

A woman's face is split horizontally by a water surface. The top half shows her eyes and forehead above a bright blue sky with white clouds. The bottom half shows her face submerged in greenish water, with bubbles and aquatic plants visible. The text 'Bosch' is in a white gothic font, and 'PARADE' is in a bold black sans-serif font, both centered over the image.

# Bosch

## PARADE

**PROJECTPLAN 2020-2023**

# 1. PROJECTOMSCHRIJVING

## PROJECTSAMENVATTING

Bosch Parade is een tweejaarlijkse, wereldwijd unieke kunstmanifestatie op het water in het hart van 's-Hertogenbosch. Een eigenzinnige stoet van hedendaagse objecten, verbeeldingen en verklankingen, geïnspireerd op het werk van Jheronimus Bosch (1450-1516). Deze 'vaartocht van het ongerijmde' doet recht aan het genie en de vernieuwingsdrang van Bosch én aan 's-Hertogenbosch als Cultuurstad van het Zuiden. De middeleeuwse water- en vestingstad is een schitterend decor voor onze drijvende parade waaraan Bossche, Brabantse en (inter)nationale kunstenaars in de ware Brabantse traditie samenwerken met de stad en haar inwoners en waarin beeldende kunst, performance art en community art elkaar versterken. Bosch Parade toont met iedere editie vijftien tot twintig multidisciplinaire kunstprojecten met elk een autonoom karakter binnen één verhalend kader. De parade laat een groot publiek met open en kritische blik naar haar eigen wereld kijken, zoals Bosch dat in zijn tijd deed.

## NEXT LEVEL INVESTERINGEN

In 2019 investeerde Brabant C in de eerste noodzakelijke stappen voor Bosch Parade. De investering voorzag in een artistieke impuls door het werken met een kunstenaarscollectief en topkunstenaar, het toevoegen van verdienmodellen (onder andere tribune-verkoop) en het reactiveren en duurzaam verbinden van de community. De resultaten zijn positief geëvalueerd, de verdienmodellen zijn gevalideerd en de uitkomsten vormen de basis van dit projectplan. Bosch Parade werkt van 2020 tot 2023 de volgende schaalessprong om te groeien tot een breed gedragen evenement met internationale impact. Er wordt geïnvesteerd in vijf onderdelen:

- **Parade van artistiek topniveau** Een inhoudelijke kwaliteitsimpuls ligt in het hart van de plannen. Hedendaagse thematieken worden gekoppeld aan eigenzinnige Brabantse makers. Artistieke investeringen worden gedaan in de werkwijze met het collectief, de selectie van de deelnemende makers, begeleiding van jong talent en het aantrekken van enkele topkunstenaars per editie. In 2021 ligt de focus op de verleidingen van onze tijd, geïnspireerd op Bosch' Verzoeking van de Heilige Antonius, in 2023 op de demonen uit het werk van Bosch, maar dan in hun hedendaagse verschijningsvorm. Inhoudelijk worden samenwerkingspartners gekozen die Bosch Parade kunnen helpen het niveau te bereiken.
- **Internationale marketingcampagne** 's-Hertogenbosch is tijdens de vier uitvoeringsdagen nationaal en internationaal extra aantrekkelijk: een hotspot voor liefhebbers van het ongerijmde in de hedendaagse kunst. Doordachte marketingcampagnes worden ingezet om het publieksbereik de komende vier jaar te verdubbelen, het aandeel betalende bezoekers te vergroten en meer internationale bezoekers te trekken. In 2021 streven we naar 38.000 bezoekers, in 2023 naar 50.000. Het betaalde aandeel stijgt naar 14.000 personen. De aantrekkelijkheid voor nationale en internationale bezoekers wordt verrijkt door aanbod van andere Jheronimus Bosch plekken in de stad.
- **Tuin der Lusten** Aan het water creëren we vier weken lang een werk- en ontmoetingsplek waar makers, performers en andere deelnemers –inclusief doelgroepen op afstand van cultuur– samen werken en repeteren. Tijdens de uitvoeringsdagen functioneert deze plek voor de Bosch Parade community én betalend publiek als ontmoetingsplek in een prikkelende, creatieve sfeer onder de titel 'Tuin der Lusten'. Door de uitbreiding met deze Tuin der Lusten houdt Bosch Parade haar publiek nog langer geboeid, voegt zo nieuwe verdienmodellen toe en creëert het een eigen locatie voor het aanbieden van arrangementen voor het bedrijfsleven. De 'Tuin der Lusten' wordt inhoudelijk extra aantrekkelijk door te werken met internationaal bekende namen.
- **Doorontwikkeling** De ruimte tussen de tweejaarlijkse edities wordt benut voor ontwikkeling, experiment en internationale samenwerking om het evenement en het kunstklimaat verder te versterken.
- **Projectbureau** ondersteunend aan deze parade wordt het projectbureau verder geprofessionaliseerd, inclusief investeringen in de kwaliteit van het ondersteunende team middels trainingen en cursussen.

Door doorontwikkelingen en de invulling van de Tuin der Lusten goed af te stemmen op de parade, ontstaat een ambitieus maar realistisch model om met de edities van 2021 en 2023 te groeien naar de beoogde artistieke kwaliteit, de gestelde bezoekersaantallen en de benodigde ondersteunende verdienmodellen.

## VOORUITBLIK 2025

Bosch Parade draagt als iconisch evenement bij aan de internationale uitstraling van Brabant. Vakmanschap, zeggingskracht en oorspronkelijkheid van Bosch Parade zorgen voor een groot en internationaal publieksbereik. Makers met internationale statuur melden zich om mee te mogen doen aan de komende editie.

Bosch Parade is het hart van de 'internationale Jheronimus Bosch biënnale' te 's-Hertogenbosch, een programma dat zich heeft gevormd door actief samen te werken met Jheronimus Bosch partners, gelijkgestemde instellingen en inwoners van Brabant. Met de bijdrage van Brabant C zijn de inhoudelijke programma's gerealiseerd die deze ambities waarmaken. De investeringen voorzien het evenement van een solide financieringsbasis met een rijke schakering van verdienmodellen.

## 2. ARTISTIEK

### DNA BOSCH PARADE

Bosch Parade zet kunst in om mensen te verbinden, te inspireren en te verrassen zoals Jheronimus Bosch (1450-1516) dat 500 jaar geleden deed en nog steeds doet. Hiermee laten we al onze bezoekers als 'hedendaagse Jheronimussen' naar de wereld kijken en maken we die wereld iets eigenzinniger en socialer. Het DNA van Bosch Parade onderscheidt zich in:

#### Oorspronkelijkheid

Bosch Parade heeft een zeer herkenbare artistieke signatuur door het werken met kunst op het water in de vorm van een drijvende optocht met Jheronimus Bosch als inspiratiebron. Aangevuld met een multidisciplinaire houding en de samenwerking met de stad en haar bewoners bij de totstandkoming van de werken. Dat levert nieuw, verrassend en eigentijds werk op van hoog artistiek niveau, gedragen door en uitgevoerd met de gemeenschap. Als varende kunstparade zijn we wereldwijd uniek.

#### Vakmanschap

Bosch Parade zet in op topkwaliteit om het evenement te realiseren. Het programma wordt volledig ontwikkeld door professionele kunstenaars van diverse disciplines en uitgevoerd onder hun leiding. Daaraan worden nieuwe lagen toegevoegd door het werken in een collectief en het aantrekken van topkunstenaars voor extra kwaliteitsimpulsen en door coaching van jonge kunstenaars. In dialoog met elkaar ontstijgt het werk het individuele, met respect voor de eigen signatuur en artistieke autonomie.

#### Zeggingskracht

De impact van werken met kunst op het water is groot. Duizenden bezoekers, jong en oud, hoog of laag opgeleid, nationaal of internationaal, worden geraakt door hedendaagse kunst, die in een schitterend decor van de oude stad voorbij komt drijven. De inzet van honderden deelnemers, met grote groepen amateuruitvoerenden en vrijwilligers in de parade, maakt het geheel bovendien een spectaculaire tocht die de bezoekers niet snel vergeten.

#### Ontwikkeling eigenzinnig Gesamtkunstwerk

De parade bestaat uit een optocht van autonome kunstprojecten. Die afzonderlijke 'tableaus' vormen samen één vertelling op het water, aaneengesmeed met behulp van de spelregie, muziek, kostuums en teksten. Om dit te bereiken ontwikkelt een multidisciplinair collectief een narratief kader. Inspiratie wordt gezocht in het werk van Jheronimus Bosch en vertaald naar een urgente, actuele thematiek. Het collectief nodigt vervolgens makers/kunstenaars uit om met elkaar te komen tot een onvergetelijke parade.

### PROGRAMMERINGSONDERDELEN

Bosch Parade ontwikkelt steeds in 2 jaar een volledige editie van Bosch Parade. Daarbij is groei en ontwikkeling continu de inzet om blijvend te verbeteren.

#### Oneven jaren: Bosch Parade

Bosch Parade vindt tweejaarlijks plaats in de oneven jaren en bestaat uit twee hoofdonderdelen:

1. **Bosch Parade** De drijvende parade geïnspireerd op Jheronimus Bosch is het hart van het evenement. De parade vaart viermaal bij daglicht en trekt in 15-20 tableaus voorbij over de Dommel in 's-Hertogenbosch.
2. **Tuin der Lusten** Een maand voor de uitvoeringen strijkt Bosch Parade al neer aan de voet van de Citadel voor een programma van bouwen, repeteren, discussiëren en ontmoeten. Dit tijdelijke openluchtatelier wordt onder de titel Tuin der Lusten tijdens de uitvoeringsdagen dé ontmoetingsplek voor de community en publiek.

#### Even jaren: ontwikkeling

In de even jaren wordt gewerkt aan de volgende editie, het doorontwikkelen van werk en internationalisering. Met de ontwikkelingen zetten we in op het versterken en verdiepen van Bosch Parade zelf:

1. **Vorbereiding parade** De voorbereidingen beslaan ruim anderhalf jaar, waarbij in het even jaar een multidisciplinair collectief het totaalconcept ontwikkelt voor de komende editie.
2. **Doorontwikkeling tot productie** Van bijzonder werk uit de parade worden zelfstandige voorstellingen gemaakt in coproductie met culturele partners.
3. **Internationalisering** Het internationaliseren van het netwerk om te leren van internationale partners, nieuwe werkwijzen te vinden en de eigen werkwijze te delen.

## UITWERKING 2020-2021: DE VERLEIDING

*De Verzoeking van de Heilige Antonius is een topstuk uit het oeuvre van Bosch. Voor het narratief van Bosch Parade 2021 is dit schilderij de grootste inspiratiebron. De door Bosch geschilderde verleidingen zijn zeer uiteenlopend van verschijningsvorm. Datzelfde zien we in onze tijd. Een wereld die oververzadigd lijkt door grote en kleine verleidingen. Hoe blijf je op koers in een wereld waar het klimaat verandert door jouw consumptieve keuzes? Waarin je naar hartenlust communiceert met middelen die betaalbaar zijn dankzij uitbuiting van andere mensen en uitputting van Moeder Aarde? Waarin je keuzes maakt op basis van nauwelijks verifieerbare informatie? Hoe houd je je balans, als een dikke laag van luxe onder je voeten doorstroomt en je daar maar geen grip op krijgt?*

### Uitwerking in Bosch Parade

Er wordt een nieuw narratief ontwikkeld door multidisciplinair collectief bestaande uit Miesjel van Gerwen (artistiek leider), Erik Vink (social artist), Lucas Kastelijn (dramaturg), Wessel Verrijt (beeldend kunstenaar), Dyane Donck (componist), Sarah Moeremans (regisseur). Voor de uitvoering wordt getekend door een groot aantal kunstenaars, waaronder Joep van Lieshout en Folkert de Jong. De parade gaat het publiek verleiden om zichzelf een spiegel voor te houden. Uitgangspunt is een fantasierijke stoet van 15 tot 20 tableaux die in een uur tot anderhalf uur voorbijkomt.

De theatrale kwaliteit wordt gewaarborgd door regisseur Sarah Moeremans vanuit Het Zuidelijk Toneel. Zij werkt in het spanningsveld tussen autonomie van de beeldend kunstenaar en de theatrale kracht van het geheel. De afzonderlijke tableaux zijn autonome werken. Muziek van Dyane Donck zorgt voor extra verbinding. De werken worden veelal middels cultuurparticipatie met vrijwilligers uit de Bosch Parade community gerealiseerd. Voor zover er teksten gebruikt worden, zijn die van de hand van één auteur.

### Uitwerking in Tuin der Lusten 2021

De Tuin der Lusten is de feestelijke plek waar deelnemers en publiek zich laven aan de geneugten des levens in een stukje wereld waar de ongebreidelde fantasie van Bosch voelbaar is. De aardse verleidingen worden hier in de context van het hedendaags hedonisme geplaatst. Een plek met een dual karakter: fijn, feestelijk en verontrustend.

Locatie is de historische Citadel, aan het water, op het eindpunt van de parade. Ze wordt vormgegeven samen met stadsproject Zuid-Willemspark, Victor Kooijmans van Coreworks en Dorien van den Hurk van Bureau Vertigo. In triptiek gedacht, is de invulling als volgt:

- **Ontmoetingsplaats** Aanvankelijk een plek om te bouwen, te reflecteren en te repeteren met de makers-community, wordt deze plek een maand lang een kunstenaarsenclave. Een openluchtatelier met verblijfplekken voor enkele artists in residence en side-programma met lezingen en debatten rondom het thema 'de Verleiding'. Horeca in eigen beheer maakt deze tuin af.
- **Interactieve publieksprogramma's** Tijdens de uitvoeringsdagen levert Atelier van Lieshout een spannend, krakend en schurend 'Disco Inferno', een serie installaties waarmee ook de achterkant van al ons genot aan bod komt. Met het verbranden van producten die vervaardigd zijn uit aardolie wordt energie opgewekt voor een hels slotfeestje. Muziek en theater worden vanuit die tweeslachtigheid aanvullend geprogrammeerd, op het snijvlak van community art en performance art. De aangemeerde tableaux, tijdelijke bouwateliers, centraal podium, het horecaplein en de historische stadswallen bieden een aantrekkelijke festivallocatie. De Tuin der Lusten is op zondag 'Speeltuinen der Lusten'.
- **Inhoudelijke programma's** De infrastructuur wordt gebruikt voor diverse inhoudelijke programma's. Geprogrammeerd worden een conferentie rondom participatieprogramma's met stichting Babel, het jaarlijkse partner-event met Brabant C met (nationale) vakgenoten en een inputsessie met inwoners voor de invulling van het Zuid-Willemspark. In samenwerking met basisscholen en onderwijsinstellingen worden kinderen en jongeren verbonden met het erfgoed van Jheronimus Bosch en de thematiek. Hiernaast worden, als onderdeel van de wervingsstrategie, creatieve sessies gepland met het bedrijfsleven.

### Doorontwikkelingsprojecten als voorbereiding

Tijdens het voortraject in 2020 realiseren Russische en Nederlandse makers een interactieve installatie tijdens het Balansirovka Festival in Sint-Petersburg. Op zoek naar nieuwe balans tussen consumentisme en participatie, wordt de interactie tussen publiek en installatie onderzocht. Dit is een belangrijk vertrekpunt voor de Tuin der Lusten. Er worden 10.000 bezoekers verwacht. In 2020 wordt het werk 'Witte Vleugel' van Bert Vogels uit editie 2019 met een nieuwe compositie doorontwikkeld voor de opening van deelproject 'Tribune' in het Zuid-Willemspark. De Witte Vleugel zal ook de aandacht op Bosch Parade vestigen tijdens de start van de Vuelta die gepland is bij de Citadel.



## UITWERKING 2022-2023: HEDENDAAGSE DEMONEN

*Demonen en fantasiefiguren komen in grote mate voor in het werk van Jheronimus Bosch. Ze reflecteren de onzekerheid van het bestaan in 1500, waarin veel niet te verklaren was. De parallellen met de hedendaagse wereld zijn gigantisch. Ook wij worden bedreigd door de demonen van het onbekende: hackers en crackers die onzichtbare Trojaanse paarden en wormen op de wereld loslaten, slimme algoritmen die in opdracht van economische en politieke krachten ons blikveld vernauwen. Met daarin een centrale rol voor data science als partner van het goede én het kwade.*

### Uitwerking Bosch Parade 2023

De Parade wordt ontwikkeld met een nieuw narratief rondom 'hedendaagse demonen' en uitgewerkt in een parade van 15-20 tableaux. 'Hedendaagse Demonen' is een prikkelend thema dat uitdaagt tot evenzeer spectaculaire als diepgravende uitwerkingen met een grote maatschappelijke urgentie. Het collectief voor de editie 2023 wordt nieuw gevormd, deels met ervaren makers uit editie 2021. Voor de selectie voeren wij onder andere overleg met Stichting Niet Normaal van Ine Gevers, de Bossche Data Week en de Jheronimus Academy of Data Science. Bijzondere makers die we al op het oog hebben zijn Jeroen Kooijmans, Floris Kaaijk, Paul Segers en Melanie Bonajo. Met de hedendaagse demonen zoeken wij uitdrukkelijk aansluiting bij de bijzondere positie die Brabant inneemt in de data science, met 's-Hertogenbosch als belangrijke 'datastad'.

### Uitwerking in Tuin der Lusten 2023

Op de editie van 2021 wordt voortgebouwd, door het toevoegen van een slotvoorstelling. Een van de grootste demonen van Jheronimus Bosch was de stadsbrand in 1463, die hij als jongen zelf meemaakte. Zijn schilderijen staan er vol mee. De angst en het spektakel die de onbeheersbare vuurzee met zich meebrachten, maakt deel uit van de invulling van een vurige Tuin der Lusten. Enerzijds, de fijne warmte van het vuur dat mensen samenbrengt, anderzijds leidend tot een vlammende apotheose met een werk uit de parade. Op het water voor de Citadel, in het holst van de nacht, brandt zo onze eigen 'Burning Man' met als werktitel 'Torches of Joy'.

### Doorontwikkeling als voorbereiding

Onze internationale uitwisseling voorziet in deelname mét twee-drie makers van Bosch Parade aan Burning Man Festival 2022. Burning Man is misschien wel het bekendste festival ter wereld. De reden voor deze uitwisseling is de sterke inhoudelijke verknoping met de data science uit Silicon Valley en de belangrijke rol die de community speelt in die opzet. Het is ook een uitgelezen mogelijkheid om onze 5.000+ Amerikaanse volgers online en on site te bereiken. Bosch Parade heeft voor deze uitwisseling zowel contact met de Amerikaanse als de Nederlandse tak van de organisatie (Where the Sheep Sleep).

Als opmaat voor een grote slotvoorstelling in 2023, wordt het werk 'De Triomf' (2019) van Rob van Dam samen met Panama Pictures en Theaterfestival Boulevard in 2022 doorontwikkeld tot een volwaardige voorstelling met première bij de Citadel.



### 3. MILESTONE PLANNING

Bosch Parade onderscheidt organisatorisch vijf grotere fasen die de planning dicteren. Deze fasen geven maximale ruimte aan het artistieke ontwikkelproces en dwingen tegelijkertijd met duidelijke eindmomenten tot het maken van tijdige keuzes voor een kwalitatief hoogstaande programmering.

#### I. Doorontwikkeling & Internationalisering

**In 2020 in juli & augustus; In 2022 augustus & september**

Deze projecten worden allen gepland in de even jaren, buiten de paradejaren om.

#### II. Collectieve fase en selectie parade

**2020 ter voorbereiding 2021; 2022 ter voorbereiding 2023**

Een multidisciplinair collectief krijgt de opdracht om een narratief voor Bosch Parade te ontwikkelen en daarbij vanaf mei passende makers te zoeken. Makers worden geworven middels eigen selectie, via partnerorganisaties en open calls. Geselecteerde makers krijgen de opdracht voor een schetsontwerp. In deze fase worden enkele grotere communities aan tableaux gelinkt. Het selectieproces eindigt in september, met in oktober, na inhoudelijke afstemming tussen het collectief en de individuele makers, het definitief vastleggen van de opdrachten voor het realiseren van de tableaux. Het collectief wordt daarna ontbonden.

#### III. Voorbereidende productie parade

**Januari 2021 t/m mei 2021; november 2022 t/m mei 2023**

Met de opdrachtverlening wordt de eindverantwoordelijkheid voor de tableaux neergelegd bij de individuele makers. Realisatie, repetities en oefeningen op tableau-niveau vinden plaats in zowel eigen werkplaatsen als in georganiseerde werkplaatsen in de stad, zoals Babel en SPARK Makerspace. De artistiek leider monitort in deze periode samen met de productieleider de voortgang en bewaakt het narratief samen met regisseur. De productieleiding van Bosch Parade heeft ruime ervaring met werken op het water. Die expertise wordt uitdrukkelijk en bindend aangeboden aan de deelnemende makers.

#### IV. Uitvoerende productie parade

**Mei t/m juni 2021; mei t/m juni 2023**

Vanaf eind mei krijgt het openluchtatelier gestalte voor afbouw en repetities, inhoudelijke afstemming en ontmoeting. In de laatste week volgen de gezamenlijke doorlopen en generale repetitie. Deze fase eindigt met de realisatie van Bosch Parade en de Tuin der Lusten.

#### V. Evaluatie & afhandeling parade

**Juli t/m september 2021; juli t/m september 2023**

Na de uitvoering van Bosch Parade wordt er uitgebreid geëvalueerd met het team, de betrokken makers, de community, de samenwerkingspartners en de financiers. Publieksonderzoek door Dynamic Concepts wordt aangevuld met de data vanuit de eigen CRM, kaartverkoop, social media en de websitebezoeken. Deze fase eindigt met het opleveren van het inhoudelijke en financiële verslag van de gehele editie. Doorontwikkelingsprojecten worden separaat geëvalueerd.



## 4. COMMERCIELE AANPAK

### NETWERKORGANISATIE

De dagelijkse organisatie is door Stichting Bosch Parade gemandateerd naar het directieteam. Bosch Parade heeft een netwerkorganisatie waar de driehoek artistiek, zakelijk en marketing samen staan voor hoge artistieke kwaliteit, organisatorische en financiële stabiliteit en duidelijke publiekswerking. In dit team worden de verschillende netwerken van de politiek, culturele sector, makers, community, publiek, bedrijfsleven, onderwijs en de media verbonden.

Netwerken staan centraal in de bedrijfsvoering en worden ingezet om de benodigde artistieke kwaliteit en de financiële stabiliteit te garanderen. Bosch Parade zet vele verschillende netwerken in, waarvan de onderstaande de meest in het oog springende zijn:

- Artistieke partners, om de kwaliteit van het programma te verhogen en waar mogelijk te coproduceren.
- Jheronimus Bosch Partners, om (inter)nationale bezoekers een fantastische dag in 's-Hertogenbosch of een geweldig weekend in Brabant te bieden, onder andere in samenwerking met Visit Brabant.
- Bosch Parade Community, om de sociale binding in het hart van de organisatie te realiseren, maar ook om middels publiekswerking een groter publiek te werven en te verbinden aan het evenement.
- (Internationale) netwerken, zoals bedrijfsnetwerken en internationale samenwerkingsverbanden, om van daaruit B2B partners, sponsors en afnemers van arrangementen te werven, artistieke en zakelijke kennis uit te wisselen en verdienmodellen te toetsen.

De organisatie wordt bij het vormen en ondersteunen van de netwerken bijgestaan door het bestuur van Stichting Bosch Parade en haar Comité van Aanbeveling. Een uitgebreid overzicht van onze partners en netwerken wordt gegeven in het document 'team & belanghebbenden Bosch Parade'.

### BEDRIJFSVOERING

#### Haalbaarheid en risico's

De haalbaarheidsrisico's van het gehele evenement worden gespreid door in de verschillende pijlers te werken: parade, Tuin der Lusten en doorontwikkeling. Risico's zijn zo veel mogelijk binnen de separate pijlers belegd. Heldere afspraken worden met opdrachtverlening vastgelegd. Per editie staan praktische haalbaarheid en veiligheid van de tableaux centraal. De productieleiding van Bosch Parade heeft ruime ervaring met werken op het water. Die expertise wordt uitdrukkelijk en bindend aangeboden aan de deelnemende makers. Tableaus worden zoveel mogelijk schaalbaar en gefaseerd opgezet om risico's te verkleinen en doorontwikkeling kansrijker te maken.

#### Ondersteunende plannen

Ondersteunend aan de organisatie, worden diverse documenten opgesteld om de bedrijfsvoering te structureren:

- Businesscase, gericht op de optimale koppeling tussen te verdienmodellen aan bestaande en nieuwe netwerken. Deze wordt met Brabant C verder ingevuld.
- Marketingplan, waarin publiekswerking, publiekswerving en campagnes aan elkaar worden geknoopt om meer (betalende) bezoekers aan Bosch Parade te verbinden. Dit wordt beknopt omschreven in dit plan.
- Community-plan, waarmee we zorgen dat alle betrokkenen goed zijn verbonden aan Bosch Parade.

Natuurlijk is er samenhang tussen deze documenten. Het marketingplan ondersteunt de businesscase in onze missie meer betalende bezoekers te trekken. Het community-plan levert de publiekswerking op die noodzakelijk is voor een sterk verbonden publiek. Dit alles wordt verder ondersteund door de inzet van de CRM-tool. Deze voorziet in het monitoren van alle data, noodzakelijk voor de bovenstaande plannen. Een digitale werkomgeving is ingericht om samen te werken met de diverse betrokkenen in het team.

#### Monitoring

Bosch Parade is een organisatie in ontwikkeling en de monitoring is daarop ingericht. Intern wordt de bedrijfsvoering vanuit het artistiek, zakelijk én community perspectief iedere twee jaar uitgebreid geëvalueerd met het bestuur. Enquêtes onder deelnemers en publiek, alsmede de marketingcijfers vormen daarvoor de essentiële basis. Extern wordt samen met Brabant C de internationale impact en de validatie van de ontwikkelde verdienmodellen geëvalueerd. Uiteraard worden in deze monitoring ook de diverse codes meegenomen.



## PUBLIEKSWERKING

Publiekswerking en –werving versterken elkaar, omdat ze nieuw publiek vergroten en bestaand publiek verstevigen. Bosch Parade heeft daarvoor een sterke sociale basis in 's-Hertogenbosch en Brabant. Geheel in lijn met de doelstellingen blijkt uit onderzoek dat Bosch Parade een groot en divers publiek bereikt. Uit publieksonderzoek (Dynamic Concepts 2019) komt naar voren dat er zeer veel trouwe bezoekers zijn (22% zag 5 of meer edities), dat een groot percentage Bosch Parade zeker aanbeveelt bij derden (Net Promotor Score 50,5+, wat bovengemiddeld is) en dat er veel nieuw publiek wordt bereikt (34%).

### Doelgroepen

In lijn met de geografische schaalniveaus (lokaal, regionaal, landelijk, internationaal) en in combinatie met de mate van betrokkenheid, delen we de doelgroepen in. Op lokaal en regionaal niveau bereiken we **inwoners van de stad en inwoners van de provincie**. Regionale spreiding is goed, uit 45 Brabantse dorpen en vrijwel alle 25 steden zijn mensen naar Bosch Parade gekomen. De meesten vanuit de regio 's-Hertogenbosch. Door het uitbreiden van het aanbod met de Tuin der Lusten, binden wij hen nog beter aan het evenement. Het multidisciplinaire karakter en de grote betrokken community maakt dat het publiek evenzeer breed georiënteerd is. Onder hen zijn **liefhebbers** van Jheronimus Bosch, van multidisciplinaire kunst, performance art en community art. Hen bereiken we met name via de inhoudelijke programma's. Zowel de **Nederlandse dagtoerist** als de **internationale toerist** zijn potentiële doelgroep voor de groei. Bosch Parade bereikt online een groot (inter)nationaal publiek. Dit blijkt uit statistieken als Google Analytics, online aankoop, buitenlandse e-mailadressen in het CRM-systeem en het bereik op social media. Op Facebook hebben we veel fans en volgers (18.277); 13.000 uit het buitenland, waarvan 5.000 uit de VS. Opvallend is de top 5 van steden waar onze volgers wonen: 's-Hertogenbosch, New York, Amsterdam, Moskou en Los Angeles. We bedienen deze doelgroepen met arrangementen. Wij bereiken hen met onze crossmediale aanpak van de campagnes, versterkt door onze internationale uitwisselingsprojecten. Bosch Parade vindt maatschappelijke inclusiviteit belangrijk en verbindt nieuwe personen met een **achterstand op cultuur** aan de Bosch Parade Community middels participatie in de tableaux. Dit zijn vluchtelingen, nieuwkomers, expats en etnische groepen. **Kwetsbare groepen**, zoals mensen met lagere inkomens of in een afhankelijke positie, fysieke beperking, senioren en eenzame personen, bereiken we met de social responsibility strategie.

## PUBLIEKSBEREIK

Aan de hand van de thematiek van de parade wordt per editie een eigenzinnige en aansprekende promotiecampagne ontwikkeld met een mix van marketing en communicatie-activiteiten voor een groot publieksbereik. Voor liefhebbers van Bosch zijn er herkenbare beeldelementen in het campagnebeeld verwerkt die verwijzen naar de thematiek. Voor advertising, social media en e-mailmarketing wordt beeld- en videomateriaal ontwikkeld. Ook de activiteiten van de community maken deel uit van deze content. Alle informatie wordt tweetalig aangeboden. De visual identity heeft de waarden eigenzinnig, sociaal en gastvrij. Aansluitend op de kernwaarden is de tone of voice vriendelijk positief, actief en gastvrij.

### Crossmediale aanpak

Om in het digitale en gedifferentieerde medialandschap het publiek te bereiken kiezen we voor crossmediale communicatie aanpak. Dit betekent dat er verschillende marketingmiddelen wordt ingezet (bijvoorbeeld content- en e-mailmarketing), advertenties worden geplaatst (in print, online zoals Search Engine Advertising), uiteenlopende communicatiemiddelen (persbericht, nieuwsbrieven) in verschillende media (on- en offline) en apps worden gedeeld. Ook traditionele reclame- en promotiedrukwerk en buitencampagnes worden ingezet. Regionaal gaan we de community faciliteren en stimuleren om haar eigen netwerken te activeren. De website is de basis van onze informatievoorziening en aanbod. Monitoring en sturen op data is essentieel in het ondersteunen van onze marketing- en communicatiestrategie.

### Bereik

Vanuit 22.000 bezoekers in 2016 en 27.000 bezoekers in 2019 wil Bosch Parade middels de investering in aanbod en in marketing- en communicatiemiddelen doorgroeien conform onderstaande tabel.

Bezoekers	Editie 2021	Editie 2023	Totalen
<b>Betalende bezoekers</b>	<b>8.000</b>	<b>14.000</b>	<b>22.000</b>
Tribunes	4.000	6.000	10.000
Tuin der Lusten	4.000	8.000	12.000
<b>Niet betalende bezoekers</b>	<b>30.000</b>	<b>40.000</b>	<b>70.000</b>
<b>Totaalaantal bezoekers</b>	<b>38.000</b>	<b>54.000</b>	<b>92.000</b>

In 2020 worden bij Balansirovka in Rusland 10.000 bezoekers verwacht, en bij de Witte Vleugel een extra 2.000. In 2022 worden bij Burning Man 25.000 bezoekers verwacht, plus 2.000 betalende bezoekers aan de Triomf.



## 5. BELANG ORGANISATIE & PROVINCIE

### KUNSTMAKERS

Bosch Parade verleent opdrachten aan (groepen) professionele makers. Beeldende kunst, performance art en community art komen samen met andere disciplines in grootschalige projecten die interactie en participatie zoeken. Wij durven risico te nemen met een multidisciplinaire houding en geven ruimte aan het artistiek experiment. Door ook de nadruk op doorontwikkeling te leggen, krijgen gevorderde makers de kans de volgende stap te zetten in hun carrière. Hiermee positioneren wij ons als belangrijke opdrachtgever voor nieuwe kunstvormen in Zuid-Nederland. Jong, net afgestuurd talent wordt bij Bosch Parade begeleid. Met Stichting KOP uit Breda zetten we een meester-gezel project op. We werken samen met het kunstvakonderwijs in 's-Hertogenbosch. Minimaal één project per editie wordt ontwikkeld met AVK Sint Joost. Studenten krijgen coaching vanuit Bosch Parade. De afdeling Media, Art & Performance van het Koning Willem 1 College maakte al eerder mooie projecten onder begeleiding van professionele kunstenaars.

### KUNST TOEGANKELIJK VOOR VELEN

Door te kiezen voor de paradevorm, enthousiasmeren we een breed en divers publiek voor hedendaagse kunst. Een aansprekend format voor grote groepen. Bovendien helpt onze combinatie van gratis toegankelijke en gesponsorde zichtplaatsen ook minderbedeelden in onze samenleving bij het vergaren van extra culturele bagage. Onze community van professionele makers en uitvoerenden aan de ene kant en grote groepen amateurdeelnemers aan de ander kant, is een sterke propositie in Nederland. Deze propositie draagt bij aan de actieve cultuurparticipatie van honderden deelnemers in 's-Hertogenbosch en Brabant.

### UNIEK CULTUURANBOD

Bosch Parade is door zijn verschijningsvorm –een optocht van kunstprojecten over het water– wereldwijd uniek en daarmee uitdagend voor makers uit verschillende disciplines. Bosch Parade positioneert zich als een muzikaal en theateraal beeldende kunst evenement, waar performance art en community art bij elkaar komen, waar werken interactie zoeken en grootschalig mogen zijn. Participatie wordt aangemoedigd.

### HEDENDAAGSE REFLECTIE MET JHERONIMUS BOSCH

Jheronimus Bosch is een kunstenaar van de buitencategorie. Bosch Parade verbindt via hem heden met verleden en maakt hem zichtbaar als belangrijk Brabants icoon, net zoals Vincent van Gogh. Door zijn werk als inspiratiebron te nemen, kunnen zijn universele thema's in een hedendaagse context worden geplaatst voor zijn internationale publiek. Kunst, gemaakt vanuit zelfreflectie en een kritische houding creëert werk dat mensen raakt, tot nadenken zet en ze als Jheronimussen doet kijken naar de wereld.

### INTERNATIONALISERING

Bosch Parade zoekt samenwerking met internationale partners en nodigt buitenlandse kunstenaars uit om deel te nemen. Dat verbreedt de blik en verrijkt het kunstklimaat in de stad en de provincie. Bij het doorontwikkelen van projecten die in Bosch Parade getoond worden, is het uitgangspunt om de projecten daarna ook internationaal aan te kunnen bieden. Dat geeft mooie mogelijkheden om de Brabantse kunstenaars in het buitenland te presenteren, bovendien gepresenteerd als product van Nederland waterland. Gekozen wordt in de periode 2021-2024 voor Rusland en Amerika, vanwege de grote schare geïnteresseerde deelnemers en (online) volgers in die landen. Bovendien zijn dit focuslanden van het Internationaal Cultuurbeleid 2021-2024 van de ministeries BZ, OCW en BHOS. Internationale partners zijn onder andere Upsala Circus (Sint-Petersburg) en Burning Man (Nevada).

