

# JAZZ<sup>®</sup> in duketown



Jazzfestival in ontwikkeling 2017 - 2020

## Jazz in Duketown

### Jazzfestival in ontwikkeling 2017 - 2020

Beste lezer,

**In onderstaande tekst vindt je uitleg over Jazz in Duketown, het gratis toegankelijke jazzfestival dat als sinds de jaren '70 tijdens het Pinksterweekend in de binnenstad van 's-Hertogenbosch plaatsvindt. Het festival is in ontwikkeling. Wij willen de komende jaren een sprong maken. Over de huidige status en onze plannen lees je hieronder. Deze informatie is bedoeld voor onze eigen medewerkers, samenwerkingspartners, sponsors en subsidiënten.**

#### 1. Samenvatting

Jazz in Duketown is al ruim 40 jaar een professioneel georganiseerd regionaal festival. Onze grote kracht is dat het festival een zeer brede programmering heeft en gratis toegankelijk is. Wij stellen de stad en de muziek open voor iedereen die het wil ervaren. Er zijn geen drempels, het is niet voor een exclusief publiek. Wij werken bijna uitsluitend met vrijwilligers, betalen geen salarissen, onze bureaunkosten zijn marginaal. De komende jaren groeien we naar een festival met landelijk bereik en landelijke erkenning. Daarbij zetten we in op drie ontwikkelingen: *Promotie, Programmering en publiekstrekkers, Talentontwikkeling.*

#### Ontwikkeling

##### Spoor 1: promotie: nog meer het land in

We zien aan de herkomst van online bezoekers dat we een publiek aanspreken dat niet meer alleen uit de stad en omliggende woonkernen komt. Dit komt vooral door de programmering in combinatie met een effectievere communicatie/promotie. In andere delen van het land pikt het publiek de namen op van geprogrammeerde artiesten. (analyse websitebezoek: 23 % van de websitebezoekers komt uit Amsterdam/Den Haag/Rotterdam/Utrecht.) In de promotie maken we gebruik van media met een nationale dekking. Ons festival werkt sinds kort samen met het magazine Jazzism, het internet Jazzkanaal JazzTV. Dit gaan we verder versterken. Gezien de breedte van de doelgroep (in leeftijd, muziekinteresse en sociale klasse) wordt een combinatie van online en offline uitingen ingezet in zowel vakmedia als algemene media.

Ons festival is met enkele aansprekende internationale toppers een trigger voor stadsbezoek. Samen met VVV en leisure-ondernemers promoten we, ook met arrangementen, de binnenstad. Het jazzfestival is aanleiding voor bezoek. Dat wordt gecombineerd met bezoek aan de fraaie binnenstad met haar erfgoed, cultureel en recreatief/horeca aanbod.

##### Spoor 2: programmering en publiekstrekkers, aantrekkelijkheid voor stads- en festivalbezoek versterken

De *Parade* is ons eerste hoofdpodium waar acts worden geprogrammeerd die een groot en overwegend jong publiek aanspreken.

Met de groei is spreiding van het publiek nodig. Onze doelstelling is om de *Markt* als locatie te laten groeien en verbijzonderen. De komende drie jaar groeit de Markt tijdens Jazz in Duketown uit tot het tweede grote festivalhart. Met Amerikaanse jazztoppers overdag en dansbare jazzstijlen in de avond willen we in 2018 groeien naar 4000 bezoekers per dag op de Markt.

De Markt wordt een locatie met twee karakters, waar zowel gezeten als gedanst wordt. Een hart van een festival is een makkelijk toegankelijke plaats waar alles samen komt en het bruist van de energie. Op de Markt komt dus alles samen tijdens Jazz in Duketown: muziek, horeca, pachters, nevenactiviteiten, informatie en merchandise. Het plein krijgt een allure en publieksbereik dat het interessant moet maken voor merkpositionering en promoties van grote ondernemingen. Compleet met vlaggen en effectieve presentatiemiddelen.

De ambitie mbt de verhouding tussen *regionaal* en *niet regionaal* publiek is dat dit in drie jaar groeit naar 60% : 40%. Dit straalt af op de culturele aantrekkelijkheid en het profiel van de stad en daarmee op de beleving van Brabant.

### **Spoor 3: Talentontwikkeling, koppeling van internationale top aan Nederlands toptalent**

Met het opzetten van de toptalentencompetitie "Conservatorium Talent Award" (CTA) zijn de contacten met de conservatoria in Nederland versterkt. De vijf winnaars van de afgelopen edities van deze competitie hebben allen de status van doorgebroken talent verworven. Zij bouwen aan hun carrière en spelen op (inter)nationale podia waarbij de 'CTA' op hun CV prijkt. De CTA is door ons festival op eigen kracht en met medewerking van sponsors op gang gekomen en is toe aan een volgende fase. Hoe kunnen we talent verder helpen en stimuleren? Het feit dat tijdens ons festival internationale toppers in de stad verblijven kan worden gebruikt om de verbinding te leggen tussen deze internationals en onze eigen talenten. Dit wordt een nieuw element in de programmering.

Toptalenten zijn er niet alleen in de Jazz. Het grachtenfestival Amsterdam kent ook een talenten-award. Deze is gericht op klassiek geschoolde studenten. Vernieuwing kunnen we ook onderzoeken door de beide stromingen aan elkaar te verbinden. Dit wordt onderdeel van het spoor talentontwikkeling: projecten als onderdeel van het festival waarbij de winnaars van beide pools samen een podium krijgen.

De internationale artiesten waarmee we de programmering verder versterken zullen ook als 'Artist in Residence' worden uitgenodigd meer aanwezig te zijn. Dit kan via masterclasses, workshops en concerten. Daarbij leggen we verbinding met jonge toptalenten en gevestigde prominenten in de jazz. Dit moet bijdragen aan het profiel dat ons festival *verbindt* en dat toppers aanzet om hun performance te onderzoeken en te ontwikkelen. We bouwen dit in enkele jaren gestaag op. In het begin met financiële bijdragen uit subsidies die afbouwen terwijl we meer sponsorgelden hiervoor werven.

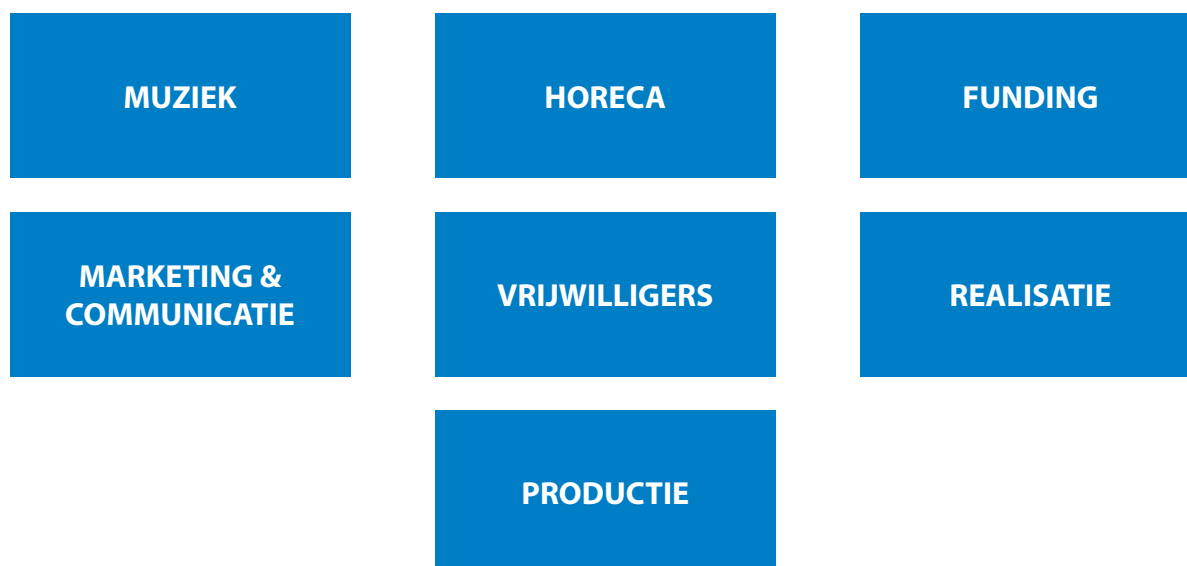
## **2. Het festival anno 2016**

Het jazzfestival *Jazz in Duketown* bestaat in 2017 44 jaar. Het is het grootste door vrijwilligers georganiseerde gratis toegankelijk jazzfestival in Nederland. Jaarlijks tijdens het pinksterweekend bezoeken meer dan honderdduizend mensen de tientallen concerten in de Bossche binnenstad.

De stichting Jazz in Duketown is opgericht in 1982 en heeft als doelstelling het bevorderen en organiseren van jazzfestivals; het laten kennis maken en bevorderen met en van jazz muziek; 's-Hertogenbosch te laten uitgroeien tot een centrum van jazz.

In de jaren '70 begon het festival met een programmering van traditionele jazz (oude stijl en swing). Het karakter van het festival is in de jaren meegegroeid met de vernieuwingen in de muziek. Het spreekt daarmee op dit moment een breed en aanzienlijk jonger publiek aan dan in het eerste decennium het geval was. Het volledige spectrum van de jazz is tijdens het festival te horen.

De **organisatie** bestaat uit een 9 koppig bestuur, 7 commissies met daarin circa 50 vaste vrijwilligers, tijdens het festival versterkt met nog eens circa 120 extra vrijwilligers. De festivalbegroting bedraagt circa € 400.000,-. Daarvan is 15% subsidiebijdragen, de overige gelden zijn zelfstandig gegenereerd (sponsoring, horecabijdragen, publieksbijdragen).



### 3. De ambitie voor 2017 - 2020

Onze drive is om het ieder jaar weer beter te doen dan het voorgaande jaar. De mensen in onze organisatie wisselen en brengen hun persoonlijke ambities mee. Daarmee inspireren we elkaar. Belangrijker nog voor ons voortbestaan is dat sponsors, horeca en subsidieverleners ons een aantrekkelijke partner vinden. Sponsors moeten zich goed kunnen presenteren en aansluiting vinden met het publiek, de horeca moet haar investering kunnen terugverdienen, voor subsidieverstrekkers geldt dat ons festival moet helpen in de ontwikkeling en beleving van de stad en regio. We concurreren op dit vlak met andere evenementen in de stad en op jazz gebied in Brabant.

Dat brengt ons tot de ambitie om het festival te laten groeien. Van een professioneel georganiseerd regionaal festival naar een festival met landelijk bereik en landelijke erkenning. Niet alleen van het publiek, ook van beroepsgroepen: musici, media, ondernemers. Dat is onze bijdrage aan het vestigingsklimaat in de stad en regio; Het moet voor (grote) ondernemers waardevol zijn om hun naam aan ons te verbinden. Jazz in Duketown behoort tot de top van de jazzfestivals in Nederland. Dit is basis voor het aantrekken van sponsorgelden en subsidies.

De organisatie is opgedeeld in commissies. Elke commissie voert een programma om vanuit de huidige situatie bij te dragen aan de ambities van het festival.

**Muziek:** versterken van de programmering; internationale toppers naast gerenommeerde Nederlandse artiesten en opkomend talent.

**Marketing & Communicatie:** landelijk zichtbaar maken van een breed geprogrammeerd meerdaags jazzfestival met internationale toppers. Een aansprekende positionering geformuleerd per doelgroep: bezoekers, sponsors, overheid/subsidiënt.

**Horeca:** kwaliteit verhogen, gastvrijheid en diversiteit versterken met een gevarieerd food programma op festivalterrein.

**Realisatie:** MVO en duurzaamheid als leidraad in alle faciliteiten die we inzetten, van energiegebruik tot en met afvalproductie.

Vrijwilligers: vrijwilligers werken mee vanuit hun passie. Als studenten doen zij ervaring op die bijdraagt aan hun persoonlijke en beroepsmatige ontwikkeling.

**Funding:** toename van sponsorgelden en publieksbijdragen, procentueel minder afhankelijk van subsidiegelden.

**Productie:** versterken van crowdmanagement, publieksspreiding, veiligheid. Van één naar twee hoofdpodia (Markt en Parade). De markt wordt het tweede hoofdpodium dat circa 4000 mensen kan ontvangen.

Hieronder een nadere uitwerking.

### 3.1 Muziek

De artiesten komen uit binnen- en buitenland. Zij worden geselecteerd door onze eigen programmeurs die professionele banden hebben en geregeld samenwerken met jazzpodia en festivals (oa North Sea Jazz, jazzpodium Paradox Tilburg, Novembermusic, Muziekcentrum De Toonzaal, BIM huis Amsterdam, Lantaarvenster Rotterdam).

De uitgangspunten voor de programmering:

- Ieder jaar zijn er naast acts van Nederlandse bodem meerdere spraakmakende internationale artiesten. Dit zijn bijna allemaal professionals met een bewezen staat van dienst die niet alleen een groot publiek aanspreken, maar ook de niches en vernieuwing binnen de jazz vertegenwoordigen.
- De 'Parade' is het grootste plein (capaciteit 7000 bezoekers) waar de meest spraakmakende acts aan bod komen die een groot en overwegend jong publiek aanspreken. Maar ook een ouder publiek dat de popgeschiedenis heeft meegemaakt. Een mix van nationale en internationale artiesten. Veel verbinding met pop en andere stromingen, niet te experimenteel.
- De markt is de tweede grote locatie. Met Amerikaanse jazztoppers overdag en dansbare jazzstijlen in de avond groeien we in 2018 naar 4000 bezoekers per dag op de Markt. Amerikaanse Jazz was een genre dat nog ondervetegenwoordigd was bij Jazz in Duketown, maar met de nieuwe opzet van de Markt komt daar verandering in. Bij Amerikaanse Jazz kun je denken aan vocaljazz zoals Kurt Elling of Dianne Reeves, straight-ahead jazz van bijvoorbeeld saxofonist Kenny Garrett, pianist Brad Mehldau of trompettist Roy Hargrove of fusionjazz zoals Simon Phillips Protocol of Yellow Jackets. Bij dansbare jazz kun je denken aan wereldmuziek (Zuid-Amerikaanse Latinjazz, Afrikaanse afrobeat, Jiddische klezmerjazz) of Amerikaanse jazzbrass zoals Hypnotic Brass Ensemble.
- De overige circa zeven podia hebben eigen accenten die variëren van mainstream tot hedendaags en experimenteel.
- Wij werken voor de programmering samen met instellingen, Fontys Hogeschool voor de kunsten Tilburg, culturele podia en ondernemers in de binnenstad.
- Talentontwikkeling en educatie zijn onderdeel van het programma. Hiervoor wordt samengewerkt met MBO opleidingen en de conservatoria.
- Met het adopteren van de toptalentencompetitie "Conservatorium Talent Award" (CTA) zijn de contacten met de conservatoria in Nederland versterkt. De vijf winnaars van de afgelopen edities van deze competitie hebben allen de status van doorgebroken talent verworven. Zij bouwen aan hun carrière en spelen op (inter)nationale podia waarbij de 'CTA' op hun CV prijkt. De CTA is door ons festival op eigen kracht en met medewerking van sponsoren op gang gekomen en is toe aan een volgende fase. Hoe kunnen we talent verder helpen en stimuleren? Het feit dat tijdens ons festival internationale toppers in de stad verblijven kan worden gebruikt om de verbinding te leggen tussen deze internationals en onze eigen talenten. Dit wordt een nieuw element in de programmering.

De internationale artiesten waarmee we de programmering verder versterken zullen ook als 'Artist in Residence' worden uitgenodigd méér aanwezig te zijn. Dit kan via masterclasses, workshops en concerten. Daarbij leggen we verbinding met jonge toptalenten en gevestigde prominenten in de jazz.

Dit draagt bij aan het profiel dat ons festival verbindt en dat toppers aanzet om hun performance te onderzoeken en te ontwikkelen. We bouwen dit in enkele jaren gestaag uit. In het begin met financiële bijdragen uit subsidies die afbouwen terwijl we meer sponsorgelden hiervoor werven.

Toptalenten zijn er niet alleen in de Jazz. Het grachtenfestival Amsterdam kent ook een talenten-award. Deze is gericht op klassiek geschoolde studenten. Vernieuwing onderzoeken we door de beide stromingen aan elkaar te verbinden. Dit wordt onderdeel van het spoor talentontwikkeling; projecten als onderdeel van het festival waarbij de winnaars van beide pools samen een podium krijgen.

- Voor de amateurbeoefening werken we samen met de Stichting Jazzwerkplaats. Zij organiseert tijdens het festivalweekend een meerdaags podium voor regionale bands.
- Ook horecabedrijven programmeren bands die in de festivalpromotie worden meegenomen.

### 3.2 Marketing & Communicatie

De ambitie om het festival te laten groeien van een regionaal festival naar een festival met landelijk bereik en landelijke erkenning vraagt om een aangepaste marketing- en communicatiestrategie. Deze is gericht op de eerdergenoemde doelgroepen.

Er is een positionering uitgewerkt, die uitgaat van de volgende onderscheidende punten:

Bossche gastvrijheid.

Grootste volledig gratis Jazzfestival.

Uitsluitend vrijwilligers.

Eigenzinnige hoogwaardige programmering.

Podium voor talent.

Deze positionering is uitgewerkt per doelgroep:

#### - **Bezoekers en Media:**

Het Jazzhart van Nederland klopt ieder jaar in 's-Hertogenbosch. Dan vindt Jazz in Duketown plaats. Een van de oudste Jazzfestivals van Nederland heeft zich in de loop der jaren ontwikkeld als een eigenzinnig festival. Jazz in al zijn facetten, met verrassende combinaties. Grote namen uit binnen- en buitenland.

De prestigieuze Conservatorium Talent Award en de Jazz Academy dragen bij aan talentontwikkeling en betrokkenheid van jonge talenten. Toegang aan alle optredens is geheel gratis! Dat is Jazz in Duketown.

- **Musici:** Geen enkel ander jazzfestival biedt zulke hoogwaardige programmering volledig gratis aan. Circa 150.000 bezoekers van binnen en buiten de stad komen op de unieke Bossche gastvrijheid en de muziek af. Muzikanten omarmen het festival en zijn er graag te gast, mede door het vernieuwende karakter met aantrekkelijke cross overs met andere muzikanten.
- **Sponsors en Horeca:** Geen enkel ander jazzfestival biedt zulke hoogwaardige programmering volledig gratis aan. Geen wonder dat er steeds meer interesse is voor het festival. Rond de 150.000 bezoekers van binnen en buiten de stad komen op de unieke Bossche gastvrijheid en de muziek af. Muzikanten omarmen het festival en zijn er graag te gast. Dit biedt het festival steeds meer kansen voor bedrijven om zichzelf te profileren.
- **Gemeente/overheden:** Al bijna 43 jaar klopt het Jazz hart van Nederland in Den Bosch. Geen enkel ander jazzfestival biedt zulke hoogwaardige programmering volledig gratis aan. Geen wonder dat er steeds meer interesse is voor het festival. Circa 150.000 bezoekers van binnen en buiten de stad komen op de unieke Bossche gastvrijheid en de muziek af. Daarmee draagt het in belangrijke mate bij aan de culturele positie van Den Bosch en de aantrekkingskracht en economische vitaliteit van de stad. Daar profiteren niet alleen de inwoners maar ook de bedrijven in de stad, én in de regio van.

Uit gegevens over websitebezoek blijkt dat bijna een kwart van het websitebezoek afkomstig is uit de regio Amsterdam. Uit bezoekersonderzoeken blijkt echter dat het overgrote deel van de bezoekers afkomstig is uit de regio Den Bosch.

Om de geïnteresseerden buiten de regio te verleiden het festival te bezoeken wordt een bovenregionale communicatiestrategie ingezet. Gezien de breedte van de doelgroep (in leeftijd, muziekinteresse en sociale



klasse) wordt een combinatie van online en offline uitingen ingezet in zowel vakmedia als algemene media. In het tweede geval wordt wel zoveel mogelijk gericht op festivalbezoekers. In onze online strategie richten wij ons op de verschillende doelgroepen. Daarnaast werken we samen met landelijke (media)partijen, zoals Jazzism, DJAZZ.tv/Stingray Music en regionale en nationale media (algemeen en cultuur). Naast muziek is onze focus talentontwikkeling (CTA), duurzaamheidsbeleid en innovatie (bijvoorbeeld in food).

### 3.3 Horeca

De commissie Horeca stelt zich tot doel om samenwerking met horeca ondernemers te stimuleren door elkaars belangen te onderzoeken. Daarbij streven we naar een optimale samenwerking op gebied van programmering, uitstraling en publieksbereik om zodoende een financieel succes te behalen voor beide partijen. Onze horecapartners zijn zowel lokale ondernemers als ondernemers buiten Den Bosch. Vormen van samenwerking zijn bijvoorbeeld het verpachten van een podiumlocatie, programmering in binnen locaties, terras uitbreiding mogelijk maken en plaatsen van buitenbars.

Bossche ondernemers kunnen onafhankelijke café eigenaren, PEP, HUB, restaurant eigenaren en food pachters zijn. Met de meeste ondernemers is er al een jarenlange samenwerking (bekende JiD locaties zoals Parade, Uilenburg, Lepelstraat, Kerkplein, etc.) waarbij jaarlijks gewerkt wordt aan verbetering van het concept. Daarnaast zijn we altijd op zoek naar nieuwe samenwerkingen en ideeën die iets toevoegen aan ons festival. Dit kunnen nieuwe horeca ondernemers zijn of ondernemers met een andere doelgroep die ook aansluit bij ons festival. Het contact met deze ondernemers wordt onderhouden door de Horeca Coördinatoren en bestaat meestal uit gesprekken ter voorbereiding van het festival, bezoekjes tijdens het festival en evaluaties van het festival. Door het onderhouden van deze contacten blijft de relatie tussen deze ondernemers en ons festival gezond en werken we aan continue verbetering.

Tijdens het festival worden diverse standplaatsen verpacht aan restaurant ondernemers of foodtruck eigenaren. Hierbij wordt gekeken naar uitstraling en producten zodat er een variatie aan etenswaren aangeboden wordt aan het publiek. De pachters kunnen hun voorkeur uitspreken voor locaties waarbij de pacht prijs gerelateerd wordt aan de kwaliteit van de locatie. Het is onze voorkeur om met duurzaam ondernemende pachters samen te werken.

### 3.4 Vrijwilligers

Wij zijn een vrijwilligersorganisatie. Buiten een vergoeding voor de programmeurs werkt iedereen mee op basis van zijn of haar persoonlijke betrokkenheid en motivatie. Er gaat van onze begroting geen geld naar salarissen. We huren een kleine kantoorruimte, organiseren overleggen en bieden onze vrijwilligers een aantal keer per jaar een moment om samen te proosten. Onze vrijwilligers zijn namelijk het hart van de organisatie, zonder hen is er geen Jazz in Duketown.

Naast het bestuur bestaat de organisatie uit zo'n 50 vaste vrijwilligers verdeeld over 7 commissies. Zij regelen onder andere de catering, verzorgen de boekingen van artiesten, onderhouden sponsorrelaties en ontwerpen het programmaboekje. Tijdens het festival wordt de organisatie versterkt met nog ruim 120 vrijwilligers. Zij worden ingezet als artiestenbegeleider, chauffeur, fotograaf of presentator. Jaarlijks melden zich nieuwe enthousiaste vrijwilligers aan, maar een 'dienstverband' van meer dan 25 jaar is inmiddels ook geen uitzondering meer.

Jazz in Duketown is een toegankelijke organisatie voor nieuwe vrijwilligers, maar ook voor andere organisaties in en rond Den Bosch. Ons beleid is er op gericht een toegevoegde waarde te bieden voor onze vrijwilligers door hen de mogelijkheid te bieden zich te ontwikkelen op persoonlijk of professioneel vlak. Onze vrijwilligers bestaan zowel uit studenten die zich net in Den Bosch gevestigd hebben, professionals met een drukke baan naast het festival of medewerkers die tijdelijk zonder werk zitten. In overleg proberen we de best passende functies voor onze vrijwilligers te vinden. De een komt vooral voor de gezelligheid, terwijl de ander graag juist nieuwe vaardigheden ontwikkelt. In samenwerking met andere festivals en organisaties

proberen we trainingen en workshops aan te bieden waar competenties ontwikkeld worden of diploma's behaald kunnen worden, zoals salestrainingen of EHBO-diploma's. We zoeken actief de samenwerking op met (culturele) organisaties en onze vrijwilligers zijn in grote getalen actief zijn bij andere festivals en evenementen.

Naast de samenwerking met andere organisaties zoeken we ook actief de samenwerking op met onderwijsinstellingen, zoals Avans Hogeschool en het Koning Willem 1 college. Met studenten van Avans werken we nieuwe projecten uit, de leerlingen van het Koning Willem 1 college worden bijvoorbeeld betrokken bij de ontwikkeling van apps of het onderhoud van de website. Daarnaast proberen wij waar mogelijk altijd een platform te bieden voor studieopdrachten, het doen van onderzoek of het opdoen van ervaring middels stageopdrachten.

### **3.5 Realisatie; waarde voor de omgeving: people, planet, profit**

Behalve onze ambities op muzikaal vlak hebben we veel aandacht voor de manier waarop wij te werk gaan. Het energieverbruik moet omlaag, het afval ingeperkt, de voedselverspilling moet minimaal zijn. We passen de beginselen van de circulaire economie zo goed mogelijk toe (zo min mogelijk afval, zo veel mogelijk hergebruiken). Dit gebeurt in een groeiscenario, we leren elk jaar. We selecteren onze leveranciers en foodpachters door te beoordelen hoe zij hun dienstverlening en producten verduurzamen, van water en stroom tot hulpstoffen en voedsel.

De regio Noord Oost Brabant profileert zich op economisch gebied onder andere met de agrifood sector. Hiermee gaan we de verbinding aan.

Concreet vertalen we 'Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen' naar 5 thema's en doelstellingen voor het festival:

- Reductie van 50 % van het [elektriciteitsverbruik](#) in 2018 tov 2015
- Reductie van 70% van productie [restafval](#) per bezoeker in 2018 ten opzicht van de nulmeting van 2015 op het totale festivalterrein.
- Reductie van 50% [CO2 uitstoot](#) van interne stromen (transport artiesten en vrijwilligers) en reductie van 20% van externe transportstromen (transport leveranciers, stakeholders en derden) in 2018.
- Verduurzaming van [foodconcepten](#) en foodpachters waarbij 50% van stakeholders met uitzondering van binnen-locaties uitsluitend biologische producten aanbiedt in 2018. Producten bevatten een keurmerk of zijn aantoonbaar biologisch geproduceerd. Ons festival is aangesloten op het manifest New Food Traditions van de Brabantse Festivals.
- Nader te bepalen reductie van footprint door [toiletgebruik](#).

### **3.6 Funding: Sponsoring is opgebouwd uit 4 pijlers:**

#### **• Sponsoring**

Wij zoeken samen met onze sponsoren en alle nieuwe sponsoren naar meerwaarde. Een beter woord is dan ook partnership. De meerwaarde kan exposure zijn. Jazz in Duketown heeft echter steeds meer een verbindende rol binnen 's-Hertogenbosch. Doordat we inzetten op talent ontwikkeling, een visie met onder andere duidelijke MVO doelen zijn er altijd haakjes voor een sponsor om aan te sluiten. Het draait anno 2016 niet meer alleen om een communicatie uiting. Een sponsor wil zich verbonden voelen, wil betrokken zijn.

#### **• Subsidies**

We ontvangen jaarlijks een bijdrage van de gemeente 's-Hertogenbosch Daarnaast worden andere fondsen aangeschreven onder meer richting Brabant C (provinciaal cultureel fonds).



- **Piek voor de muziek**

Tijdens het festival zijn er non-stop collectanten in de weer om bezoekers te overtuigen 'een piek voor de muziek' te doneren of 'vriend' te worden van het festival. Diverse organisaties, onder wie Rotary, Stichting 1184 en Jong Management gaan komende editie op vrijwillige basis ondersteuning bieden met de collecte.

- **Vrienden van Jazz in Duketown**

De groep vrienden van Jazz in Duketown breidt zich gestaag uit. Deze groep mensen doneert elk jaar een bedrag en zorg daarvoor voor de continuïteit. Uit onderzoek is gebleken dat het voor veel bezoekers nog onbekend is dat het een geheel gratis festival is dat door alleen vrijwilligers wordt georganiseerd. Dit argument is voor de nieuwe vrienden van doorslaggevend om jaarlijks een bijdrage te leveren.

### **3.7 Productie**

Het productieteam bestaat uit afgevaardigden uit andere commissies binnen de organisatie. Dit team heeft als doel om naast het bestuur een operationeel overzicht te hebben van de daadwerkelijke organisatie van het evenement.

Gedurende het jaar bewaakt het productieteam de algemene deadlines en zijn de leden contactpersonen tussen de verschillende commissies. De voorzitter van het productieteam is tevens de festivalcoördinator en is namens het team aanspreekpunt voor het bestuur.

Tijdens het festival neemt het productieteam samen met diverse coördinatoren uit de commissies de operationele leiding van het evenement op zich en is daarmee aanspreekpunt voor onder andere vrijwilligers, partners, leveranciers en overheden.

In de aanloop naar het festival neemt het productieteam het voorgaande festival als blauwdruk. Het bestuur geeft de kaders voor ontwikkeling, productie werkt dit uit. In lijn met de festivalambities zoekt het team naar vernieuwing en innovatie in uitstraling en beleving van de verschillende podiumlocaties zodat het voor zowel bezoekers, als sponsors, ondernemers en artiesten, leuker en interessanter wordt om te investeren in het festival.

Naast de creatieve en innovatieve ideeën, staan ook veiligheid en de vergunning bij het productieteam op de agenda. Elk jaar worden de nodige aanpassingen gedaan in de plannen om ook op dit gebied voorop te kunnen lopen.

Een van de uitdagingen die het team in 2016 is aangegaan is een tweede hoofdpodium neerzetten op de markt. Tijdens Jazz in Duketown is het concept succesvol neergezet en heeft dat de feedback opgeleverd die we nodig hebben om in 2017 en 2018 deze locatie uit te bouwen tot een tweede hoofdpodium met ruimte voor circa 4000 bezoekers.