

Beleidsplan Zomerpap 2025-2029

Inhoudsopgave

1. Voorwoord
2. Inleiding
3. Het Zomerpap DNA
4. Het Zomerpap Manifesto
5. Doel, Spierpunten en Verwachte Impact
6. Doelgroep
7. Programmering en Beleving
8. Organisatie
9. Vrijwilligersbeleid
10. Samenwerkingspartners
11. Diversiteit en Inclusie
12. Duurzaamheid versterken
13. Stimuleren van de Sociale Cohesie
14. Wijze van werving van gelden
15. Beheer van het vermogen
16. Begroting en Financiën
17. Communicatieplan
18. Evaluatie en Reflectie
19. Conclusie

1. Voorwoord

Zomerpop is sinds 1990 een belangrijk festival in het Nederlandse festivallandschap en staat bekend als een broedplaats voor muzikaal talent. Met een scherp oog voor talent en een innovatieve instelling, is Zomerpop altijd vooruitstrevend geweest. Na 35 jaar is het tijd voor een nieuwe koers.

2. Inleiding

Stichting Zomerpop Opmeer organiseert jaarlijks het Zomerpop Festival in het eerste weekend van september in Opmeer, Noord-Holland. Het festival biedt een podium aan opkomende en gevestigde artiesten uit diverse genres, waaronder pop, rock, alternative, indie, urban en elektronische muziek. Zomerpop is een festival voor en door de gemeenschap, volledig georganiseerd door vrijwilligers, en streeft naar een verbindende en culturele bijdrage aan de lokale gemeenschap. Om deze doelen te bereiken, is co-financiering nodig.

Het festival heeft als doel de culturele scene in Opmeer te versterken en een plezierige en toegankelijke ervaring te bieden aan bezoekers van alle leeftijden. Zomerpop wil niet alleen een muziekfestival zijn, maar ook een plek waar mensen samenkomen, nieuwe contacten leggen en regionale artiesten ondersteunen. Uit de evaluatie van de laatste editie blijkt dat het festivallandschap verandert en veel festivals verdwijnen of krimpen door stijgende kosten. Om te blijven bestaan, moet Zomerpop een duurzame visie voor de komende vijf jaar opstellen.

3. Het Zomerpap DNA

Pioniers vanaf dag één: Zomerpap is ontstaan uit Sunpap en vond in 1990 zijn plek op Recreatieterrein De Weijver. In een tijd waarin festivals zeldzaam waren, zette Zomerpap al een laagdrempelig tweedaags concept neer. Ondanks financiële tegenslagen in de beginjaren, bleef het festival voortbestaan dankzij de steun van de gemeente en een harde kern van vrijwilligers.

Vernieuwing en groei

Vanaf 2000 combineerde Zomerpap als een van de eerste festivals dancemuziek met livemuziek. Het festival breidde uit, investeerde in artiesten en verstevigde zijn reputatie als springplank voor talent. Namen als Racoan, Afrojack, *Kensington, Hardwell, Caro Emerald en ChefSpecial stonden op het affiche, vaak vlak voordat ze doorbraken. Met extra podia zoals Vuigland en Speelweide, en projecten zoals het Zomerpap Diner, Bleekveld en de membraantenten, bleef het festival zich vernieuwen. De bezoekersaantallen liepen de afgelopen jaren echter terug, terwijl de kosten stegen.

Het Unieke Karakter

Zomerpap is een ontmoetingsplek voor generaties. Het festival biedt een verrassende programmering, kunstzinnige culturele invulling en een uitnodigende sfeer. Het is een thuis voor muziek, cultuur en onvergetelijke momenten. Op het festivalterrein zijn verschillende podia te vinden, zoals "Hunkering", "Vuigland" en "Dansrijk". Er is een speciaalbiercafé met exclusieve bieren en het theater "Bleekveld" biedt unieke voorstellingen. Knusse zitjes en straattheater zorgen voor onverwachte momenten. Zomerpap werkt samen met lokale organisaties, artiesten en kunstenaars, waaronder talent uit de West-Friese AZC's.

Terugblik en Reflectie 2024

2024 was een van de moeilijkste jaargangen van Zomerpap, ondanks goede omstandigheden. Er werden niet voldoende tickets verkocht, ondanks dat de ticketprijzen niet verhoogd waren. Na evaluatie met de werkgroepen en rapportage aan het bestuur, werd een kaderweekend georganiseerd om te reflecteren en de koers te bepalen voor 2025-2029. Hieruit kwam de volgende analyse

Sterke punten

Geweldige sfeer onder de meer dan 300 vrijwilligers, alle leeftijdsgroepen werken samen, het festivalterrein zag er perfect uit, veel complimenten van bezoekers, artiesten en collega-festivals, en een geweldig muzikaal dorpsdiner met meer dan 1000 bezoekers.

Zwakke punten

Afname in bezoekersaantallen in 2023 en 2024, met name in de jonge doelgroep, bezoekers vinden het te duur of maken keuzes uit het grote aanbod, en een negatief financieel resultaat in 2024.

4. Het Zomerpop Manifesto

Vervolgens hebben wij de volgende uitgangspunten bepaald en het Zomerpop Manifesto opgesteld dat als leidraad dient voor ons beleid.

- Zomerpop wil een betaalbaar festival zijn en blijven.
- Bij Zomerpop is iedereen welkom.

Het Zomerpop Manifesto luidt als volgt:

Zomerpop is een festival voor iedereen, ongeacht leeftijd of achtergrond. We creëren een toegankelijke, betaalbare ervaring waarin nieuwsgierigheid en ontdekking centraal staan. Met een veelzijdige muziek- en cultuurprogrammering brengen we unieke talenten en herkenbare artiesten samen, zodat elke bezoeker iets nieuws kan beleven. We luisteren naar onze bezoekers en vrijwilligers om elke editie verrassend en vernieuwend te maken. Zomerpop is een plek waar je kunt ontdekken, genieten en verbinden. Zomerpop is meer dan een festival. Het is een gevoel van thuiskomen!

5. Doel, Speerpunten en verwachte impact

Zomerpop wil vernieuwen en een toekomstbestendig popfestival organiseren dat soepel overgedragen kan worden aan de volgende generatie. Een kleinere opzet van het festivalterrein, met meer verrassende podia en plekjes, moet ervoor zorgen dat met minder bezoekers, eerder uit de kosten gekomen wordt.

De speerpunten zijn:

- Het bieden van een platform voor lokale, regionale en nationale artiesten.
- Het stimuleren van sociale cohesie door mensen uit verschillende achtergronden samen te brengen.
- Het versterken van de regionale culturele identiteit.
- Het creëren van een laagdrempelige toegang tot diverse muziekgenres.
- Het verkleinen van de ecologische voetafdruk door duurzame initiatieven.

Verwachte Impact:

- Economisch: Extra bezoekers aan de regio en verhoogde inkomsten voor lokale ondernemers.
- Sociaal: Een sterker gemeenschapsgevoel en meer onderlinge verbinding tussen bewoners.
- Cultureel: Verbreding van de culturele horizon van bezoekers en stimulering van lokaal muzikaal talent.

6. Doelgroep

Zomerpop richt zich op een diverse doelgroep:

- Muziek liefhebbers (alle leeftijden)
- Jongeren en volwassenen die geïnteresseerd zijn in pop, rock, indie en elektronische muziek.
- Gezinnen met kinderen
- Lokale bewoners van Opmeer en omgeving
- Festivalgangers en toeristen
- Ouderen
- Nieuwkomers en asielzoekers

7. Programmering en Beleving

Zomerpop wil zich blijven vernieuwen en een heroriëntatie op het aanbod, de programmering en de positionering binnen de festivalmarkt is noodzakelijk.

Strategische richtlijnen

Vernieuwende interactieve festivalervaringen, focus op brede programmering in plaats van dure headliners, mogelijkheden voor cross-over muziekgenres en multidisciplinaire kunstvormen.

Programmering

Veelzijdig, speels en verrassend, met vijf verschillende podia. Bezoekers worden gestimuleerd om buiten de gebaande paden te treden en nieuwe muziekstijlen te ontdekken.

Meerdaags festival

Dag 1: lokale artiesten, muzikale wandeling voor ouderen, Zomerpop Diner en hoofdacts.

Dag 2: pop, rock, alternative, wereldmuziek, urban, hiphop, dance, muziekworkshops en een afsluitende show.

Zomerpop programmeert van jong tot oud, is laagdrempelig en voor de gehele gemeenschap. Er is aandacht voor talentontwikkeling en het behoud van de springplank functie. Muzikanten uit de regio krijgen de kans om zich te presenteren. Bleekveld biedt een intieme setting voor akoestische sessies, kleinkunst, jazzmuziek en lezingen.

8. Organisatie

Het festival wordt georganiseerd door Stichting Zomerpop Opmeer. De organisatie bestaat uit een kernteam van 13 vrijwilligers, ondersteund door een bredere groep van ongeveer 40 vrijwilligers. Tijdens het festival zijn er circa 300 vrijwilligers actief. Belangrijke rollen zijn:

- Artistiek team
- Logistiek team
- Promotieteam
- Zakelijk team

De Stichting is gevestigd aan Kreekrug 8, 1718 DC Hoogwoud

KvK-nummer: 41235607

RSIN-nummer: 007468155

Het bestuur bestaat uit:

- Wouter Maas, voorzitter en programmeur
- Pascal Maas, secretaris en programmeur
- Duncan Haisma, penningmeester en terreinzaken
- Jochem Frankfort, bestuurslid en electravoorziening

Aan Zomerpop werken mee:

- Marco Pelt, terreinzaken en crowd control
- Bart van den Brink, hospitality
- Maaïke Verlaat, decoratie en aankleding
- Joost Deen, sponsoring & partnerships
- Tanja Schouten, marketing & communicatie
- Thijs Al, vrijwilligerscoördinatie
- Miranda Groot, adviseur
- Tim de Haan, fundraiser
- Kees Vriend, programmeur & adviseur
- Diverse medewerkers binnen werkgroepen

Vergoeding bestuursleden en vrijwilligers:

De bestuursleden en vrijwilligers ontvangen geen vergoeding en geen beloning voor hun (bestuurders)werkzaamheden.

9. Vrijwilligersbeleid

Uitgangspunten van het vrijwilligersbeleid zijn:

- Behoud en uitbreiding van de vrijwilligersgemeenschap, met aandacht voor jong en oud.
- Inspraak van jong en oud bij de programmering.

Zomerpop heeft speciaal ingezet om jongeren te bereiken die dreigen te vereenzamen, wat de sociale cohesie versterkt. Ook ouderen hebben aansluiting gevonden bij het festival.

10. Samenwerkingspartners

- Lokale en regionale ondernemers
- Gemeente Opmeer
- Regionale muziek- en cultuurorganisaties
- Om talentontwikkeling te versterken wordt er samengewerkt met Noorderwind, Stichting Muziek Opmeer en de Rock 'n Roll fabriek.

11. Diversiteit en Inclusie

Zomerpop wil graag het belang van diversiteit en inclusie benadrukken. Naast de reguliere muziekgenres is er ook ruimte voor minder gangbare muziekstromingen. Zomerpop wil vluchtelingen en nieuwkomers betrekken bij het festival, zowel als bezoeker als vrijwilliger.

Het Zomerpop Diner

Het Zomerpop Diner is een van de pijlers van het festival en de verbindende factor. Bezoekers uit alle geledingen van de bevolking ontmoeten elkaar tijdens dit diner. Het diner wordt bereid door vrijwilligers met regionale producten. Tijdens het diner treden artiesten op met herkenbare en meezingbare muziek.

12. Duurzaamheid Versterken

Zomerpop wil haar ecologische voetafdruk beperkt houden. Er wordt actief samengewerkt met overheden, bedrijven en partners om innovatieve en efficiënte ideeën te ontwikkelen. De volgende initiatieven zijn ingezet:

- Actieve samenwerking met de provincie Noord-Holland voor duurzaamheidsacties.
- Energiebeheersing: Eén aggregaat op waterstof.
- Recyclebare hardcups met statiegeld.
- Kartonnen consumptiebonnen.
- Composteerbaar bestek.
- Inkoop bij lokale leveranciers.
- Werken met elektrische heftrucks.
- Stimuleren van fietsgebruik en openbaar vervoer.

13. Stimuleren van de Sociale Cohesie

Zomerpop is een ontmoetingsplaats waar muziek, cultuur en verbinding samenkomen. Er worden verschillende activiteiten georganiseerd om de sociale cohesie te stimuleren:

- Interactief kunstwerk met graffiti op containers.
- Cursus fotografie voor jongeren om het festival in beeld te brengen.
- Connect by Color: bezoekers kunnen met polsbandjes aangeven hoe ze zich voelen en wat ze zoeken.

Voorlichting

Zomerpop wil festivalgangers op een speelse manier informeren over de gevolgen van alcohol- en drugsgebruik door het aanbieden van het Ganzenspel door Unity (Breiderstichting).

14. Wijze van Werving van gelden

Stichting Zomerpop Opmeer ontvangt haar inkomsten door middel van:

- Verkoop van tickets
- Sponsoring door bedrijven
- Giften
- Verkoop van consumpties
- Pachtgelden publiekscatering
- Verhuur van lockers
- Verhuur van materialen
- Merchandise
- Enkele fondsen en lokale overheden

15. Beheer van het vermogen

Stichting Zomerpop Opmeer heeft een bestuur dat verantwoordelijk is voor het beheer van het vermogen.

16. Begroting en Financiën

Het bestuur van Stichting Zomerpop Opmeer is verantwoordelijk voor een gezond financieel beleid.

Bij het samenstellen van de begroting wordt er aandacht besteed aan financiële duurzaamheid en groei. Er wordt gezocht naar alternatieve inkomsten uit fondsenwerving, giften en sponsoring. Het doel is om de komende jaren (bescheiden) winst te maken. De kosten van het project bedragen ca € 300.000,-. Ongeveer 92% van de kosten kan worden gedekt door opbrengsten van het festival. Om de rest van de kosten te dekken, zullen diverse subsidieaanvragen worden gedaan.

17. Communicatieplan

De marketingstrategie voor Zomerpop 2025 richt zich op zowel online als offline kanalen:

- Website
- Social Media Campagnes
- E-mailmarketing
- Persberichten en regionale media
- Flyers, Posters en Banners
- Sponsoring en Partnerschappen

18. Evaluatie en Reflectie

Na afloop van het festival vindt er een evaluatie plaats door middel van enquêtes, een financieel verslag en teamoverleg.

19. Conclusie

Zomerpop is meer dan een festival; het is een beweging. Met de gevraagde subsidies kan een breed scala aan muziek worden aangeboden, de vrijwilligers ondersteund en een blijvende impact in de regio worden gemaakt. Zomerpop is duurzaam in beweging.