

BELEIDSPLAN EN ACTIVITEITEN PERIODE 2017-2020

Algemene gegevens aanvrager

Statutaire naam:	Johan Wagenaar Stichting
Bezoekadres:	Anna Paulownastraat 70 C 2518 BH Den Haag
Postadres:	Postbus 13671 2501 ER Den Haag
Telefoonnummer:	06 1495 0656
E-mail adres:	jws@daginebranding.nl
Website:	www.daginebranding.nl
Aard van de instelling:	Organisatie voor (nieuwe) muziek: de Johan Wagenaar Stichting looft muziekprijzen uit en neemt initiatieven ter bevordering van de nieuwe muziek.
Doelstelling:	Het doel der stichting is naast de bevordering van de Nederlandse scheppende toonkunst, het bevorderen van het Nederlandse muziekleven in het algemeen en van het muziekleven te 's-Gravenhage in het bijzonder.

SAMENVATTING BELEIDSPLAN 2017-2020

Onder de noemer Huis voor de Nieuwe Muziek zet de JWS zich ook in de komende vier jaar onverminderd in voor de promotie van de nieuwe muziek. Daartoe worden de volgende kernactiviteiten gecontinueerd:

- 1 Verlenen van Haagse Muziekprijzen;
- 2 Organisatie en coördinatie Dag in de Branding (DidB) en Huis voor de Nieuwe Muziek.

1. Muziekprijzen

Het beleid met betrekking tot het verlenen van de vier gemeentelijke muziekprijzen, waaronder het samenstellen van een jury voor de Johan Wagenaar (oeuvre) Prijs, het organiseren van de prijsuitreikingen en de uitvoering van de bekroonde werken wordt voortgezet. Desgevraagd zal de Johan Wagenaar Stichting ook het gastheerschap op zich nemen bij presentaties van andere prijsdragers.

2. Organisatie en coördinatie Dag in de Branding en Huis voor de Nieuwe Muziek

Wij willen consolideren wat bereikt is en de frequentie en presentatie van de volgende activiteiten uitbreiden of optimaliseren.

A. Programmering: Dankzij een bijdrage van het Fonds voor de Podiumkunsten in het kader van de regeling 'Nieuwe Makers' heeft de JWS de jonge dirigent Christian Karlsen als artist-in-residence aan kunnen trekken. In nauw overleg met onze partners gaat Christian de komende periode een wezenlijke bijdrage leveren aan de programmering van DidB. Daarnaast presenteert hij projecten die zich minder lenen voor een festivalomgeving en onder de naam Branding Sessies tussen de festivaledities door in de markt gezet worden – bij voorkeur op locaties waartoe zijn



leeftijdsgenoten en de nog jongere generatie zich aangetrokken voelen (zoals bijvoorbeeld bij Border Kitchen of de activiteiten in Zaal 3 van Theater aan het Spui).

B. Talentontwikkeling: Gecoached door bestuur en directie en ondersteund door een team van freelance medewerkers (pr-marketing en productie) leert Christian Karlsen de 'kneepjes van het vak' kennen: het leerproces behelst onder meer het aansturen van dit team, het programmatisch afstemmen met onze partners en het opstellen van subsidieaanvragen. Ook de jonge makers die hun programma's presenteren in Dag in de Branding (zoals in seizoen 14/15 violist Joseph Puglia en componist Natalia Domínguez Rangel) worden organisatorisch en financieel begeleid ten einde hun cultureel ondernemerschap te ontwikkelen.

C. Publieksbereik en draagvlak: Met de door Christian te realiseren programma's wordt de zichtbaarheid en daarmee de uitstraling en impact van onze activiteiten aanzienlijk vergroot. De vormgeving van www.dagindebranding.nl en huisnieuwemuziek.nl worden daartoe vernieuwd evenals die van de overige analoge en digitale uitingen en distributies.

D. Educatieve activiteiten: Onder het dak van het HNM worden drie specifieke vormen van educatie aangeboden: (1) Work-shops met achtergrond informatie over de programma's en activiteiten; (2) Huiskamerconcerten: wie zijn huis voor 20–25 liefhebbers openstelt krijgt gratis een mini-concert aangeboden; (3) Educatieve workshops voor middelbare scholen: leerlingen worden betrokken bij onze activiteiten.

TERUGBLIK EN ZELFEVALUATIE PERIODE 2013-2016

De Johan Wagenaar Stichting werd in 1947 opgericht met het doel impulsen te geven aan de ontwikkeling van de nieuwe muziek. Conform deze doelstelling en de beleidsvoornemens voor de periode 2013-2016 heeft de JWS zich de afgelopen jaren gericht op de volgende activiteiten:

A Verlenen van Haagse Muziekprijzen

B Organisatie en coördinatie Dag in de Branding (DidB) en Huis voor de Nieuwe Muziek (HNM)

A.

Verlenen van Haagse Muziekprijzen

Op dit moment voert de Johan Wagenaar Stichting de volgende muziekprijzen:

- Johan Wagenaar Prijs: voor een geheel oeuvre;
- Kees van Baaren Prijs: voor een bijzonder orkest- of muziekdramatisch werk;
- Willem Pijper Prijs: voor een werk met een bijzondere 'signaalfunctie';
- Theo Bruins Prijs: voor een persoon die zich heeft ingezet voor het Nederlandse muziekleven

Er worden per beleidsperiode van vier jaar drie prijzen toegekend: eenmaal Johan Wagenaar Prijs en twee van de drie kleinere prijzen. In het meerdaagse festival 'Reinbert' werd de Theo Bruinsprijs 2013 uitgereikt aan dirigent Reinbert de Leeuw. De Kees van Baarenprijs 2015 is toegekend aan Mayke Nas voor haar orkestwerk Down the rabbit hole, en zal in mei 2016 worden uitgereikt in het Zuiderstrandtheater. Het Residentie Orkest voert daarbij het bekroonde werk uit. De Johan



Wagenaar Prijs 2016 is toegekend aan componist Martijn Padding en zal worden uitgereikt in een extra feestelijke editie van Dag in de Branding (december 2016), die wordt samengesteld in nauw overleg met de laureaat. Rond deze prijsuitreikingen wordt veel publicitaire aandacht gegenereerd voor de nieuwe muziek.

B.

Organisatie en coördinatie festival Dag in de Branding en Huis voor de Nieuwe Muziek

Met de bedoeling nieuwe uitvoeringsmogelijkheden te creëren en het publieksbereik voor de nieuwe muziek in de stad te vergroten werd op 16 september 2006 met steun van de gemeente Den Haag het festival Dag in de Branding gelanceerd, met vier edities (van een zaterdag of een weekend) per jaar. Sindsdien wordt per editie en op verschillende Haagse locaties een veelzijdig, door onze partners gecureerd programma gepresenteerd, waarin naast hoogtepunten uit het repertoire ook veel ruimte is voor nieuw werk van jong talent. Met ingang van het seizoen 15/16 is het beleid geactualiseerd en wordt de programmering mede bepaald door een nieuwe generatie van uitvoerende musici en makers, aan wie op die manier 'de organisatorische en zakelijke kneepjes van het vak' worden bijgebracht. Op dit moment (november 2015) zijn wij toe aan editie 38. Zie ook www.dagindebranding.nl

Conform het beleidsvoornemen werd in 2012 het Huis voor de Nieuwe Muziek (HNM) opgericht. Een virtueel huis waarmee de stad Den Haag als bakermat van de nieuwe muziek is bedoeld. Doel van het HNM is om bestaande samenwerkingen kostenbesparend te intensiveren, nieuwe samenwerkingsverbanden aan te gaan en initiatieven te realiseren die de mogelijkheden van de individuele instellingen overstijgen. Het HNM is een breed en actief netwerk van podia, ensembles, kunstvakopleidingen en producerende instellingen. In relatief korte tijd is met bescheiden budgetten veel tot stand gebracht. Het HNM verspreidt gedurende het seizoen een maandelijks nieuwsbrief met de actuele Haagse agenda. De HNM-activiteiten van de verschillende partners kunnen ook via www.huisnieuwmuziek.nl worden gevolgd.

Als bedrijf is de JWS een kleine en flexibele organisatie met één persoon in vaste dienst: directeur Caroline Bakker (voor 0,8 fte). Zij onderhoudt het netwerk van makers/aanbieders en andere podia/festivals en organiseert en coördineert de hierboven genoemde kernactiviteiten van de stichting. Zij wordt daarin bijgestaan door een freelance team van pr/marketing- en productiemedewerkers. Doordat uitgaven aan overhead tot een strikt minimum worden beperkt, is ook in de huidige beleidsperiode het overgrote deel van het beschikbare budget ten goede gekomen aan de activiteiten. Voor de omvangrijke projecten die door de partners van het HNM zijn aangeboden of door de JWS zelf werden geïnitieerd (uitvoering bekroond werk bij prijsuitreikingen en de eigen 'Branding producties'), is extra financiering verkregen bij private- en overheidsfondsen.