bestuur vergaderen maandelijks. Alle thema's op het gebied van bedrijfsvoering komen daarbij aan bod. Zo ontstaat draagvlak en houdt het bestuur feeling met de organisatie, wat voor iedereen motiverend werkt. Het bestuur voert jaarlijks een functioneringsgesprek met de directie. Andere taken van het bestuur zijn het evalueren van het eigen functioneren op basis van de Governance Code Cultuur en het controleren of het bestuurs- en directiereglement correct worden nageleefd. In de statuten en reglementen zijn de bevoegdheden, de verantwoordelijkheden en de verhoudingen tussen bestuur en directie vastgelegd. Het bestuur wordt niet betaald voor de werkzaamheden. Voor alle personen in het kernteam werken we met opdrachtovereenkomsten. De enige uitzondering hierop is de algemeen directeur, die in januari 2024 in dienst treedt van de stichting. De bedragen die we betalen, vastgelegd in de opdracht- en arbeidsovereenkomsten, liggen ver onder het algemene maximumbedrag dat is vastgesteld in de Wet normering topinkomens. Overige werkzaamheden van directieleden, namens Music Meeting of anderszins, in 2023:

- Sophie Blussé: namens Music Meeting: jurylid Jazzahead European showcase (Duitsland), moderator Europe Jazz Network panel 'Succession & the next-generation of 'off-stage' roles (Frankrijk), bestuurslid Stichting Festivalhuis Nijmegen.
- Martyna van Nieuwland: namens Music Meeting: jurylid InJazz showcase (Nederland) en panellid WOMEX 'Reshaping the Narrative' (Spanje). Overige werkzaamheden: co-auteur voor Upbeat Platform Network (Creative Europe), curator JazzArt Festival, Katowice (Polen), curator foto expositie Joanna Nowicka in Veszprem, Creative City of Culture (Hongarije), diverse coaching activiteiten in de internationale cultuursector.

## 8.4 Duurzaamheid

Wij zetten ons al jaren in voor de verduurzaming van ons festival. Er gaat veel zorg uit naar de bescherming van de flora en fauna in Park Brakkenstein, waarbij wij aanbevelingen volgen op basis van een jaarlijkse quickscan. Dankzij diverse maatregelen en extra gebruik van rijplaten, is de impact van het festival zo klein mogelijk. Na afloop is er geen schade geconstateerd in het park.

Andere duurzaamheidsmaatregelen bij Music Meeting zijn:

- NIEUW in 2023: circulaire PET-bekers (via een project onder leiding van Doornroosje): 74% van de bekers komt retour, een mooie score maar met nog wel ruimte voor verbetering;
- NIEUW in 2023: deelname aan internationale duurzame tournees, zoals EIJN Green Pilot Tours.
- vegetarisch/veganistisch eten (ook backstage);
- samenwerking met lokale cateraars en leveranciers;
- afvalscheiding;
- recycling van marketingmaterialen (online en offline, in samenwerking met Atelier Meer);
- reduceren van drukwerk en benutten van 'groene' opties;
- promotie van duurzaamheid richting publiek: breng je eigen 'hard bottle' mee (er zijn watertappunten), kom met het ov of op de fiets;
- beperking van vliegverkeer door vervoer per trein en hybride auto's/bussen van zowel artiesten en buitenlandse genodigden als het team van Music Meeting zelf.



Ada Rave & l'Objet Sonore

## 9. EVALUATIE

Voor een korte impressie van Music Meeting Festival 2023: zie [de aftermovie](#).

Uit interne evaluaties over alle activiteiten en publieksenquête met betrekking tot het festival, komen op hoofdlijnen de volgende positieve punten alsook de nodige aandachtspunten naar voren:

Music Meeting Festival en andere activiteiten in 2023 zijn succesvol op de volgende punten:

- pers en publiek zijn positief over de 2023-festivaleditie: vol jong en avontuurlijk muziekaanbod en nadrukkelijk inclusieve benadering;
- het festival maakt zijn naam waar met veel nieuwe namen, bijzondere talenten, nieuwe samenwerkingen en producties. En nieuw: interdisciplinair programma en installatie;
- er worden veel bestaande samenwerkingen voortgezet en nieuwe opgestart, lokaal, regionaal en internationaal;
- we bereiken nieuw publiek en de gemiddelde leeftijd van ticketbuyers daalt. Het aantal volgers op sociale media groeit aanzienlijk;
- ook voor de individuele Music Meeting concerten in het najaar wordt een hoogwaardig internationaal, programma gepresenteerd in prettige samenwerking met diverse partners in stad;
- online muziekkanaal Music Meeting All Ears wordt verrijkt en aangevuld met nieuwe content: het kanaal verdubbelt zijn bereik (met name dankzij backcatalogus);
- nationale en internationale fondsenwerving verloopt voorspoedig;

Aandachtspunten:

- we bereiken te weinig het beoogde publiek, in aantal en in diversiteit;
- op gebied van marketing zijn in 2023 kansen blijven liggen of te laat benut, structuur en coördinatie moet worden verbeterd,
- sponsorwerving en/of werving voor particuliere donaties moet prioriteit krijgen;
- kosten en risico's openlucht festival versus publieksbereik, tegen het licht houden van presentatieformat van drie dagen openlucht festival.



## Epiloog

Met 'muzikale ontmoeting' als kern en global music als vertrekpunt, zoekt Music Meeting nieuwe paden naar cross-overs en experiment, verkent andere genres in relatie tot traditie en roots, en maakt verbinding met nieuwe technologieën en innovatie. Dit alles om nieuwe doelgroepen te bereiken en om hun blik op genres die een paar decennia lang 'wereldmuziek' werden genoemd te actualiseren en te nuanceren. Zo willen we een toegankelijk én uitdagend festival bieden, waar het publiek door de muziek en onze verhalende aanpak een unieke festivalervaring heeft.

*Music Meeting moet je horen* is dan ook de ondertitel van het meerjarenplan 2025-2028 dat Music Meeting in 2023 heeft geschreven. Sommige elementen daaruit zijn in 2023 al zichtbaar geworden, in 2024 doen we daar nog een schepje bovenop: met het accent op een **verrassend focusland Australië**, met **oorspronkelijke 'voices'** van Ngulmiya tot actuele singer-songwriters als Joshua Murphy, met **interdisciplinair programma** van onder meer artist in residence Aviva Endean, met volop ruimte voor getalenteerde internationale artiesten die **barrières doorbreken** en een voorbeeld stellen zoals de band Bab L'Bluz, en nationale **nieuwe makers** zoals componist Saskia Venegas.

Tot slot maken we in 2024 een **beweging terug naar de stad**: naast twee dagen festival in Park Brakkenstein vindt ook programma plaats in de Lindenberg. Hiermee biedt het festival niet alleen plek aan (multi-media) programma dat beter tot zijn recht komt in een binnen-locatie, ook brengen we het festival weer terug in het hart van de stad waarbij we zichtbaar, toegankelijk en relevant kunnen worden voor nieuwe publieksgroepen.