

PROJECTPLAN

'BredaPhoto - op de actualiteit, een breder beeld van fotografie'

1. Inleiding

Met het projectplan dat voor u ligt, speelt BredaPhoto in op de ontwikkelingen binnen de fotografie, waarin steeds vaker de grenzen van de eigen discipline worden overschreden en waarin bewegend beeld en zintuiglijke ervaringen bewust worden opgezocht. BredaPhoto wil vooroplopen in het tonen van actuele trends en ontwikkelingen en zet hiertoe steeds weer nieuwe stappen om liefhebbers en professionals te inspireren en te verrassen.

Met dit projectplan speelt BredaPhoto ook in op de ambities van de gemeente Breda en de Provincie Noord-Brabant om zich respectievelijk als een stad en regio van innovatie, toegepaste technologie en creatief talent te profileren. Daarvoor zoekt en vindt BredaPhoto actief aansluiting bij onderwijsinstellingen als de Breda University for Applied Sciences (BUAS) en Avans Creative Innovation, onder andere op het gebied van beeldmaken en gaming, bij pioniers uit het bedrijfsleven in het kader van Betrokken Ondernemers Breda en bij de vele culturele instellingen uit Breda en daarbuiten.

Samenwerking is voor BredaPhoto een sleutelwoord om zich te kunnen blijven vernieuwen. Daarvoor hebben we partners op de inhoud nodig en instellingen die BredaPhoto ook financieel en anderszins in haar ambities willen ondersteunen. Tegen deze achtergrond is het een opsteker dat de gemeente Breda heeft besloten om BredaPhoto vanaf 2025 op te nemen in de culturele basisinstellingen van de stad. Met de gemeente kijkt BredaPhoto onder andere naar hoe we wijken en inwoners van Breda nog meer bij het festival kunnen betrekken. Want net zozeer als BredaPhoto een festival van internationale allure wil zijn, is lokaal draagvlak voor het festival essentieel. Dit laatste bewijst zich onder meer in de meer dan tweehonderd vrijwilligers van BredaPhoto.

De aanvraag die BredaPhoto nu bij Brabant C doet, sluit aan bij de meerjarenaanvraag 2025-2028 die het festival eerder dit jaar bij de Provincie Noord-Brabant heeft ingediend, waarbij we graag benadrukken dat we voor het project waar deze aanvraag op ziet, geen middelen vanuit onze algemene meerjarensubsidie van de Provincie inzetten. We hopen dat Brabant C ons in staat stelt om op het belangrijke punt van innovatie en presentatie die extra stappen te zetten die ertoe bijdragen dat BredaPhoto ook in de toekomst wordt gezien als het fotografiefestival waar je oog in oog staat met artistieke topwerken en de maatschappelijke actualiteit - een foto-evenement dat je simpelweg niet mag missen.

Nieuwe vormen van presentatie en -technieken zijn spannend en trekken nieuw publiek, denk aan jongeren, maar feit is ook dat deze vormen van presenteren in de praktijk veelal duurder zijn dan een klassieke expositie van foto's aan een witte wand. BredaPhoto is ervan overtuigd dat de kosten voor de baat uitgaan en dat we met het projectplan dat voor u ligt meer mensen en nieuwe doelgroepen voor het festival op de been krijgen en dat het ons in staat zal stellen om nieuwe samenwerkingsvormen aan te gaan met bedrijven en sponsors. Hoe? Dat zetten we in dit projectplan nader uiteen, nadat we hieronder eerst de organisatie BredaPhoto, onze missie, visie, positionering en meerwaarde toelichten. Daarnaast staan we in dit projectplan ook stil bij het belang van communicatie en marketing, bij publieksonderzoek en de doelgroepen van BredaPhoto, en bij de horizon voorbij 2026, wanneer dit project is afgerond.

2. BredaPhoto – organisatie, missie, visie en positionering

BredaPhoto is de organisatie achter het grootste en meest toonaangevende internationale fotofestival van de Benelux dat eens per twee jaar, in de even jaren, plaatsvindt in Breda. BredaPhoto heeft zich in ruim 20 jaar tijd ontwikkeld van een club van fotografieliefhebbers tot een professionele organisatie die lokaal, nationaal en internationaal talent en gevestigde namen samenbrengt en daarmee zo'n 90.000 bezoekers op de been brengt.

Daarnaast is BredaPhoto veel meer geworden dan een festival. Ook in de oneven jaren is BredaPhoto aanwezig met spraakmakende projecten, in Breda, maar ook elders in het land en buiten onze grenzen. In Breda kennen de projecten in deze jaren inmiddels zo'n omvang dat er kan worden gesproken van een klein festival, waarbij

de focus ligt op het tonen en het stimuleren van talent. Deze lijn trekken we de komende jaren verder door met een compact talentenfestival in de oneven jaren.

De organisatie heeft zich mettertijd ontwikkeld op het gebied van professionaliteit, omvang, (jaarlijkse) aanwezigheid, bezoekersaantallen, kwaliteit, creativiteit en vakmanschap – en ook waar het gaat om de vormgeving van het festival. Werden de fotowerken in de eerste jaren nog op eenvoudige stellingen gemonteerd, tegenwoordig ontwerpen de art-director en gastontwerpers samen met de fotografen en kunstenaars verrassende tentoonstellingsvormen op bijzondere locaties. De organisatie staat voor artistieke kwaliteit en het vakmanschap in al haar presentaties.

2.1 Een fotofestival met een missie

BredaPhoto is een internationaal festival dat aan de hand van maatschappelijk relevante thema's actuele fotografie en audiovisuele kunst toont, onderzoekt, duidt en bevraagt. BredaPhoto wil een platform zijn voor inspiratie, dialoog en contemplatie en zo verschillende stemmen en perspectieven verbinden en de ruimte geven. Daarbij zoekt BredaPhoto doelbewust het experiment en opkomend talent op. Zo levert BredaPhoto een actieve bijdrage aan de ontwikkeling van de fotografie en kansen voor nieuwe makers. Grenzen van het medium worden verkend en soms overschreden, waardoor naast fotografie ook andere kunst disciplines in beeld komen.

In lijn met deze missie zijn de algemene doelen geformuleerd. BredaPhoto wil:

1. ...aan een breed publiek het enthousiasme overbrengen voor actuele fotografie en audiovisuele kunst en hen inzicht geven in nieuwe artistieke ontwikkelingen, altijd aan de hand van maatschappelijk relevante en urgente thematiek.
2. ... de rollen die fotografie en 'Visual Storytelling' kunnen spelen in het debat over maatschappelijke thema's op zo'n manier tonen en stimuleren dat het publiek daarbij direct wordt betrokken en geraakt, en deelgenoot van de discussie wordt.
3. ...vooroplopen in het signaleren en tonen van nieuwe ontwikkelingen binnen de discipline fotografie, met speciale aandacht voor nieuwe vormen en interdisciplinaire en medium-overschrijdende experimenten.
4. ... bijdragen aan de ontwikkeling van lokaal, regionaal, Nederlands en internationaal talent op het gebied van fotografie en audiovisuele kunst.
5. ... verantwoordelijkheid nemen voor de eigen positie van het festival binnen het ecosysteem van fotografie en cultuur in Noord-Brabant, Nederland en daarbuiten, als een plek voor experiment waar talent zich kan ontwikkelen en waar fotografen, kunstenaars en publiek elkaar kunnen ontmoeten en inspireren.

2.2 Artistieke visie - van fotografie naar multimedia

In de veelheid van genres in de fotografie kiest BredaPhoto voor grofweg twee categorieën die elkaar niet zelden overlappen: autonome kunst en autonoom verhalende fotografie. In beide categorieën zoekt het festival telkens naar maatschappelijk relevante projecten. Zo creëert BredaPhoto niet alleen een podium voor de kunst, maar ook voor het gesprek over de actualiteit.

Verdieping en duiding zijn hierbij belangrijk. Dit bereiken we bijvoorbeeld met toegankelijke tentoonstellingsteksten, maar ook met audiotours, video en via een uitgebreid contextprogramma van rondleidingen, gemodereerde gesprekken en *artist talks*.

Naast de waarde die BredaPhoto hecht aan de gesprekken over de actualiteit, onderzoekt het festival ook de fotografie zelf. In de huidige maatschappij waarin we met beelden worden overspoeld, is het belangrijk welke keuzes worden gemaakt, welk niveau van vakmanschap en artistieke kwaliteit leidend is, wat wel wordt getoond en hoe, en ook wat *niet* wordt getoond. Ook hierbij is duiding belangrijk. Voor het algemene publiek, maar in het bijzonder ook voor scholieren en studenten. BredaPhoto voelt zich verantwoordelijk om een bijdrage te leveren aan de beeldgeletterdheid, zeker nu artificial intelligence (AI) beelden sterk in opkomst zijn. Daarbij schuwt BredaPhoto het tonen van AI beelden zeker niet.

We programmeren fotografen en kunstenaars die vakmanschap, oorspronkelijkheid en zeggingskracht in hun werk tonen. Daarbij kijkt BredaPhoto naar de kwaliteit van het beeld op het gebied van bijvoorbeeld licht en compositie, maar minstens even belangrijk is de originaliteit van een beeld en hoe dit beeld communiceert. We programmeren fotografen en kunstenaars die zich bewust zijn van hun positie en zich kritisch verhouden tot het medium en de rol van zichzelf als maker. We kijken hoe zij omgaan met hun modellen, hoe zij zich verhouden tot de noties van feit en fictie in de fotografie, tot de kunsthistorische canon, nieuwe technieken en tot actuele thematiek en maatschappelijke ontwikkelingen.

De grenzen van het medium worden onderzocht en overschreden. Makers die hun oeuvre ooit startten met de fotocamera, experimenteren nu met bewegend beeld en film, betrekken teksten, geluid of tekeningen in hun projecten of stellen multimediale installaties voor. In de nieuwe lichte studenten die deelnemen aan het International Talent Programme (ITP) van BredaPhoto, studenten van tien kunstacademies uit vijf Europese landen, komt dit veranderende beeld nog sterker naar voren. Wij tonen deze nieuwe ontwikkelingen.

BredaPhoto zoekt ook nadrukkelijk de samenwerking met andere partners op, binnen en buiten Breda en de provincie, om de reikwijdte en de impact van het programma te vergroten en de bezoekers mee te nemen in een culturele manifestatie die met fotografie en beeldcultuur als kern ook andere culturele disciplines in de schijnwerpers zet. Zo gaat BredaPhoto bijvoorbeeld de samenwerking aan met theatergezelschappen en onderzoekt BredaPhoto de relatie tussen fotografie en (serious)gaming, in samenwerking met lokale partijen en de Breda Game Hub.

BredaPhoto vindt dat fotografie esthetisch en opwekkend mag zijn, maar dat het ook mag schuren en vragen oproepen. En ben je een beetje in de war na een bezoek aan het festival? Dat vinden wij niet erg. Wellicht kijk je na je bezoek zelfs iets anders tegen de wereld aan.

2.3. Positionering en meerwaarde

Festivals vormen een bijzondere categorie in de fotografiewereld en in de wereld van kunst en cultuur. Toch zijn er tegenwoordig nog maar enkele fotofestivals in Nederland en de directe buurlanden die er echt toe doen. Fotofestival Noorderlicht in Groningen blijft een belangrijke collega in het hoge noorden. Helaas heeft fotofestival Naarden na de editie van 2021 besloten een pauze in te laten die nog steeds voortduurt. Daarnaast zijn er vele leuke initiatieven in Nederland die ook de titel 'fotofestival' dragen maar zich niet laten vergelijken met de grote internationale festivals als Cortona On The Move (Italië), Die Biennale für aktuelle Fotografie (Duitsland), International Photoszene Köln (Duitsland) en Rencontres d'Arles (Frankrijk) die voor BredaPhoto als meetlat gelden.

2.3.1 Plek voor experiment en ontdekking nieuw talent

BredaPhoto onderscheidt zich als het meest toonaangevende fotofestival van de Benelux. Het festival heeft daarmee een belangrijke plek in het 'ecosysteem' van de fotografie en audiovisuele kunst en draagt bij aan de reputatie en aan een evenwichtige en diverse culturele infrastructuur in Noord-Brabant.

BredaPhoto biedt ruimte voor experiment, talent en uitwisseling tussen makers en andere professionals. Juist op een festival kunnen jonge talenten hun debuut maken, leren ze samenwerken met een professionele organisatie en ervaren ze voor het eerst de reactie van een groot publiek. Bij BredaPhoto kan er gespeeld worden met het tentoonstellingsontwerp, worden makers en de organisatie uitgedaagd om met beperkte budgetten te zoeken naar creatieve en kwalitatieve oplossingen en zijn er volop uitwisselingen tussen jonge talenten en gevestigde namen.

BredaPhoto heeft zich bewezen als een heel eigen en oorspronkelijke plek waar nieuwe talenten worden 'ontdekt' door de grotere instellingen in het ecosysteem. Curatoren en andere professionals komen vanuit heel Nederland, vanuit Europa en zelfs van verder naar Breda. Vele fotografen en kunstenaars krijgen dankzij BredaPhoto nieuwe kansen: tentoonstellingen op grotere podia, maar ook uitnodigingen van galeriehouders om zich door hen te laten vertegenwoordigen, steun van particuliere fondsen of mecenasen en uitnodigingen voor bijzondere samenwerkingen.

3. BredaPhoto vernieuwt - naar een breder beeld van fotografie

BredaPhoto ziet de discipline fotografie veranderen. De grenzen van het medium worden onderzocht en overschreden. Bij steeds meer hedendaagse fotografen en kunstenaars is pure fotografie een te beperkend jasje geworden: niet zelden betrekken zij tekst, tekeningen, geluid, 3D objecten, archiefmateriaal, bewegend beeld en films in hun projecten. In plaats van traditionele foto's aan de wand stellen zij multimediale installaties en augmented reality producties voor. Bij de nieuwe lichting studenten die deelnemen aan het International Talent Programme (ITP) van BredaPhoto zien we dit nog duidelijker. Zo'n 75% van de projecten die door studenten fotografie binnen dit talentenprogramma werden gepitcht voor het festival van 2024 omvatte meer dan pure fotografie. Dit is een trend, geen toevalstreffer. Het festival, dat ook in de toekomst voorop wil blijven lopen in het tonen van nieuwe ontwikkelingen, ziet het als een van de kerntaken om deze trends te onderzoeken, te bevragen en te tonen.

BredaPhoto zoekt daarbij samenwerking met kunstacademies op lokaal en Europees niveau. Tegelijkertijd legt het festival verbindingen met andere relevante partners, waaronder de Breda University of Applied Sciences (BUAS). BredaPhoto gaat een meerjarig partnerschap aan met dit instituut en hun innovatieve opleidingen zoals creative media & game technology. Ook verbindt BredaPhoto zich aan de lokale onderwijsinstelling Avans Creative Innovation en aan de Gameweek in Breda. Daarnaast is het festival een vooraanstaande gesprekspartner van de gemeente in de ambities om de stad op creative design en beeldcultuur nader te profileren.

Het is duidelijk: BredaPhoto ontwikkelt zich steeds verder tot een festival van fotografie, film en audiovisuele kunst. Deze verbreding biedt fotografen en kunstenaars in toenemende mate kansen en stimuleert de multidisciplinariteit van de kunsten, waarmee ook innovatie en creativiteit worden aangejaagd. Bovendien denken we met deze verbreding in de toekomst nieuwe publieksgroepen en -sponsors aan het festival te kunnen binden. Want immersieve en participatieve installaties zijn vaak spraakmakend en daarmee temeer aantrekkelijk voor zowel een jong publiek als voor sponsors.

Duidelijk is ook dat de kosten voor de baat uitgaan. Zo zijn de productiekosten voor een fotoprint op papier of doek anders dan die voor het tonen van een videowerk of een installatie met projecties. Voor het aankomende festival is de lijst aan benodigde apparatuur lang: van diaprojectoren en beamers tot ledschermen en een lichtprogramma dat centraal wordt aangestuurd.

Om deze opstap te kunnen maken op kwalitatief hoog niveau vraagt BredaPhoto steun aan Brabant C. In drie jaar tijd, te beginnen bij de festival editie van 2024, zetten we een aantal stappen die onze festivalopzet blijvend vernieuwen en het vakmanschap van de organisatie duurzaam versterken. Met de gevraagde financiële middelen huren we expertise in die we ons in de komende jaren eigen willen maken, kunnen we experimenteren met verschillende vormen van presentaties en participatieve projecten en schaffen we binnen de daarvoor geldende richtlijnen van Brabant C duurzame apparatuur aan voor meerjarig gebruik. Zo kunnen we verder bouwen aan een reputatie van spraakmakende en immersieve tentoonstellingen die zowel sponsors als een nieuw en jonger publiek zal kunnen verleiden om BredaPhoto respectievelijk te ondersteunen en te bezoeken. Op deze manier creëren we nieuwe kansen en kunnen we, mede door extra sponsor- en publieksinkomsten, onze financiële positie blijvend versterken voor de periode na 2026. De samenwerking die BredaPhoto actief opzoekt in de driehoek van culturele instellingen, hoger onderwijs en lokale ondernemers is hierop ook positief van invloed.

Hieronder lichten we onze plannen voor het festival van 2024 toe in relatie tot deze meerjarenaanvraag bij Brabant C en schetsen we ook onze visie op de jaren 2025 en 2026. De precieze programmering voor de twee laatstgenoemde jaren krijgt op een later moment vorm. In tussentijdse rapportages en jaarplannen zullen we Brabant C hierin meenemen.

3.1.1 2024 - BredaPhoto Festival Journeys

Voor aankomend festival maakt BredaPhoto op het punt van presenteren een duidelijke stap. Ook eerder toonde BredaPhoto al indrukwekkende, complexe installaties, zoals het memorabele video-project *The Believers* van Geert van Kesteren in de voormalige Koepelgevangenis tijdens het festival van 2018 en de solotentoonstelling met diverse films en projecties *Klof, Bario di Spiritu* van Kevin Osepa in 2022, beiden met Steun van Stichting Forhanna. Maar nooit eerder stonden er zoveel en zulke immersieve video- en

installatiewerken op de planning voor het festival als dit jaar. Het betreft zowel gevestigde fotografen als talenten die deelnamen aan het International Talent Programma (ITP). Een overzicht van de belangrijkste projecten:

Rosângela Rennó	Solo presentatie met nieuw en bestaand werk	Site-specific totaalervaring in de Grote Kerk Breda met vloerinstallatie, fotografie en videowerken
Tina Farifteh	Nieuw project <i>Tina in Sexbierum</i>	Site-specific totaalervaring met centraal aangestuurd videowerk, geluid en lichtkunst (ism Boris Acket) in de Elisabeth Kapel
Margit Lukács en Persijn Broersen	Bestaand werk <i>Forest on Location</i>	Installatie met twee centraal aangestuurde projectoren, waarvan een gericht op een sculptuur (via mapping) en audio
Sakir Khader	Nieuw en bestaand werk	Verschillende videowerken en audio
Oliwia Fit (ITP talent)	Nieuw werk	Vier projectoren
Gianny Kraan (GIGI) (ITP talent)	Nieuw werk	Installatie met lichtbakken en een video
Monica Alcazar-Duarte	Nieuw werk	Totaalervaring met vier video's, bewegend beeld, geluid, fotografie en spiegels
Adelheid Roosen en Leendert Vooijce	Nieuw participatief werk	Video, fotografie en workshop voor Bredanaars
Selma Selman	Bestaand werk <i>Mercedes Matrix</i>	Videowerk en fotografie
Abdul Halik Azeez	Bestaand werk, onder andere <i>Desert Dreaming</i>	Installatie met vijf videowerken
Sara Francola (ITP talent)	Nieuw werk <i>Delete, Delete, Delete</i>	Installatie met twee dia projectoren en fotografisch werk dat gedurende het festival verdwijnt in water

Aanvullend op het werk van bovenstaande kunstenaars toont BredaPhoto doorlopend een vijftal korte films (maximaal 30 minuten) in een bioscoopruimte die de organisatie zelf op een van de festivallocaties bouwt, waaronder ook een film van een van de talenten uit het International Talent Programme (ITP).

Twee projecten lichten we hier graag nog verder toe: **Rosângela Rennó** creëert een *site-specific* totaalervaring in de Grote Kerk Breda die ingaat op de historie van het gebouw en de relatie tussen Europa's koloniale machthebbers en Brazilië. Hierbij wordt de vloer van de kerk volledig bekleed met een rood-oranje tapijt, verwijzend naar bloedige geschiedenissen en het Huis Nassau, met uitsparingen voor een aantal graven waar Rennó de aandacht op wil vestigen. Deze graven spelen een belangrijke rol in het verhaal dat ze de bezoeker wil meegeven en waarvoor ze onder meer ook twee videowerken maakt.

Met de *site-specific* installatie *Tina in Sexbierum* in de Elisabeth kapel wil **Tina Farifteh** op de bezoeker haar ervaringen overbrengen over de zoektocht naar een thuis, het Friese landschap en de magische of haast spirituele beleving van de dans van zon en maan. Farifteh doet dit met een immersieve installatie van videowerk, ledschermen en lichtkunst middels een centraal aangestuurd programma dat ca. 20 minuten duurt, waarna de bezoeker de weg naar buiten kan vervolgen. Centraal staat de vraag: "Als de maatschappij geen thuis biedt, is er in het landschap dan misschien plaats voor ontheemden?"

3.1.2 2025 – Talentfestival

In 2025 focust BredaPhoto zich op talent uit Europa en de regio. Met een klein aantal gerichte kunst opdrachten binnen een overkoepelend thema, geeft BredaPhoto talent dat recent is afgestudeerd de kans zich verder te ontwikkelen. Bijdragen aan talentontwikkeling is een van de kerndoelen van BredaPhoto. Door in de oneven jaren hier de focus op te leggen, maken we meer capaciteit vrij om met de talenten samen, middels een op maat gemaakt supporttraject, toe te werken naar een optimale en verrassende presentatie. Bovendien kunnen we op deze manier ook studenten van de lokale creatieve opleidingen aan de St. Joost en de innovatieve game en technology opleidingen aan de BUAS actief bij dit talentfestival betrekken. Ook zullen we talenten verbinden

met de inwoners van Breda en omgeving en met specifieke lokale gemeenschappen. Dit doen we onder meer door opdrachten uit te schrijven voor participatieve projecten en interventies in de wijken.

Voor de te verstrekken opdrachten vragen we extra steun bij relevante fondsen, zoals het Mondriaan Fonds en het Fonds voor Cultuurparticipatie. Eerder gaf BredaPhoto opdrachten aan onder meer Kevin Osepa, Koen Hauser en Tina Farifteh, opdrachten die leidden tot succesvolle tentoonstellingen waarbij in alledrie de gevallen de grenzen van de discipline fotografie werden opgezocht en overschreden. Naast opdrachten voor nieuw werk, zullen we ook bestaande projecten van jonge talenten tonen. Hiervoor houdt het artistieke team onder meer de eindexamenexposities van de Nederlandse en Belgische kunstacademies nauwlettend in de gaten. Gezien de ontwikkelingen binnen de fotografie en op de academies verwachten we dat ook de aan het talentenfestival deelnemende makers discipline overschrijdende en impactvolle installaties zullen aandragen. Met de ondersteuning vanuit Brabant C kunnen we hier succesvol op inspelen.

Voor dit talentenfestival verwachten we vooral bezoekers uit de regio en uit Nederland en zien we tegelijkertijd extra kansen om jong publiek te trekken met een uitgebreid contextprogramma, zoveel mogelijk vormgegeven door de talenten zelf. Het vormt bovendien een extra kans om verder te bouwen aan de reputatie van vernieuwde tentoonstellingsvormen en de aandacht hiervoor ook in de oneven jaren vast te houden.

3.1.3 – De editie 2026

In 2026 zetten we de in 2024 ingezette vernieuwing voort met wederom een groots internationaal festival met indrukwekkende installaties en immersieve tentoonstellingen. We verwachten in 2026 al te kunnen profiteren van het in 2024 versterkte vakmanschap en de opgebouwde expertise en tegelijkertijd nog verdere ontwikkelingen te kunnen doormaken. Tevens verwachten we de in 2024 en 2025 nieuw aangeboorde publieksgroepen te kunnen consolideren en verder uit te bouwen. Naast grotere publieksinkomsten, verwachten we in 2026 ook een middelgrote sponsor aan het festival te kunnen verbinden op basis van de reputatie die we in de twee voorgaande jaren hebben kunnen verwerven.

3.2 Communicatie, marketing en publiekswerking

De communicatiestrategie van BredaPhoto richt zich op een breed publiek van kunstliefhebbers maar ook op inwoners, voorbijgangers, bezoekers vanuit de provincie en elders die normaal minder direct met fotografie en kunst in aanraking komen. Met de nieuwe opzet van het festival voor fotografie, video- en audiovisuele kunst zal BredaPhoto nieuw en jonger publiek trekken dat zich aangetrokken voelt tot de immersieve en participatieve installaties.

Het festival richt zich op de volgende doelgroepen:

- Cultuurliefhebber uit Nederland
- Cultuurliefhebber uit België en Duitsland
- Inwoners van Breda en vanuit de provincie
- Professionals (fotograaf, kunstenaar, curator, student kunstopleiding) en amateurs
- Specifieke doelgroepen per project (bv de Iraanse diaspora en de Marokkaanse gemeenschap in Breda)
- Jong(er) publiek
- Nieuw publiek dat minder vanzelfsprekend met fotografie in aanraking komt

3.2.1 Doelgroepen strategie

Voor deze doelgroepen worden verschillende strategieën op verschillende kanalen uitgezet.

Het merendeel van de cultuurliefhebbers in Nederland, België en Duitsland die musea en tentoonstellingen bezoekt, is hoogopgeleid en van oudere leeftijd. Voor het bereiken van deze doelgroep zet BredaPhoto in op traditionele media: landelijke en internationale bladen en aandacht op radio- en televisie (via free publicity), een outdoor campagne en een radiocommercial. Tevens wordt een betaalde bijlage bij Zout Magazine ingekocht. Dit magazine richt zich op de zuidelijke delen van Nederland en een groot deel van Vlaanderen en was in 2022 zeer succesvol voor het bereik van BredaPhoto.

Voor Duitsland, een doelgroep in ontwikkeling, leggen we als eerste de focus op free publicity. Voor de editie van 2026 zal BredaPhoto een op Duitsland gericht PR bureau inhuren. Hiermee, en met de spin-off door de samenwerkingen met de Duitse academies en het Duitse fotofestival Photoszene Köln, hoopt BredaPhoto te

bouwen aan meer bekendheid in dit buurland en uiteindelijk ook aan een toename van het Duitse publiek. Deze ambitie wordt ondersteund door Breda Marketing, omdat dit ook voor de stad Breda en de provincie en haar ondernemers van waarde zal zijn. Op dit moment voeren studenten van de Hogeschool voor de Kunsten in Utrecht een onderzoeksopdracht uit hoe meer cultuurliefhebbers uit specifiek Nordrhein Westfalen aan BredaPhoto te verbinden.

Om maximale free publicity te genereren, organiseren we een dag voor de publieksoening een speciale internationale perspreview in samenwerking met Breda Marketing.

De doelgroep inwoners van Breda en omgeving wordt bereikt via nationale en lokale media, outdoor, flyers en affiches bij lokale ondernemers, en citydressing in Breda (in samenwerking met Breda Marketing en het Ondernemersfonds). Belangrijk voor deze doelgroep is hierbij ook de historie van BredaPhoto; veel inwoners hebben een band met het festival, en de mond-tot-mondreclame is sterk. We zijn dankbaar voor onze vele lokale ambassadeurs.

Vanzelfsprekend vormen de professionals een belangrijke doelgroep. Door de jaren heeft BredaPhoto steeds meer bekendheid onder makers en andere nationale en internationale professionals opgebouwd. Deze professionals zijn van BredaPhoto gewend dat het festival de actuele ontwikkelingen in de fotografie toont. BredaPhoto koestert deze community. Dit zijn naast de vrijwilligers de meest trouwe volgers van het festival. BredaPhoto bereikt hen gemakkelijk via de tweetalige nieuwsbrieven en social media. Daarnaast bereikt BredaPhoto professionals en amateurs via vakbladen, online partnerkanalen en reguliere media. Professionals zijn doorgaans sterk geïnteresseerd in het uitgebreide contextprogramma waarmee BredaPhoto in de vorm van onder meer gemodereerde gesprekken met partners nog eens extra licht werpt op de actuele ontwikkelingen in de fotografie.

3.2.2 Nieuw en Jong(er) publiek

Net zoals voor alle culturele instellingen is het voor BredaPhoto ook uitdagend een jong publiek aan te trekken. Desondanks heeft het festival een paar sterke punten die hieraan bij kunnen dragen. Allereerst zijn er de vele studenten die deelnemen aan het International Talent Programme en de groeiende samenwerking met de kunstacademies. Via hen bereiken we een veel grotere groep fotografiestudenten en hun vrienden. We delen gericht gratis kaartjes uit voor het festival en het contextprogramma. Middels flyers, nieuwsbrieven en door aanmoediging van docenten wordt BredaPhoto op de academies verder onder hun studenten gepromoot. Daarnaast is BredaPhoto een samenwerking gestart met de BUAS en Avans Creative Innovation. Om de komst van hun studenten naar het festival te bevorderen worden er ook voor hen op maat gemaakte events georganiseerd, denk bv aan masterclasses. Ook bereiken we jongeren via online media, influencer campagnes en een samenwerking met CJP. Gezinnen met kinderen bereiken we via alle algemene kanalen en via doelgroepspecifieke kanalen als GoKids, Kidsproof en Kunstfanaatjes. We maken een speurtocht voor kinderen en in het partnerprogramma van *Journeys* organiseert stadsbibliotheek de Nieuwe Veste, een belangrijke partner van BredaPhoto, een interactief programma voor kind en gezin rond het thema reizen. Een belangrijke kracht van het festival is dat fotografie en audiovisuele kunst over het algemeen populairder onder jongeren zijn dan bijvoorbeeld oude schilderkunst. Fotografie is een zeer toegankelijk en democratisch medium. Steeds meer mensen, jongeren in het bijzonder, zijn in het dagelijks leven veelvuldig met fotografie en video bezig, bv door het maken van selfies en vlogs. Met wijkgerichte- en educatieprojecten zoekt BredaPhoto actief aansluiting bij deze trends.

Door de stappen die we nu zetten om de discipline fotografie voor het festival te verbreden, wordt het nog aantrekkelijker voor jonge(re) doelgroepen om het festival te bezoeken. De immersieve installaties en totaalervaringen zoals bij Rosângela Rennó, Tina Farifteh en Monica Alcazar-Duarte zullen tot de verbeelding spreken, zijn fotogeniek en lenen zich voor selfies, waardoor we verwachten dat met name jonge bezoekers dit graag zullen verspreiden via social media. We zullen in de marketing en communicatie voor deze en andere doelgroepen stevig inzetten op de ervaring van de immersieve installaties en ook foto's en korte video's van de installaties als teasers delen. Daarnaast lenen deze projecten zich ook uitstekend voor de influencerscampagnes. Ook voor gezinnen met kinderen zijn dergelijke indrukwekkende presentaties een goede gelegenheid om jonge kinderen voor het eerst met kunst in aanraking te brengen of oudere kinderen over te halen toch nog mee te gaan. We zullen deze gezinnen extra verleiden via doelgroepspecifieke kanalen.

BredaPhoto zet zich ook in om publiek te bereiken dat minder vanzelfsprekend met fotografie en kunst in aanraking komt. Ook hen verwachten we makkelijker te kunnen trekken met de verbreding van de fotografie, via alle hierboven genoemde kanalen en door op strategische wijze de doelgroep zelf op te zoeken,

bijvoorbeeld door een postercampagne in specifieke wijken van Breda. Daarnaast zetten we ook in op participatieve projecten waarbij we juist ook deelnemers zoeken uit deze doelgroep. Voor de editie van 2024 geldt dit voor 'In Getuigenis' een participatief project van Adelheid Roosen en Leendert Vooijce.

3.2.3 Sponsoring

Naast middelen van gemeente, provincie, Brabant C en diverse private en publieke cultuurfondsen, weet BredaPhoto ook sponsoren aan zich te verbinden. Sponsoring heeft nu nog vaak de vorm van bijdragen in natura en kortingen op diensten, bijvoorbeeld van steigerbouwers, van een productiebedrijf in fotoprints, van ons ontwerp bureau voor grafische vormgeving en andere bedrijven die voor de realisatie van een festival onmisbaar zijn. In het laatste jaar heeft BredaPhoto veel aandacht aan relatiebeheer besteed. Door deels nieuwe wegen in te slaan, ons perspectief op fotografie te verbreden, en doelbewust aansluiting te zoeken bij opgaven vanuit de gemeente en provincie op het punt van de ontwikkeling van toegepaste technologie en creatief talent, onder meer op het gebied van gaming en beeldcultuur, vergroten wij ook de kansen om nieuwe private financiering aan te trekken. Dit gaat niet vanzelf. Daarom is BredaPhoto sinds kort ook actief lid van de Betrokken Ondernemers Breda en voeren we gesprekken met de ondernemersvereniging van de binnenstad van Breda. Sponsoring vraagt om gedeelde belangen, je verplaatsen in de ander en een aantrekkelijk aanbod. Met dit projectplan voor Brabant C vergroten wij onmiskenbaar de aantrekkingskracht van BredaPhoto, voor het publiek en zeker ook voor sponsoren.

3.2.4 Publieksonderzoek

Om gedurende de looptijd van dit projectplan resultaten en vorderingen goed te kunnen monitoren, en deze waar nodig bij te sturen, zetten we in op specifiek publieksonderzoek. BredaPhoto heeft inmiddels ruime ervaring opgebouwd met publieksonderzoeken, onder meer in samenwerking met het onderzoeksbureau Hendrik Beerda en Breda Marketing. In ons businessplan dat op dit projectplan volgt, zullen we specifieke doelen opnemen ten aanzien van de nieuwe en jongere publieksgroepen en deze targets meetbaar maken. Ook zullen we het publiek uitgebreid ondervragen naar hun waardering en beleving van de nieuwe tentoonstellingsvormen op het festival. Om resultaten en werkwijzen verder transparant en inzichtelijk te maken, levert BredaPhoto jaarlijks een door een accountant gewaarmerkt jaarplan plus jaarrekening op.

3.2.5 Voorbij de horizon van 2026

De verbreding van de focus van BredaPhoto naar meer audiovisuele producties en immersieve presentaties zullen de bezoekersaantallen en de interesse van sponsoren in de activiteiten van BredaPhoto vergroten. Dit gaat niet vanzelf en vraagt om een lange adem en een niet-aflatende inzet vanuit BredaPhoto over meerdere sporen. In dit projectplan staan we stil bij onze inzet op marketing en communicatie om zo bijvoorbeeld meer jongeren te bereiken en naar het festival te krijgen. Daarnaast geven we aan hoe we in de driehoek van culturele instellingen, onderwijs en bedrijfsleven, onder andere op het gebied van beeldcultuur en gaming, meer partijen aan ons binden en ook in toenemende mate de interesse van sponsoren zullen weten te stimuleren. Deze beide punten zullen we in het hiernavolgende businessplan nader uitwerken. Verder zullen we de door gemeente Breda toegezegde extra honderdduizend euro jaarlijks voor BredaPhoto aanwenden om de focus op audiovisuele producties en immersieve presentatie ook na 2026 te continueren en waar mogelijk uit te breiden. Kortom: de voorziene groei vanuit publieksinkomsten, sponsoring, en de grotere ondersteuning vanuit de gemeente, zullen BredaPhoto in staat stellen om binnen de gestelde termijn de lening van dertigduizend Euro aan Brabant C terug te betalen. We starten deze terugbetaling meteen al in 2024 en in de twee daaropvolgende jaren met jaarlijks een bedrag van drieduizend Euro.