



Aanleiding

Het succes van PopMonument in Bergen op Zoom valt op, vanuit stichting PopMonument is de ambitie aanwezig om in te zetten op schaalvergroting en PopMonument on Tour te organiseren in andere historische steden. Zodat bezoekers en bewoners van andere (Brabantse) steden en bijzondere locaties kunnen genieten van een unieke ontdekkingsstocht met optredens van talentvolle nationale en lokale acts in verrassende historisch decors, aangevuld met de verhalen van de plekken, monumenten en tradities van deze historische plekken. Een verrijking voor de culturele sector in Brabant. Om deze ambities, nieuwe aanpak en PopMonument on Tour te kunnen realiseren, doen wij graag een aanvraag voor de subsidie impuls gelden.

Terugblik PopMonument afgelopen Jaren

PopMonument neemt bezoekers mee met een muzikale route in en langs monumentale gebouwen en expeditie door de stad, met bijzondere acts, hedendaagse muziek, verhalen en ontmoetingen op onverwachte en historische locaties. Popmuzikanten die het experiment niet schuwen krijgen een podium op een erfgoedlocatie of in een monument en de combinatie van locatie, muziek en storytelling maakt dat de bezoeker wordt verrast en nieuwe ontdekkingen doet. PopMonument 2017 was de derde editie van het festival, in 2014 vond er een pilot plaats. Na het winnen van de Brabantse Erfgoedprijs in 2015 en de succesvolle editie van 2016 heeft de organisatie, in samenwerking met citymarketing Bergen op Zoom het festival verder ontwikkeld. Vanaf 2017 wordt storytelling actief als middel ingezet om bezoekers een verrassende ontdekkingsreis te bieden die leidt tot inspiratie, betrokkenheid en (her)waardering van lokaal erfgoed. Tijdens expeditie naar bijzondere locaties, de ontdekkingsroutes, komen bezoekers langs plekken die normaal gesproken onbereikbaar zijn voor het grote publiek. Ze zien mini-optredens, performances en horen unieke verhalen van bewoners. Beeldend kunstenaars, muziekkunstenaars maar ook kunstenaars die grafisch werk, animaties en films maken, krijgen historische content en creëren een eigen productie in een historische omgeving.

In opdracht van Aangenaam Bergen op Zoom is een uitgebreid evenementenonderzoek gehouden onder de bezoekers van PopMonument. PopMonument 2017 kreeg zeer goede rapportcijfers van de bezoekers met een NPS Score van 8.0. Veel bezoekers hebben aangegeven dat zij in eerst instantie kwamen voor de artiesten, maar waren lovend over de sfeer, de setting en de bijzonder (muzikale) routes. Er wordt ingezet op een sterkere branding, bezoekers komen nu voor het programma maar we willen juist dat bezoekers ook komen voor het concept PopMonument. Naar aanleiding van een interne evaluatie komt er meer aandacht voor grootstedelijke programmering zoals eigentijdse wereldmuziek en eclectisch ingestelde bands en artiesten zoals Naaz, Jungle By Night en Altin Gun. Het succes van de afgelopen edities van PopMonument en de verrassende programmering valt landelijk, lokaal en zelfs over de grenzen op, dat is de reden dat we in 2019 en 2020 edities van PopMonument willen laten plaatsvinden in Brabant en Zeeland onder de noemer PopMonument on Tour.

Programmeringsprofiel

Missie

Met de kruisbestuiving tussen alternatieve popmuziek en materieel en immaterieel erfgoed wil PopMonument haar bezoekers een verrassende ontdekkingsreis bieden die leidt tot inspiratie, betrokkenheid bij en het (her)waarderen van lokaal erfgoed en kennis laat maken met nieuwe muziek en artiesten. Contrastwerking en interdisciplinariteit zijn sleutelbegrippen. Hiermee wordt het publiek uitgedaagd en geprikkeld. Juist in een festivalsfeer is hedendaags publiek bereid zich te laten onderdompelen in relatief onbekende muziek die fris is én vers van de pers – maar niet per se hoogdrempelig of ontoegankelijk. De (indie) pop-acts treden op met respect voor - en versterkt door - de bijzondere plek en omstandigheid waar ze geprogrammeerd staan, met het doel om van hun optredens een kunstwerk op zich te willen maken. PopMonument verbindt heden en verleden op eigenzinnige wijze door onafhankelijke pop-acts te laten optreden in het cultuurhistorische erfgoed in de stad. De lokale geschiedenis, bekende en minder bekende monumenten en hun verhalen worden ontsloten en toegankelijk gemaakt voor een breed en relatief jong publiek. Niet alleen locaties krijgen aandacht maar ook tradities. Eigentijdse middelen en vrijwilligers van organisaties zoals Stichting Bezichtiging Monumenten worden betrokken om de verhalen achter de monumenten te vertellen.

Er wordt ingezet op een hoogwaardig artistiek muziekprogramma waarbij rekening wordt gehouden met de dynamiek tussen monumenten en acts. Contrastwerking en interdisciplinariteit zijn sleutelbegrippen. Hiermee wordt het publiek uitgedaagd en geprikkeld. De basis van het programma wordt gevormd door indie pop-acts. De pop-acts treden op met respect voor - en versterkt door - de bijzondere plek en omstandigheid waar ze geprogrammeerd staan, met het doel om van hun optredens een kunstwerk op zich te willen maken. Qua programmering wordt een balans gezocht tussen originele ervaren muzikanten, die garant staan voor eigentijdse kwaliteit en (aankomende) talenten met een eigen karakter waarvan verwacht wordt dat ze stappen gaan maken. Kwaliteit is er genoeg, maar een alternatieve infrastructuur, waaronder diverse kleinere podia die op reguliere basis indie-artiesten programmeren, ontbreekt vooralsnog in Bergen op Zoom. PopMonument brengt daar verandering in door ook vernieuwende kleine acts neer te

zetten op een geschikt podium van passende grootte die past bij de stijl van de muziek. Veel bands en muzikanten die betrokken worden zijn Bergse, Brabantse en (inter)nationale (Belgische) talenten.

Er wordt vanuit de inhoud samengewerkt met talentontwikkelingstrajecten en -programma's en diverse labels en boekingskantoren zoals Muziek HUB Noord-Brabant, T-Strijd en Vi.be (het Belgische platform voor popmuzikalent), Zesde Kolonne, Poppodium Trix (Antwerpen), Conservatorium van Amsterdam, Hot-topic (boekingskantoor) en My Waiste Records. Een groot deel van het programma (circa 50%) komt uit België, van headliners tot veelbelovende acts. Binnen de indie popmuziek komen veel verschillende stijlen aan bod, van (post)rock tot singersongwriter en dance, jazz, elektro, country tot hiphop.

Kernwaarden PopMonument: *historie, spannend, kwalitatief, verrassen, innovatief, kruisbestuiving, multidisciplinair.*

De doelstelling van stichting PopMonument is als volgt:

Het bijdragen aan de muzikale beleving en identiteit van historische steden door het initiëren en organiseren van popfestivals en evenementen in een monumentale omgeving. Het versterken van een levendige popcultuur in cultuur-historisch perspectief. Het publiek in aanraking brengen met (onbekende) indie pop-acts en andere kunstvormen in een historische, monumentale omgeving. Interactie bewerkstellingen tussen muziek, erfgoed, de verhalen en het publiek. Podia zijn verdeeld over de binnenstad, zodanig dat het historische karakter benadrukt wordt, waarbij innoverende (multi)media en online tools worden ingezet. PopMonument draagt positief bij aan het gewenste imago van de stad en is dé reden voor een eerste bezoek aan de stad met als doel herhalingsbezoek te creëren.

De zakelijke doelstelling is erop gericht om schaalvergroting en het initiëren en realiseren van eigen producties zoals de Expedities van PopMonument te bewerkstelligen, door samen te werken met meerdere gemeenten worden kosten verdeeld. In de toelichting op de begroting geven wij meer informatie over het behalen van deze doelstelling.

PopMonument- Bergen op Zoom is een bovenregionaal evenement en richt zich niet alleen op bewoners uit de eigen stad en omgeving, maar op heel Zuid-West Nederland en Vlaanderen. Met de combinatie van erfgoed, verhalen en hedendaagse popmuziek spreekt PopMonument een brede doelgroep aan. Het evenement richt zich primair op de jonge muzikliefhebber, cultureel geïnteresseerden en jonge gezinnen in de leeftijd van 30 tot 40 jaar. Secundair spreekt PopMonument de oudere erfgoedliefhebber en de HBO/WO student aan. Specifiek voor jonge gezinnen is PopMonument Junior ontwikkeld in Bergen op Zoom, met een kwaliteitsaanbod van muziek en storytelling voor de leeftijd van 6 - 12 jaar. De communicatie van PopMonument wordt voornamelijk gericht op de primaire doelgroep in Zuid-West Nederland en Vlaanderen.

PopMonument levert een actieve bijdrage aan de beleving van het culturele klimaat. De geschiedenis van een stad zoals Bergen op Zoom of Willemstad biedt inspiratie voor het programma, waarbij een bijzondere koppeling wordt gemaakt tussen erfgoedlocaties, hedendaagse pop-acts en storytelling met als doel de bezoeker op een nieuwe en toegankelijke manier de rijke geschiedenis van een stad, dorp of omgeving te laten ontdekken. Daarnaast daagt PopMonument de inwoners uit om hun eigen stad met andere ogen te bekijken. PopMonument is een jaarlijks terugkerend evenement met een nationale en zelfs internationale aantrekkingskracht van bezoekers, artiesten en kunstenaars. PopMonument wil een niche festival zijn en blijven en wij richten ons met name op bovenregionaal publiek. Met bezoekers uit zowel Nederland als Vlaanderen ontving PopMonument in 2018, 7000 bezoekers, dit is inclusief PopMonument on Tour. Deze bezoekers bestonden uit muziek- en/of uitgaansliefhebbers (50%), cultuur minnende bezoekers (30%) en erfgoedgeïnteresseerden (20%). Uiteraard is het zonnig dat er binnen deze doelgroepen overlap is. PopMonument wordt gepositioneerd als hét evenement als het gaat om kruisbestuiving tussen - en ontdekken van - muziek, kunst, storytelling en erfgoed. Juist met een multidisciplinair aanbod is deze brede doelgroep goed te bedienen. Met Popmonument on Tour creëren we meer en langere zichtbaarheid en kunnen we het merk PopMonument branden, met meer reikwijdte en een groot bereik op diverse bijzondere monumentale locaties.

Onze ambitie voor 2019 en 2020 is om het evenement bovenregionaal te positioneren:

- Bereik: niche programmering landelijk + noord België
- Doelgroepen: jonge gezinnen, dinky's, studenten HBO en WO, cultureel geïnteresseerden

PopMonument 2019 en 2020

PopMonument staat voor bijzondere popmuziek en onverwachte ontmoetingen op unieke plekken in een monumentale stad of plek. Optredens vinden plaats op ongeveer vijftien locaties, zoals openbare monumenten, bijzondere particuliere eigendommen, parken, pleinen en horecagelegenheden. Deze verscheidenheid en spreiding van locaties zorgt voor een extra prikkeling; het publiek moet in beweging komen en wordt qua setting steeds verrast. Dit geeft een extra dimensie aan het evenement. Behalve publiekslocaties en horeca willen we ook particuliere monumentale panden, uiteraard met hulp van de bewoners, tijdens het festival ontsluiten voor het publiek. Zo krijgen de bezoekers tijdens het evenement toegang tot plekken die normaal gesproken niet voor publiek toegankelijk zijn. Vanaf 2019 willen we inzetten op een

festival in Bergen op Zoom dat drie dagen duurt, juist om de brede doelgroep te kunnen bedienen en het aanbod te verrijken. In 2019 en 2020 wordt er ingezet op het programmeren van andere locaties in Brabant en Zeeland. PopMonument vindt plaats op verschillende karakteristieke en historische locaties in een stad. Veelal plekken met een rijke historie, verhalen en toeristen. Plekken die ook graag een jongere doelgroep aan zich binden. Door de verschillende PopMonumentlocaties op loopafstand van elkaar te houden in een stad (met een maximale geografische spreiding tussen locaties van 500 meter) blijft het festivalgevoel aanwezig. De wandelingen tussen de optredens door zijn ontspannend, bij aankomst op een andere locatie ervaart de bezoeker een compleet nieuwe ontdekking. Deze ontdekking kan versterkt worden door de juiste artiest of kunstenaar te koppelen aan een locatie. Denk aan een Joodse zangeres die optreedt in de synagoge. Maar werken met contrasten kan ook door bijvoorbeeld een rockband in een kerk te laten spelen. Juist deze vrijheid in ontdekken, dat de bezoeker z'n eigen route kan bewandelen en onderweg iets kan tegenkomen waar hij of zij in eerste instantie niet naar toe zou gaan, is wat PopMonument zo bijzonder maakt. De inzet van storytelling, of dit nu in mondelinge, tekstuele of een beeldende vorm (of een combinatie hiervan) is, brengt de bezoeker een (artistieke) verdieping in de ontdekking van de locatie en de artiest. Om deze ontdekkingsreis jaar in jaar uit te laten plaatsvinden, wordt er voor iedere editie gezocht naar geschikte en verrassende locaties. In 2018 en 2019 gaan we starten met twee of drie bijzondere locaties, die geschikt zijn en passen binnen dit model. We kiezen voor bijzondere historische erfgoedlocaties waarbij draagvlak aanwezig is, van overheid en ondernemers, om actief te kunnen samenwerken aan dit concept. De toolbox van PopMonument blijkt een krachtig instrument om samen te werken met verschillende partners zoals de overheid (gemeentelijk en provinciaal), bewoners, erfgoed instanties, culturele stichtingen en ondernemers.

Er zullen in 2019 en 2020: 30 concerten en optredens plaatsvinden in Bergen op Zoom, in onder andere het stadspaleis Het Markiezenhof, de Gertrudiskerk, het oude stadhuis, de synagoge, het provoosthuis, diverse oude kelders, het Zwijnshoofd, De Maagd, de gevangenpoort, de blokstallen en Gebouw-T. In Hulst in de basiliek en op de vestingwallen in Willermstad in het Mauritshuis, de Koepelkerk, het Arsenaal, het Raadshuis, het Kruithuis en in de bunkers die liggen op de vestingwerken.

De voornaamste stijlen zijn independent rock/ ambient/elektro/singer songwriter/folk&americana/country rock/world/dance/alternatieve hiphop/ experimenteel jazz/punk/NL pop. Beoogde namen in Bergen op Zoom zijn o.a.: Bruxas, Jungle By Night, Altin Gun, Knarsetand, Kovacs, Eut, Scram C Baby, Lewsberg, Gallowstreet, Warhola, Luwten, Yuko, Christof van der Ven, Figgie, Nordman, Tusky, Pitou, De Likt, Oko Yono, Hydrogen Sea, Pip Blom, Stuff, Treehook, The Calicos, Komoda, In Een Discotheek, Josephine, Boris McCutcheon & the Saltlicks.

Locaties voor PopMonument on Tour in 2019 en 2020 zijn:

- Hulst (Zeeuws Vlaanderen) – Vestrock is hét popfestival van Zeeuws vlaanderen en tijdens Vestrock zal PopMonument on tour in de Basiliek het programma verzorgen en zijn er expedities op en in de vestingwerken van Hulst. De Sint-Willibrordusbasiliek werd in de 15e eeuw gebouwd maar pas in 1535 opgeleverd. Bij de inname van Hulst door de Staatsen, in 1645, werd de kerk protestants. Sinds de Franse tijd werd de kerk gedeeld met de rooms-katholieken. Sinds 1930 is het weer een rooms-katholieke kerk en werd het een basiliek.
- Willemstad (Noord-Brabant) – Zuidwaterlinie (oktober 2019/tijdens de Vestingsstedendagen)
Willemstad is het toeristisch-recreatieve knooppunt van de gemeente Moerdijk. Het cultuurhistorische karakter van de vestingstad, de horecavoorzieningen en de mooie uitzichten over het water zijn voor veel mensen een reden voor een bezoek. Ook de forten Sabina, de Hel en Bovensluis trekken veel bekijks. De bastions en vestingwallen van de stad zijn nog grotendeels intact. Willemstad heeft een officieel beschermd stadsgezicht. Veel oude bouwwerken zoals het Mauritshuis, het Arsenaal, de Koepelkerk en de Heilige Maagd Mariakerk zijn te bewonderen. PopMonument kan een inhoudelijke koppeling maken met het beleg van Willmstad, een narratief wat nu ontwikkeld wordt.
- Veere (Zeeland) voorjaar 2020
Veere is een historische stad in de Nederlandse provincie Zeeland. De rijke geschiedenis van Veere, één van de zeventien beschermde stads- en dorpsgezichten in Zeeland, blijkt uit de vele monumenten die het kleine stadje heeft: de Grote Kerk stamt uit 1348; vanaf 1811 werd de kerk door soldaten van Napoleon gebruikt als militair hospitaal. Het Stadhuis van Veere, uit de 15^e eeuw, met de prachtige voorgevel. In samenwerking met de Grote Kerk Veere, het nieuwe culturele podium van Zeeland, wordt PopMonument Veere ontwikkeld en uitgevoerd.

Ondernemerschap en strategie

PopMonument verrast de bezoeker op een innovatieve manier met haar programma en de locaties: de historische plekken en monumenten in Bergen op Zoom en PopMonument on Tour plekken, met het bijbehorende verhaal én de line-up van bekende artiesten, afgewisseld met onbekendere (lokale) acts. Dit wordt gecombineerd met niet voor de hand liggende kunstvormen op en rond de locaties, wat een bezoek aan PopMonument voor de bezoeker spannend en verrassend maakt. De historie wordt aan de bezoeker meegegeven door middel van storytelling, dat een belangrijke communicatiemethodiek is voor PopMonument. Er wordt intensief samengewerkt met uiteenlopende organisaties. Voor het inhoudelijke programma en de verbinding van materieel erfgoed en immaterieel erfgoed wordt o.a. samengewerkt met Stichting Bezichtiging Monumenten, Erfgoed Brabant en gemeente Bergen op Zoom. De volgende organisaties zijn partner en faciliteren of ondersteunen het evenement:

Gemeente Bergen op Zoom en Kunsten in de Monumenten, City Marketing Bergen op Zoom, Gemeente Moerdijk en participanten zoals fort producties en stichting horeca Willemstad, Stichting Grote Kerk Veere, Gemeente Veere, Provincie Zeeland en lokale horeca ondernemers, stichting Vestrock en gemeente Hulst, Erfgoed Brabant, Cultuurbedrijf Bergen op Zoom, Muziekhub Brabant/Proud of the South, ROC / Zoomvliet Studio, NHTV, Geschiedkundige Kring, Dutch Rose Media ism Smart venue van Effenaar, Leffe, sponsor van PopMonument, Ondernemersvereniging Sterck, primair en voortgezet onderwijs, Pinguin Radio, 3voor12, Muzine, diverse cafés en restaurants, Conservatorium van Amsterdam, CODARTS, diverse jonge kunstenaars, designers, modeontwerpers en theatergroepen, Vi.be/Poppunt.be en Poppodium Trix (Antwerpen), bewoners en partuclieren uit verschillende steden, diverse boekingskantoren en labels zoals My Waiste Records, Zesde Colonne, Hot-Topic e.a.

De kracht van PopMonument is de combinatie van erfgoed en live acts. Beleving is een belangrijk onderdeel. De Bezoeker beleeft de verhalen door augmented reality en virtual reality en krijgt door het historische decor van de binnenstad van Bergen op Zoom en de PopMonument on Tour locaties sfeer mee. Er is in 2017 hard gewerkt aan de bekendheid van PopMonument, maar er moet nog steeds hard aan worden gewerkt. PopMonument wordt als merknaam meer geladen, om bredere naamsbekendheid voor het evenement te genereren. Daarnaast wordt er ingezet op het vergroten van het bereik door het genereren van meer volgers op social media, meer bezoeken aan de website en de app. De focus ligt op de unieke combinatie van erfgoed en popmuziek ondersteund door de line-up. Daarnaast is beleving een belangrijk onderdeel, dat wordt meegenomen in de communicatie.

Storytelling wordt voorafgaand aan het evenement in de communicatie gestart, waarna het doorgetrokken wordt in het evenement zelf. Hiermee wordt een totaalbeleving gecreëerd, potentiële bezoekers worden vooraf al betrokken bij PopMonument. De doelgroep wordt meegenomen in het verhaal van PopMonument, en gaat onderdeel uitmaken van PopMonument. Dit doen we vooraf door middel van (online) communiceren met de bezoekers; wat is hun verhaal bij een betreffende locatie? Wat vinden ze mooi aan PopMonument? Welke locatie zouden ze graag ontdekken? Maar ook vertellen we hen vooraf al het verhaal van de acts en de monumenten. Deze communicatie vindt voornamelijk plaats via social media, vanwege de mogelijkheid tot interactie. Tijdens PopMonument 2017 is een app gelanceerd, die de bezoeker meeneemt. Via de app worden tijdens PopMonument meldingen verstuurd en bezoekers worden voor het eerst in 2018 digitaal uitgenodigd (augmented reality). Dit kan zijn over de locatie waar men zich bevindt, maar ook meldingen over 'geheime locaties' en uitnodigingen van virtuele personen, om van de gebaande paden te gaan en op een unieke locatie een activiteit bij te wonen. Op deze manier willen we de bezoeker positief verrassen. De expedities omvatten een cross-over programma waarbij augmented reality - digitale elementen die worden toegevoegd aan een app – worden gecombineerd met fysieke ontmoetingen met bewoners in de stad. Zo worden bezoekers via de app, door de bewoners uitgenodigd om een andere route in de stad te kiezen. Na afloop van PopMonument vragen we de bezoekers hun eigen verhaal over PopMonument te vertellen. In contact blijven met de bezoeker is voor PopMonument een belangrijk uitgangspunt om ook op deze manier de doelgroep te binden.

Verduurzaming en inzetten kwaliteit PopMonument 2019 en verder

- Schaalvergroting, meerdere gemeenten en dus meerdere kostendragers:
- Interessant voor (inter)nationale sponsors door groter bereik:
- Grensoverschrijdend zoals popmuziek versus erfgoed, maar ook Nederland en België:
- Schaalvergroting: Oudenaarde in samenwerking met Bergen op Zoom en i.s.m. met Vestrock naar Sint Niklaas:
- Gebruik van maken de verhalen van de stad of plaats:
- De expertise van het projectteam verder inzetten, veel ervaring met opzetten van muziekfestival en erfgoed
- Doordacht marketingplan en strategie publieksbereik
- Werken met lokale en betrouwbare partners en investeren in de relatie
- Kritisch kijken naar locaties, altijd unieke locaties betrekken, acquisitie
- Expedities als alternatieve routes ontwikkelen met mixed reality, een multimediale en interactieve productie van een route, verhalen, muziek en beeld. Investeren in de content met partijen die het kunnen vertalen in een product (zoals Dutch Rose Media):
- Doorontwikkeling van de organisatie. We kunnen met het projectteam effectiever werken op meerdere locaties zodat we marge kunnen pakken op investeringen zoals de app of inkoop op techniek en artiesten.

- Samenwerking met passende jonge talentvolle muzikanten en producers via Gebouw-T (o.a. Muziekhub Brabant en Conservatorium van Amsterdam) Door de samenwerking met artiesten, boekingskantoren, onderwijs (zoals o.a. het Conservatorium van Amsterdam) en kunstenaars kunnen wij bijzondere producties maken die we op meerdere plekken kunnen laten optreden.