



Beleidsplan voor de subsidieperiode 2017-2020

Korte typering van het ensemble

De Nederlandse Bachvereniging is voor alles een ensemble, een collectief van bijzondere instrumentalisten en zangers, verbonden door een grote passie voor de muziek van Johann Sebastian Bach en diens voorgangers, tijdgenoten en navolgers. De ensembleleden behoren tot de internationale top binnen het vakgebied en velen geven les aan conservatoria in binnen- en buitenland.

Het uitvoeren van muziek is de kern van al onze activiteiten. Zowel in het instrumentale als in het vocale repertoire en met name in de combinatie van beide, is de hoogste (inter)nationale kwaliteit ons streven. Behalve door grote bevoegenheid worden onze musici ook gekenmerkt door een hoge graad van vakmanschap en specialisatie. Zij hebben allemaal een uitgebreide kennis van het repertoire, de uitvoeringspraktijk, de specifieke aspecten van hun instrument en de verschillende stemmingen. De grote aandacht voor die ambachtelijke kant van het musiceren is een wezenlijk onderdeel van onze artistieke identiteit. Die kennis leidt niet tot verstarring en standaardisering, maar komt voort uit een aanhoudende nieuwsgierigheid die steeds weer uitmondt in experiment en vernieuwing.

Via onze uitvoeringen willen we onze ontdekkingen met zoveel mogelijk mensen delen. We zijn ervan overtuigd dat de muziek van Bach een universele zeggingskracht heeft, die religie, afkomst en opvoeding overstijgt en die heel veel mensen raakt en inspireert.

Artistieke uitgangspunten, signatuur, beschrijving activiteiten

Ons ensemble werd in 1921 opgericht door een groepje Bach-fanaten uit het Gooi. Zij vonden dat Willem Mengelbergs massale uitvoeringen van de *Matthäus-Passion* in het Amsterdamse Concertgebouw de muziek van Bach geen recht deden. Zij kozen heel bewust voor een kleinere bezetting en een gepaste locatie. In 1922 vond de eerste uitvoering van de *Matthäus-Passion* in de Grote Kerk van Naarden plaats.

De ondogmatische zoektocht naar 'authenticiteit' mondde met de komst van artistiek leider Jos van Veldhoven in de jaren tachtig van de vorige eeuw uit in een resolute keuze voor de historische uitvoeringspraktijk, die ondertussen, met name in Nederland, tot volle wasdom was gekomen.

Anno 2016, vijftien negentig jaar na de oprichting, is deze zoektocht nog steeds de belangrijkste artistieke drijfveer achter het werk van de Bachvereniging. Niet vanuit een verlangen naar museale conservering, maar vanuit de overtuiging dat we beter tot aansprekende uitvoeringen komen wanneer we meer begrijpen van de omstandigheden waarin de muziek tot stand kwam. Maar hoewel onderzoek een belangrijke sleutel is tot de interpretatie, is het niet het einddoel. Alleen hedendaags kunstenaarschap en bevoegenheid kunnen tot inspirerende uitvoeringen leiden.

Dat muzikale zeggingskracht minstens even belangrijk is als historische uitvoeringspraktijk, blijkt ook uit ons beleid met betrekking tot het uitnodigen van gastdirigenten. De Bachvereniging werkt zowel met gelauwerde oude-muziekcoryfeeën zoals Sigiswald Kuijken en Masaaki Suzuki, als met gerenommeerde musici met een moderner profiel zoals Ed Spanjaard en Peter Dijkstra. Daarnaast bieden wij briljante dirigenten die bij het Nederlandse publiek nog niet zo bekend zijn, zoals Fabio Bonizzoni en Václav Luks, graag een podium.

Meer dan Bach en barok

Hoewel Bach voor ons altijd de belangrijkste componist zal zijn, vinden we variëteit in programmering heel belangrijk. Zo keren Monteverdi, Handel, Vivaldi, Schütz en Biber met regelmaat terug op de lessenaars en programmeren we ook regelmatig Mozart, Haydn of Brahms. Maar het is misschien nog wel het leukst wanneer we naast een bekend werk onbekende, barokke pareltjes programmeren en

op die manier ook publiek dat op de grote composities af komt kunnen verrassen en verrijken.

Bovendien schuwt de Bachvereniging interdisciplinaire samenwerkingen niet. Zo speelde het ensemble in het Holland Festival van 2014 de première van *Oedipus* van Calliope Tsoupaki, de afscheidsvoorstelling van Pierre Audi. En een half jaar later werkten we samen met danser en choreograaf Ederson Rodrigues Xavier in een programma met barokke danssuites. Hoewel de Nederlandse Bachvereniging deze vormen van samenwerking met graagte omarmt, blijven dit uitstapjes naast een parcours dat zich doorgaans zeer consequent voltrekt. Alleen door de focus scherp te houden, kan de Bachvereniging immers blijven excelleren in haar kerngebied.

Programmering

Een rijk en gevarieerd concertseizoen in Nederland is de basis van onze activiteiten. We verzorgen een zestigtal concerten, verspreid over onze zogenaamde kernplekken. De Bachvereniging mag niet ontbreken op grote podia als TivoliVredenburg in Utrecht, het Concertgebouw en het Muziekgebouw aan 't IJ in Amsterdam en de Doelen in Rotterdam. Daarnaast onderhoudt zij warme contacten met steden als Naarden, Groningen, Maastricht, Kampen en Eindhoven. Inclusief de jaarlijkse omvangrijke Kerst-tournee en een twaalfstal uitvoeringen van de *Matthäus-Passion* speelt de Bachvereniging per seizoen ongeveer negen producties. Daarnaast vindt jaarlijks een aantal incidentele uitvoeringen plaats, zoals sponsorconcerten, vriendenconcerten, optredens op festivals en uitvoeringen die speciaal voor het jubileumproject All of Bach worden georganiseerd.

Ook de komende vier jaar neemt het project All of Bach een belangrijke plek in. In de aanloop naar onze honderdste verjaardag (in seizoen 2021-2022) voeren we het volledige repertoire van Johann Sebastian Bach uit. De uitvoeringen worden opgenomen in beeld en geluid en, voorzien van een schat aan achtergrondinformatie, online aan de hele wereld geschonken. Met All of Bach wil de Bachvereniging de miljoenen mensen die wereldwijd elke dag in zoekmachines de term 'Bach' intoetsen, een plek geven waar ze inspiratie en verdieping vinden.

Vanzelfsprekend neemt de muziek van Johann Sebastian Bach de centrale plek in onze programmering in. Naast de jaarlijkse *Matthäus-Passion* staan de komende subsidieperiode grote titels uit de schatkamer van de grote meester op het programma, zoals de *Johannes-Passion*, het *Weihnachts-Oratorium*, de *Kunst der Fuge* en de *Brandenburgse Concerten*. Maar we brengen ook zelden gehoorde cantates, kamermuziek, orgel- en klavecimbelwerken. Ons project All of Bach biedt extra ruimte voor bijzondere concerten door het hele land waarbij we allerlei unieke locaties aandoen, van kerken met historische orgels tot salons en huiskamers. Wij willen de komende zeven jaar in elke provincie minstens een uitvoering opnemen in samenwerking met de provinciebesturen van Nederland.

Spreiding

De Bachvereniging ontwerpt haar jaarlijkse programmering op basis van concertseries in de zogenaamde kernplekken, een aantal steden verspreid over heel Nederland. Landelijke spreiding is een vanzelfsprekendheid voor de Nederlandse Bachvereniging. Doelstelling is in elke kernplek een vast publiek op te bouwen en aan de Bachvereniging te verbinden. Niet alleen door concerten te geven, maar ook door een langdurig partnership aan te gaan met zo veel mogelijk lagen in de stad: van lokale overheid, fondsen en bedrijfsleven tot horeca en studenten. Onze relaties met de gemeentes openen deuren naar nieuwe samenwerkingsverbanden. De komende jaren speelt de Bachvereniging elk jaar veelvuldig in onder andere Utrecht, Naarden, Maastricht, Amsterdam, Kampen, Groningen en Eindhoven.

Buitenland

De profilering van de Bachvereniging in het buitenland is in de beginjaren van All of Bach op een lager pitje gezet. Nu All of Bach ruimschoots op stoom is, kunnen we actiever werk maken van optredens buiten Nederland. We zullen landelijke tournees proberen uit te breiden met optredens in België, Duitsland en Frankrijk, zijn in gesprek met belangrijke Duitse festivals in Thüringen en Leipzig en bespreken concrete kansen voor internationale tournees in Japan, China en Canada.

All of Bach: Live muziek online

Met de komst van All of Bach is een belangrijke nieuwe artistieke discipline aan onze activiteiten toegevoegd. Met onze registraties spannen we ons in om muziek op een onderscheidende manier in beeld te brengen, waarbij het fysieke aspect van het musiceren een belangrijke rol speelt. We

brengen hiervoor de expertise samen van regisseurs uit verschillende genres, zoals speelfilm en documentaire. Maar we werken ook met mensen die zich specifiek op de combinatie 'muziek en film' richten, zoals Lucas Van Woerkum, die met zijn *Symphonic Cinema* een nieuw genre ontwikkelt. De videoclip bestaat in de popmuziek al meer dan dertig jaar als een geheel eigen kunstvorm. Bij de klassieke muziek blijven registraties vaak hangen in een relatief platte weergave van de uitvoering. Onze doelstelling is om met onze films het verhaal van de uitvoering te vertellen. Behalve de muziek zelf, hebben de musici en hun interpretatie daarin een belangrijke rol. Een wezenlijk onderdeel van *All of Bach* zijn de video's waarin dirigenten en musici vertellen over de muziek die ze uitvoeren. Dit zijn soms heel persoonlijke verhalen over de relatie van de uitvoerder tot een stuk. Maar ook de ambachtelijke aspecten van onze uitvoeringspraktijk kunnen hierin op een laagdrempelige manier worden uitgelicht. In beide gevallen, zo leren ons de reacties van de gebruikers, leiden deze getuigenissen tot een andere manier van luisteren. Inmiddels hebben we ruim honderdvijftig van dit soort video's online staan. Doordat de musici direct tot het publiek spreken en voorbeelden gebruiken in beeld en geluid, beklijft de informatie veel beter dan in geschreven toelichtingen.

All of Bach research

Zoals eerder vermeld, verzamelt ons ensemble een grote schat aan kennis en informatie over de uitvoeringspraktijk van de 17^e en 18^e eeuw, en met name over de muziek van Bach. We denken al enige tijd na over een manier om deze schat aan informatie gestructureerd ter beschikking te stellen aan musici (en andere geïnteresseerden) over de hele wereld. Wij ambiëren daarbij niet een academisch instituut te worden, maar denken dat een online platform, waarop musici, onderzoekers en publicisten hun kennis van de bronnen en de concrete vertaling naar een uitvoeringspraktijk delen, een belangrijke en succesvolle toevoeging aan het bestaande instrumentarium zou zijn. Ten tijde van het indienen van deze aanvraag zijn de plannen nog niet concreet genoeg om er uitgebreid op in te gaan, maar de komende jaren zal dit idee ongetwijfeld zijn beslag krijgen.

Educatie

Hoewel educatie geen kerntaak is van de Bachvereniging, vinden we het van essentieel belang mensen van alle leeftijden in aanraking te brengen met muziek. Rondom concerten organiseren we al sinds jaar en dag inleidingen en andere verdiepende randprogrammering. Schoolklassen bezoeken ook met enige regelmaat onze repetities. Voor middelbare scholieren hebben we op dit moment twee goedlopende educatieprojecten. Samen met Rabobank ontwikkelden we het lespakket *Beats by Bach* waarbij jongeren tussen de 14 en 18 jaar binnen hun eigen belevingswereld gezamenlijk een korte film maken op basis van zelf gekozen muziek van Bach. De doelstelling van het project is dat jonge mensen niet alleen de muziek van Bach (beter) leren kennen, maar ook ontdekken dat zijn muziek nog steeds actueel, relevant en alomtegenwoordig is. Alle filmpjes komen op YouTube waarna iedereen kan stemmen op zijn of haar favoriet. De winnende school krijgt een exclusief live concert van de Bachvereniging.

Daarnaast organiseren we elk jaar het project *Oog in oog met de Matthäus-Passion* waarbij we jongeren kennis laten maken met dit nog steeds in populariteit stijgende werk van Bach. Leerlingen worden eerst in de klas door een musicus van de Bachvereniging ingewijd in de wereld van de *Matthäus-Passion* en bezoeken daarna een van onze uitvoeringen in een kerk of concertzaal. Ruim 130 scholen namen in de periode 2013-2016 deel aan een van onze educatieprojecten.

Ook *All of Bach* is een heel belangrijk educatie-instrument. Op de tweetalige site allofbach.com heeft iedereen ter wereld, op elk moment van de dag, toegang tot de uitvoeringen en de context van het werk van Bach. Door middel van onze concertregistraties, interviews met musici en toelichting bij ieder werk, kunnen we iedereen bereiken, van scholier tot professional, ook diegenen voor wie de drempel naar het concert (nog) te hoog is.

Een ander concreet voorbeeld van educatie/talentontwikkeling via *All of Bach* is de opname van de zogenaamde 'Inventionen', studiemateriaal dat Bach schreef voor zijn zoons. We werken hiervoor samen met getalenteerde, jonge (7-14 jaar) pianisten. Omdat we bij de Bachvereniging authentieke instrumenten bespelen en jong talent daarmee niet automatisch in aanraking komt, volgen zij bij onze klavecijnisten eerst een aantal masterclasses om klavecimbel te leren spelen.

Met dit soort projecten vallen verschillende educatiedoelstellingen samen. We laten een nieuwe generatie musici kennis maken met authentieke instrumenten en de uitvoeringspraktijk van de oude muziek, en we nemen via de gefilmde ontdekkingstocht van deze kinderen een publiek – van jong tot

oud – mee in de oude muziek. Dit unieke project realiseren we samen met onze partner Rabobank.

Talentontwikkeling

De Bachvereniging heeft het altijd belangrijk gevonden om de aanstormende generatie Bachvertolkers aan zich te binden en kent een lange traditie in het scouten van jong talent. Om dit onderwerp een duurzame structuur te geven, zetten wij twee jaar geleden het Young Bach Fellowship op. Een coachingsprogramma waarbij de Bachvereniging jonge musici helpt om hun talent verder te ontwikkelen en voet aan de grond te krijgen binnen de oude-muziekwereld. Hiermee denken we een programma te hebben geïnitieerd waarbij zowel de jonge musici als ook wijzelf en de hele sector baat hebben.

In 2014 zijn de eerste acht jonge musici gestart binnen dit traject en in 2015 kwamen daar vier nieuwe deelnemers bij. Elke 'fellow' krijgt in goed overleg een mentor toegewezen uit de musici van de Bachvereniging. Bij het maken van de matches wordt gekeken naar de specifieke behoeften van de fellows. De begeleiding is met name gericht op niet-muzikale onderwerpen en daarom worden ze juist niet gekoppeld aan iemand die dezelfde muzikale specialisatie heeft.

De fellows hebben een keer of drie per seizoen een gesprek met hun mentor, maar kunnen ook terecht bij mensen op kantoor om te spreken over de zakelijke kant van hun beroep: financiën, het verkopen van je eigen concerten, het opzetten van een website of jezelf promoten. We brengen hen tevens in contact met mensen uit ons netwerk voor gesprekken over, of hulp bij voor hen relevante onderwerpen.

En natuurlijk wordt de fellows op regelmatige basis de gelegenheid geboden deel te nemen aan de concerten van de Bachvereniging. Eén keer per jaar wordt een bijzondere productie nagenoeg volledig door jong talent uitgevoerd. In 2017 wordt dat een 'jonge' *Johannes-Passion*, waarin zeventien jonge zangers zowel de aria's als de ensembles voor hun rekening nemen. Ook in het orkest zullen naast onze vaste aanvoerders alleen maar jonge musici zitten. Deze *Johannes-Passion* wordt opgenomen voor All of Bach. Ruim voorafgaand aan het project organiseren we een tweedaagse masterclass over het zingen van aria's en recitatieven bij Bach met een aantal internationaal prominente Bach-zangers.

Het nu al zeer succesvolle programma levert op deze manier een mooie bijdrage aan de cohesie tussen de verschillende generaties, disciplines en afdelingen van onze organisatie. De Bachvereniging wil dit programma heel graag continueren. We zijn ervan overtuigd dat het een grote lacune invult tussen de conservatoriumopleiding en de beroepspraktijk. Hiermee geven we een impuls aan de professionele ontwikkeling van een groep jonge musici, en anderzijds investeren we in onze eigen toekomst en in die van de sector in het algemeen.

Plaats in het veld

De Bachvereniging heeft als oudste oude-muziekensemble in Nederland (en wellicht ter wereld) een unieke plek in het culturele landschap. Haar continuïteit is niet afhankelijk van een artistiek leider (c.q. oprichter) maar wordt geborgd door een lange traditie en een breed maatschappelijk draagvlak dat zich vertaalt in een breed publiek en in een grote bestuurlijke betrokkenheid, jarenlange relaties met subsidiënten, fondsen, bedrijven en andere partners. Met name vanwege de universele muziek van Bach en de Matthäus-traditie, bereikt de Bachvereniging een breder publiek dan alleen maar de oude-muziek liefhebbers. Met All of Bach wordt dat publiek alleen maar groter.

De Nederlandse Bachvereniging onderscheidt zich als een ensemble dat zich zowel op het vocale als op het instrumentale aspect van het repertoire van de 17^e en de 18^{de} eeuw richt. We opereren dus niet als een barokorkest dat samenwerkt met zangers, noch als een koor dat zich laat begeleiden door een orkest. Beide aspecten, het instrumentale en het vocale, vormen een eenheid die gefundeerd is op de beginselen van de retoriek. Instrumentalisten werken met tekst, en zangers kunnen instrumentaal denken.

In artistieke zin zijn wij voortdurend in beweging. De kaders van het repertoire en de historische geïnspireerde uitvoeringspraktijk zijn helder, maar daarbinnen bestaat de grootst mogelijke vrijheid. Ook de jarenlange Matthäus-traditie houden we levendig door een open houding voor nieuwe inzichten en een voorliefde voor experiment. Dat gebeurt enerzijds door het tweemaaljaarlijks uitnodigen

van een bijzondere gastdirigent. In 2015 was dat de bas Stephan MacLeod, die zelf ook een solistenpartij voor zijn rekening nam. In 2017 komt de jonge Tsjechische dirigent Václav Luks. Anderzijds blijven ook de eigen musici zich verdiepen in Bachs monumentale compositie. Zo zal Jos van Veldhoven in 2018 opnieuw verrassend experimenteren met de opstelling.

De Bachvereniging is heel expliciet een *Nederlandse* Bachvereniging. We bouwen actief een publiek op van Groningen tot Maastricht en van Eindhoven tot Kampen. Ons ensemble is een van de weinige spelers die ervoor zorgen dat barokmuziek, uitgevoerd op het allerhoogste niveau, te horen is in nagenoeg heel Nederland.

Door het project All of Bach is de Bachvereniging ook koploper in het gebruik van nieuwe media bij het bereiken van publiek. Ons publiek is in twee jaar meer dan vertienvoudigd en in plaats van gemiddeld één keer per maand tijdens het seizoen, hebben we nu wekelijks contact met onze wereldwijde achterban, het hele jaar door.

Ondernemerschap

Behalve een ensemble is de Bachvereniging ook een concertorganisatie. Bijna 90% van onze concerten wordt in eigen beheer of in een partage-regeling met de zalen georganiseerd. Dat vraagt om een goed draaiende afdeling marketing en publieksservice. Met de komst van Eva Postema in 2015, die als hoofd bedrijfsvoering ook de marketing in haar portefeuille heeft, is ervoor gekozen om dit onderwerp een belangrijkere positie in de organisatie te geven. De gesubsidieerde podiumkunstensector is weliswaar niet marktgestuurd, maar enige vorm van marktgerichtheid is onontbeerlijk. Een eigen kaartverkoopsysteem en daarbij horende publieksservice zijn weliswaar arbeidsintensief, maar ook van onschatbare waarde bij het voeren van een adequaat marketingbeleid. Met ingang van 2016 maken we gebruik van de door het FPK ontwikkelde Monitor Podiumkunsten, een uitstekend instrument voor zelfevaluatie en koersbepaling.

Het financiële fundament van de Bachvereniging

De Bachvereniging verheugt zich in een breed maatschappelijk draagvlak, dat haar weliswaar niet onafhankelijk maakt van subsidies, maar haar wel een hoge graad van duurzame zelfredzaamheid geeft. Ongeveer 20% van onze inkomsten komt uit subsidies, circa 45% komt uit publieksinkomsten en de overige 35% procent is afkomstig uit particuliere bronnen (fondsen, donateurs, sponsors). De rijkssubsidie maakt het mogelijk om artistieke keuzes te maken die een wezenlijke aanvulling bieden op de vele Bach-uitvoeringen in het semi-professionele en het commerciële circuit, waarin steeds dezelfde werken worden uitgevoerd en vernieuwing ver te zoeken is. Verder biedt het ons de mogelijkheid om te blijven investeren in relatief minder rendabele speelplekken zoals Kampen, Groningen, Alkmaar en Maastricht.

De tweede termijn van ons partnership met Rabobank loopt na juli 2017 af. Op dit moment oriënteren wij ons daarom op een nieuwe hoofdsponsor.

A little help from our friends

Naast de eigen 'moederstichting', kent de Bachvereniging twee gelieerde stichtingen. In de Stichting Vrienden van de Nederlandse Bachvereniging zijn de particuliere donateurs ondergebracht: Vrienden en 'Bachfondsen'. De Bachvereniging heeft ongeveer 3.000 Vrienden die jaarlijks gezamenlijk ca. €120.000 doneren. Het Bachfonds is opgebouwd uit periodieke schenkingen van minimaal € 1.000 per jaar, voor ten minste vijf jaar. In 2015 kende de Bachvereniging 64 Bachfondsen, die samen € 87.950 bijdroegen.

In 2017 wordt de enigszins complexe en daardoor arbeidsintensieve vriendenstructuur vervangen door een nieuwe, transparante structuur die beter inspeelt op de verschillende behoeftes van publiek om zich aan de Bachvereniging te verbinden. De overgang naar de nieuwe structuur wordt momenteel uitgewerkt en voorbereid. De NBV is zich ervan bewust dat particuliere giften in velerlei vormen een steeds belangrijkere bron van inkomsten zullen worden en neemt al een aantal jaren deel aan een programma waarin zij ervaringen en knowhow op dat gebied uitwisselt met andere Nederlandse culturele instellingen (musea, festivals en orkesten). In de komende jaren zal de Bachvereniging, voornamelijk voor de financiering van All of Bach, ook crowdfunding toepassen.

De Stichting Ondersteuning is het eigen vermogensfonds van de Bachvereniging. Een 40-tal bedrijven ondersteunt de Bachvereniging via de Stichting Ondersteuning in ruil voor een bescheiden

tegenprestatie. Het bestuur bestaat uit 'captains of industry' die allen hun eigen accounts bijhouden. De Stichting Ondersteuning werd in 1990 opgericht, toen de continuïteit van de Bachvereniging in het gedrang kwam. Sedertdien bouwt zij gestaag een continuïteits- en risicoreserve op. Uit haar jaarlijkse sponsorinkomsten geeft de stichting ook structureel een dotatie aan de exploitatie van de Bachvereniging.

De vele bestuurders, sponsors en Vrienden zijn van onmetelijke waarde voor het draagvlak en de continuïteit van de Bachvereniging.

De financiering van All of Bach

Vanaf het begin was duidelijk dat het jubileumproject All of Bach niet uit de reguliere begroting van de Bachvereniging gefinancierd zou kunnen worden.

De seizoenconcerten die in het kader van All of Bach worden opgenomen, vallen natuurlijk wel binnen de gebruikelijke exploitatie, maar alle bijkomende aspecten van het project (de opnames, de extra uitvoeringen, de website, de sociale media, de marketing) zijn alleen maar mogelijk dankzij de genereuze bijdragen van een aantal particuliere schenkers, een handvol particuliere fondsen, onze partner Rabobank en de eigen Stichting Ondersteuning. Omdat All of Bach op kantoor nagenoeg volledig geïntegreerd is in de Bachvereniging, worden 3 fte's forfaitair betaald uit de projectbegroting.

De mensen die het doen

De **musici** van de Bachvereniging zijn allen freelancers. Er is geen sprake van vaste dienstverbanden, maar er is wel een zogenaamde kernbezetting die met voorrang wordt uitgenodigd. Die loyaliteit is wederzijds en betaalt zich uit in een sterk ontwikkelde speelcultuur. De Bachvereniging spant zich ervoor in haar musici een goed en marktconform honorarium te betalen, waarbij zelfstandigen een extra bedrag mogen factureren ten behoeve van een (eigen) pensioenregeling en/of ziekteverzekering. De directie overlegt geregeld met het IVO (Instrumentaal Vocaal Overleg) over deze aspecten van de arbeidsrelatie. Desalniettemin is de sowieso al precarie situatie van veel freelance musici de laatste jaren sterk verslechterd. Dat was ook de conclusie van een recent onderzoek dat de Raad voor Cultuur en de SER gezamenlijk uitvoerden. Het verdwijnen van de mogelijkheid om als zzp'er (met een VAR) bij ons te spelen of te zingen, zal allesbehalve helpen om de economische positie van de musicus te verstevigen.

De ambitieuze doelen die de Bachvereniging zich de komende jaren heeft gesteld, veronderstellen niet alleen een degelijke artistieke en financiële onderbouwing, maar ook een slagvaardige **kantoorbezetting**. De Bachvereniging stelt belang in een compact en daadkrachtig team van gedreven medewerkers. De tweehoofdige directie wordt gevormd door de artistiek leider en de directeur. Artistiek leider Jos van Veldhoven is verantwoordelijk voor alle artistieke zaken, met name concertprogramma's, casting, keuze voor gastdirigenten en kwaliteitsbewaking van het ensemble. Directeur Jan Van den Bossche geeft samen met het hoofd bedrijfsvoering Eva Postema leiding aan een kantoorstaf die is ondergebracht in de afdelingen Productie, Financiën en het cluster Marketing, Communicatie & Publieksservice. Daarnaast is hij hoofdredacteur van het platform All of Bach.

De Bachvereniging werkt met een klassiek bestuur-directiemodel volgens de richtlijnen van de Code Cultural Governance. Het **bestuur** stelt zich in de jaarlijkse evaluatie standaard de vraag of het huidige model nog in overeenstemming is met de werking en de ambities van de praktijk. De conclusie was in 2016 dat er vooralsnog geen reden is om het model ingrijpend te wijzigen. Wel zullen het algemeen en het dagelijks bestuur bijeengevoegd worden tot één bestuur en krijgt de directie meer zelfstandigheid en slagkracht. De taakverdeling tussen bestuur en directie wordt beschreven in een directiereglement. Op dit moment voert de Nederlandse Bachvereniging geen actief beleid op de Code Culturele Diversiteit.

Het publiek van de Bachvereniging

Iedereen krijgt bij zijn geboorte de muziek van Bach cadeau (vrij naar Coetzee). Bach is evident van groot belang voor de mensen die met enige regelmaat onze concerten bezoeken. Maar de gang naar de concertzaal of de kerk is voor anderen een te grote drempel. Toch zijn we ervan overtuigd dat Bachs muziek de levens van heel veel mensen kan verrijken. Zij biedt schoonheid, levensvreugde, inspiratie en troost. We willen ons in beginsel richten tot alle mensen die daarvoor ontvankelijk zijn, zowel via onze live concerten als online via All of Bach.

Het live concertpubliek

In ons publieksonderzoek wordt het publiek van de Bachvereniging gedefinieerd als gemiddeld 45+, hoger opgeleid en evenwichtig verdeeld tussen mannen en vrouwen. Het is een trouw en traditioneel publiek, in het algemeen kritisch maar lovend. Het contact met ons publiek is zeer hecht. Doordat we veel concerten in eigen beheer of in samenwerking met de concertzalen (partage) organiseren, weten we voor een groot deel wie ons publiek is. Dat maakt het mogelijk om marketing en communicatie af te stemmen op onze doelgroepen. We maken hierbij onder meer gebruik van een CRM-systeem, mailprogramma's en social media. Uit de hoge respons op e-mailacties en interactie op onze social media blijkt dat ons publiek zich in hoge mate bij de Bachvereniging betrokken voelt.

De Bachvereniging streeft naar de hoogste artistieke kwaliteit en het uitvoeren van enerzijds toegankelijk, maar aan de andere kant ook specialistisch repertoire. We zijn ons ervan bewust dat we daarmee soms wat meer een 'kennerspubliek' aanspreken. We streven dan ook niet alleen maar naar zoveel mogelijk mensen, maar wel naar een optimale zaalbezetting waarbij we ons vaste publiek behouden en daarnaast verbreden. In dit kader ondersteunt de Bachvereniging van harte een breed muzikaal landschap waarin zoveel mogelijk mensen zowel in aanraking komen met muziek, als zich daarin verder kunnen verdiepen.

Ons publiek is gewend aan de persoonlijke benadering waarmee de Bachvereniging zich onderscheidt en die persoonlijke band koesteren we. Tegelijkertijd blijven we onze dienstverlening ontwikkelen, onder andere door onze ticketing te digitaliseren. Daardoor maken we niet alleen een interne efficiëntieslag, maar kunnen we ook ons publiek nog beter van dienst zijn.

Publiek All of Bach

Hoewel onze concerten goed worden bezocht, zijn concertbezoek en cd-verkoop voor potentieel publiek niet vanzelfsprekend. We spelen daarop in door een groter en jonger publiek een concertbeleving te bieden via All of Bach; overal en op het moment dat zij daar behoefte aan hebben. Uit een eerste onderzoek blijkt dat het publiek van All of Bach inderdaad jonger, internationaler en meer online is georiënteerd dan het publiek bij de reguliere concerten. We hebben de ambitie om met All of Bach verschillende groepen te bedienen; zowel de professionals (in wording) als breed georiënteerde cultuurliefhebbers die meer willen zien, horen en weten van Bach en voor wie een website een toegankelijke manier is om met zijn muziek kennis te maken. Op deze manier willen we de komende jaren ook een wisselwerking bewerkstelligen tussen onze live concerten en All of Bach. Enerzijds bevat All of Bach immers prachtige content om Bach en de Bachvereniging bij een groter publiek onder de aandacht te brengen en kunnen we zo een nieuw publiek naar onze live concerten trekken. Anderzijds bouwen we met All of Bach aan onze internationale positie als vernieuwend en leidend barokensemble. In de afgelopen twee jaar hebben we vooral geïnvesteerd in de opbouw van de website en het maken van de eerste substantiële content. Na het bereiken van de mijlpaal van de honderdste release (januari 2016), ligt de focus binnen All of Bach in de komende jaren op nog betere (internationale) vindbaarheid, toegankelijkheid en deelbaarheid.

Marketingdoelstellingen

De marketingdoelstellingen voor de komende jaren zijn het bestaande publiek te behouden en het daarnaast waar mogelijk te vergroten en te verbreden. Om dit te bewerkstelligen beperkt marketing zich bij ons niet tot de 'p' van promotie, maar voeren we een structureel en integraal beleid met de andere drie 'p's' van product, prijs en plaats. Dit betekent een programmering waarbij populaire werken voor een groter en nieuw publiek worden afgewisseld met onbekender repertoire voor een meer geoefend publiek. Hierbij kijken we goed naar de plekken waar we spelen en zoeken we naar de juiste balans tussen onze artistieke eisen en locaties waar ons (potentiële) publiek zich welkom voelt. Ons prijsbeleid is gericht op een gezond evenwicht tussen betaalbare concerten en voldoende publieksinkomsten waarbij we een ruimhartig beleid voeren voor jonge mensen, studenten en CJP-houders die bij veel van onze concerten al voor tien euro een kaartje kunnen kopen.

De komende jaren investeren we meer in onderzoek naar ons publiek door middel van enquêtes en gesprekken, online en offline, zodat we vraag en aanbod nog beter op elkaar kunnen afstemmen. We ontwikkelen op feiten gebaseerde buyer persona's, brengen customer journeys in kaart en maken optimaal gebruik van ons CRM-systeem. Hiermee kunnen we marketing doelgericht en efficiënt inzetten.