

# Ondernemingsplan 2021 - 2024



## Stichting Rettisj & Kippevet / Amsterdam Klezmer Band

*“There is a tendency in some circles to treat klezmer music like a delicate object from a museum. The Amsterdam Klezmer Band knows better. They are rough with klezmer. They push it around. They love klezmer music deeply, but they know that the music likes to have its hair pulled a little bit.” Ben Caplan, 2019*

# Inhoud

1.	Over de Amsterdam Klezmer Band .....	3
1.1	In het kort.....	3
1.2	Visie en missie.....	3
1.3	Artistieke Pijlers .....	4
1.4	Plaats in het veld .....	5
1.5	Ondernemerschap en organisatie .....	6
2	De komende vier jaar.....	7
2.1	Terugblik 2017-2019.....	7
2.2	Ambities 2021 - 2024.....	8
2.3	Plannen .....	9
3	Publiek & Marketing.....	13
3.1	Publieksbereik .....	13
3.2	Marketingstrategie.....	13

# 1. Over de Amsterdam Klezmer Band

## 1.1 In het kort

De Amsterdam Klezmer Band (AKB) begon in 1996 als straatband in Amsterdam. Nu, bijna 25 jaar later, heeft de band een bijzondere plaats verworven binnen de klezmer- en balkanmuziek en daarbuiten. De AKB heeft een sterke live-reputatie met jaarlijks meer dan 60 optredens in binnen- en buitenland. De AKB inspireert muzikaal gelijkgestemden wereldwijd en bands van over de hele wereld coveren AKB-repertoire.

Het uitgangspunt van de AKB is het creëren van nieuwe klezmer, met steeds een nieuwe lading. De muziek van de band blijft stevig geworteld in klezmer, Oost-Europese Joodse volksmuziek, maar staat open voor afwijkende en zelfs prettig ontregelende muzikale invloeden. Met elementen uit onder meer jazz, hiphop, Oriëntaalse en Noord-Afrikaanse muziek creëert de band een uniek idioom dat in ontwikkeling blijft. De AKB rekt de mogelijkheden van klezmer op door er ruw en speels mee om te gaan, door nieuwe invloeden niet te schuwen. Zoals de Canadese folk-muzikant Ben Caplan zegt: “they are rough with klezmer.” Hierin ligt de artistieke, creatieve motor van de band, met nieuwe composities als gevolg.

De Amsterdam Klezmer Band bestaat uit:

- Jasper de Beer - contrabas/elektrische bas
- Job Chajes - altsax, raps
- Alec Kopyt - vocals, percussie
- Gijs Levelt - trompet
- Joop van der Linden - trombone, gitaar, percussie.
- Janfie van Strien - klarinet, darbuka, backing vocals
- Theo van Tol | Ellen van Vliet - accordeon

## 1.2 Visie en missie

**De Amsterdam Klezmer Band gelooft in de tijdloze rijkdom van klezmer.** De kleur van de klezmertoonladder, het samengaan van vreugde en melancholie, geeft de muziek een rauwe rand. De muziek gaat rechtstreeks naar het hart van de luisteraar, appelleert aan het gevoel, geeft verbinding zonder woorden.

**De band wil een zo groot mogelijk publiek kennis laten maken met ‘Amsterdam Klezmer’,** dat wil zeggen: originele, nieuwe composities die duidelijk de signatuur van de AKB dragen en die de klezmertraditie verbreden, verdiepen en vernieuwen.

## 1.3 Artistieke Pijlers

### De Amsterdam Klezmer Band steunt op vier artistieke pijlers:

- Amsterdam: letterlijke en figuurlijke thuishaven.
- Klezmer: onuitputtelijke inspiratiebron.
- De band: het septet dat meer is dan de som der delen.
- Vernieuwing: motor voor een artistiek en zakelijk gezonde organisatie.

### Amsterdam

- **Internationaal.** Amsterdam als hoofdstad van Nederland en internationale trekpleister. De kosmopolitische sfeer, de talloze internationaal vermaarde culturele festivals en het internationale publiek zijn essentieel voor een band die zich laat inspireren door muziekstijlen uit alle windstreken en die opereert op de internationale markt.
- **Europees.** De AKB haalt haar inspiratie uit de rijke bron van de Europese muziektraditie.
- Een **onderzoekende, vrije geest.** Amsterdam heeft historisch gezien vrijheid hoog in het vaandel staan. De open, nieuwsgierige, niet-dogmatische instelling ligt ten grondslag aan de 'Amsterdam Klezmer'-stijl.
- **Verbinding met de Joodse stad, Mokum.** De Joodse gemeenschap heeft haar stempel gedrukt op de stad. De liedteksten van Job Chajes zijn doorspekt met Jiddische woorden uit het Amsterdamse dialect; Amsterdamse rap waarin de Joodse geschiedenis van de stad hoorbaar wordt.

### Klezmer

- **De traditie** waar de band haar muzikale inspiratie uit haalt. Klezmer is een eclectische stijl die past bij de kosmopolitische en onderzoekende geest van de band.
- **Het leven vieren.** Klezmer is Europese volksmuziek die wordt ingezet bij de grote gebeurtenissen in het leven: geboorte, huwelijk, feest, dood. Het is de Europese blues, waarbij vreugde en pijn tegelijk voelbaar zijn.
- **Joodse volksmuziek** is van oudsher een smeltkroes van stijlen. De leden van de band hebben vanuit hun achtergrond persoonlijke verbinding met deze stijlen. Zo is ook de joods-russische troubadourtraditie van Alec Kopyt een belangrijke waarde voor de muziek van de AKB.

### Band

- **Vakmanschap.** Klezmer is de inspiratiebron, maar de stijl van de AKB is eigenzinnig en direct herkenbaar. 'Amsterdam Klezmer' is een merk, een kwaliteitsstempel voor klezmer en Balkanmuziek.
- **Het septet.** De zeven musici die met elkaar versmolten zijn als de klei in een joodse Golem, de mensfiguur die tot leven gewekt wordt. Ze brengen ieder iets unieks én zijn met elkaar verbonden. De Golem heeft inmiddels ook een eigen wil, een eigen idioom.
- **De band met het publiek.** Op elk podium weet de AKB elk publiek te raken. Bij een opzwevend festivalconcert of tijdens een luisterconcert in het theater: er ontstaat een voelbare verbinding.
- **De veerkracht van het team.** De band is al bijna 25 jaar een team, ondanks - of juist dankzij - de onderlinge verschillen. Het ondernemerschap dat een band vraagt wordt collectief gedeeld en gedragen. Dat maakt de AKB een sterke organisatie. Het tijdelijk uitvallen van accordeonist Theo van Tol – hij werd in de zomer van 2019 ziek – is door de band en dankzij invalster Ellen van Vliet soepel opgevangen.

## Vernieuwing

- **Eigenzinnig en verrassend.** De band zoekt een eigen weg binnen een oude traditie. Het repertoire omvat alles waar de band aan geproefd heeft. De muziek krijgt een steeds grotere reikwijdte, van opzweepende stukken tot introspectief werk. Het vakmanschap van de musici leidt tot hoogwaardig repertoire en overtuigende concerten.
- **Onverwacht.** Samenwerking met onverwachte en inspirerende partners levert interessante cross-overs op en is een integraal onderdeel van de muzikale input die nodig is voor de artistieke ontwikkeling en vernieuwing.
- **Creatieve ontwikkeling.** De band haalt input van buiten. Uit samenwerking met gastmusici, uit andere muziekstijlen, uit wat de leden buiten de band ondernemen, uit het leven. De AKB zit in een continu creatief proces. Zet lijnen uit. Formuleert doelen. En laat zich verrassen door het resultaat.
- **Publieksontwikkeling.** De AKB heeft een trouwe achterban én zoekt continu aansluiting bij verschillende doelgroepen. Het vinden en binden van nieuw publiek draagt bij aan een gezonde zakelijke basis.

## 1.4 Plaats in het veld

In **Nederland** is er geen klezmer- of balkanband met vergelijkbare kwaliteit en productiviteit. De band heeft een duidelijke signatuur en is een ultieme live-act; origineel, vooruitstrevend en virtuoos. Dit blijkt uit reacties van publiek, collega-musici, programmeurs, boekers en pers. Hierbij gaat het niet alleen om reacties na afloop van optredens en op social media, maar ook naar aanleiding van gesprekken met stakeholders uit binnen- en buitenland, gevoerd in aanloop naar deze aanvraag.

Ook in **de internationale klezmer-scene** wordt de AKB geroemd om haar vooruitstrevendheid en kwaliteit. De band deelt internationale podia met balkangrootheden als Boban Markovic, Fanfare Ciocarlia, Klezomatics, Shantel & Bucovina Club en Taraf de Haïdouks. Nummers van de band worden gespeeld door klezmer- en Balkanbands en geremixt door dj's van over de hele wereld. Beginnende bands zien de AKB als voorbeeld en vragen regelmatig om advies.

De AKB levert een grote bijdrage aan **de wereldmuziek**. Door de kwaliteit van de liveconcerten heeft de AKB een ambassadeursfunctie, ook in circuits waar normaal gesproken weinig aandacht is voor wereldmuziek. Door structureel en met grote continuïteit in alle circuits te spelen - van theaters en muziekpodia tot clubs en grote festivals - maakt de band wereldmuziek al 25 jaar toegankelijk voor een groot publiek.

De **individuele musici** van de band worden gerespecteerd om hun vakmanschap, ervaring en veelzijdigheid. Zij hebben hun sporen niet alleen in de AKB verdiend, maar ook in andere jazz-, improvisatie-, wereldmuziek- of hedendaagse muziekensembles. Zo is Janfie van Strien veelgevraagd studiosaxofonist- en klarinettist. Hij speelt met theatergroep Wat We Doen en in Lindy-Hop-band The Hotsy Totsies. Gijs Levelt componeert voor diverse artiesten, waaronder het BRISK Recorder Quartet. In zijn samenwerkingen met VJ Jola Hesselberth en voor voorstellingen van regisseur Mariken Bijnen legt hij zich toe op het gebruik van elektronica. Joop van der Linden speelt trombone in de Jongens Driest en Pro's and Conn's. Hij produceert de cd's van Westkantstad en de Tigers fan Greonterp. Verder brengt hij elektronische muziek uit onder de naam Gearsander. Job Chajes voert het Job Chajes Sextet aan en zingt op het nieuwe album van La Fanfarria del Capitan uit Argentinië. Jasper de Beer is bandleider van jazzfunk-groep The Naked Ears, waarmee hij in februari 2020 een nieuw album uitbrengt.

## 1.5 Ondernemerschap en organisatie

### Organisatie en bedrijfsvoering

De AKB verricht haar werkzaamheden vanuit Stichting Rettisj en Kippevet. Het bestuur van de Stichting bestaat uit Emiel Barendsen (voorzitter), Jan Douwe Kroeske (penningmeester), Hans van Rijsbergen (secretaris) en Mechteld Bannier (bestuurslid). Bandmanager Andries van Wieren van 3S Music is verantwoordelijk voor de boekingen en de internationale contacten en onderhoudt een uitgebreid netwerk van agenten en publiciteitsbureaus. De zeven bandleden zijn verantwoordelijk voor het artistieke beleid en sturen in samenwerking met zakelijk leider Ottoline Rijks het professionele team aan. Dit team heeft de afgelopen periode verdere professionalisering mogelijk gemaakt. Het ondersteunt de musici om zich meer te richten op hun kernactiviteit: muziek componeren en uitvoeren. Het team bestaat uit:

Ernestien Lammen-de Vries - financiële administratie

Amy Heineman - publiciteit

Martin Draax - vormgeving

Fleur Enderberg - styling

Michiel Cornelisse - geluidstechniek

Ido Koppenaar - licht

Stichting Rettisj en Kippevet past de Code Cultural Governance, de Code Diversiteit & Inclusie en de Fair Practice Code toe als onlosmakelijke onderdelen van de activiteiten en bedrijfsvoering. De komende jaren implementeert de stichting de codes verder in de organisatie en neemt ze structureel op in de planning met een implementatieplan. De stichting doet verslag van de resultaten in het jaarverslag.

### Inkomsten en risico's

Voor de periode 2021-2024 streeft de Stichting Rettisj & Kippevet naar een meer gespreide mix van inkomstenbronnen ten opzichte van de vorige periodes. Het bestuur en de zakelijk leider gaan in samenwerking met specialisten een financieringsplan opstellen waarin nieuwe financiële bronnen worden verkend, zoals sponsorgelden, vermogensfondsen en legaten en/of giften. Voor nu bestaat de beoogde mix uit publieksinkomsten (35%), inkomsten uit - nieuw voor de stichting - merchandise (waaronder cd's) en educatie (4%), inkomsten uit private en incidentele publieke middelen (7%), meerjarige subsidie van het FPK (43%) en meerjarige subsidie van het AFK (11%).

Om financiële risico's af te dekken wordt realistisch begroot met regelmatig uitgevoerde prognoses en een gedisciplineerd budgetbeheer. Het belangrijkste risico voor de periode 2021-2024 is afwijzing van de subsidieaanvragen bij het FPK en AFK. In dat geval ontstaat wezenlijke financiële onzekerheid en wordt het voortbestaan van de band bedreigd. Om mogelijke andere tegenvallende inkomsten het hoofd te bieden hanteert de stichting een strategie van flexibiliteit, door uitsluitend te werken met zelfstandigen op basis van projecten of losse concerten. Hierdoor kan zonodig het formaat of de complexiteit van activiteiten verkleind worden, zonder financiële risico's. Inkrimpen van de activiteiten is op lange termijn natuurlijk wel bedreigend voor de ontwikkeling en het voortbestaan van de band.

## 2 De komende vier jaar

### 2.1 Terugblik 2017-2019

De AKB heeft drie avontuurlijke jaren achter de rug. Naast de reguliere concerten strekte de band haar tentakels zo ver mogelijk uit en startte inspirerende projecten. De band werkte samen met het Hongaarse Söndörgő en het Amsterdams Andalusisch Orkest (AAO), richtte zich op een nieuw publiek met de vaste clubavond in Mezrab en ontwikkelde voor Oerol en theaters de nieuwe theatervoorstelling Septacost. Dit resulteerde in succesvolle producties die artistiek en financieel aan de verwachtingen voldeden en die regelmatig overtroffen. De AKB stortte zich vol overgave in deze projecten en dat bracht de band ongelooflijk veel, op muzikaal en op zakelijk gebied.

#### **Artistiek**

De band heeft zich de afgelopen jaren als een spons volgezoegen. Muzikale input en inspiratie kwam uit de samenwerkingen met Söndörgő, AAO, Rachid Taha en Ben Caplan, en uit de clubavonden in Mezrab met gastbands, vocalisten, improvisatie en cross-over.

De band daagde zichzelf uit door andere werkwijzen te omarmen. Bij de voorstelling Septacost legde de AKB de regie in handen van vormgever Martin Draax. Hij vroeg de band composities te schrijven passend bij de sfeer van zijn verhaallijn. Deze aanpak creëerde een pakkende spanningsopbouw, die de band ook inzette bij reguliere concerten. Bij het album Fortuna mocht producer Stefan Schmid het proces vormgeven, van idee tot en met eindmix. Schmid schudde de werkwijze op, hij gaf de bandleden onder andere de opdracht om een stuk voor één specifieke bandgenoot te schrijven, zodat ze opnieuw écht naar elkaar keken.

Voor de festivalconcerten ging de AKB op zoek naar een drummer/percussionist voor meer - letterlijke - slagkracht in het geluidsgeweld van een festival. De band zet dit onderzoek voort en experimenteert ook met elektronica en samples.

#### **Zakelijk**

Ook op zakelijk gebied waren de afgelopen jaren geslaagd. De investeringen in tijd en geld van 2017 hebben zich in de daaropvolgende jaren terugbetaald. De afgelopen jaren werden dan ook met een positief resultaat afgesloten. De AKB slaagde er steeds in om de doelstellingen te halen met betrekking tot het aantal concerten, aantal bezoekers en hoogte van de inkomsten, ondanks de toenemende druk op de markt. De kwaliteit van manager Andries van Wieren, met wie de band al 15 jaar samenwerkt, speelde hierbij een doorslaggevende rol.

De AKB organiseerde de afgelopen vier jaar zelf zeven keer per jaar een clubavond in Mezrab, artistiek en muzikaal een groot succes en ook voor de uitstraling van het merk AKB belangrijk. Hier liggen zakelijke verbeterpunten, het concept van deze avonden wordt daarom aangepast.

#### **Organisatie**

De afgelopen periode is de AKB veel projecten aangegaan. De artistieke veelzijdigheid van de band biedt zakelijk gezien veel mogelijkheden: op verschillende podia kan de AKB verschillende soorten publiek bereiken. Hoewel de veelzijdigheid van de band gewaardeerd wordt, zorgt het organisatorisch voor versnippering. Voor de musici voelt het programma soms verbrokken aan. Daarom worden de komende vier jaar de activiteiten van de band dichter bij elkaar gebracht en beter gestructureerd. De organisatie creëert rust door meer vanuit de band te denken in plaats van vanuit de projecten.

## 2.2 Ambities 2021 - 2024

De AKB wil de kracht van de ervaringen van de afgelopen jaren inzetten om haar zeggingskracht en artistieke identiteit te versterken. Na een periode van verbreding is het tijd voor verdieping. Op basis van de input van de afgelopen vier jaar en steunend op de vier artistieke pijlers, zet de AKB vier lijnen uit:

- **De verhalende aanpak.** Dankzij de voorstelling Septacost en de samenwerking met Söndörgó heeft de AKB de waarde ervaren van langere spanningsbogen tijdens een show. Septacost onderstreepte hoe een verhaallijn de compositiekracht kan ondersteunen. In de samenwerking met Söndörgó maakte de AKB optimaal gebruik van de muzikale mogelijkheden door contrasten in dynamiek en instrumentatie te benutten en door in te zoomen op muzikale details. Het verder onderzoeken van deze lijn geeft een belangrijke muzikale impuls, die ook de spanningsopbouw van de reguliere concerten verrijkt. In de nieuwe theatershow, in een akoestische tournee en in nieuwe samenwerkingen met AAO en Söndörgó wordt dit aspect verder uitgediept.
- **AKB powerband.** De AKB speelt al decennia op (middel)grote festivals en in clubs. De AKB stemt het repertoire voor deze shows steeds af op het publiek. Het zijn ruigere, meer uptempo sets, met vaak een extra slagwerker of elektronica voor meer power. Zoals in de terugblik benoemd: dit is een non-stop proces, de AKB zoekt naar een extra muzikant die meerwaarde geeft zonder af te doen aan de souplesse van het samenspel van het septet. De band zoekt elektronische sounds waarbij de groove organisch mee kan bewegen met wat er op dat moment nodig is.
- **De vernieuwing/het experiment.** De Club Amsterdam Klezmer avonden hebben de afgelopen jaren veel muzikale inspiratie gebracht en waren een belangrijke motor voor vernieuwing. Deze lijn wil de band doorzetten, maar beter gedifferentieerd. De experimentele avonden vinden hun weg naar het BIMhuis gericht op een luisterpubliek. De clubavonden blijven in Mezzab en zijn bedoeld voor danspubliek. Onveranderd blijft dat er ruimte is voor verrassende samenwerkingen en programma's. De educatieve activiteiten worden verzelfstandigd en zullen los van de clubavonden plaatsvinden.
- **Platform AKB.** De komende periode versterkt de AKB zijn connectie met de (inter)nationale klezmer/balkanscene door artiesten uit te nodigen naar de Club- en Lab-concerten, door samenwerking op het podium en in de studio, door buitenlandse musici te vragen om remixes, door het uitgeven van bladmuziek en een meespeel-app, door het oprichten van een leerorkest en het geven van workshops en masterclasses.



## 2.3 Plannen

De AKB wil in de periode 2021-2024 minimaal 55 concerten per jaar geven in clubs, theaters en op festivals in binnen- en buitenland, in verschillende projecten:

- de viering van het 25-jarig bestaan,
- een nieuwe theatervoorstelling,
- samenwerkingen met de Hongaarse Balkanband Söndörgő en het Amsterdam Andalusisch Orkest,
- Amsterdam Klezmer CLUB en LAB,
- een akoestische ‘kerkjestournee’,
- een nieuwe cd-tournee en
- incidentele concerten en samenwerkingen.

De band wil 50 nieuwe composities schrijven, twee nieuwe albums opnemen en verschillende digitale releases doen. Verder breidt de band zijn palet uit door educatie-activiteiten op te zetten en bladmuziek van AKB-repertoire uit te geven.

### Planning 2021 -2024

JAAR	JANUARI	FEBRUARI	MAART	APRIL	MEI	JUNI	JULI	AUGUSTUS	SEPTEMBER	OKTOBER	NOVEMBER	DECEMBER
2021	SPELEN HELE JAAR AKB 25 JAAR											
	TOTAAL 63 CONCERTEN: 4 maal CAK, 3 maal AKL, 56 maal AKB 25 jaar; 39 Nederland, 24 buitenland											
2022	schrijven en opnemen theatermateriaal		repeteren		SPELEN AKB + SONDORGO				SPELEN AKB THEATERSHOW			
	schrijven AKB + Sondorgo											
	SPELEN AKB SEPTET											
	TOTAAL 47 CONCERTEN: 4 maal CAK, 3 maal AKL, 15 maal AKB + Sondorgo, 15 maal AKB7, 10 maal Theatershow; 32 Nederland, 15 buitenland											
2023	SPELEN AKB THEATERSHOW		SPELEN AKB SEPTET FESTIVALS			SPELEN AKB + AAO MAGHREB & MEDIENE			REPRIS AKB THEATERSHOW			
			SPELEN AKB KERKJES AKOESTISCH									
	TOTAAL 55 CONCERTEN: 4 maal CAK, 3 maal AKL, 15 maal AKB7 (Festivals en Kerkjes), 15 maal AKB+AAO, 18 maal reprise Theatershow; 39 Nederland, 16 buitenland											
2024	REPRIS AKB THEATERSHOW		SPELEN NIEUWE CD TOER									
	TOTAAL 55 CONCERTEN: 4 maal CAK, 3 maal AKL, 7 maal reprise Theatershow, 41 maal Nieuwe CD Toer; 37 Nederland, 18 buitenland											

De concerten staan in **2021** het hele jaar in het teken van het 25-jarig bestaan. Vanaf september 2020 tot eind 2021 wordt de nieuwe theatershow inhoudelijk en compositorisch voorbereid.

**2022** is een ontwikkeljaar. Begin van het jaar wordt de muziek van de theatershow opgenomen, zodat deze in de aanloop naar de première verschijnt. Ook het materiaal voor de samenwerking met Söndörgő wordt ontwikkeld en uitgevoerd.

In **2023** gaat de band opnieuw de samenwerking met het AAO aan, met nieuw repertoire voor luisterconcerten en een set voor clubs en festivals. Met de akoestische kerkjestournee bespeelt de AKB een nieuw circuit.

In **2024** verschijnt een nieuw band-album met een daaraan gekoppelde tournee.

### 2021 - 25 jaar AKB

In 2021 bestaat de AKB 25 jaar. Dit wordt het hele jaar door gevierd tijdens de lopende concerten en projecten. De AKB gebruikt het jubileum om publiciteit te genereren. Het jaar wordt spectaculair geopend met een serie flashmob-concerten op voor de AKB betekenisvolle plekken. Door de concerten te filmen heeft de AKB sfeervol materiaal om het jaar online te promoten. De afsluiting vindt plaats in Paradiso, samen met collega-Balkanband Fanfare Ciocarlia, die in 2021 ook 25 jaar bestaat, en verschillende DJ's. Voor landelijke media-aandacht gaat de band een serie samenwerkingen aan met regionale artiesten zoals Broeder Dieleman

(Zeeland), Gé Reijnders (Limburg) en Piter Wilkens (Friesland). Ook staat de band op podia en festivals waar de band een rijke geschiedenis mee heeft, zoals Vera in Groningen en Oerol.

**Productie:** De voorbereiding voor dit jubileumjaar loopt al. In overleg met 3S Music zijn de grote lijnen uitgezet die vanaf maart 2020 worden uitgewerkt. In september 2020 wordt het programma van 2021 gepresenteerd. Om de impact van deze activiteiten te optimaliseren schrijft Sonja Heimann (Cultuur & Communicatie) voor 2021 een marketing-/impactplan en coördineert ze de PR. Heimann is zeer ervaren en heeft grote expertise en een groot netwerk op het gebied van de wereldmuziek. Ook kent ze de band, tot 2015 verzorgde ze de publiciteit voor de AKB.

### **Theatershow - Some kind of Golem (werktitel)**

De AKB zet na de eerdere voorstellingen Benja en Septacost een volgende stap in de ontwikkeling van zijn theateridoom. Onder regie van Dick Hauser – met wie de band eerder werkte – wil de AKB onderzoeken waar muzikale zeggingskracht en theatrale vorm optimaal samenkomen en elkaar versterken. Hauser interviewt alle bandleden om gelaagdheid en achtergronden te vinden, en kiest zo voor een documentaire-invalshoek om een muziekvoorstelling te maken. Een avond waar de bijzondere geschiedenis van de band tastbaar wordt zonder in nostalgie te vervallen. Het theaterconcert **Some kind of Golem** (werktitel) laat voelen hoe de onorthodoxe, vernieuwende klezmer van de AKB tot stand komt. Alle bandleden hebben de hoofdrol: er wordt ingezoomd op hun persoonlijke inbreng en kleur in relatie tot het totale, rijke palet van de band.

**Productie:** Vanaf september 2020 werkt de AKB in samenwerking met Dick Hauser de inhoud van de voorstelling uit. Dit resulteert eind 2021 in een scenario. Op basis van het scenario schrijft de band de muziek voor de voorstelling. Die wordt in het eerste kwartaal van 2022 opgenomen voor een cd die gelijk met de première in oktober wereldwijd verschijnt. In september 2022 vinden de theaterrepetities en de montage van de voorstelling plaats.

De voorstelling wordt vanaf najaar 2021 door 3S Music en theaterbureau AT Next aangeboden aan de theaters. Op basis van de verkoop van de theatershows Benja en Septacost verwacht de AKB de voorstelling 35 keer te verkopen; 20 keer in het eerste seizoen 2022-2023 en 15 keer in het repriseseizoen 2023-2024. De voorstelling wordt internationaal aangeboden, hier wordt rekening mee gehouden bij het uitwerken van de inhoud en het decorontwerp.

### **Samenwerken - AKB & Söndörgő**

De eerdere samenwerking met de Hongaarse band Söndörgő was bijzonder succesvol. Er sloeg een vonk over, in de studio, op het podium en op persoonlijk vlak. De twee afzonderlijke bands versmolten tot een nieuwe gezamenlijke dubbelband, gretig om de samenwerking voort te zetten en elkaar muzikaal en artistiek te inspireren. Het nieuwe 12-koppige ensemble gaat gericht schrijven voor elkaars kwaliteiten, een project dat de AKB uitdaagt tot stukken met langere verhalen en meer dynamiek.

**Productie:** Vanaf maart 2022 componeren beide bands nieuw repertoire voor de gezamenlijke tournee die van mei tot en met september 2022 plaatsvindt. In april wordt gezamenlijk gerepeteerd. 3S Music verwacht op basis van de eerdere tournee in 2018 15 concerten te kunnen boeken in binnen- en buitenland in de zomer van 2022. Deze samenwerking leent zich bij uitstek voor grotere wereldmuziekfestivals en concertzalen zoals het Concertgebouw Amsterdam, de Philharmonie in Keulen en het Brucknerhaus in Linz.

### **AKB & AAO**

In de tweede helft van 2023 gaat de AKB een verdiepende samenwerking aan met het Amsterdams Andalusisch Orkest (AAO). Het AAO speelt traditionele Arabo-Andalusische muziek die raakt aan de muziek van de AKB. Ritmisch is het voor de AKB vrij bekend terrein, melodisch is er in de Arabische maqams nog veel te

ontdekken. Het AAO speelt vanwege de ingetogen muziek en set-opbouw voornamelijk in concertzalen. De muziek van de AKB is energiever. Het samenvoegen van deze benaderingen heeft voor beide orkesten meerwaarde.

**Productie:** Na succesvolle gezamenlijke concerten in 2019 met overwegend bestaand repertoire, wordt in 2023 de tijd genomen om nieuw repertoire te maken voor het combinatie-orkest AKB-AAO: een set voor theater, met veel ruimte voor verstillend en subtiliteit, en een alternatieve, meer knallende set voor festivals, zoals Oerol, Mañana Mañana en buitenlandse festivals als Balkan Trafik in Brussel en Jazz au Chellah in Rabat.

### **Incidentele samenwerkingen**

Regelmatig gaat de AKB kortdurende samenwerkingen aan met musici van binnen of buiten het eigen netwerk. Deze experimenten vormen soms de basis voor latere, meer omvangrijke samenwerkingen en verrijken bovendien het idioom van de band. Er is dus een belangrijke artistieke reden om incidentele samenwerkingen onderdeel te maken van het vierjarenplan. Daarnaast is er ook een zakelijke reden: de band vergroot zijn internationale markt door samen te werken met lokale grootheden uit verschillende Europese landen. (Video)opnames van nummers met internationale gastvocalisten vormen een sterke marketingtool voor de verovering van buitenlandse markten. Een belangrijke functie van de Amsterdam Klezmer CLUB en LAB avonden is om juist dit soort samenwerkingen te faciliteren.

**Productie:** Deze artiesten ontmoeten we op tour of worden aan ons voorgesteld door vakgenoten of onze buitenlandse agenten.

### **Van Club Amsterdam Klezmer naar AKB platform**

De AKB gaat verdieping aanbrengen in de Club Amsterdam Klezmer. De afgelopen vier jaar heeft dit initiatief veel in gang gezet. Met de clubavonden in Mezrab, wereldmuziekpodium in Amsterdam, profileerde de band zich in de Amsterdamse livemuziekscene en trok een jong danspubliek. Daarbij hadden deze avonden een laboratoriumfunctie: de band probeerde samenwerkingen en cross-overs uit, liet zich hierdoor inspireren en vergrootte het netwerk in het veld. Ook waren aan de clubavonden sinds september 2017 workshops verbonden voor jonge musici en amateurs.

De ervaring van de afgelopen vier jaar heeft de band veel kennis en informatie opgeleverd, mede door publieksonderzoeken. Het heeft ertoe geleid dat de verschillende functies Club, Lab en educatie de komende periode een eigen plek krijgen met als gevolg een duidelijkere profilering en een groter, vast publiek.

#### **Club Amsterdam Klezmer**

Club Amsterdam Klezmer organiseert in de periode 2021-2024 jaarlijks vier concerten in Mezrab. Mezrab is met haar informele uitstraling en divers publiek de optimale plek voor deze daverende klezmer/balkan-feestavonden. De band gaat hierbij een vaste samenwerking aan met DJ MPS Pilot.

#### **Amsterdam Klezmer Lab**

De AKB organiseert in de periode 2021-2024 per jaar drie Amsterdam Klezmer Lab concerten in het Bimhuis. Deze meer experimentele avonden zijn voor de AKB artistiek zeer vruchtbaar: de band kan samenwerkingen uitproberen of even helemaal uit het eigen idioom stappen. Dit leidt tot artistieke inspiratie en verrijking van de muzikale bagage waaruit het repertoire ontstaat. Het kan gaan om meer experimentele programma's zoals AKB plays John Zorn's Masada of een samenwerking met The Ex of Matt Darriau, of om programma's met een meer ingetogen karakter zoals samenwerking met Samira's Blues van Samira Dainan.

**Productie:** de Club- en Lab-avonden vinden zeven maal per seizoen plaats, in de periode van september tot maart. De clubavonden in Mezrab op donderdag, de Lab-avonden in het Bimhuis op maandag.

### **Educatie**

De AKB inspireert muzikanten over de hele wereld, amateurs en professionals, jong en oud. Ze spelen het AKB-repertoire, solo en in ensembles, in lessituaties en thuis. Om deze mensen beter te bedienen en actiever aan zich te binden krijgt educatie voor de periode 2021-2024 een vastere plek. De musici van de AKB willen hun expertise delen en hun repertoire beter beschikbaar maken. De hoogste prioriteit ligt bij het uitgeven van bladmuziek van AKB-repertoire, zowel gedrukt als digitaal, op de website of in de vorm van een app met meespeel-tracks. De bladmuziek vormt het bronmateriaal voor de overige educatieve activiteiten.

Een tweede prioriteit ligt bij het opzetten van een leerorkest voor jonge musici van 12 tot en met 18 jaar. Sinds enkele jaren geven leden van de AKB op incidentele basis workshops aan amateurmusici. Uit onderzoek onder de deelnemers blijkt dat er veel animo is voor een vast orkest.

**Productie:** In het seizoen 2020-2021 start een pilot met een doorlopend leerorkest voor jongeren, dat bij succes doorgezet zal worden. Om de educatie-activiteiten duidelijk te communiceren ontwikkelt de AKB in de eerste helft van 2021 een aparte website. Hierop is alle informatie te vinden en worden nieuwe activiteiten en nieuw materiaal gepresenteerd. In 2020 wordt eenmalig een beroep gedaan op de innovatieregeling van het AFK om de website en meespeel-app te ontwikkelen.

### **Kerkjestour**

Organisch samenspel is een kracht van de AKB. De timing, het mengen van stemmen en de balans tussen instrumenten komen het mooist tot uiting in akoestische concerten. De AKB klinkt dan heel puur: er is veel ruimte voor subtiliteit en de afstand tot het publiek is klein. Het samenspel staat voorop, dit werkt inspirerend en verrijkend voor de band. Met deze tournee wil de AKB in 2023 een nieuw circuit aanboren.

### **Albums en releases**

De albums van de AKB vormen de piketpaaltjes van haar artistieke groei. De ontwikkeling van nieuwe albums geeft impuls aan de artistieke kwaliteit van de band en aan de creatie van nieuw AKB-repertoire. De releases zijn daarnaast noodzakelijk voor de marketing richting publiek en programmeurs, boekers en pers.

**Productie:** In de periode 2021-2024 brengt de AKB twee albums uit, op CD, op vinyl en digitaal. Elk met een eigen gezicht, maar beide typisch AKB. In 2022 een akoestische studioproductie van het nieuwe theaterprogramma: verhalende muziek met veel ruimte voor contrast in tempo en dynamiek, in kleine en grote bezettingen binnen de band. In 2024 een studioalbum waarbij nieuwe sounds en grooves verkend worden. Hierbij wordt de samenwerking gezocht met een producer en gastmusici, vergelijkbaar met de aanpak van Fortuna met Stefan Schmid in 2019 en Blitzmash met Jori Collignon in 2014.

Daarnaast gaat de band op meer regelmatige basis muziek uitgeven op platforms als Spotify en Apple Music. Het gaat hierbij deels om nieuw op te nemen tracks. De AKB verkent mogelijkheden voor een 'voices-project': tweemaal per jaar een nieuwe AKB-track met bijdrage van wisselende internationale gastvocalisten uit verschillende stijlen, zoals Minyeshu, Ben Caplan en Lilian Vieira. Het andere deel van de releases bestaat uit bestaande opnames. Er ligt een ruime hoeveelheid AKB-muziek op de plank die op strategische momenten digitaal uitgegeven kan worden. Een goed voorbeeld hiervan zijn de 'Live in het Bimhuis'-opnames van het samenwerkingsproject met Söndörgö. Die worden in de aanloop naar de in 2022 geplande tournee uitgegeven. Zo gaan het artistiek bedienen van het publiek en het vergroten van het publieksbereik hand in hand.

## 3 Publiek & Marketing

### 3.1 Publieksbereik

De AKB bespeelt verschillende (inter)nationale circuits: het pop- en festivalcircuit, theaters en jazzpodia. De band produceert naast concerten ook albums en composities. De AKB kent hierdoor een grote verscheidenheid aan doelgroepen.

In de periode 2017-2019 bereikte de AKB gemiddeld 720 bezoekers per concert. Voor de periode 2021-2024 wil de AKB hetzelfde aantal behalen. Optredens in de theaters en clubs kennen een publieksgroei en hogere zaalbezetting, daartegenover staat een lichte daling in het aantal festivalbezoekers. De band speelt de afgelopen jaren iets minder vaak op 'supergrote' festivals met meer dan 3000 bezoekers voor het podium. Het is de verwachting dat deze ontwikkeling zich doorzet. Hoewel dit het absolute aantal bezoekers van de AKB drukt, zit er ook een positieve kant aan deze ontwikkeling: de relatief kleinere alternatieve festivals (zoals Mañana Mañana en Into the Woods) worden bij het publiek steeds populairder en de AKB komt juist op deze festivals tot zijn recht. Daarbij is er bij festivals geen een-op-een verband tussen het aantal bezoekers en de inkomsten: een headliner op een middelgroot festival verdient meestal meer dan een gewone act op een supergroot festival.

In totaal zet de AKB voor de periode 2021-2024 in op gemiddeld 39.500 bezoekers per jaar. In de periode 2017-2019 bereikte de AKB 46.300 bezoekers per jaar. Het verschil zit in het aantal concerten per jaar: 55 per jaar voor de periode 2021-2024, tegenover 64 concerten per jaar in de periode 2017-2019.

#### **Merk AKB**

De AKB is een sterk internationaal merk met stevige Amsterdamse roots. Het merk wordt ondersteund door een duidelijke visuele identiteit. De uitingen van de AKB zijn herkenbaar, samenhangend en van hoge kwaliteit. Hiervoor wordt samengewerkt met een team van vormgevers, stylisten, fotografen, tekstschrijvers en videoproducers. Een belangrijke rol hierin heeft beeldend kunstenaar Martin Draax, die al het artwork voor albums en posters ontwerpt en meedenkt over de promotiefoto's van de AKB.

Om het merk verder te ontwikkelen positioneerde de AKB zich de afgelopen vier jaar met de Club Amsterdam Klezmer als een spin in het web van de balkan- en klezmerscene. Club Amsterdam Klezmer ontwikkelt zich met avonden in het Bimhuis en de Mezrab en educatieve activiteiten tot een platform. Dat versterkt de bekendheid en reikwijdte van het merk AKB.

### 3.2 Marketingstrategie

De AKB wil in binnen- en buitenland een grotere doelgroep bereiken. Tegelijkertijd wordt de al bestaande doelgroep beter bereikt door te investeren in marketingkanalen zoals Facebook en Instagram. Voor een goede communicatie met het publiek over zijn activiteiten maakt de AKB gebruik van de expertise van binnen- en buitenlandse agenten, boekers, marketingexperts en PR-medewerkers.

Het AKB-publiek is breed: jong tot oud, relatief hoogopgeleid en met belangstelling voor andere culturen. De AKB hanteert daarom een differentiatie strategie en maakt onder andere onderscheid tussen verschillende leeftijdsgroepen: het relatief jongere pop- of festivalpubliek (18 tot 40 jaar) en het wat oudere theater- en jazzpodiumpubliek (35 tot 70 jaar). Elke leeftijdscategorie en doelgroep vraagt om een eigen benadering. De AKB ontwikkelt daarom gedetailleerde strategieën die per circuit en product de marketing en communicatie-

instrumenten bepalen. Steeds wordt een online en een offline aanpak geïmplementeerd. De AKB maakt bij zijn producties altijd de koppeling tussen de artistieke en zakelijke doelen: voor ieder nieuw muziekprogramma of theatershow moet ook een publiek zijn. In overleg met 3S Music wordt de doelgroep afgebakend en wordt de PR afgestemd.

Bij zowel nationale als internationale tournees wordt met de lokale agent en/of zaal vastgesteld welke media ingezet worden. De AKB ziet het verhogen van de bezettingsgraad van de speelplekken als een gezamenlijk streven van de band en de zalen en zoekt daarom altijd actief samenwerking op.

Ook wordt er onderzoek gedaan naar lokale platforms als de band wil investeren in landen/regio's die nog onbekend terrein zijn. Om buitenlandse markten te veroveren gaat de band tevens strategische samenwerkingen aan met lokale artiesten met een grote achterban.

De AKB heeft de afgelopen jaren meermaals de monitor van het FPK ingezet voor publieksonderzoek en blijft dit ook de komende periode doen. De resultaten hiervan worden gedeeld met de communicatie-afdelingen van de speelplekken om hun PR te ondersteunen.

## **Management**

Andries van Wieren van 3S Music onderhoudt de contacten met buitenlandse agenten en publiciteitsbureaus, en vertegenwoordigt de band structureel op internationale beurzen. De afgelopen jaren bezocht hij jaarlijks de Womex en ESNS. Meer indenticenteel gaat hij naar conferenties als MAMA (Parijs), Reeperbahn (Hamburg), MENT (Ljubljana), Ritmo (Budapest) en JazzAhead (Bremen), waar hij steeds vaker wordt gevraagd als spreker. Dit is zeer waardevol voor het bestaande en nieuw aan te boren netwerk. Daarnaast plukt de AKB de vruchten van het brede netwerk dat 3S Music heeft opgebouwd door de vertegenwoordiging van andere bands zoals MY BABY, Michelle David en Jungle By Night. Dit volledige netwerk wordt ingezet om de continuïteit van optredens en de ondersteunende promotie te waarborgen. Het netwerk zorgt voor een stabiele stroom concerten van de AKB in Nederland en Europa. De komende vier jaar probeert de AKB ook een plaats te veroveren in markten buiten Europa, in eerste instantie Canada, de VS, Argentinië en Marokko.

## **Social media**

De ontwikkelingen binnen de muziekbranche op het gebied van distributie en publiciteit gaan razendsnel. De PR is de afgelopen tien jaar bijna geheel verschoven van de traditionele media naar het online domein. Ook daar is alles constant in beweging. Het platform dat vandaag het grootste publiek trekt, kan morgen ineens 'uit' zijn. Daarom werkt de AKB met een socialmediaspecialist: Amy Heineman van 3S Music. Amy is verantwoordelijk voor de socialmediastrategieën en voortdurend op de hoogte van de laatste ontwikkelingen op het gebied van social media en PR. Daarnaast is zij verantwoordelijk voor de overall PR-coördinatie.

De AKB heeft 22.000 volgers op Facebook, Twitter, Soundcloud en Instagram. Zij worden actief benaderd met video's, foto's, berichten, sneak previews en acties. Het Youtubekanaal heeft momenteel 1.200 subscribers, de live-registratie van Op een Goppe is ruim 85.000 keer bekeken. De emailniewsbrieven van de AKB gaan naar 1.200 abonnees (AVG-proof). Op Spotify heeft de AKB maandelijks 40.000 unieke luisteraars, met in totaal 125.000 streams per maand.

De belangrijkste kanalen zijn Facebook, Instagram en Spotify, niet alleen in omvang, maar ook in waarde. Hoofdzakelijk richt de band zich op Spotify: hier wordt 95% van de online streams behaald. Facebook is (nog steeds) populair bij een groot deel van de AKB-doelgroep waardoor het het meest rendabele platform is om op

te adverteren. Door te investeren in Instagram-content profiteert de AKB van de groei van dit platform, zowel in engagement (interacties) als conversies (aankopen).

### Publieksonderzoek

De afgelopen jaren heeft de AKB de waarde van publieksonderzoek ervaren door De Monitor te gebruiken, de onderzoeks-*tool* van het FPK. Met kwantitatieve en kwalitatieve vragenlijsten zijn drie categorieën bezoekers ondervraagd: de theaterbezoekers, de Club Amsterdam Klezmer bezoekers en de workshopdeelnemers. Hoewel de afhankelijkheid van de medewerking van de *venues* de mogelijkheden voor publieksonderzoek beperkt, zijn de resultaten toch waardevol. Er bleek bijvoorbeeld dat het merendeel van de theaterbezoekers (82,4 %), naar de AKB-voorstelling komt dankzij de PR van het theater. Dit onderstreept het belang van goede samenwerking met en ondersteuning van de PR-afdeling van het theater door onze eigen PR-medewerkers. De helft van de theaterbezoekers had de AKB nog nooit eerder zien optreden, een belangrijke markt om te ontsluiten. De enquête onder Club Amsterdam Klezmer bezoekers gaf vooral inzicht in de beleving van de bezoekers. Uit ander onderzoek bleek dat 48% van de bezoekers in de leeftijdsgroep 20-35 jaar zit en nog eens 18% in de groep 35-45 jaar. Uit de respons op de vragenlijst over de workshops kwamen gegevens die nu in het educatieplan zijn verwerkt.

