

Dag in de Branding: muziek met een grote G
Platform wil hedendaagse muziek toegankelijker maken
3VOOR12 DEN HAAG Frank Veldkamp
dinsdag 8 december



Op 12 december aanstaande vindt voor de veertiende keer het Dag in de Branding festival plaats. Het festival voor nieuwe muziek wordt deze keer gecombineerd met State-X New Forms. Bezoekers die voor Peaches komen zullen zo geconfronteerd worden met het Haags Saxofoonkwartet. En vice versa! De hoogste tijd om Caroline Bakker, coördinator van Dag in de Branding, eens op te zoeken.

Op 12 december aanstaande vindt voor de veertiende keer het Dag in de Branding festival plaats. Het festival voor nieuwe muziek wordt deze keer gecombineerd met State-X New Forms. Bezoekers die voor Peaches komen zullen zo geconfronteerd worden met het Haags Saxofoonkwartet. En vice versa! De hoogste tijd om Caroline Bakker, coördinator van Dag in de Branding, eens op te zoeken.

Het festival Dag in de Branding (DidB) wordt geïnitieerd vanuit de Johan Wagenaar Stichting en is een samenwerkingsverband van negen Haagse kunstinstellingen die zich in meer of mindere mate met nieuwe of hedendaagse muziek bezighouden. De organisaties hebben zich verenigd in het Platform voor Nieuwe Muziek Den Haag en werken samen aan de samenstelling van het festival wat iedere drie maanden op diverse locaties in Den Haag gehouden wordt. "Voorheen kwam het voor dat er maanden niets op het gebied van nieuwe muziek in Den Haag georganiseerd werd en dan opeens drie uitvoeringen op één dag", licht Caroline de oprichting van het platform toe.

Met namen als John Cale, Laibach en een thema editie geweid aan Louis Andriessen heeft Dag in de Branding in voorgaande edities de nodige publiekstrekkingen binnen haar concept weten te integreren. "De instellingen bepalen zelf welke ensembles of bands ze boeken en regelen zelf de financiering. Door de verschillende programma onderdelen te koppelen en onder de paraplu van Dag in de Branding te presenteren, ontstaat een totaalprogramma met een strik erom heen. We voeren een gemeenschappelijke marketingcampagne en hebben een overkoepelend budget voor wat meer toeters en bellen."

Die toeters en bellen moeten niet al te letterlijk genomen worden: "Bij de term nieuw muziek denken mensen toch vaak aan piep-knars-knor muziek en iets elitairs in een chique theater, met een man bij de deur die kaartjes scheurt. Wij willen juist de drempel verlagen en hedendaagse muziek toegankelijk maken." De term nieuwe muziek staat wat het platform betreft voor alle muziek van na de Tweede Wereldoorlog, van elektronica tot avant garde, geïmproviseerde en experimentele muziek. Bedoeld voor en gemaakt door onderzoekende geesten met een gezonde dosis nieuwsgierigheid.

De insteek van het festival is om een gevarieerd programma te bieden waarbij bezoekers verschillende locaties bezoeken. Zo ontstaat tussen de optredens door een letterlijke reis tussen de programma onderdelen. Soms te voet, soms per bus en ook al eens per fiets. "We merken dat we

steeds meer passe-partouts verkopen. Mensen willen de hele dag meemaken, terwijl bij eerdere edities vooral kaarten voor bepaalde voorstellingen verkocht werden."

Het festival heeft inmiddels een vaste schare fans. Door middel van een postercampagne in de stad wordt ook de rest van Den Haag geattendeerd op een nieuwe editie. Het nieuwe symbool van het festival is een hoofdletter G. "In de oude campagne schreven we in steeds kleiner wordende lettergrepen de naam van het festival, maar dat werd vaak verkeerd gelezen, 'Ding in de Branddag' werd het dan bijvoorbeeld. We gebruiken nu alleen de slotletter G, wat ook associaties heeft met muziek: toonsoort, G-sleutel, enzovoort." Voor de komende editie is de 'G' gevuld met een collage van bekende muzikanten - Thelonius Monk, Björk, Michael Jackson, Stockhausen: een bont gezelschap. "Er is gekozen voor een Sgt. Pepper-achtige invalshoek, met muzikanten die allemaal vernieuwende dingen doen of hebben gedaan", licht Caroline toe.

De samenwerking binnen het platform werkt stimulerend, ondanks dat de partijen in feite concurrenten zijn. "Als tijdens een overleg iemand met een idee komt en vraagt of het iets zou zijn dan wordt daar direct op gereageerd en doorgedacht. Iedere editie van het festival ontstaat zo heel organisch en de deelnemers versterken elkaar. Er is echte samenwerking tot stand gekomen en vanuit andere steden kijken ze met veel bewondering naar de manier waarop we het hier geregeld hebben." Doordat het festival iedere drie maanden wordt gehouden vergt het de nodige logistieke planning: "Het Residentie Orkest is al bezig met een editie in 2012, want ze moeten nu al een dirigent bevestigen, terwijl het Paard van Troje vaak pas enkele maanden voor een nieuwe editie acts kan vastleggen."

Dat Dag in de Branding de komende editie samenvalt met de tweede dag van het State-X New Forms festival biedt mogelijkheden om nieuw publiek te bereiken. De optredens die onder de paraplu van DidB vallen worden 's avonds als inserts in het programma van State-X New Forms ingepast. In plaats van de concurrentie met elkaar aan te gaan, smelten beide festivals, die op hun eigen manier nieuwe en vernieuwende muziek brengen, samen. Daarnaast vinden ook optredens plaats in het Theater aan het Spui, Korzo5HOOG en het Koorenhuis.

Het hoogtepunt van de dertien edities van het festival is voor Caroline het stuk 'Six Pianos' van Steve Reich, uitgevoerd op zes vleugels in het Atrium van het Haagse Stadhuis. "We hadden op een gegeven moment zeshonderd man publiek binnen, de toegang was gratis en het was op dezelfde dag als de City-Pier-City loop. Mensen die net gelopen hadden stonden bij te komen in het Atrium en werden uit het niets en op een onverwachte plek geconfronteerd met dit stuk. Ik voelde me heel erg trots op dat moment."

Ondanks dat ze als coördinator van het festival niets te maken heeft met de programmering, heeft ze wel een verlanglijstje. "Ik wil heel graag locatieprojecten doen, mensen op onverwachte plekken confronteren met nieuwe muziek." Maar ook een Chinese opera, compleet met ingevlogen cast en decorstukken staat ook hoog op haar lijst. En de grootste wens? "Ik ben een groot fan van Anouk. Het lijkt me geweldig om een compositie opdracht aan een hedendaagse componist te geven en hem een stuk te laten schrijven voor Anouk. Ze moeten er dan wel samen aan werken, zodat ze er helemaal achter staat als ze het uitvoert."