

# Winteravonden aan de Amstel, een parel van een festival!

Russische kamermuziek in de Hermitage in Amsterdam.



## **Kerngegevens**

Organisatie:	Stichting Winteravonden aan de Amstel
Adres:	Nieuwe Prinsengracht 26-II 1018 XJ Amsterdam
KvK:	58932097
Website:	<a href="http://www.winteravondenaandeamstel.nl">www.winteravondenaandeamstel.nl</a>
Facebook:	<a href="https://m.facebook.com/winteravondenaandeamstel">https://m.facebook.com/winteravondenaandeamstel</a>
Telefoonnummer:	+31 6 413 63 875
Artistiek leider:	Anna Azernikova
Bestuur:	Stijn van den Ende, voorzitter Jan Erik Krikken, penningmeester Frank van Driel, secretaris Jurn Buisman Erik Hermida Elena Cherkesova
Naam festival:	Winteravonden aan de Amstel
Data:	Laatste week voor de kerst
Aantal concerten:	12
Aantal lezingen:	2
Aantal films:	1
Talentenproject:	1
Locaties:	Centrale festivallocatie: Hermitage Amsterdam Nieuwe Keizersgracht 1 Overige locaties: Muziekgebouw aan het IJ, Amstelkerk
Aantal bezoekers:	2000 - 2500

Inhoudsopgave

<b>Terugblik vanaf 2013 tot 2018</b>	4
1.1 Omvang, genres, en publieksontwikkeling	5
1.2 Jeugdaanbod en internationalisering	5
<b>2. Programmeringsprofiel</b>	6
2.1 Aanleiding van het festival	7
2.2 Artistieke visie	7
2.3 Artistieke visie vertaald naar de programmering	7
2.4 Meerwaarde van het festival	8
2.5 Doelen van het festival	9
<b>3. De publiekvisie</b>	10
3.1 Publiekvisie	10
3.2 Publieksverbreding	11
<b>4. Ambitie voor de komende jaren</b>	11
4.1 Kwantitatieve ambitie	11
4.2 Kwalitatieve ambitie	13
<b>5. Positionering van het festival</b>	15
5.1 Nationaal festival met internationale allure	15
5.2 Muziek in een museum maar dan anders	16
5.3 Samenwerking en partners	16
5.4 Marketing en PR	17
<b>6. Financieel meerjarenperspectief</b>	18

*“Het is een van de charmantste en sfeervolste winterfestivals, het geheel aan Russische kamermuziek gewijde ‘Winteravonden aan de Amstel’.”*<sup>1</sup> NRC Handelsblad. 17 december, 2018

In 2013 werd de eerste editie van Winteravonden aan de Amstel georganiseerd. Onder de bezielende leiding van artistiek directeur Anna Azernikova vindt in de periode voor de kerst een intiem festival plaats waar Russische muziek en kunst uit de Hermitage samenkomen. Azernikova, een internationaal gerespecteerd zangeres die studeerde aan het conservatorium van Moskou en later afstudeerde aan het conservatorium van Amsterdam, haalt tijdens het festival wereldberoemde (vaak Russische) topmuzikanten naar Amsterdam. Gedurende een week wordt er een gevarieerd programma samengesteld dat thematisch verbonden is aan de expositie in de Hermitage. De Hermitage gaat speciaal voor de concertbezoekers eerder open zodat zij de unieke kans hebben om voorafgaand aan het concert de expositie te bezichtigen. Naast professionele klassieke muziek van topkwaliteit is er ook aandacht voor jeugdige toptalenten uit Rusland en Nederland. Daarnaast wordt er randprogrammering in de vorm van films en lezingen aangeboden die het thema inhoudelijk nog verder verdiepen.



## 1. Terugblik vanaf 2013 tot 2018

---

<sup>1</sup> Mischa Spel. IJzersterk Borodin Kwartet speelt met één adem en ziel. NRC. Via: <https://www.nrc.nl/nieuws/2018/12/16/winteravonden-aan-de-amstelijzersterk-borodin-kwartet-speelt-met-een-adem-en-ziel-a3060835>

In dit hoofdstuk blikken we terug op de voorgaande edities. We evalueren de omvang en de aard van het festival waarbij de kijken naar de ontwikkeling van de artistieke focus, de disciplines/ genres, het jeugd aanbod en internationalisering / culturele diversiteit.

### **1.1 Omvang, genres, en publiek ontwikkeling**

De eerste editie van het festival Winteravonden aan de Amstel vond plaats in 2013. Het was voor het eerst dat initiatiefneemster Anna Azernikova een dergelijk project onder handen nam. Destijds organiseerde zij 6 concerten in de Hermitage waarmee het festival ca. 800 bezoekers trok. Tijdens de komende editie in 2019 worden er 9 concerten, 2 lezingen, 1 concertlezing, 1 filmvertoning, een open podium en een uitwisselingsproject van jeugdige toptalenten uit Rusland en Nederland geprogrammeerd. Vorig jaar trok het festival ruim 2000 bezoekers. Dit jaar hopen we op nog iets meer bezoekers. De programmering is dus omvangrijker en diverser geworden. Naast muziek is er een randprogrammering met filmvertoningen en lezingen; vorig jaar werd er bijvoorbeeld door een bekende pianist live muziek gespeeld te begeleiding van een stomme film.

Vanaf de eerste editie trekt het festival vooral muzikliefhebbers die afkomen op de internationaal bekende muzikanten. Een tweede doelgroep bestaat uit kunstliefhebbers die aangetrokken worden door de verbinding met de expositie en de unieke kans om de expositie exclusief te bezichtigen voorafgaande aan het concert. Het publiek is de laatste jaren sterk gegroeid; we bereiken nu tweemaal zoveel bezoekers en hier zit zeker nog groeipotentie in.

### **1.2 Jeugd aanbod en internationalisering**

Vanaf de start van het festival staat internationalisering centraal. De artiesten die optreden zijn wereldwijd toonaangevend in de klassieke muziek. Vaak zijn dit Russische muzikanten. Dat topmuziek en Rusland goed samengaan is geen toeval. Het cultuuronderwijssysteem in Rusland is anders dan in de rest van de wereld. Reeds op jonge leeftijd worden talenten opgeleid. Zij krijgen dan al vakken zoals solfège en muziekgeschiedenis. In Nederland komen muzikanten pas met deze vakken in aanraking op het conservatorium. Het is ook geen toeval dat Russische topmuzikanten graag willen optreden voor Winteravonden aan de Amstel. Azernikova doorliep ook het Russische muziekonderwijs en veel wereldberoemde muzikanten kent zij persoonlijk.

Vanaf 2016 werd er een bijzonder project toegevoegd aan het festival: een uitwisselingsprogramma met Russische en Nederlandse jeugdige toptalenten. Leerlingen van het Moskouse conservatorium en winnaars van het Prinses Christina Concours studeren samen een familieconcert in. Vaak is dit een bekend stuk zoals Peter en de Wolf (2017) of de Notenkraaker (2019). Dit familieconcert gaat vergezeld van een vertelling door Frank Groothof en wordt drie keer opgevoerd. De uitvoeringen van het uitwisselingsproject trekken een heel ander publiek dan de twee eerdergenoemde doelgroepen. Met dit project worden vooral gezinnen bereikt met (soms nog hele jonge) kinderen!



## 2. Programmeringsprofiel

In dit hoofdstuk gaan we in op de missie en visie van het festival en hoe deze zich vertalen in de programmering. Ook vertellen we wat de meerwaarde van het festival is.

## 2.1 Aanleiding van het festival

Het festival is geïnspireerd op het internationale muziekfestival 'December Nights of Sviatoslav Richter'. In 2019 wordt in Moskou de 39e editie hiervan georganiseerd. Sviatoslav Richter, pianist, theatermaker, schilder was een multitalent dat klassieke muziek in het Poesjkin Museum bracht om zo een optimale synergie tussen beeldende kunst en podiumkunst te bereiken. Het festival groeide uit tot toonaangevend in de wereld. Anna Azernikova is van mening dat het concept van Richter ook in Nederland past. De basisgedachte van het festival is dat door de thematische verbinding van het muzikale programma met de expositie in de Hermitage de verschillende kunstdisciplines optimaler worden beleefd; de verschillende disciplines versterken elkaar. Azernikova vertaalt het thema van de expositie van de Hermitage naar een aansprekend programma met internationale (vooral Russische) topmuzikanten tijdens het festival Winteravonden aan de Amstel.

## 2.2 Artistieke visie

Door de muziek te ervaren in relatie tot de kunstobjecten ontstaat een context waarin de concertganger de muziek kan plaatsen, wat tot een andere beleving leidt. Andersom werkt het natuurlijk ook: je ervaart de kunstwerken anders door ze te zien in de context van de muziek. Dat muziek en beeldende kunst elkaar kunnen beïnvloeden en versterken is niet nieuw. Kandinsky schilderde zijn meesterwerk *Impression III (Konzert)* na een concert op 2 januari 1911 van Arnold Schönberg. Het concert had zoveel indruk op hem gemaakt dat hij het in een schilderij wilde vatten.<sup>2</sup> Rachmaninov deed het andersom, hij zette het schilderij *Toteninsel* van Arnold Böcklin op muziek. Door gebruik van ritme en aanzwellende muzikale golven verbeeldde hij de mythische rivier de Styx en zijn veerman.<sup>3</sup> Tijdens Winteravonden aan de Amstel wordt het publiek getrakteerd op een totaalbeleving.

### Missie-statement

Het missie-statement van het festival is dat door het in samenhang presenteren van verschillende kunstdisciplines de beleving van de kunsten versterkt en verrijkt wordt.

## 2.3 Artistieke visie vertaald naar de programmering

De afgelopen 6 jaar heeft er een sterke ontwikkeling plaatsgevonden in het invullen van de artistieke visie. De artistiek directeur slaagt er steeds beter in om het thema van de expositie door te vertalen naar een aansprekend festivalprogramma. In eerdere edities lag de vertaling van de expositie naar programmering soms nog enigszins voor de hand; bij de tentoonstelling van Franse impressionisten werd bijvoorbeeld ook Franse muziek geprogrammeerd. Azernikova zoekt nu naar minder voor de hand liggende verbanden, waardoor de programmering het publiek verrast en uitdaagt om te zoeken naar de relatie tussen de verschillende kunstdisciplines.

---

<sup>2</sup> Hans Masselink. *Klank en Kleur*. Trouw. Amsterdam: 11 feb. 2010. Via: <https://www.trouw.nl/nieuws/klank-en-kleur~bf5da0a0/>

<sup>3</sup> Dodeneiland (Rachmaninov). Via: [https://nl.m.wikipedia.org/wiki/Dodeneiland\\_\(Rachmaninov\)](https://nl.m.wikipedia.org/wiki/Dodeneiland_(Rachmaninov))

Het proces om te komen tot een programmering begint altijd met research van en associaties over het thema van de expositie. In 2017 vond de tentoonstelling 'Hollandse Meesters' plaats. Voor het eerst sinds de 18e/19e eeuw waren de schilderijen weer terug in Nederland. Klassieke muziek uit die tijd is schaars en bood niet voldoende materiaal. Azernikova keek toen naar de omstandigheden van de tijd waarin de werken van de Hollandse meesters naar St. Petersburg verhuisden. Het was de tijd van tsaar Nicolaas I die de omvangrijke collectie Hollandse meesters kocht van zijn zuster Anna Paulowna. Paulowna kampte met torenhoge schulden na het overlijden van haar man koning Willem II en had de opbrengst van de schilderijen nodig. In deze tijd bloeiden in Rusland de zogeheten 'muzieksalons': notabelen organiseerden in hun huizen intieme muzikale bijeenkomsten. Zo kon men in de beroemde muzieksalon van de gebroeders Vieltgorsky luisteren naar Glinka, Liszt, Schumann, Meyerbeer, Verdi of Wagner. Deze muzieksalons en verwante componisten vormden de inspiratie van de programmering van het festival in 2017. Voorgaande edities kenden de volgende thema's:

- 2013 – Russische Liefde voor Franse Kunst
- 2014 – Dining with the Tsars
- 2015 – Richter 100 jaar (tentoonstelling: Spaanse meesters)
- 2016 – Catharina de Grootste
- 2017 – Hollandse Meesters / Meesterlijke Russen
- 2018 – Classical Beauties

Tijdens de komende editie is in de Hermitage een expositie te zien over mode en juwelen van de high society aan het Russische hof. Volgens Azernikova gaat deze expositie over verleiding en versiering. Juwelen versieren de drager, ze maken de drager aantrekkelijker om zo liefdespartners te verleiden. Dat gebeurde ook in de muziek. Versieren is een muzikale techniek die als doel heeft een toon of een groepje tonen of een harmonie van specifieke ornamenten te voorzien om het muziekstuk aantrekkelijker te maken. In barokke muziek was het gebruikelijk om niet alle versieringen te noteren, het invullen van de harmonie en melodie werd aan de muzikant overgelaten, die dan al improviserende de vele versieringen kon toepassen. In de tijd van Bach werd het steeds gebruikelijker om de versieringen uit te schrijven in de bladmuziek. Dit soort versieringen staan tijdens de 7e editie van Winteravonden aan de Amstel in 2019 centraal.

## **2.4 Meerwaarde van het festival**

De meerwaarde van het festival is driedelig:

1. Muziek in het museum! Muziek in het museum is natuurlijk niet ongewoon, tijdens de Museumnacht bijvoorbeeld staan deejays in de musea te draaien. Of een museum richt een expositie in over muziekgeschiedenis of muziekinstrumenten. Vaak is er dan ook een specifieke bedoeling; de Museumnacht is erop gericht om jongeren naar het museum te trekken, en als je deze laat openen door een bekende popartiest als Jett Rebel trekt dat ander publiek. Winteravonden aan de Amstel beoogt dat niet, het is geen marketingtruc om het museum onder de aandacht te brengen bij het publiek. Dat is ook niet nodig, want de Hermitage loopt goed. Bij Winteravonden aan de Amstel gaat het echt om de verbinding tussen de twee kunstdisciplines, muziek en



beeldende kunst. De reden om muziek in het museum te brengen is van inhoudelijke aard. De programmering van het festival ontstaat vanuit het thema van de voorstelling. Daarmee is Winteravonden aan de Amstel uniek als het gaat om muziek in het museum.

2. Luisteren naar topmusici in een intieme setting. Winteravonden aan de Amstel programmeert topmuzikanten die wereldwijd een naam en faam hebben opgebouwd. Zo staan er elke editie wel één of meerdere meesterpianisten op het podium. Muzikanten die normaliter in volle concertzalen staan, spelen nu in de Kerkzaal van de Hermitage voor maximaal 200 mensen. Een unieke ervaring. Winteravonden aan de Amstel kan dit doen door het netwerk van de artistieke directeur Azernikova. Zij kent de muzikanten persoonlijk en voor haar komen ze naar Amsterdam. Een uniek sellingpoint!
3. Uitwisseling van toptalenten uit Rusland en Nederland. Het uitwisselingsproject van Russische en Nederlandse muzikale jonge toptalenten is een buitenkans om kennis te maken met elkaars cultuur en elkaars muzikale vaardigheden. De Russische jongeren worden heel anders opgeleid dan de Nederlandse. Wat kunnen zij van elkaar leren? Een andere meerwaarde in dit project zit ook in het concertrepertoire. De muzikale uitvoering van een sprookje is een familievoorstelling waar een breed publiek op afkomt.

## 2.5 Doelen van het festival

Naast de visie, de missie en de meerwaarde formuleren we de volgende doelen:

- We willen hét Nederlandse festival van Russische kamermuziek zijn. Er is geen concurrentie, we zijn het enige festival met Russische kamermuziek in Nederland. Dit terwijl de historische banden tussen Nederland en Rusland, en de belangstelling voor de Russische cultuur, altijd groot zijn geweest.
- We willen het Nederlandse publiek kennis laten maken met de rijke muzikale traditie van de Russische kamermuziek en de crème de la crème van de Russische klassieke-muziekwereld.
- We willen dat het publiek de muziek intens beleeft, in een informele, intieme sfeer van de Kerkzaal in de Hermitage Amsterdam. We programmeren musici die normaal gesproken alleen in grote zalen te horen zijn.
- Om de bekendheid van Russische kamermuziek te verbreden, presenteren we niet alleen bekend werk maar ook minder bekend werk van (Russische) componisten.
- We willen Nederlandse jonge muzikanten kennis laten maken met Russische jonge muzikanten, van elkaar leren, ontmoeten en een muzikale vriendschap voor het leven opbouwen.
- We willen jong talent een podium geven tussen de internationale sterren. Jonge muzikanten bouwen zo podiumervaring op en ontwikkelen hun presentatiekwaliteiten.
- We willen een ontspannen ontmoetingsplek voor Russen en Nederlanders zijn waar muziek en kunst ons verbinden in vriendschap. De onder druk staande politieke relatie tussen de landen heeft grote impact op het bedrijfsleven en in Nederland wonende en werkende Russen en andere Oost-Europeanen. We blijven dus stimuleren dat bedrijven en de Russische ambassade op feestelijke wijze met hun gasten naar de concerten komen. Met de vertellingen en lezingen over de liefde voor

de Russen, de Russische cultuur, het Russische landschap en Russische herinneringen als intermezzo bij alle concerten, benadrukken we de intermenselijke factor.

## 3. De publiekvisie

### 3.1 Publiekvisie

Klassieke muziek, kunst, kunstenaars en musici zijn altijd in staat geweest in moeizame tijden de band tussen verschillende (politieke) culturen vorm te geven, ook in politiek stoeve dagen. De maatschappelijke relevantie van een positieve samenwerking en verbinding tussen Russische en Nederlandse culturele organisaties, musici en publiek in een Russisch getint kamermuziekfestival valt niet te onderschatten en blijft van belang in deze tijden van toenemende negatieve spanning tussen beide landen. De Hermitage en Winteravonden aan de Amstel vormen hier levend bewijs van. Het dubbelticket is een prachtig concept voor liefhebbers om gezamenlijk van kunst en muziek te genieten.

Voor de eerste editie van het festival was de verwachting dat de doelgroep vooral uit muziek- en kunstliefhebbers zou bestaan. Maar er bleek een derde doelgroep relevant: het festival trok een groep mensen van Oost-Europese origine. Inmiddels vormen deze concertbezoekers een substantieel deel van de vaste bezoekers. Het festival kan met recht stellen dat zij in een Nederland instromende en verblijvende minderheid aan zich heeft

gebonden. We willen die doelgroep blijven faciliteren zonder andere potentiële publieksgroepen te veronachtzamen.

De handelsbetrekkingen en de politieke relatie tussen beide staten staan ernstig onder druk. Dat heeft gevolgen voor het bedrijfsleven en heeft ook een impact op in Nederland wonende en werkende Russen en andere Oost-Europeanen. We blijven dus stimuleren dat bedrijven en de Russische ambassade op feestelijke wijze met hun gasten naar de concerten komen. Met de vertellingen en lezingen over de liefde voor de Russen, de Russische cultuur, het Russische landschap en Russische herinneringen als intermezzo bij alle concerten, benadrukken we de intermenselijke factor.

### **3.2 Publieksverbreding**

Met een artistiek sterke programmering en een toenemende diversiteit in het aanbod (kinderconcerten en meer onderscheid tussen recitals en salons) neemt het potentieel aan publiek toe. Met de start van het uitwisselingsproject zijn ook gezinnen met (soms zeer) jonge kinderen een doelgroep van het festival geworden. In deze verbreding zien we nog meer mogelijkheden. In de editie van 2019 willen we starten met een open podium, een project waarbij we jong talent (van 4 tot 16) dat nog niet klaar is voor deelname aan het uitwisselingsproject, de kans bieden om podiumervaring op te doen. Het open podium moet een vliegwiel worden voor jong toptalent. De kinderen zien en ervaren waar een muzikale ambitie toe kan leiden (van open podium tot uitwisselingsproject tot topmuzikant). Bovendien brengen we op deze manier een nieuwe doelgroep (kinderen en ouders) in aanraking met kwalitatief hoogwaardige muziekconcerten.

## **4. Ambitie voor de komende jaren**

In dit hoofdstuk gaan we in op de belangrijkste ambities voor de komende twee edities ten aanzien van de programmering. We beschrijven hoe we het festival de komende jaren verder willen ontwikkelen

### **4.1 Kwantitatieve ambitie**

Op dit moment bereikt het festival ca. 2000 bezoekers per jaar. Maar we merken dat er ruimte is voor (bescheiden) groei. De komende twee jaar willen we doorgroeien naar 2500 bezoekers. Hiermee staan we meteen voor een logistieke uitdaging: de Kerkzaal van de Hermitage biedt slechts plaats aan 200 bezoekers. Dit is een grote beperking bij de kwantitatieve ambities van het festival. Maar tevens is de locatie de belangrijkste succesfactor voor de intieme en unieke setting waarin topmuzikanten spelen die normaliter alleen in hele grote concertzalen te beluisteren zijn. Ook de uitwisseling met de kunst in de Hermitage is de kracht van het festival. Dus onze kracht is tevens onze grootste belemmering. Hiermee moeten we dealen. Vandaar dat onze kwantitatieve groeiambities

bescheiden zijn. We willen groeien tot 2500 bezoekers. Om meer publiek te kunnen bereiken zijn er vier strategieën:

1. Onze bezettingsgraad in de Hermitage is 85,3%; dit kan omhoog, we streven naar een dekkingsgraad van 90%.
2. Om meer publiek te bereiken moeten we meer activiteiten programmeren.
3. Voor bepaalde activiteiten kunnen we uitwijken naar andere locaties.
4. We gaan steviger inzetten op marketing en PR.

In 2018 hebben we gebruik gemaakt van zalen buiten de Hermitage. Dit heeft twee voordelen: we kunnen meer publiek kwijt (dat genereert meer inkomsten), en de andere zalen zijn goedkoper dan de Hermitage. De samenwerking met het Muziekgebouw aan het IJ is ons goed bevallen en we willen deze continueren. We zullen echter niet de Hermitage verlaten omdat het museum het hart vormt van het concept van het festival. De praktische beperkingen (beperkte mogelijkheden tot gebruik van de zaal, relatief hoge kosten, bescheiden maximumcapaciteit) kunnen door bovengenoemde strategieën worden opgevangen.

We zien de groei van het publiek vooral in de verbreding. Kunst- en muziekfijnproevers en bezoekers met een connectie met Rusland blijven een belangrijk deel van het publiek, maar we zien ontwikkelcapaciteiten in het bereiken van gezinnen en jongeren. Deze doelgroepen zullen niet direct afkomen op het programma van topmusici, maar wel op het uitwisselingsproject en het open podium. De stap om vanaf daar naar één van de topconcerten te gaan is dan niet meer zo groot. We willen deze ontwikkeling stimuleren. De activiteiten op het gebied van cultuureducatie en talentontwikkelingen krijgen de komende edities meer ruimte.

Concreet betekent dit:

Editie 2019:

- We bereiken 2200 bezoekers door meer activiteiten en betere marketing van het festival.
- In het kader van het uitwisselingsproject voor Russische en Nederlandse jonge talenten wordt minimaal drie keer opgetreden, waarmee ruim 700 bezoekers worden bereikt.
- We gaan een open podium introduceren voor jonge musici. Kinderen krijgen een podium en spelen voor familie en vrienden. Deze activiteit trekt 200 bezoekers.

Editie 2020:

- We bereiken 2500 bezoekers door meer activiteiten en betere vermarkting van het festival.
- In het kader van het uitwisselingsproject voor Russische en Nederlandse jonge talenten wordt minimaal vier keer opgetreden, waarmee ruim 1000 bezoekers worden bereikt (minimaal twee optredens vinden plaats buiten de hoofdstad, daarmee vergroten we ook onze bekendheid in het land).
- We organiseren een open podium voor jonge musici. Kinderen krijgen een podium en spelen voor familie en vrienden. Deze activiteit trekt 200 bezoekers.

- We organiseren minimaal één concert in het Muziekgebouw aan het IJ en trekken daarmee 500 bezoekers.

#### 4.2 Kwalitatieve ambitie

We bieden topkwaliteit als het gaat om Russische kamermuziek die wordt aangeboden in een topmuseum en thematisch verbonden is aan een expositie met topstukken. Wij willen de huidige kwaliteit handhaven. Dat klinkt niet ambitieus, maar handhaving van de huidige kwaliteit staat onder druk. Het is ieder jaar een enorme klus om voldoende subsidies en sponsors te vinden. Veel Russische sponsors hebben zich noodgedwongen moeten terugtrekken vanwege de sancties van de EU. We moeten dus realistisch zijn in onze ambities. Als we meer publiek trekken en dus iets meer eigen inkomsten verwerven, kunnen we, uitgaande van het huidige budget, de huidige kwaliteit handhaven. De succesfactoren van de kwaliteit zijn:

1. De basis van het festival is en blijft Russische kamermuziek in een combinatie van bekende en minder bekende stukken en gepresenteerd in de Hermitage.
2. Elke editie boeken we minimaal twee artiesten die internationaal aan de top staan, de grote publieksfavorieten!
3. De randprogrammering bestaat minimaal uit 2 lezingen en één filmvertoning, alles in relatie tot het thema.
4. We streven naar meer of andere crossovers met andere kunstdisciplines om zo de missie van het festival dat door het in samenhang presenteren van verschillende kunstdisciplines de beleving van de kunsten versterkt en verrijkt wordt nog verder uit te werken.
5. Het festival is afhankelijk van de tentoonstelling die de Hermitage programmeert. Pas als de Hermitage haar programmering rond heeft, kunnen wij aan de slag. Het zou een enorme meerwaarde hebben als we in een eerder stadium betrokken kunnen worden. Samen zoeken naar een gedeeld concept, dat is onze droom. Daarvoor is het belangrijk dat het festival wint aan naamsbekendheid, zodat ook de Hermitage de meerwaarde gaat zien.

#### Programmering 2019

De expositie die in 2019 is te zien in de Hermitage gaat over mode en juwelen van de high society aan het Russische hof. Tijdens de expositie schitteren hier fabelachtige juwelen. Denk aan sieraden voor feesten, met een geheime boodschap of juwelen die dienden om te onderscheiden of om anderen jaloers te maken. Volgens Azernikova gaat deze expositie over verleiding en versiering. Juwelen versieren de drager, ze maken de drager aantrekkelijker om zo liefdespartners te verleiden. In de muziek wordt ook gebruik gemaakt van versieringen. Versieren is een muzikale techniek die als doel heeft een toon of een groepje tonen of een harmonie van specifieke ornamenten te voorzien om het muziekstuk aantrekkelijker te maken. Versiering of variatie kan worden ingezet om toehoorders te imponeren. Of om een zekere interpretatievrijheid te suggereren. Versieren in de muziek dient allerlei doelen en verleiden is er daar één van. De artistiek directeur stelde zichzelf bij het ontwerpen van het programma de vraag *op welke manieren componisten en hun opdrachtgevers muziek inzetten ter ondersteuning van verleiding en rituelen rond het begin*

*van de liefde, de bestendiging daarvan en de beloofde eeuwige trouw, tenminste tot de dood ons scheidt.* De editie 2019 zal dus draaien om twee hoofdlijnen: **versieren en verleiden!** Vanwege de versieringen in de muziek zal het festival dit jaar rijk zijn aan transcripties en variaties.

In de editie 2019 wordt er bijvoorbeeld een concert gewijd aan de transcripties van Rachmaninov met Evelina Vorontsova op de piano. Winteravonden aan de Amstel editie 2019 gaat ook over componisten die zich lieten inspireren door (onbeantwoorde) liefdes. Zo zal een instrumentaal ensemble met Olga Pashchenko op de piano zich wagen aan de serenade die Glinka componeerde toen hij Donizetti's 'Anna Bolena' zag. Dit stuk zal voor zover wij weten, voor de eerste keer worden opgevoerd in Nederland. Het concert *Composer in Love*, laat ons stukken horen die zijn opgedragen aan geliefden. Voor het concert *Versieren en Verleiden Deel 2* boekten we de internationaal bekende cellist Alexander Kniazev, die samen met de in Amsterdam woonachtige pianiste Klara Wurtz o.a. de vioolsonate van Franck zal spelen. Deze vioolsonate was als huwelijkscadeau opgedragen aan de componist en vioolvirtuoos Eugene Ysaÿe. Ook zal de meesterpianist Severin von Eckardstein optreden. Voor het volledige programma van 2019, zie Bijlage 1.

#### Programmering 2019

- Voor 2019 is het thema *Versieren en Verleiden*. Twee internationale toptartiesten - Severin von Eckardstein en Alexander Kniazev - zijn de sterren die naar Nederland komen.
- De randprogrammering bestaat uit minimaal 2 lezingen. In 2019 zal Olga de Kort ingaan op *Versieringstradities in de muziek van Bach tot Rachmaninov*. Ook is er een concert/lezing over het Keizerlijk Russisch Muzikaal Genootschap en de rol van de tsarenfamilie in het muziekonderwijssysteem in Rusland (de grondleggers van de muziekscholen verkochten hun juwelen om muziekles te geven aan kinderen). Victor Ryabchikov zal op piano de lezing en de begeleidende muziek verzorgen.
- In 2019 vertonen we de film 'Theremin, an electronic Odyssey'.

#### Programmering 2020 en daarna

We kunnen nu nog niks zeggen over de inhoud van de volgende edities omdat de exposities van de Hermitage nog niet bekend zijn. Wel zullen we in gesprek blijven met de Hermitage om te proberen hier wat meer lijn in te krijgen. Zodra bekend is welke expositie de Hermitage ten tijde van het festival gaat programmeren, begint bij ons de brainstorm over het thema en de vertaling van het thema naar de programmering.



## 5. Positionering van het festival

### 5.1 Nationaal festival met internationale allure

In Nederland worden best veel kamermuziekfestivals georganiseerd, bijvoorbeeld het Internationale Kamermuziekfestival in Utrecht, en de festivals in Delft en Ede en op Schiermonnikoog. De overeenkomst tussen deze festivals is dat ze breed programmeren op het gebied van internationale kamermuziek. Het Utrechtse festival heeft vorig jaar zijn festivaldatum verplaatst naar de decembermaanden. Het festival in Utrecht volgt op Winteravonden aan de Amstel. Toch zien wij deze festivals niet als concurrent omdat zij zich niet specifiek richten op Russische muziek en omdat ze niet plaatsvinden op bijzondere locaties, met uitzondering van Schiermonnikoog. Op Schiermonnikoog wordt bij de uitvoering van het festival gebruik gemaakt van de natuur op het eiland. De unieke locatie op Schiermonnikoog is echter van een geheel andere orde dan de locatie van Winteravonden aan de Amstel. Tijdens het Nederland-Ruslandjaar in 2013 organiseerde men in Maastricht een Russisch Kamermuziekfestival. Dit was echter een eenmalige activiteit. Winteravonden

aan de Amstel is dus hét Russische kamermuziekfestival in Nederland; er zijn geen andere Russische kamermuziekfestivals in Nederland.

Wat is er nu zo bijzonder aan Russische kamermuziek? Russische componisten zijn bekend om hun grote, bombastische theatrale opera's en balletten. Maar in de 19e eeuw ontstond er ook een enorme schat aan kamermuziek. Daarbij is er een lange traditie (ooit geïnitieerd door de tsarenfamilie) van excellent muziekonderwijs. Er is niet alleen een enorm repertoire aan Russische kamermuziek, maar ook komt een substantieel deel van de internationale topmuzikanten uit Rusland. Dat maakt dat er voldoende materiaal en artiesten zijn om keer op keer een mooi festival neer te zetten. Dat er in Nederland een dependance van de Hermitage St. Petersburg staat waarbinnen het festival plaatsvindt, is een volgende factor die Winteravonden aan de Amstel tot een uniek festival maakt.

In het buitenland kent men overigens ook festivals die zich enkel toelagen op Russische kamermuziek. In Seattle (VS) wordt jaarlijks een beroemd festival van Russische kamermuziek georganiseerd door de Russian Chamber Music Foundation of Seattle. In Hamburg wordt ook jaarlijks een Russian Chamber Music Festival georganiseerd. En hét festival der Russische kamermuziek is natuurlijk December Nights van Richter in Moskou. Al deze festivals zijn groot en trekken een internationaal publiek. Dit geeft aan dat Russische kamermuziek in de belangstelling staat van muziekliefhebbers over de hele wereld.

## **5.2 Muziek in een museum maar dan anders**

Muziek in het museum is niet ongewoon, tijdens de Museumnacht staan deejays en muzikanten tussen de kunstwerken of richten musea exposities in over muziekgeschiedenis of muziekinstrumenten. Vaak er dan wel een instrumentele bedoeling, maar geen inhoudelijke. De Museumnacht is erop gericht om jongeren naar het museum te trekken, en als je deze laat openen door een bekende popartiest als Jett Rebel trekt dat ander publiek. Winteravonden aan de Amstel is geen marketingtruc om het museum onder de aandacht te brengen bij het publiek. Dat is ook niet nodig want de Hermitage loopt goed. Bij Winteravonden aan de Amstel gaat het echt om de inhoudelijke verbinding tussen de twee kunstdisciplines, muziek en beeldende kunst. De programmering van het festival ontstaat vanuit het thema van de voorstelling. Het concept van Richter, waarbij muziek thematisch verbonden wordt aan de tentoonstellingen in de Hermitage, bestaat niet in de vorm van een festival in Nederland. Daarmee is Winteravonden aan de Amstel uniek in Nederland als het gaat om muziek in het museum.

## **5.3 Samenwerking en partners**

Samenwerking in Amsterdam

- Hermitage, locatie van het festival en partner.
- Muziekgebouw aan het IJ, in 2020 en in 2021 zullen we daar weer activiteiten ontplooiën.
- Amstelkerk, in eerdere edities hebben we daar activiteiten uitgevoerd
- Lutherse Kerk / Museum
- Tassenmuseum
- Geelvinck Salon, voor publiciteit.



- Conservatorium Amsterdam, Sweelinck Academie, in het kader van het uitwisselingsproject.
- Bimsystems
- Uilenburger Sjoel
- De Duif (zaal)

### 5.3 Samenwerking in de regio

- De Russische ambassade in Den Haag. Werkt samen op het gebied van sponsoring en netwerken. Zij geven verder bekendheid aan ons festival op hun website en Facebook-pagina
- Stichting Vrije Val van Frank Groothof uit Purmerend; Frank bewerkt het stuk voor het uitwisselingsproject
- Talentenklas Utrecht, in het kader van het uitwisselingsproject
- Russische School in Voorburg, promotie voor het uitwisselingsproject

### Internationale samenwerking

- Gnessin School of Music, Moskou. In het kader van het uitwisselingsproject
- Spivakov Fonds in Moskou
- Solveig, zangschool in Moskou

## 5.4 Marketing en PR

In 2018 hebben we ons voorgenomen om steviger in te zetten op marketing en PR. Het doel was vooral het vergroten van de naamsbekendheid van het festival. 'Een begrip worden' is niet binnen een jaar gerealiseerd; dit vraagt om jarenlange heldere, aansprekende en eenduidige communicatie. In 2019 hebben wij het marketingplan geactualiseerd. De belangrijkste wijziging is een duidelijke propositie van het festival, namelijk Winteravonden aan de Amstel, een parel van een festival!. Daarnaast gaan we werken met een permanente campagne. Daar waar we in het verleden alleen in de aanloop naar het festival campagne voerden, gaan we dat nu het hele jaar doen. Ook zullen we onze aanwezigheid op social media gaan uitbreiden. We gaan twitteren en instagrammen! Zie voor meer informatie ons Marketingplan 2019.

## 6. Financieel meerjarenperspectief

Het is elk jaar weer een hele klus om de financiering rond te krijgen. Toen de relatie tussen Nederland en Rusland (en Rusland en Europa in het algemeen) verslechterde door de annexatie van de Krim en de tragische vliegcrash met de MH17 werd het moeilijker voor de stichting om sponsors te vinden. We zijn dus voor een groot deel afhankelijk van publieke en private fondsen.

Het festival verwerft elk jaar circa € 25.000 aan inkomsten uit kaartverkoop. In de Hermitage is er sprake van een vlakke vloer en geen ophoop in de tribune. Dat betekent dat niet alle plaatsen goed zicht hebben op het speelveld. Daarom werken we met rangprijzen. Een eersterangs kaart kost € 40,-. Een trendmatige verhoging kunnen we toepassen, maar meer speelruimte zit hier niet in. De faciliteiten in de Hermitage beperken de mogelijkheden om daar meer publiek en dus meer inkomsten te genereren. Door jaarlijks minimaal twee concerten te programmeren in het Muziekgebouw aan het IJ moet het mogelijk zijn om in vier jaar toe te werken naar een bedrag van € 35.000 eigen inkomsten uit kaartverkoop.

Het streven is om meer financiële zekerheid te krijgen door een beroep te doen op meerjarige subsidieregelingen voor festival. Deze mogelijkheden zijn er bij het Fonds Podiumkunsten (voor 2 jaar) en bij het Amsterdamse Fonds voor de Kunsten (4 jaar). Opname in zo'n regeling zou zekerheid voor een deel van de inkomsten betekenen, en dat zou de kwaliteit van het festival ten goede komen: we kunnen dan eerder artiesten vastleggen en zalen bespreken.

Onderstaande meerjarenbegroting laat zien dat de grootste kostenpost van het festival bestaat uit inhuur van derden, en dan vooral de muzikanten. Ook de reis- en verblijfkosten zijn een forse kostenpost. De inkomsten zijn verdeeld in kaartverkoop, sponsorbijdragen en publieke en private subsidies. De inkomsten uit kaartverkoop bedragen 24% van de totale inkomsten, en dit kan oplopen naar 32% in 4 jaar tijd. De sponsorbijdrage is ca. 5% van de totale inkomsten. Publieke fondsen dragen ongeveer 47% bij en private fondsen 24% van de totale inkomsten.

Meerjaren-financiering							
Editie 2019	Begroting			Dekking			
	Kosten derden, directe kosten, honoraria, zaalhuur en faciliteiten	€	84.310,00		Verkoop kaarten	Uitkoopsommen en recettes	€ 25.000,00
	Marketing en PR	€	11.690,00		Sponsoring		
	Organisatiekosten	€	9.000,00			Hotel de l'Europe	€ 2.500,00

	Onvoorzien	€ 2.000,00			Overig	€ 2.000,00
				Publieke fondsen		
					Amsterdams Fonds voor de Kunsten, projectsubsidie	€ 20.000,00
					Fonds 21	€ 10.000,00
					Fonds voor Cultuurparticipatie internationalisering	€ 20.000,00
				Private fondsen	VSB Fonds	€ 10.000,00
					Sena / Turingfonds	€ 10.000,00
					PB Cultuurfonds	€ 2.000,00
					Gravin van Bylandt	€ 2.000,00
					Zabawas	€ 3.500,00
<b>Totaal</b>		<b>€ 107.000,00</b>				<b>€ 107.000,00</b>
<b>Editie 2020</b>	<b>Begroting</b>			<b>Dekking</b>		
	Kosten derden, directe kosten, honoraria, zaalhuur en faciliteiten	€ 84.000,00		Verkoop kaarten	Uitkoopsummen en recettes	€ 32.000,00
	Marketing en PR	€ 12.000,00		Sponsoring		€ 6.000,00
	Organisatiekosten	€ 9.000,00		Publieke fondsen		
	Onvoorzien	€ 2.000,00			AFK	€ 25.000,00
					Fonds Podiumkunsten (2-jarige programmaregeling)	€ 13.000,00
					Provincie NH Lokaaloverstijgende projecten	€ 15.000,00
				Private fondsen		
					Van den Bergh Heemstede	€ 3.000,00
					VSB Fonds	€ 10.000,00
					Diorapthe	€ 3.000,00
		<b>€ 107.000,00</b>				<b>€ 107.000,00</b>
<b>Editie 2021</b>	<b>Begroting</b>			<b>Dekking</b>		

	Kosten derden, directe kosten, honoraria, zaalhuur en faciliteiten	€	84.000,00		Verkoop kaarten	Uitkoopsommen en recettes	€	33.000,00
	Marketing en PR	€	12.000,00		Sponsoring		€	6.000,00
	Organisatiekosten	€	9.000,00		Publieke fondsen			
	Onvoorzien	€	2.000,00			AFK meerjarenregeling	€	40.000,00
						Fonds Podiumkunsten (2-jarige programmaregeling)	€	13.000,00
					Private fondsen			
						Prins Bernhard Cultuurfonds	€	5.000,00
						Sena	€	10.000,00
<b>Totaal</b>		<b>€</b>	<b>107.000,00</b>				<b>€</b>	<b>107.000,00</b>
<b>Editie 2022</b>	<b>Begroting</b>				<b>Dekking</b>			
	Kosten derden, directe kosten, honoraria, zaalhuur en faciliteiten	€	84.000,00		Verkoop kaarten	Uitkoopsommen en recettes	€	35.000,00
	Marketing en PR	€	12.000,00		Sponsoring		€	7.000,00
	Organisatiekosten	€	9.000,00		Publieke fondsen			
	Onvoorzien	€	2.000,00			AFK vierjarenregeling	€	40.000,00
						Turingfonds	€	10.000,00
					Private fondsen			
						Diorapthe	€	5.000,00
						Sena	€	10.000,00
		<b>€</b>	<b>107.000,00</b>				<b>€</b>	<b>107.000,00</b>