

INHOUDELIJKE EVALUATIE

TROMBONE FESTIVAL

SLIDE FACTORY



“Onder toezien oog van een enorme buste van “trombonegod” George Wiegel, vergaapt het laaiende publiek zich aan een muzikaal feestje, vol trombonevirtuositeit van de bovenste plank” - NRC

INHOUDSOPGAVE

1. VOORWOORD	2
2. DOELSTELLINGEN EN RESULTATEN	3
2.1 Beoogde projectambities en het resultaat	3
2.2 Successen en leermomenten	5
3. HET PROGRAMMA	6
3.1 Festivalfocus	6
3.2 Overzicht deelnemende musici	7
3.3 Het concertprogramma	7
3.4 Talentontwikkeling	10
3.5 Programma verdieping	12
4. PUBLIEK	15
4.1 Publieksambities en resultaat	15
4.2 Ingezette marketingstrategie en -middelen	17
5. ORGANISATIE EN FINANCIEN	19
5.1 Festivalteam	19
5.2 Partners	19
5.3 Toelichting op afrekening	20

Stichting Nieuw Trombone Collectief

Van Beekstraat 91
1121 NH Landsmeer
www.slidefactory.nl

Contactpersoon: Remko de Jager

T: 06 – 55 39 35 65

E: daniek@newtrombonecollective.com

KvK: 24322942

IBAN: NL16 INGB 0009 4311 39

BTW: NL8109.599.51.B01

ANBI aanwezig



1. VOORWOORD

Met grote trots en voldoening presenteren wij u dit verslag van het Slide Factory Trombonefestival 2024, een evenement waarvan we denken dat wederom de reputatie als het grootste en meest prestigieuze trombonefestival van Europa heeft waargemaakt. Deze negende editie, gehouden van 14 tot 16 juni 2024 in De Doelen te Rotterdam, bracht een diverse groep van nationale en internationale trombonisten én publiek samen voor een onvergetelijk evenement van muziek, educatie en samenwerking.

Slide Factory, dat tweejaarlijks plaatsvindt, bood ook dit jaar weer een rijk en gevarieerd programma met 17 concerten, waarbij meer dan 145 trombonisten een mix van klassieke muziek, jazz, nieuw gecomponeerde werken, oude muziek en popmuziek uitvoerden. Hoogtepunten voor het publiek waren onder andere het concert met het Rotterdams Philharmonisch Orkest en Jörgen van Rijen, het spectaculaire Gala Concert met de New Trombone Collective en de wereldklasse uitvoeringen van internationale artiesten zoals Joseph Alessi, Dennis Rollins en de Slide Monsters.

Het thema van deze editie, "Ontwikkeling van verschillende stadia van talent", met speciale aandacht voor diversiteit en inclusiviteit, heeft het festival boeiend en kleurrijk gemaakt. De focus op deze aspecten creëerde een platform waar muzikanten van alle niveaus en achtergronden hun vaardigheden konden tonen en verder ontwikkelen. Workshops, masterclasses en optredens voor en van pril talent tot wereldmasters benadrukten het belang van een inclusieve benadering in de muziekwereld, waardoor een inspirerende en ondersteunende sfeer ontstond. Zo gaven Sasha Romero en Emily White (naast hun doordachte thematische concerten) een inspirerend forum over inclusiviteit in de trombonewereld, terwijl jonge artiesten in het begin van hun carrière zoals Polina Tarasenko en het Nymphaeas Quartet samen met Peter Moore opzienbarende optredens verzorgden.

Voorafgaand aan het festival werden er masterclasses georganiseerd, waarin de deelnemers de kans kregen om van de beste trombonisten ter wereld te leren. De masters van deze sessies, waaronder Peter Moore, György Gyivicsan en Rommert Groenhof, gaven niet alleen waardevolle educatieve lessen, maar traden ook zelf op tijdens het festival; voor het publiek een unieke kans om deze grootmeesters live te zien spelen.

Een bijzonder aspect van deze editie was het optreden van artiesten die als jong talent in voorgaande edities van het festival hun eerste stappen in de spotlights zetten. Deze jonge muzikanten hebben zich de voorbije jaren verder ontwikkeld en hebben nu een glanzende carrière als professioneel trombonist, wat een prachtig bewijs is van het voortdurende succes en de impact van het Slide Factory Trombonefestival als kweekvijver voor muzikaal talent. We kregen zo nogmaals de bevestiging dat Slide Factory een belangrijke bron van inspiratie is voor toekomstige generaties trombonisten.

We kregen opmerkelijk veel enthousiaste reacties van zowel het publiek, de deelnemers, de artiesten als de festivalmarkt-standhouders. Deze positieve feedback getuigt van de succesvolle organisatie en de inspirerende sfeer die het Slide Factory Trombonefestival kenmerkt.

Namens de organisatie willen wij iedereen bedanken die zijn of haar steentje heeft bijgedragen aan het succes van dit evenement.

2. DOELSTELLINGEN EN RESULTATEN

2.1 Beoogde projectambities en het resultaat

Slide Factory 2024 heeft diverse ambities geformuleerd om het festival een inspirerende en transformerende ervaring te laten zijn voor zowel het publiek als de betrokken artiesten:

- **Publieksontwikkeling:** Door middel van kwalitatief hoogstaande concerten en programma's de trombone in al zijn facetten tonen aan het publiek.

Gerealiseerd: Onze hoop en vertrouwen dat we goede en interessante artiesten in huis hadden gehaald heeft iedereen zeker waargemaakt met hoogstaande optredens. Met een mix aan klassieke muziek, jazz, nieuw gecomponeerde werken, oude muziek en popmuziek hebben we de trombone als veelzijdig instrument in het licht gezet. Helaas waren de aantallen publiek aan de lage kant. Het publiek dat aanwezig was, was razend enthousiast.

- **Artistieke innovatie:** Het programma bestaat uit unieke, nieuwe samenwerkingen met een grote diversiteit in performers en componisten. Daarmee verlegt het festival artistiek de grenzen van de trombone.

Gerealiseerd: We haalden een grote diversiteit aan performers en componisten in huis die gezamenlijk een verrassend programma brachten. Als sprekend voorbeeld noemen we het niveau en de muziekkeuze van de tromboneklas van Karlsruhe, die met verve een compositie van Florian Maier speelde; waarvan we 10 jaar geleden dachten dat deze praktisch onspeelbaar/zeer moeilijk was. Ook zijn er vele nieuwe composities en concertvormen gepresenteerd die als inspiratie dienden voor deelnemers aan het festival.

- **Talentontwikkeling:** Jong toptalent en conservatoriumstudenten worden artistiek uitgedaagd zich verder te ontwikkelen in masterclasses, concerten en compositieopdrachten.

Gerealiseerd: Er zijn succesvolle masterclasses geweest, waarbij studenten van 4 verschillende conservatoria les kregen van elkaars docenten en 2 dagen van internationale festivalgasten Peter Moore (VK) en György Guyvicsan (Hon). Er waren vele nieuwe stukken te beluisteren op het festival, mede gemaakt door jong talent.

Ook heeft het Young Trombone Collective, onze eigen kweekvijver voor jong talent, in de aanloop naar Slide Factory en op het festival zelf enorm veel gewerkt, geleerd en laten zien en horen dat de toekomst van de Nederlandse trombone talenten gewaarborgd is. Ze hebben een studie weekend en repetitiedagen gevolgd.



- **Publieksparticipatie/educatie:** Het publiek wordt actief betrokken in meespeelprogramma's om zo de beleving te versterken. Er zijn leermogelijkheden voor alle leeftijden en niveaus.

Gerealiseerd: Het publiek is op meerdere manieren actief betrokken. Zo begon elke festivaldag met een gezamenlijke sessie onder leiding van een professionele festivalartiest. Ook waren er workshops improviseren voor beginners, speedlessen en een gezamenlijk moment op het Schouwburgplein waarbij publiek, studenten, professionals en kinderen samen muziek maakten. Ook hebben in de aanloop naar het festival 280 Rotterdamse schoolkinderen trombone leren spelen op de pBone (een plastic trombone). Om het geleerde in de praktijk te brengen, gaven de kinderen een concert op het schoolplein voor hun medeleerlingen, ouders en buurtbewoners.

In aanloop naar het festival zijn er ook een drietal workshops in Noord-, Oost- en Zuid-Nederland georganiseerd, waarbij trombonisten uit deze regio's veel hebben geleerd en alvast het muziekstuk hebben ingestudeerd wat speciaal door Pelle van Esch voor het Buitenspektakel is geschreven. En wat helemaal fantastisch was voor ons: 2 enthousiaste oud deelnemers van Slide Factory hebben zelf een trombone ensemble in het Westland opgericht en zij hebben ook nog een workshop gegeven waarbij de compositie van Pelle van Esch is gespeeld.

- **Maatschappelijk bewust:** Slide Factory wil graag bijdragen aan de dialoog over maatschappelijk actuele onderwerpen. Dit via a) het bieden van een podium aan artiesten en componisten van alle kleuren en genders, b) bewustwordingsactiviteiten als discussiepanels en c) betrokkenheid bij de lokale gemeenschap door het geven van workshops op scholen aan kinderen die anders niet snel met muziek maken in aanraking komen.

Gerealiseerd: Slide Factory bood dit jaar een podium aan artiesten en componisten van alle kleuren en genders. Zij gaven optredens van wereldklasse. Ook stonden de twee concerten op de zondagochtend in het teken van de thematiek emancipatie en queerness. Tussen deze twee concerten door hebben we een forum georganiseerd waarbij trombonist Sasha Romero (USA), die transgender is, samen met Emily White (UK) hun visies deelden op de situatie van de emancipatie in de trombonewereld. Daarnaast zijn er workshops gegeven op scholen aan kinderen die anders niet snel met muziek maken in aanraking zouden komen.



2.2 Successen en leermomenten

SUCCESSEN

- Het feit dat we een dergelijk groot festival na een aantal moeilijke jaren weer hebben kunnen realiseren! Het stond absoluut niet vast dat het zou gaan lukken. Met grote dank aan velen die hierbij hebben geholpen in wat voor vorm dan ook.
- We hebben bij dit festival veel aandacht gevestigd op jonge en diverse artiesten. Dit leverde veel inspiratie op voor jong en oud.
- De kwaliteit en diversiteit van het programma.
- Het Galaconcert met daarin ook op ludieke wijze aandacht voor het afscheid van 'trombonegod' George Wiegel, voormalig directeur van het Rotterdams Philharmonisch Orkest.
- De hernieuwde samenwerking en aandacht voor het festival door publiek, studenten, sponsors en trombonemerken heeft ons aangemoedigd en ons het hernieuwde vertrouwen gegeven dat het festival in een belangrijke behoefte voorziet.

LEERMOMENTEN

- Het is veel werk om zo'n festival te organiseren, altijd meer dan je denkt..... dit is een leermoment wat we elke keer weer noteren, en ook vergeten als het festival een succes is geweest. Voor de volgende keer is dit wel zeker weer een belangrijk punt. Ruim op tijd beginnen met fondsenwerving en productie blijft een aandachtspunt.
- Marketing: we hebben heel veel ingezet via socials, met experts, maar het is en blijft moeilijk om publiek te trekken dat niet direct iets met het instrument heeft. Voor volgende editie is een andere aanpak wellicht noodzakelijk.



3. PROGRAMMA SLIDE FACTORY 2024

3.1 Festivalfocus

Het thema van "de verschillende stadia van talent" is op diverse manieren in de programmering van Slide Factory tot uiting gekomen. Hierbij enkele specifieke voorbeelden van artiesten en onderdelen die hebben bijgedragen aan de veelzijdigheid van het festival:

Het **Galaconcert New Trombone Collective & friends** belichtte zowel gevestigde artiesten als jong talent. Het New Trombone Collective trad op samen met internationale artiesten zoals Sasha Romero (VS) en Eijiro Nakagawa (JP). Ook zangeres Elisabeth Hetherington (winnares van de Nederlandse muziekprijs 2024) was onderdeel van het programma met een speciale focus op de rol van de trombone in vocale en religieuze muziek.

Het festival sloot spectaculair af met een optreden van de **Slide Monsters**, een kwartet bestaande uit klassieke en jazz trombonisten zoals Joseph Alessi (VS), Brandt Attema (NL), Marshall Gilkes (VS) en opnieuw Eijiro Nakagawa (JP). Ook dit optreden benadrukte de diversiteit en het internationale karakter van het talent op het festival.



Ook het optreden van het Young Trombone Collective, als zijnde onze kweekvijver voor talent, droeg natuurlijk bij aan het thema.

Tijdens het festival werden er ook diverse **workshops en masterclasses** aangeboden, onder andere door Marshall Gilkes, waarin jonge trombonisten de kans kregen om te leren van ervaren artiesten. Ook in de week voorafgaand aan het Slide Factory festival werden er verschillende masterclasses georganiseerd, geleid door gerenommeerde trombonisten Peter

Moore, György Gyivicsan en Rommert Groenhof. Deze sessies boden jonge trombonisten de kans om hun vaardigheden te verbeteren en inspiratie op te doen van enkele van de beste in hun vakgebied.

Deze masterclasses speelden een cruciale rol in de voorbereiding op het festival, door jonge trombonisten niet alleen technische vaardigheden bij te brengen, maar ook door hen te inspireren met de verhalen en ervaringen van succesvolle professionals. Ze boden een platform voor leren en groei, en vormden een essentieel onderdeel van het thema van het festival.

Sasha Romero leidde een **discussieforum** over inclusiviteit in de trombonewereld, wat aangeeft dat het festival ook aandacht besteedt aan de sociale aspecten van muziek en talentontwikkeling.

Door middel van deze programmering bood Slide Factory een platform voor verschillende stadia van talent, van opkomende jonge musici tot gevestigde internationale sterren, en omvatte het festival een breed scala aan muzikale stijlen en formats.

3.2 Overzicht deelnemende musici

Naast het New Trombone Collective stonden op het podium:

Trombonisten

Joseph Alessi (USA)
Peter Moore (UK)
György Gyvicsan (HUN)
Rommert Groenhof (NL)
Andrew MacLeod (UK)
Sasha Romero (USA)
Dennis Rollins (UK)
Eijiro Nakagawa (JP)
Marshall Gilkes (USA)
Maarten Combrink (NL)
Emily White (UK)
Pelle van Esch (NL)

Jong talent

Young Trombone Collective (NL)
Pelle van Esch (NL)
Nympheas Trombone Quartet (NL)
Polina Tarasenko (UKR)
Velocity Trio (INT)

Overige musici

Elisabeth Hetherington (NL)
Daniel Bolba (POR)
Martin van Hees (NL)
Kathryn Cok (USA)
Andrea Vasi (NL)
Daniel vd Hoeven (NL)

Orkesten/ensembles

Rotterdams Philharmonisch Orkest (NL)
Trombonesectie van het RPhO (NL)
Marinierskapel der Koninklijke Marine (NL)
Slide Monsters (INT)
Bruckner Quartet (INT)
TINASE (INT)

3.3 Het concertprogramma

Compositieopdrachten

Deze editie zijn er vele compositieopdrachten verstrekt:

Daniel Kidane – *Slide*
Angélica Negròn – *Agua* (tijdens concert ‘Only dead fish drift with the stream’)
Steven Verhelst – *Jeckyll & Hide* (tijdens concert Marinierskapel en solisten)
Martijn Padding – *Vox Dei*
Florian Magnus Maier – *Alien Love* (tijdens Galaconcert New Trombone Collective & friends)

Het concert ‘Only dead fish drift with the stream’ bevatte maar liefst 3 composities, waarvoor wij (eerder) de opdracht hebben verstrekt: *Slide* van Daniel Kidane, *Crudo* van Florian Magnus Maier en *Agua* van Angélica Negròn.

In het concert in het kader van de Componistendag door de Marinierskapel der Koninklijke Marine met trombonesolisten werd een opdrachtwerk van Steven Verhelst, *Jeckyll & Hide*, gespeeld. Verder hebben we opdrachten kunnen geven aan Florian Maier voor het stuk *Alien Love* voor contrabas trombone solo met 8 trombones en mocht Martin Padding een compositie maken getiteld *Vox Dei* voor sopraan en trombones.

Daarnaast beleefde tijdens het concert van het Rotterdams Philharmonisch Orkest + Jörgen van Rijen het stuk *Resonance* voor 9 trombones van Michael Gordon zijn wereldpremière. Het is een voorstudie van een groter werk wat nog in ontwikkeling is.

Concerten

Het programma omvatte vele concerten en vele highlights, die zeer goed door het publiek zijn ontvangen. Hieronder enkele toegelicht.

TINASE ft. Marshall Gilkes

Uitvoerenden: Maarten Combrink - trombone, Ilja Reijngoud - trombone, Pablo Martínez - trombone, Jeroen Vermazeren - trombone, Marshall Gilkes - trombone, Cas Jiskoot - double bass, Chris Muller – piano en Auke de Vries – drums.

Gespeelde werken: *Amsterdamed* - Berend van Deelen, *Four Floors* - Maarten Combrink, *Loch Gile* - Johan Plomp, *Running On Eggshells* - Ilja Reijngoud, *Let's Dance* - Ija Reijngoud, *Never Turning Back* - Chris Muller, *Middle Ground* - Marshall Gilkes.

Dit concert was uniek te noemen omdat er 5 trombonisten op het podium stonden, waaronder 2 enorme talenten (Maarten Combrink en Jeroen Vermazeren) die net zijn afgestudeerd aan het conservatorium, met hun docent Ilja Reijngoud (die al heel vaak te gast was op eerdere edities van slide Factory). En dit alles omdat Marshall Gilkes, de Amerikaanse super ster op trombone, ze had 'ontdekt' en heel graag wilde dat ze met hem op het festival speelden.

Het publiek was terecht razend enthousiast. TINASE heeft zich door dit concert internationaal op de kaart gezet.

Only dead fish drift with the stream

Uitvoerenden: Dániel Bolba - percussion, Martin van Hees - electric guitar, Jörgen van Rijen - trombone, Alexander Verbeek - trombone, Koen Kaptijn - trombone, Mark Boonstra - bass trombone en Remko de Jager – trombone.

Gespeelde werken: *Slide* - Daniel Kidane, *Siracuse Blues* - Jacob TV, *Crudo* - Florian Magnus Maier, *ALARM* - Jacob TV, *Agua* - Angélica Negrón.

Video '*On the edge*' - Miguel Angel Rios, Video '*Crudo*' - Miguel Angel Rios, Video '*Landlocked*' - Miguel Angel Rios,



In dit concert, uitgevoerd op de Dag van de Componist van De Doelen, heeft Jörgen van Rijen een bijzondere manier gevonden om maatschappelijke thema's als overbevissing en discriminatie te belichten. Door middel van video's van Michel Angel Rios te tonen en daar met nieuwe composities op te reflecteren boden we publiek een werkelijk unieke en impactvolle beleving.

Het aanwezige publiek in de Grote Zaal waardeerde dit concert zeer. De presentatie, belichting, aankleding en het hoge niveau van musiceren werden met name genoemd. Ook de nieuwe composities vielen in goede aarde.



Gala Concert New Trombone Collective & friends

Uitvoerenden: New Trombone Collective, Eijiro Nakagawa - trombone, Elisabeth Hetherington - soprano, György Gyivicsan - trombone, Peter Moore - trombone, Sasha Romero - trombone en Evert Josemanders – poppenspel.

Gespeelde werken: *Tota Pulcra Es* - Bruckner, *Those evenings of the brain* - Bracci, *Si Caelum et caeli caelorum* - Lassus, *Vox Dei* - Martijn Padding, *Equale* - Beethoven, *Alien Love* - Florian Magnus Maier, *Osteoblast* - Bourgeois, *Triosonate nr. D. Gallo* - Pulcinella, *First movement* - Grondahl, *Il Fiammingo Pergolesi* - Pulcinella, *Trombone Scenes* - Szentpali, *Si Tu m'Ami Parisotti* - Pulcinella, *Cogent caprice* - Pedersen, *Aria 'Chi disse Che La Femina'* - Pergolesi, *Into the sky* - Nakagawa.

Het Galaconcert is een vast terugkerend onderdeel van elk Slide Factory Festival. De verwachtingen zijn altijd hooggespannen. Het New Trombone Collective is er ook deze keer weer in geslaagd om het publiek te verrassen, verbazen en ontroeren, met een thematiek die zeer goed werkte.

Voor de pauze was het thema 'God's trombones' met de rol van de trombone in de religieuze betekenis. Na de pauze kozen we voor 'Trombone Gods', met daarin een glansrol voor de vele festivalartiesten die als solist met het ensemble lieten horen wat ze kunnen. Ook was het voor de leden van het New Trombone Collective een ode aan hun oud-docent George Wiegel, die met pensioen ging als directeur van het Rotterdams Philharmonisch Orkest en daarmee ook afscheid nam van de muziek- en trombonewereld. De poppenkast met karikaturale poppen van de NTC-leden door Evert Josemanders was een schot in de roos. Het aanwezige publiek was overdonderend enthousiast.



“Het was prachtig ❤️ wij hebben enorm genoten !” – bezoeker Galaconcert

Slide Monsters

Uitvoerenden: Marshall Gilkes - trombone, Eijiro Nakagawa - trombone, Joseph Alessi – trombone en Brandt Attema – bastrombone.

Gespeelde werken: *Abyssos* - Florian Magnus Maier, *Monster s Tango* - Kotaro Nakagawa, *Cora's tune* - Marshall Gilkes, *Improvisation #1* - Marshall Gilkes, *Secret Gate* - Eijiro Nakagawa, *Body and Soul* - Johnny Green (arr. Elkjer), *Bare* - Marshall Gilkes, *Trisense* - Eijiro Nakagawa.

De verwachtingen voor dit concert waren hooggespannen. Niet in de laatste plaats voor ons als organisatie omdat Joseph Alessi, misschien wel de beroemdste trombonist ter wereld, door verplichtingen bij zijn orkest New York Philharmonic helaas pas in de ochtend op Schiphol aan zou komen en hij een belangrijk deel van een recital en dit concert zou spelen. Gelukkig is dit



goed gekomen met een weergaloos concert tot gevolg. Slide Monsters, bestaande uit 4 wereldspelers, een briljante mix van klassieke en jazz trombonisten, maakte alle verwachtingen meer dan waar. Het publiek ging zoals gehoopt volledig uit zijn dak.

3.4 Talentontwikkeling

Concert van het Young Trombone Collective

Uitvoerenden: Bas Arentsen, Cyril Beijer, Hugo Linders, Isa van Vught, Jan van de Watering, Jesse Leckie, Jisse Kuipers, Jonas van Doesburg, Onno van Overbeek, Stijn Roording, Tess Vugts, Thijn Mariman, Thomas Busscher, Thomas Maris, Tomas Kenbeek, Mark Boonstra, Remko de Jager en een reüniegroep van 24 oud-leden van Young Trombone Collective.

Het zien en horen van jonge musici met al hun onbevangenheid, ambitie, onzekerheid, en overvloedig talent is altijd prachtig. Mark Boonstra heeft samen met deze groep een prachtig optreden gegeven, waarbij niet alleen trombone werd gespeeld maar ook werd gezongen en een choreografie rondom een stuk van Sweelinck werd gemaakt. Het publiek was diep onder de indruk van het hoge niveau van talenten uit de leeftijdscategorie 13-18 jaar.

Het programmagedeelte met de oud leden van alle generaties Young Trombone Collective vanaf 2009 tot nu was indrukwekkend. Het Young Trombone Collective DNA was nog heel duidelijk hoorbaar. Met name de solistische optredens van Jas Wolfert (zang) en Maarten Combrink (trombone) waren memorabel.

“Indrukwekkend wat een talenten!” – bezoeker concert Young Trombone Collective

Pop-up concerten conservatoriumstudenten

Op de festivalzondag zijn kleine groepjes (trio's en kwartetten) vanaf 13.00 uur de stad in getrokken (van de Koopgoot tot de Lijnbaan) om daar korte surprise concerten te geven met als doel het publiek mee te nemen naar het concert op het Schouwburgplein dat daar startte om 14:00 uur. Het nietsvermoedende publiek was enthousiast.

Masterclasses voor conservatoriumstudenten

De studenten trombone van 4 scholen, Codarts Hogeschool voor de Kunsten Rotterdam, het Koninklijk Conservatorium Den Haag, het Conservatorium van Amsterdam en de Hochschule für Musik in Karlsruhe, zijn van maandag tot en met donderdag voorafgaand aan het festival intensief bezig geweest met lessen en masterclasses. Op maandag en dinsdag waren er uitwisselingen tussen de docenten, zodat studenten ook les kregen van andere dan hun eigen docent. Dit zorgde voor hernieuwde inspiratie. Woensdag en donderdag waren er in Splendor Amsterdam masterclasses door festival artiesten Peter Moore (UK), György Guyvicsan (HON) en Rommert Groenhof (NL). Tevens hebben de studenten nog een prachtig concert verzorgd in Splendor op donderdag avond waarbij het New Trombone Collective ook nog een onderdeel van het programma heeft gespeeld. Een perfecte en intensieve voorbereiding voor het festival.

Peter Moore, een Britse trombonist die bekend staat om zijn uitzonderlijke technische vaardigheid en muzikaliteit, leidde een serie intensieve masterclasses. Moore, die op jonge leeftijd de BBC Young Musician of the Year won, deelde zijn expertise en gaf jonge musici waardevolle inzichten in zowel de technische als artistieke aspecten van het trombonespel.

György Guyvicsan, een Hongaarse trombonist met een indrukwekkende carrière als solist en docent, bood masterclasses aan die focusten op geavanceerde speeltechnieken en interpretatieve vaardigheden. Guyvicsan, die over de hele wereld optreedt en lesgeeft, bracht zijn internationale ervaring en diepe muzikale kennis naar de deelnemers.

Rommert Groenhof, een Nederlandse trombonist en voormalig lid van het Young Trombone Collective, gaf masterclasses waarbij hij zijn persoonlijke ervaring en groei als muzikant deelde. Groenhof begon zelf zijn carrière bij Slide Factory en inspireerde deze editie jonge talenten door zijn reis- en succesverhalen. Ook bood hij praktische tips en coaching.



3.5 Programma verdieping

Buitenspektakel

Op de festivalzondag trok Slide Factory vanuit De Doelen naar buiten richting het Schouwburgplein voor het Buitenspektakel. Het optreden van een mega trombone ensemble. De deelnemers bestonden uit de festivaldeelnemers, mensen die het hele festival overal bij zijn geweest, de die-hard trombonisten (veelal amateurs uit Nederland en omringende landen maar ook professionals uit de hele wereld, van Japan tot Ecuador, Spanje en de Verenigde Staten). Maar ook vele studenten en de New Trombone Collective-leden deden allen mee. Een prachtige mix van nationaliteiten en culturen, verschillen die verdwenen toen ze samen trombone gingen spelen.

Centraal stond een compositie die jong talent Pelle van Esch speciaal schreef voor het festival en de workshops voorafgaand hieraan, zodat iedereen die mee wilde doen op zijn/haar eigen niveau een partij kon vinden. Het programma bevatte verder een aantal fanfares en een stuk getiteld Slide Factory: Fanfare 1, Wellerman, Fanfare 2, Afraid in the Dark, Fanfare 3, Amazing Grace, Fanfare 4, Pastime with good company, fanfare 5, Slide Factory, pBone medley, EK medley.

Mark Boonstra (mr. pBone) heeft vooraf aan het spektakel een korte workshop gegeven voor toevallige voorbijgangers waarin ze de pBone (voor deze gelegenheid een oranje gekleurde vanwege de EK wedstrijd Nederland-Polen die hierna zou beginnen) zelf konden oppakken en bespelen. Enkele enthousiaste voorbijgangers zijn gebleven op mee te spelen met het concert.

Het publiek vond het erg leuk om dit onalledaagse spektakel te zien en horen!



Speedlessen voor amateurs

Deelnemers konden aangeven of ze een les wilden hebben van de aanwezige artiesten. Het was voor zowel de docenten als de deelnemers een verrassing aan wie ze gekoppeld werden. Een leuk concept wat voor iedereen altijd heel leerzaam is.

De meeste van de docenten (leden van het NTC of andere festival artiesten) zijn doorgewinterde docenten en kunnen snel analyseren wat iemand nodig heeft om snel een resultaat te boeken.

Discussiepanel met Sasha Romero en Isobel Daws

Het centrale thema van het discussiepanel was: “Inclusiviteit. Het is een veel en gemakkelijk gebruikte term. Ook in de muziekwereld. Maar hoe staat het met de inclusiviteit in de trombone gemeenschap?”. Niet eenvoudig om dit belangrijke onderwerp in korte tijd te behandelen, maar we hebben toch door de inbreng van Sasha Romero en Emily White een mooie stap kunnen zetten in het bewustzijn over hoe het is om anders te zijn dan de norm (Sasha Romero) en in hoe kleine veranderingen in communicatie al een groot verschil kan maken (“iedereen” in plaats van “jongens” - Emily White). Er was sprake van een respectvolle conversatie en oprechte vragen uit het publiek waar heldere en doordachte antwoorden op kwamen, waardoor iedereen die de zaal verliet, een stuk bewuster is gaan kijken naar het thema.

Het aanwezige en zeer geïnteresseerde publiek was tevreden over de manier waarop dit forum was georganiseerd.

Festivalmarkt



Op de vrijdag en zaterdag overdag waren er diverse standhouders met merken trombone, bladmuziek, dempers, hulpmiddelen, koffers en nog veel meer. Het publiek kan de nieuwste snuffjes meteen uitproberen. Een echte meerwaarde voor het festival omdat mensen die uit de concerten kwamen direct op de daardoor goed bezochte markt kwamen. De aanwezige standhouders waren allemaal zeer enthousiast en zeggen de volgende keer zeker weer te willen komen.

Het pBone-project: cultuureducatie op basisscholen

Voorafgaand aan het Slide Factory 2024 heeft NTC-lid Mark Boonstra, alias mr pBone, 34 workshops gegeven aan de groepen 6,7 en 8 van de Fatimaschool te Rotterdam. Het betrof in totaal 10 schoolklassen.



Dit resulteerde in het grootste pBone-orkest ter wereld van wel 280 leerlingen, waarmee we een spetterend optreden gaven op de openingsdag van het festival, vrijdag 14 juni. Voor bijna 1.000 ouders, grootouders en medeleerlingen was het een sfeervolle en bijzondere happening op het schoolplein. De muziek en orkestdiscipline stonden centraal en de trombone werd als instrument gebruikt om onze doelen te bereiken; participatie en educatie.

De speciaal gecomponeerde liedjes, pBone-Rap, pBone-PLAY, pBone-Blues dragen de methodiek, waarbij men al spelenderwijs werkt aan muzikale vaardigheden (motorisch, auditieve en cognitieve vaardigheden). Er is begeleidend videomateriaal ontwikkeld, die tijdens de reguliere lessen door de docent ingezet kunnen worden om de workshops voor te bereiden en de ervaringen en groepsdynamiek te versterken.

Voor het originele plan om op het plein voor Rotterdam Centraal dit grootste trombone-orkest tentoon te stellen, gaf de gemeente Rotterdam te kennen dat daarvoor geen vergunning kon worden verleend. Ook de alternatieve locatie op het Schouwburgplein was logistiek en organisatorisch voor de school en de ouders niet haalbaar. We zijn blij dat de Fatimaschool zelf een perfecte plek was voor dit spektakel en het concert was een hele belevenis voor de leerlingen, hun ouders en buurtbewoners die kwamen kijken.

Vragen zoals "Waar koop je zo'n instrument?" en "Waar kun je les krijgen?" tonen aan dat de leerlingen geprikkeld waren om muziek te blijven maken. Het was fantastisch om ook enkele van deze leerlingen terug te zien op het Buitenspektakel op zondag 16 juni op het Schouwburgplein.

"Meesterlijk, wat een geweldige sfeer." - bezoeker



4. PUBLIEK

4.1 Publieksambities en resultaat

In het projectplan formuleerden we de volgende ambities:

- **De nationale en internationale bekendheid van het festival versterken.**

Gerealiseerd: We hebben een uitgebreide online advertentiecampaignede uitgezet die zich richtte op specifieke doelgroepen. In eerste instantie gericht op de Sociale Cultuurhoppers, Proevende Buitenwijkers en Plezierzoekers rond Rotterdam. Dit om hen in ieder geval te laten weten dat er een trombonefestival in Rotterdam plaats zou vinden. Later is de campagne meer gericht op de verschillende programmaonderdelen van het festival. Een maand voor het festival is de campagne ook uitgebreid naar muziek/cultuurliefhebbers in Spanje, Duitsland, Engeland en Frankrijk. De campagne is uitgevoerd op Instagram en Facebook.

We gebruik gemaakt van trombone influencers (deelnemende artiesten) om de bekendheid verder te vergroten, wat resulteerde in een bredere nationale en internationale exposure van het festival.

Vaste bezoeker uit de Verenigde Staten: ***“Having a terrific time!”***

- **Uitdragen dat de trombone een veelzijdig instrument is voor iedereen.**

Gerealiseerd: Deze doelstelling is gerealiseerd door een sterke focus op educatieve activiteiten te leggen. Onder het motto ‘Try Trombone’ hebben veel mensen, en vooral kinderen, intensief kennismaking met de trombone. Ouders, schoolgenoten en omstanders waren getuige van deze kennismaking. De educatieve workshops en buitenspektakels hebben laten zien hoe veelzijdig de trombone is. Een bijzonder voorbeeld hiervan is Mr. pBone, die na een buitenspektakel complimenten ontving van enthousiaste kinderen waarvan er ook een aantal trombone zijn gaan spelen. Ook de festivalartiesten en deelnemers hebben gedurende het festival via hun eigen kanalen verslag gedaan van het festival. De programmering ademde een enorme diversiteit in muziekgenre, leeftijd, gender en afkomst. De verslaglegging toont effectief aan dat de trombone een veelzijdig en toegankelijk instrument is voor iedereen.



- **Verbreiding van de samenstelling van het publiek naar publiek dat normaal gesproken niet snel naar een tromboneconcert gaat (bijvoorbeeld Sociale Cultuurhoppers, Flanerende Plezierzoekers, Proevende Buitenwijkers).**

Deels gerealiseerd: We hebben verschillende marketingstrategieën toegepast om een breder publiek aan te trekken, zoals gerichte advertenties en lokale persbenadering. Ook de samenwerking met Rotterdamse scholen is opgezocht. Bij de gratis buitenactiviteiten schatten wij in dat we de Sociale Cultuurhoppers en Flanerende Plezierzoekers en de Proevende Buitenwijkers hebben bereikt. Zij zijn vooral bij het plein concert bij de Fatimaschool in grote getallen komen luisteren. Aan de andere kant moet worden opgemerkt dat ondanks de inspanningen om diversiteit in het betalende publiek te vergroten, de samenstelling van het publiek daar grotendeels hetzelfde was als voorgaande edities van het festival.

Mogelijkerwijs hebben we tijdens het concert op vrijdagavond de doelgroep wel in de zaal mogen verwelkomen maar dat is lastig aan te geven in getallen. Vooral het grote aanbod van andere activiteiten gedurende het weekend inclusief de eerste wedstrijd van het Nederlands Elftal tijdens het EK zorgde dat we de nieuwe doelgroepen nog niet massaal in de concertzalen hebben weten te krijgen. Wel is een goede basis gelegd voor een eventueel volgend festival waarbij het belangrijk is wederom dezelfde kanalen in te zetten en middelen te maken in (dezelfde) herkenbare huisstijl.

“Zo bijzonder deze Slide Factory 2024, een geweldig internationaal trombone festival met een eindeloos enthousiasme van like-minded-people. Voor iedereen die van muziek houdt!” – reactie op Facebook

- **Vergroting van het bereik op Instagram, naar 3.000 volgers.**

Niet gerealiseerd: De doelstelling om het aantal volgers op Instagram te vergroten naar 3.000 is niet gerealiseerd. Ondanks de inspanningen en verschillende campagnes op social media is het aantal volgers momenteel 725. De ambitie was achteraf gezien niet realistisch. Organische groei van je account kost veel tijd. Belangrijk dus regelmatig te blijven posten om het bereik van het account bij volgende festivals sterk te vergroten. Dit staat ook in de planning: de komende tijd worden de gemaakte video's van de concerten via social media verspreid waardoor het aantal volgers verder zal stijgen.

- **Een bereik van 15.000 bezoeken, waarvan 6.000 betalend.**

Deels gerealiseerd: De doelstelling is niet geheel gerealiseerd met 4.600 betalende bezoekers. Hoewel het streefgetal van 6.000 betalende bezoekers niet volledig is behaald, is het festival toch succesvol geweest met een aanzienlijke opkomst.

Naast betalende bezoekers mocht het festival op ruime publieke belangstelling rekenen tijdens workshops in het land, het pBones Play concert bij de Fatima school, maar ook bij de Satelliet concerten in de stad met afsluitend een groot concert op het Schouwburgplein met een mega trombone ensemble. Hiermee zijn zeker 4.400 mensen bereikt. Vaderdag, het EK en het regenachtige en onstuimige weer heeft ons parten gespeeld in het behalen van de doelstelling.

Ondanks de omstandigheden zijn er 9.000 bezoekers geweest waarvan 4.600 betalende bezoekers op het drie dagen tellende festival. Een mooi resultaat.



4.2 Ingezette marketingstrategie en -middelen

Ambassadeurs inzetten

De artiesten van het festival zijn geënthousiasmeerd om zoveel mogelijk over het festival te delen via mail, hun website of social media. Ook de partners van het festival waren actief in het uitzenden van onze boodschap. Onze sponsors en organisaties op de festivalmarkt, het RPhO, Marinierskapel der Koninklijke Marine, De Doelen, Conservatoria en de KNMO zijn belangrijke ambassadeurs geweest. Zij hebben ter verspreiding een toolkit ontvangen met logo's, video's, Instagram en Facebook posts en persberichten. Er is ook materiaal op maat gemaakt per artiest om het voor de artiest nog makkelijker te maken om de content te delen.

Warmlopen vooraf

Potentiële festivalbezoekers zijn vooral online en via mails bereikt. Er zijn geen flyers gedrukt omdat dit in voorgaande edities als weinig effectief werd ervaren. Ook is het in het licht van duurzaamheid geen goed middel. Ook de workshops vooraf voor studenten en de speedlessen zorgden voor de juiste 'buzz' rondom het festival bij trombonieliefhebbers.

Persoonlijke stijl

Er is gecommuniceerd in een persoonlijke toon via diverse online en offline kanalen. Er werd altijd snel en persoonlijk (door leden van het NTC) gereageerd op vragen en/of opmerkingen per mail of op social media. Fans hielpen mee in de verspreiding van de content. *Die-hard* fans, de festival pass kopers, kregen exclusieve aandacht. Zij kregen korting voor een driedaagse pas en konden hun trombonehielden persoonlijk ontmoeten en zelfs les krijgen van een van de festival artiesten. Het festival ademde een geweldige sfeer en mensen ervoeren onderlinge verbondenheid. De festival passen zijn tot 1 juni met korting verkocht.

De marketingcampagne van Slide Factory volgde de stappen van het **See-Think-Do-Care-model**.

SEE: Werkte. Er is bekendheid gegenereerd onder de doelgroepen door lancering van een totaal nieuwe moderne website met veel aandacht voor het programma en aanwezige artiesten. Daarbij zijn er vier persberichten verstuurd en nagebeld zodat er free publicity is gegenereerd. Er is een intensieve online advertentiecampagne uitgezet en een gerichte offline advertentiecampagne.



THINK: Werkte deels. In mei is meer ingezoomd op de verschillende programma's en de line-up van artiesten. Zo kregen mensen die geïnteresseerd waren meer info. Ook kreeg de bestaande achterban nieuwsmails. Alles was erop gericht dat zij bezoek aan het festival overwegen. Wellicht hadden we naast de online campagne, meer budget moeten reserveren voor een offline campagne zodat de kans groter wordt dat mensen de boodschap op meer manieren tot zich krijgen.

DO: Werkte deels. We merkten dat de stap om mensen te overtuigen daadwerkelijk een losse concertkaart of festival pas te kopen lastiger was. De korting voor festival passen werkte goed en er zijn voldoende passen verkocht. Vooral de relatief korte tijd die we hebben gehad om alle fasen van het model te doorlopen maakt dat we de wat minder betrokken mensen niet snel genoeg hebben kunnen overtuigen losse kaarten te kopen. Je hebt meer communicatiemomenten nodig om te overtuigen. De concurrentie van andere evenementen, Vaderdag en het EK voetbal, was tenslotte groot. Ook voor onze doelgroep in het buitenland is er meer tijd nodig. Het is een flinke investering (reis/verblijf/festival toegang).

CARE: Ongoing. Tijdens en na het festival blikken we terug met foto's. Binnenkort komen de aftermovies van de concerten online en roepen we mensen op zich in te schrijven voor de nieuwsbrief en om Slide Factory te volgen op Instagram en Facebook.

MIDDELEN

Online media: Naast de website was de Facebookpagina van het NTC het centrale informatiepunt. Deze pagina heeft momenteel 14.250 volgers en is omgedoopt tot Slide Factory ontmoetingsplaats. Hier was altijd het laatste nieuws en unieke content beschikbaar, zoals sneak peak video's, video's van vorige festivals, interviews met artiesten en behind-the-scenes foto's. Het bereik in 3 maanden (april, mei, juni) was 343.000 met 876.000 paginaweergaven. Het grote bereik is mede gerealiseerd door de advertentiecampaigned (240.000).

Het Instagram-account van het festival is in april aangemaakt, er zijn nu 725 volgers. Met de verhalen, posts en reels zijn 28.000 accounts bereikt.

Ook op YouTube zijn video's en de officiële trailer gedeeld met 4.500 volgers. Omdat de video's ook direct op Facebook en Instagram zijn gezet, zijn de views op YouTube gemiddeld 500 per video. Spotify, TikTok en X zijn niet gebruikt. TikTok is via onze partners ingezet.

Offline media: Na trombone workshops in Emmeloord en Hengelo vond in mei de Slide Factory Sneak-Peak plaats bij Adams in Ittervoort. Het was een levendige showcase met een deel van het New Trombone Collective en het Young Trombone Collective, die kort de highlights van het festival bekend maakten. Dit heeft veel bekendheid gegenereerd.

Ook is in Spanje tijdens een trombonefestival in Valencia door het New Trombone Collective Slide Factory gepromoot. Dit resulteerde in een grotere naamsbekendheid en extra deelnemers uit Spanje. Vlak voor het festival heeft het New Trombone Collective samen met alle tromboneklassen ook een sneak-peak concert gedaan in Splendor Amsterdam.



In regio Rotterdam (en selectief in andere steden in Nederland) is drukwerk verspreid, om zo met name de Intensieve Cultuurliefhebber te bereiken. De posters zijn verschenen op zuilen in de stad, in posterframes en op locaties van school tot kroeg, van theater tot sportkantine.

Persberichten en persoonlijke benadering van journalisten resulteerde in een artikel in de Volkskrant met Sebastiaan Kemner, een tweede artikel in de Volkskrant met Jörgen van Rijen en aankondigingen in

NRC, Uitagenda's, vermeldingen in regionale kranten en online nieuws. Ook verscheen er in NRC een recensie na afloop van het festival.

Verder is er aandacht geweest voor het festival onder andere door:

- Digitale schermen in de Doelen Rotterdam
- Advertentie Klankwijzer + free publicity
- Artikel International Trombone Association Magazine
- Artikel British Trombone Association

5. ORGANISATIE EN FINANCIËN

5.1 Festivalteam

Het New Trombone Collective
Remko de Jager
Sebastiaan Kemner
Brandt Attema
Jörgen van Rijen
Norman van Dartel
Tanja de Jager
Daniek Cappetijn

Festivalconcept
Projectleider / Financiën
Programmering
Programmering
Programmering
Productie
Marketing en communicatie
Fondsenwerving

Diverse ondersteunende medewerkers, stagiaires en vrijwilligers.

5.2 Partners

De Doelen
Rotterdams Philharmonisch Orkest
Mr pBone

Locatie, productie en marketing
Programma, marketing en educatie
Educatie, workshops, buitenspektakel en begeleiding
Young Trombone Collective

5.3 Toelichting op afrekening

Het festival is uiteindelijk gerealiseerd voor € 200.794,-. Dit ligt in lijn met de oorspronkelijke begroting. Hier en daar zijn er wat verschuivingen. Zo zijn de honoraria voor musici en marketingkosten hoger uitgevallen, maar hebben we op productiekosten weten te besparen.

Het budget kwam tot stand dankzij een brede financieringsmix met bijdragen van publiek, partners, sponsors, overheden en fondsen.

Publieksinkomsten: De ambitie was om zowel passe-partout, dagkaarten als losse kaartverkoop voor de concerten te trekken. Van passe-partouts en dagkaarten is gretig gebruik gemaakt. Helaas bleef de ambitie voor de verkoop van losse concerten achter bij de ambitie. Desondanks is er een mooi bedrag aan publieksinkomsten binnen gehaald.

Eigen bijdrage & bijdragen partners: Als de drijvende kracht van het festival steekt het NTC vele uren 'om niet' in het festival. Dit is deels gekapitaliseerd weergegeven in de begroting. Daarnaast droegen de verschillende Nederlandse conservatoria hun steentje bij aan de masterclasses en ontvingen we een mooie bijdrage van het Gergiev Festival.

Sponsors: Vele trombone gerelateerde bedrijven dragen het festival een warm hart toe en nemen enthousiast deel aan de instrumentenmarkt. Ook verkochten we succesvol advertentieruimte in ons programmaboek.

Subsidies: Slide Factory ontving een zeer gewaardeerde bijdrage van Rotterdam Festivals voor de organisatie. Ook droeg het Fonds Podiumkunsten via de regeling Internationalisering bij aan het naar Nederland halen van Amerikaanse toptrombonisten als Sasha Romero en Marshall Gilkes door bij te dragen aan de reiskosten.

Fondsen: Grote dank gaat uit naar de vele fondsen die het festival hebben ondersteund met gulle bijdragen. Mede hierdoor hebben we een fantastisch en impactvol festival kunnen neerzetten, wat op positieve reacties van publiek, deelnemers, pers en artiesten mocht rekenen.

Al met al sluiten we het festival af met een klein positief resultaat van € 1.076,-. Dit bedrag zal aan het eigen vermogen van de stichting worden toegevoegd, om in de toekomst mogelijke financiële tegenvallers beter op te kunnen vangen.

