

Beleidsplan 2021-2024

De Johan Wagenaar Stichting (JWS) zet zich sinds 1947 onveranderd in voor de nieuwe muziek en de musici en componisten van nu. Samen met diverse partners organiseert de stichting sinds 2006 vier maal per jaar Festival Dag in de Branding, het Haagse festival voor nieuwe muziek. In de hedendaagse gecomponeerde muziek staat Festival Dag in de Branding als merk voor kwaliteit, met herkenbaar aanbod en uitvoeringen van topniveau.

De JWS richt zich op de volgende activiteiten:

- organisatie van Festival Dag in de Branding met drie edities per jaar
- realisatie van eigen Branding Producties in samenwerking met partners
- bestendigen van de bestaande samenwerkingsverbanden en uitbouwen van de overkoepelende, initiërende en regisserende rol van de JWS tot een makelaarsfunctie op het gebied van de nieuwe muziek
- opleiden van jonge makers tot festivalcurator
- uitreiking van de gemeentelijke muziekprijzen.

1. De programmering van Festival Dag in de Branding

Samenwerking en Platform

Drie keer per jaar organiseert de Johan Wagenaar Stichting (JWS) met Festival Dag in de Branding een programma van één dag op verschillende locaties in Den Haag. Het festival toont de actuele ontwikkelingen in de klassieke en geïmproviseerde muziek, het muziektheater, de jazz en popmuziek, opera en elektronica. De programma's van Festival Dag in de Branding worden samengesteld in overleg met diverse Haagse partners, die allemaal in het kader van het festival concerten en voorstellingen organiseren op hun eigen podium: Korzo, het Paard, Theater aan het Spui, Residentie Orkest, Koninklijk Conservatorium en Zuiderstrandtheater/Nieuwe Kerk zijn belangrijke samenwerkingspartners. De JWS verzorgt het presentatieplatform voor dit aanbod: de stichting overlegt, kiest, rangschikt en presenteert.

Festival Dag in de Branding speelt een grote rol bij het presenteren, ontwikkelen en promoten van het lokale en landelijke aanbod aan nieuwe muziek. Het festival heeft een centrale plek in het (nieuwe) muzikleven in Den Haag en produceert belangrijke, unieke en goed bezochte edities. De JWS heeft ook buiten de festivaldagen om een centrale, coördinerende rol t.o.v. Haagse componisten, ensembles en andere makers die in het festival of bij de partners (zalen) hun producties kunnen presenteren.

Eigen producties

Festival Dag in de Branding doet meer dan alleen het tonen van het aanbod: de JWS voegt artistieke waarde toe op het gebied van inhoud, thematiek en presentatie. De meest recente editie, op zaterdag 6 juni jl., die vanwege de coronacrisis volledig online werd uitgezonden en een groot bereik had in binnen-en buitenland, is een goed voorbeeld hiervan.



Als het thema van een bepaalde festivaleditie erom vraagt, neemt de JWS ook eigen initiatieven om concerten in te kopen of zelf te initiëren, maar vanwege het beperkte budget is dat eerder uitzondering dan regel. Gemiddeld gaat dit om één eigen productie per festivaleditie. Dit is altijd het geval rondom de uitreiking van de gemeentelijke muziekprijzen, waarbij de JWS in eigen beheer een uitvoering van het bekroonde werk realiseert.

Juist de eigen producties van de JWS hebben geleid tot de meest spraakmakende en memorabele edities van het festival: bijvoorbeeld een weekend geheel gewijd aan het oeuvre van Alvin Lucier, Steve Reichs *Six Pianos* in het Atrium, de opera *Rage d'Amours* van Rob Zuidam of de strandeditie van Saskia Lankhoorn met een sculptuur van oude piano's in het zand bij Kijkduin. Voor dergelijke initiatieven moeten altijd extra fondsen worden geworven.

2. Jonge makers als curator

Sinds een aantal jaar worden de festivaledities 'gecureerd' door een jonge maker of *artist-in-residence*, die een belangrijk persoonlijk stempel mag zetten op de samenstelling van het festivalprogramma. Dat waren achtereenvolgens dirigent Christian Karlsen en pianist Saskia Lankhoorn; sinds de zomer van 2019 is Meriç Artaç *artist-in-residence* bij Festival Dag in de Branding. Het bestuur en de directie van de JWS hebben na ruim 50 edities van het festival een schat aan ervaring op het gebied van programmeren en (co-)produceren opgedaan en een breed netwerk opgebouwd. De beste manier om deze kennis en ervaring over te dragen op een nieuwe generatie programmamakers, is ze de sleutels van het huis te geven en ze volop de ruimte te bieden voor hun vernieuwende inbreng en de frisse blik van hun generatiegenoten. Onder begeleiding van bestuur en directie van de JWS, plus externe coaches, kunnen de jonge makers zich in een unieke *training-on-the-job* bezighouden met het volledige traject van de festivalprogrammering: van het formuleren van een inhoudelijk voorstel, het zoeken van de juiste samenwerkingspartners daarbij tot het financieel en organisatorisch mogelijk maken van de betreffende producties. De curatoren moeten samenwerken met de partners om een selectie te maken uit het beschikbare aanbod zodat er in combinatie met de projecten die zij zelf initiëren een zinnig en samenhangend festivalprogramma ontstaat.

In oktober 2019 heeft de JWS Isa Goldschmeding aangesteld als artistiek coördinator van Festival Dag in de Branding. Zij speelt een grote rol bij de inhoudelijke begeleiding van de jonge *artists-in-residence* en de artistiek-inhoudelijke afstemming met onze platformpartners.

3. De gemeentelijke muziekprijzen

Sinds de oprichting in 1947 cureert de Johan Wagenaar Stichting de muziekprijzen van de gemeente Den Haag. Het zijn er op dit moment vier:

- 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 uitzonderlijk heeft ingezet voor het Nederlandse muziekleven. Daarbij kan het gaan om een publicist, een dirigent, een uitvoerend musicus of een organisator.



De Johan Wagenaar Prijs bedraagt € 25.000 en de drie kleinere prijzen elk € 5.000. Het bestuur van de stichting besluit over de toekenning.

Sinds de start van Festival Dag in de Branding in de huidige vorm (september 2006) is elke uitreiking van een van de gemeentelijke muziekprijzen onderdeel geweest van een festivaleditie. Bij elke prijsverlening heeft de JWS ervoor gezorgd dat een door de prijswinnaar gekozen werk kon worden uitgevoerd. De vaak hoge kosten van deze eigen producties komen volledig voor rekening van de JWS en het budget van het Festival Dag in de Branding. Gelukkig lukt het de JWS om hiervoor ook budget uit landelijke fondsen te werven wat ten goede komt aan de uitvoeringen in Den Haag. Inbedding in een festivaldag biedt ook de mogelijkheid om in de andere programma's op die dag meer werken van de prijswinnende componist op te nemen, om werk van leermeesters of juist leerlingen te laten horen, kortom om het concert bij de prijsuitreiking van een uitgebreide context te voorzien. Zo waren er hele festivaledities gewijd aan Louis Andriessen (Johan Wagenaar Prijs 2008), Rob Zuidam (Kees van Baaren Prijs 2010), Guus Janssen (Johan Wagenaar Prijs 2012), Reinbert de Leeuw (Theo Bruins Prijs 2013) en 'Martijn Padding en de Tweede Haagse School' (Johan Wagenaar Prijs 2016). Juist door de koppeling met het uitreiken van de prijzen krijgen deze edities veel aandacht in de lokale en landelijke pers.

4. Extra activiteiten ten bate van publieksverbreding

De JWS is ook buiten de vier festivaledities om actief in het promoten van de nieuwe gecomponeerde muziek en het onder de aandacht brengen ervan bij nieuwe doelgroepen. Om een breder publiek kennis te laten maken met het (Haagse) nieuwe muziekaanbod, ontwikkelde de JWS in de afgelopen jaren telkens nieuwe initiatieven, zoals luistercursussen, nagesprekken, symposia, participatie- en kinderconcerten en sinds 2016 een serie huiskamerconcerten onder de titel 'Living Room Music', waarmee ruim 300 nieuwe luisteraars per seizoen worden bereikt.