



Beleidsplan Stichting Bossa Nova

2018-2021



Inhoudsopgave

INLEIDING	3
DE 7 KERNWAARDEN van Stichting Bossa Nova	4
MISSIE EN VISIE	5
DOELSTELLINGEN	7
Over het huidige project: 'DE BOSSA VAN JOBIM'	9
MARKETING & PR	12
ORGANISATIE	14
FINANCIEEL	15

INLEIDING

“Kunst is geen reproductie van het zichtbare, kunst maakt zichtbaar” - Paul Klee

BOSSA NOVA: Brazilië en Nederland

“Bossanova” is de naam van een muzikale stroming afkomstig uit Brazilië, ontstaan in de jaren '50, maar betekent ook in alledaagse taal **“iets nieuws”**.

Stichting Bossa Nova is opgericht in 2017, geïnspireerd door het werk van Braziliaans-Nederlandse theatermaker Marcella Wisbrun. Sinds 2010 maakt Wisbrun theaterprogramma's waarin ze Nederland én Brazilië samen ten tonele brengt: haar handelsmerk is dan ook het afzetten van de Braziliaanse passie en spiritualiteit tegen de Nederlandse nuchterheid.

Deze innoverende en diverse vorm van podiumkunsten wil de stichting tillen naar een breder en groter publiek en bereik. De stichting heeft als missie een frisse wind te willen zijn in de huidige cultuursector in Nederland - *iets nieuws*.

Stichting Bossa Nova wil zich de komende jaren (2018-2021) ontwikkelen tot een herkenbaar en toonaangevend creatief platform binnen de culturele sector. Enerzijds door het bieden van een podium voor creatieve en innoverende kunstenaars zoals Wisbrun en het bundelen van artistieke krachten die zich bezighouden met diversiteit en het spanningsveld tussen amusement en autonome kunst. En anderzijds door zich te ontwikkelen in een culturele organisatie die zich op een ondernemende, proactieve en creatieve manier richt op het zoeken naar innovatieve financieringsmethoden en het vinden van een betrokken publiek voor de artistieke projecten die door de makers van Stichting Bossa Nova bedacht worden.



Marcella Wisbrun heeft een Braziliaanse moeder en woonde veertien jaar in São Paulo. Ze maakte eerder drie succesvolle theaterprogramma's waarin ze Nederland én Brazilië tegelijk op het toneel bracht: haar handelsmerk is dan ook het afzetten van de Braziliaanse passie en spiritualiteit tegen de Nederlandse nuchterheid. Haar Showreel zie je via [deze link](#).

Gedeeld cultureel erfgoed

Niet alleen delen Nederland en Brazilië het toneel wanneer de Braziliaans-Nederlandse Wisbrun optreedt, de twee landen hebben sinds de 17de eeuw een gedeeld cultureel erfgoed. Op het hoogtepunt van de Gouden Eeuw werd in Brazilië 'Nieuw Holland' gesticht. Onder leiding van Johan Maurits van Nassau werd een bloeiende, welvarende samenleving opgezet, waarbij vrijheid van geloof, verspreiding van cultuur en wetenschap voorop stonden. Maurits, die als vertegenwoordiger van Holland orde moest houden, was geliefd bij de Brazilianen. En hij hield van Brazilië. 'Maurits van Nassau, de Braziliaan' noemde ze hem. Jammer genoeg vond de West Indische Compagnie dat hij zijn verplichtingen naar het vaderland niet voldoende in ogenschouw nam. Bovendien verdreven de Portugezen de Hollanders langzamerhand en bleef Brazilië tenslotte een Portugese kolonie, die het daarvóór ook al was geweest.

DE 7 KERNWAARDEN van Stichting Bossa Nova

“Wat woorden tekortschietsen spreekt de muziek.” - Hans Christian Andersen

1. Stichting Bossa Nova maakt **muzikaal theater**, en **muziek** is zodoende een **kernonderdeel** van haar werk.
2. Stichting Bossa Nova is een **multiculturele stichting**, en slaat bruggen tussen van origine **Nederlandstalig** werk en dat uit **exotische landen** zoals, bijvoorbeeld en in eerste instantie met name, **Brazilië**. Zodoende probeert zij in haar werk altijd een bijdrage te leveren aan **diversiteit** en tegelijkertijd aan de **Nederlandse taal**.
3. De identiteit en uitstraling van Stichting Bossa Nova is: **optimisme van een ongekende grootte** - hoop en iets nieuws. Stichting Bossa Nova wil een **community** zijn voor mensen die zich zielsverwant voelen met deze **‘Bossonova’ way of life** en biedt haar publiek de mogelijkheden hier een onderdeel van uit te maken.
4. Stichting Bossa Nova zoekt in haar beeld- en vormtaal altijd **een midden tussen populaire- en hoge kunst**.
5. Stichting Bossa Nova heeft **onafhankelijkheid** hoog in het vaandel staan, en zal derhalve altijd de **volledige controle over het productieproces van haar artistieke producten** houden. Dit vanuit het idee dat *hoe* er geproduceerd wordt, mede bepaalt wat de inhoud is van *wat* er geproduceerd wordt.
6. Stichting Bossa Nova zoekt vanuit de artistieke producten altijd naar de **ultieme mogelijkheden voor creatief ondernemerschap**.
7. Stichting Bossa Nova probeert altijd bruggen te slaan naar andere segmenten van de samenleving, en probeert hiermee een **draagvlak** te creëren voor haar werkzaamheden en de kunsten in het algemeen.

MISSIE EN VISIE

“Muziek veroorzaakt het soort genot dat de menselijke natuur niet kan ontberen.” - Confucius

Het ontstaan

Stichting Bossa Nova is opgericht in 2017, geïnspireerd door het werk van Braziliaans-Nederlandse theatermaker Marcella Wisbrun. Sinds 2010 maakt Wisbrun theaterprogramma's waarin ze Nederland én Brazilië samen ten tonele brengt: haar handelsmerk is dan ook het afzetten van de Braziliaanse passie en spiritualiteit tegen de Nederlandse nuchterheid.

Deze innoverende en diverse vorm van podiumkunsten wil de stichting tillen naar een breder en groter publiek en bereik. De stichting heeft als missie een frisse wind te willen zijn in de huidige cultuursector in Nederland - *iets nieuws*.

Stichting Bossa Nova maakt muzikaal theater. Muziek is zodoende een kernonderdeel van haar werk.

Missie

Podiumkunstenaars zoals Wisbrun, die bekend staan om hun ondernemingsdrift, hoge artistieke kwaliteit, hoge mate van autonomie en levendige en betrokken achterban willen wij een podium bieden.

Wisbrun is tevens medeverantwoordelijk voor het verbreden van het genre Kleinkunst - De Bossanova Kleinkunst - een fenomeen ontstaan in 2017 naar aanleiding van haar samenwerking met dichter en tekstschrijver Jan Boerstoele, o.a. tweevoudig winnaar van de Annie M.G. Schmidt-prijs. Kleinkunst is een oer-Nederlandse kunstvorm en Bossanova ademt Brazilië. Als geen ander weet Wisbrun die twee werelden samen te brengen.

“Bossanova” staat symbool voor het optimisme van een ongekeerde grootte en daar sluit Wisbrun zich nauw bij aan. De stichting is ontstaan vanuit een wens om makers zoals Wisbrun in de komende jaren te laten groeien tot florerende, creatieve en toonaangevende podiumkunstenaars en hierbij een groeiend publiek aan hen te binden die zodoende in aanraking komen met de *Bossanova* - oftewel, hoopvolle - kijk op de wereld.

Stichting Bossa Nova wil zich de komende jaren (2018-2021) ontwikkelen tot een herkenbaar en toonaangevend creatief platform binnen de culturele sector. Enerzijds door het bieden van een podium voor creatieve en innoverende kunstenaars zoals Wisbrun en het bundelen van artistieke krachten die zich bezighouden met diversiteit en het spanningsveld tussen amusement en autonome kunst. En anderzijds door zich te ontwikkelen in een culturele organisatie die zich op een ondernemende, proactieve en creatieve manier richt op het zoeken naar innovatieve financieringsmethoden en het vinden van een betrokken publiek voor de artistieke projecten die door de makers van Stichting Bossa Nova bedacht worden.

Sinds 2010 heeft Wisbrun laten zien dat zij kostenefficiënt kan produceren zonder dat de artistieke kwaliteit afneemt/in gevaar komt. Echter, met weinig budget blijft de impact die kan worden bereikt veel te klein.

De stichting is geboren uit een visie om in de komende jaren te groeien tot een florerend, creatief en toonaangevend culturele stichting, en hierbij een groeiend en breder publiek aan zich te binden die zodoende in aanraking komt met de *Bossanova* kijk op de wereld.

Visie

Mensen inspireren, ontroeren, entertainen, hoop geven, en dat binnen het kader van de internationale multiculturele samenleving die Wisbrun omarmt. Dat wil Stichting Bossa Nova. Samen met Wisbrun wil de stichting een inspirerend praktijkvoorbeeld zijn voor de podiumkunsten waarin de verbinding wordt gelegd met de cultureel diverse samenleving (Code Culturele

Diversiteit) en zodoende deze vorm van kunst toegankelijker en laagdrempeliger maken voor het publiek.

Stichting Bossa Nova wil continu onderzoeken naar de zeggingskracht en invloed van de hedendaagse kunst. De stichting streeft naar authenticiteit, persoonlijkheid, visie, smaak, stijl, eigenzinnigheid, oorspronkelijkheid, passie, doorzettingsvermogen, het geven van reflectie op de maatschappij en een diverser en jonger publiek. Stichting Bossa Nova is aangemerkt als een stichting zonder winstoogmerk en volgt in haar bestuur en beleid de negen principes van de Governance Code Cultuur.

Sterkten en zwakten

Analyse van sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen

<p><u>Sterkten</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Multiculturele artiesten zoals Wisbrun staan voor diversiteit• De combinatie Brazilië-Nederland is uniek• Werken met bewezen vakkundige artiesten, zoals Wisbrun, versterkt de positie van de stichting: vakmanschap	<p><u>Zwakten</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Beperkte financiële middelen• Vooralsnog relatief onbekend voor het grote publiek
<p><u>Kansen</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Samenleving smacht naar meer diversiteit in het culturele aanbod• Latijns-Amerikaanse muziek blijvend populair• Nederlandstalige liedkunst kent stijgende populariteit	<p><u>Bedreigingen</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Het aantal speelplekken vermindert• Concurrentie• (Slechte) Economie

DOELSTELLINGEN

“Waar liefde is voor de mens, is ook liefde voor de kunst.” - Hippocrates

Op basis van onze visie en missie en bovenstaande analyse stellen wij ons voor de periode 2018-2021 de volgende ambities.

Hoofddoel (lange termijn)

Een toonaangevende culturele stichting in het Nederlandse muziek- en theaterlandschap worden.

Realisatie: Door kwalitatief hoogwaardige muziektheatervoorstellingen te blijven maken, die zichtbaar zijn in meerdere steden in het land. Parallel hieraan wordt muziek uitgebracht (op CD en eventueel andere afspeel-mogelijkheden zoals, doch niet uitsluitend, Vinyl) wat zich leent voor streaming, radio en televisieoptredens, en vervolgens kan zorgen voor een groter publieksbereik.

Doelstelling (1)

Het realiseren van onze eerste voorstelling, ‘De Bossa van Jobim,’ en het daarin verscherpen van onze artistieke kwaliteit.

Realisatie: Door op dezelfde manier te blijven produceren zoals Wisbrun de afgelopen zeven jaar gedaan heeft, maar dan met de steun van de stichting - een grotere achterban, een groter budget en een uitgebreidere campagne, met als gevolg een groter bereik en meer impact.

Het theaterconcert ‘De Bossa van Jobim’ zal touren door het land gedurende theaterseizoen 2019-2020. Voorafgaand aan de tournee zal in 2018 een pilot gehouden worden met enkele try-outs. Parallel aan de pilot wordt het album ‘De Bossa van Jobim’ uitgebracht. Het uitbrengen van het album is tevens Doelstelling (2). Door middel van promotie voor het album (2) zal tegelijkertijd meer zichtbaarheid voor doelstelling (1) gecreëerd worden. Tevens lenen de voorstellingen (1) zich voor cd-verkoop (2) momenten na afloop. In andere woorden, doelstelling (1) en (2) zijn aan elkaar verbonden.

Het doel is om een succes-reprise te spelen gedurende theaterseizoen 2020-2021.

Doelstelling (2)

Het uitbrengen van het album ‘De Bossa van Jobim.’

Realisatie: Door samen te werken met music producer Joos van Leeuwen. Het gelijknamige album - met een selectie van de nummers die tijdens de voorstelling door Wisbrun live gezongen worden - wordt opgenomen in studio Soundwise Music, één van Nederlands meest toonaangevende muziekstudio's met Joos van Leeuwen eveneens een van de beste producers. Wisbrun wordt daarnaast muzikaal begeleid door een band bestaande uit alleen maar topmuzikanten.

Gedurende de studio-opnames van de nummers voor het album worden tevens ook ‘click-tracks’ gemaakt van de nummers. Door middel van de click-tracks worden zodoende tijdens de theatertournee kosten bespaard op muzikanten, omdat de begeleiding dan op band staat. Met één live muzikant op tournee gaan, bijvoorbeeld een gitarist, is daarom voldoende. Deze formule wordt in de praktijk veel gebruikt en de click-tracks zullen smaakvol worden geproduceerd door de studio.

Doelstelling (4)

Zoveel mogelijk mensen blijvend inspireren door hen kennis te laten maken met het universum van Stichting Bossa Nova - de 'Bossa Nova way of life,' en derhalve het krijgen van een groot landelijk draagvlak.

Realisatie: Door samen te werken met een sterk impresariaat die de landelijke tournee van onze eerste voorstelling, 'De Bossa van Jobim,' zal verkopen en een consistente en stevige marketing campagne op te zetten en uit te voeren.

Doelstelling (5)

Stevige financiële pijlers aantrekken om, zodoende voldoende autonomie, zekerheid en onafhankelijkheid te creëren.

Realisatie: Stichting Bossa Nova ambieert om een zo groot mogelijke spreiding in haar financiële pijlers te hebben. De verhouding tussen publieksinkomsten, eventuele horeca-inkomsten, sponsoring, subsidies, merchandise, donateurs en overige eigen inkomsten moeten een gezonden balans kennen, waarbij de afhankelijkheid van een dezer pijlers zo klein mogelijk wordt gemaakt.

Over het huidige project: 'DE BOSSA VAN JOBIM'

"Cultuur verrijkt het individu en verbindt de samenleving. [...] Naast haar intrinsieke waarde en de waarde voor onze identiteit en geschiedenis draagt cultuur bij aan de economie van ons land." - uit het Regeerakkoord van Kabinet Rutte III, 'Vertrouwen in de Toekomst'

Voor 'De Bossa van Jobim', het nieuwe programma van Braziliaans-Nederlandse theatermaker Marcella Wisbrun, werkt zij samen met dichter en tekstschrijver Jan Boerstoel, o.a. tweevoudig winnaar van de Annie M.G. Schmidt-prijs. De muziek van de Braziliaanse componist Antonio Carlos (Tom) Jobim vormt het uitgangspunt van deze voorstelling. Hij wordt ook de "Gershwin van de Latijns-Amerikaanse muziek" genoemd en schreef onder meer 'The Girl from Ipanema', één van de meest vertolkte liedjes ooit. Boerstoel en Wisbrun vertalen samen de belangrijkste en mooiste nummers van Jobim. Het is voor het eerst dat de familie van de artiest toestemming geeft om zijn werk naar het Nederlands om te zetten.

Door de warme melodieën en aansprekende ritmes zorgt Bossanova - de muziekstijl van Jobim - al snel voor een glimlach. Het zijn nummers die veel Nederlanders wél (her)kennen maar waarvan ze niet of nauwelijks weten waar ze daadwerkelijk over gaan. Wisbrun wil Nederland kennis laten maken met deze mooie verhalen door ze in het Nederlands te vertolken, omlijnt met persoonlijke anekdotes en verhalen over het land. Voor dit project sprak Wisbrun diverse correspondenten in Latijns Amerika en ook ontmoette ze Daniel Jobim, de kleinzoon van Tom Jobim, die namens de familie zeer te spreken is over haar werk. De beelden van deze muzikale ontmoeting zie je via [deze link](#).



De Voorstelling

'De Bossa van Jobim' is een eenakter van 90 minuten waarin pakweg twintig nummers worden gezongen door Wisbrun begeleid door de beste musici van Nederland, waarvan een live muzikant en het resterende op 'click-track,' omlijnt met persoonlijke anekdotes en verhalen over Brazilië. Naast de Jobim-nummers wordt als verrassing ook één oorspronkelijk (oer) Nederlandstalig nummer gezongen in het Portugees en opnieuw gearrangeerd in de Bossanova stijl. Over dit nummer wordt nog gebrainstormd. De twintig nummers door Wisbrun en Boerstoel vertaald zijn:

- | | |
|---|---|
| 1. A felicidade (Over Geluk) | 11. Fotografia (Foto) |
| 2. Água de beber (Water lost het op) | 12. Garota de Ipanema (Meisje van Ipanema) |
| 3. Águas de março (Maartse buien) | 13. Insensatez (Dwaasheid) |
| 4. Brigas nunca mais (Ruzie, dat nooit meer) | 14. Meditação (Overdenking) |
| 5. Chega de saudade (Weg met al die weemoed) | 15. Passarim (Takkeling) |
| 6. Corcovado (Corcovado) | 16. Retrato em branco e preto (Zwart-witfoto) |
| 7. Desafinado (Dissonant) | 17. Samba de uma nota só (Samba op maar één noot) |
| 8. Dindi (Dindi) | 18. Samba do avião (Vliegtuigsamba) |
| 9. Eu sei que vou te amar (Mijn houden van je blijft) | 19. Triste (Triest) |
| 10. Falando de amor (Over liefde gesproken) | 20. Wave (Wave) |

Veelvoorkomende thema's in de nummers van Jobim zijn Liefde (en een passie van ongekeerde grootte), de Natuur (de Braziliaanse Flora en Fauna), en datgene wat hen verbindt, Spiritualiteit. Mogelijke regisseurs die Wisbrun in gedachte heeft voor dit project zijn o.a. Paul Knieriem, Dana Nechushtan, Gijs de Lange of Sanne Vogel.

Het album

In samenwerking met music producer Joos van Leeuwen wordt het gelijknamige album uitgebracht, opgenomen in studio Soundwise Music, één van Nederlands meest toonaangevende muziekstudio's met Joos van Leeuwen eveneens een van de beste producers. Wisbrun wordt daarnaast muzikaal begeleid door een band bestaande uit alleen maar topmuzikanten.

Het album laat een selectie horen van de nummers die tijdens de voorstelling door Wisbrun live gezongen worden. Deze zijn:

- | | |
|---------------------------|------------------------------|
| 1. Over Geluk | 7. Mijn houden van je blijft |
| 2. Water lost het op | 8. Foto |
| 3. Maartse buien | 9. Meisje van Ipanema |
| 4. Weg met al die weemoed | 10. Zwart-witfoto |
| 5. Dissonant | 11. Samba op maar één noot |
| 6. Dindi | 12. Wave |

Gedurende de studio-opnames van de nummers voor het album worden tevens ook 'click-tracks' gemaakt van alle twintig nummers. Door middel van de click-tracks worden zodoende tijdens te theatertournee kosten bespaard op muzikanten, omdat de begeleiding dan op band staat. Met één live muzikant op tournee gaan, bijvoorbeeld een gitarist, is daarom voldoende. Deze formule wordt in de praktijk veel gebruikt en de click-tracks zullen smaakvol worden geproduceerd door de studio.

Tijdslijn

	Activiteit	Wanneer
1	Creatieve proces rondom de muziek	2017
2	Album opname	2017
3	Album uitbrengen	voorjaar 2018
4	Promotie album (streaming, radio en televisieoptredens)	2018
5	Samenwerking met Impresariaat vastleggen	voorjaar 2018
6	Creatieve proces rondom de voorstelling	2018
7	Pilot	2018

	Activiteit	Wanneer
8	Theatertournee boekingen	augustus-december 2018
9	Landelijke tournee inclusief try-outs	2019-2020
10	Succesreprise	2020-2021

In de planning onderscheiden we tien fasen, te beginnen met het creative proces rondom de muziek, wat begin dit jaar van start ging. In deze **fase (1)** ontwikkelen en testen we de muziek, de teksten, en worden er kleinschalige try-outs gehouden. Tegelijkertijd worden overeenkomsten vastgelegd met betrekking tot de rechten van de muziek en tekst. Op basis van de bevindingen in fase 1 wordt in **fase (2)** het werk doorgezet in de studio: de album-opname.

In **fase (3)** wordt het album uitgebracht, en in **fase (4)** zal de promotie voor het album plaatsvinden, door middel van streaming, radio (interviews), televisieoptredens en vrije publiciteit in de pers. Tevens is promotie voor het album tegelijkertijd ook promotie voor de voorstelling.

In **fase (5)** gaan we graag in gesprek met een erkend VVTP-producent en/of impresariaat, en in **fase (6)** beginnen we met het creatieve proces rondom de voorstelling. In deze fase ontwikkelen en testen we de vorm die de voorstelling zal krijgen, en worden ideeën die in fase (1) reeds naar voren zijn gekomen verder uitgewerkt. Gedurende **fase (7)** zal de Pilot, een reeks kleinschalige try-outs, plaatsvinden. In deze fase wordt de voorstelling gefinetuned.

In **fase (8)** zal de erkende VVTP-producent en/of impresariaat waarmee we gekozen hebben om mee samen te werken de voorstelling verkopen aan de theaters, en in **fase (9)** vindt de landelijke tournee plaats, inclusief officiële try-outs als onderdeel van de speellijst. De succesreprise zal plaatsvinden in **fase (10)**.

Gedurende alle tien fasen spreken gaan we in gesprek met mogelijke donateurs en investeerders.

MARKETING & PR

“Wat mij betreft hebben de bezuinigingen een heel ander probleem blootgelegd, een probleem waar de traditionele cultuursector een blinde vlek voor heeft ontwikkeld. Namelijk: net als de nieuwe generatie politici, herkent ook een groot deel van de Nederlanders zich niet in de gesubsidieerde cultuursector. Diversiteit staat al jaren op de culturele beleidsagenda en verjonging van publiek is nog steeds een hot topic, maar in de cultuursector zie je hier vrijwel niets van terug. Dit terwijl de maatschappij in sneltreinvaart verandert.” - Roy Cremers in De Dikke Blauwe: ‘De blinde vlek van de cultuursector’

Publiek: Bossanova

Bossanova is sinds zijn ontstaan eind jaren 50 wereldwijd immens populair. In alledaagse taal betekent het “iets nieuws”. Bossanova staat symbool voor het optimisme van een ongekende grootte, en deze heerlijke muziek - met Jobim als een van zijn kopstukken - spreidde zich in rap tempo over de hele wereld. Een van Jobims grootste bewonderaars was Frank Sinatra, met wie de componist ook twee albums maakte. In Nederland maakte met name Laura Fygi in de jaren '90 en '00 furore met dit genre. Wisbrun vindt het anno 2017 hoog tijd voor een nieuw geluid. Sinds 2016 bewijst het Rotterdams Philharmonisch Orkest overigens ook hoe blijvend populair Braziliaanse muziek is. De concertenreeks ‘Brasil Sinfônico’ - een formule waarin het klassieke symfonische repertoire verbonden wordt met het Braziliaanse - wordt n.a.v. het succes in 2016 jaarlijks herhaald. Hieronder een korte analyse van de bezoekersaantallen van ‘Brasil Sinfônico’. Opvallend is dat het toevoegen van Braziliaanse muziek niet alleen nieuw publiek naar de concertzaal gebracht heeft, maar ook jonger publiek.

Bezoekers naar Mosaic doelgroep

MOSAIC doelgroep in %	Regulier	Brasil Sinfônico
Elitaire Cultuurminnaars	24%	9%
Klassieke Kunstliefhebbers	20%	5%
Stadse Alleseters	9%	19%
Randstedelijke Gemakzoekers	8%	7%
Actieve Families	4%	5%
Kleurrijke Knokkers	3%	8%
Digitale Kijkers	3%	4%
Modale Cultuurmijders	9%	8%
Overige + onbekend	20%	35%

Bezoekers naar leeftijdsgroep

Leeftijd in %	Brasil Sinfônico
> 66 jaar	5%
56 –65 jaar	7%
46 –55 jaar	12%
36 –45 jaar	10%
26 –35 jaar	14%
16 –25 jaar	10%
0 –15 jaar	0%
leeftijd onbekend	42%

Bezoekers naar bezoekfrequentie

Leeftijd in %	Brasil Sinfônico
Terugkerende klant	22%
Nieuw en eenmalig	78%

Publiek: Kleinkunst

Het publiek van tekstschrijver Jan Boerstoeel bevindt zich met name onder de Kleinkunst-liefhebbers. Door de muziek van Jobim (voor het eerst) te vertalen naar het Nederlands hebben Wisbrun en Boerstoeel in feite hiermee het genre Kleinkunst verbreedt, en daarmee ook het potentiële publiek. De volgende drie doelgroepen definiëren het Kleinkunst publiek:

Doelgroep 1	Doelgroep 2	Doelgroep 3
21-23 jaar	28-45 jaar	45+
kunstminnend	kunstminnend	kunstminnend
maakt veelvuldig gebruik van social media en internet	maakt regelmatig gebruik van social media en internet	maakt weinig gebruik van social media en regelmatig gebruik van internet
laag inkomen	inkomen boven modaal	inkomen (ruim) boven modaal
groot sociaal netwerk	groot sociaal netwerk	groot sociaal netwerk
gaat regelmatig uit, zoekt specifiek naar uitgaansplekken waar mensen komen waar men aansluiting bij vindt.	zoekt vanwege tijdgebrek gericht naar uitgaansmogelijkheden waar men kwalitatief kan genieten, een avond er helemaal uit zijn.	zoekt gericht naar uitgaansmogelijkheden waar men al een verbinding mee heeft opgebouwd.

Publiek: Bossanova-Kleinkunst

Kleinkunst is een oer-Nederlandse kunstvorm en Bossanova ademt Brazilië. Kleinkunst is voortdurend actueel, muzikaal en maatschappij-kritisch. Bossanova-muziek is tijdloos, harmonieus, passievol en staat symbool voor optimisme van een ongekeerde grootte. Als geen ander weet Wisbrun die twee werelden samen te brengen.

Wisbrun wil een inspirerende praktijkvoorbeeld zijn voor de podiumkunsten waarin de verbinding wordt gelegd met de cultureel diverse samenleving (Code Culturele Diversiteit) en zodoende deze vorm van kunst toegankelijker en laagdrempeliger maken voor het publiek.

Publiciteit

In augustus 2017 maakte het duo Wisbrun-Boerstoeel hun samenwerking sinds begin van het jaar bekend en er was gelijk veel media aandacht. O.a. NU.nl kondigde het met furore aan (zie [link](#)) en in De Telegraaf verscheen een uitgebreid interview (zie [link](#)). Wisbrun werd hierbij ondersteund door freelance PR professional Tessa Harmsen (o.a. Marijn Brouwers, M-Lab, Koninklijke Theater Carré, Zonnehuis Muziektheater).

Over Wisbruns eerder werk schreef de media o.a.:

“Prachtige stem [...] Met Zuid-Amerikaanse passie en de bijbehorende snik: kippenvet” | Het Parool

“Wervelend [...] Je waant je even in Brazilië” | De Telegraaf

“Publiek geniet volop” | Theaterkrant

Wisbrun heeft, mede dankzij haar afkomst en het succes van haar eerdere voorstellingen, ook een breed Braziliaans netwerk in Nederland. Diverse organisaties en stakeholders hebben reeds toegezegd hun achterban te willen mobiliseren voor ‘De Bossa van Jobim’.

ORGANISATIE

“Muziek is motoriek! Zodra u luistert, zingt, een instrument bespeelt, of u zich muziek inbeeldt, gebeurt er in het brein van alles wat we ook zien bij bewegen. Met muziek haalt u allerlei basisemoties en tussenliggende emoties naar binnen; dat krijgen we met niets anders zo makkelijk gedaan. En kun je muziek de hele dag ‘doen’! [...] Wat me blijft verbazen, is dat muziek altijd als iets extra’s wordt gezien, terwijl het van een enorme waarde en rijkdom is. Alleen al als je aan een melodie dént, gebeurt er veel in het brein. Muziek doet allerlei circuits oplichten die de moeite waard zijn als het gaat om werkgeheugen, of aandacht, of leren. Muziek werkt stress-verlagend, de hartslag wordt rustiger, bloedvaten doen het beter... Er is genoeg goed onderzoek naar gedaan en toch is het de muziek die de rekening betaalt in de klas en in de zorg.” - Prof. Dr. Erik Scherder

Het stichtingsbestuur van Stichting Bossa Nova bestaat uit:

Oscar Hefting - Voorzitter

Directeur bij New Holland Foundation, Project coördinator ‘Atlas of Mutual Heritage,’ lid van commissie ‘Fortifications Overseas,’ en Directeur bij Het Nederlands Vestingmuseum

Wouter Dorhout Mees - Penningmeester

Chief Sales & Trade Marketing Perfetti Van Melle BV, lid van RvC Perfetti van Melle Nederland Holding, en lid van bestuur familiestichting

Bernadette Kuiper - Secretaris

Oprichter/Directeur bij Impact Academy

Het stichtingsbestuur heeft **Marcella Wisbrun** benoemd tot Directeur en Artistiek Leider (de Directie) van Stichting Bossa Nova. De directie is eindverantwoordelijk voor alle artistieke en organisatorische beslissingen ten aanzien van het artistieke en zakelijke beleid en legt hierin verantwoording af aan het stichtingsbestuur.

Stichting Bossa Nova zal, afhankelijk van het project, ook extra freelancers aantrekken voor de creatieve, productionele en technische functies.

Stichting Bossa Nova is aangemerkt als een stichting zonder winstoogmerk en volgt in haar bestuur en beleid de 9 principes van de Governance Code Cultuur.

FINANCIËEL

“Geen computer kan tippen aan een mens die een verhaal vertelt, mooi piano speelt, zingt of danst. De vorm zal veranderen, ongetwijfeld: mooier, groter, met projecties. Maar die kunstenaar die daar staat, daar blijven mensen voor komen. Als de mens als entertainer er niet meer is, doen we met z'n allen het licht uit.” - Joop van den Ende

Stichting Bossa Nova zal in haar organisatie gebruik maken van meerdere financiële pijlers, die zich in een gezonde balans tot elkaar moeten verhouden. Eigen inkomsten - zoals kaartverkoop, merchandise en private fondsen, - sponsoring, donateurs en subsidie behoren allemaal tot deze meerzijdige financieringsmix.

In het verleden heeft Wisbrun hetzelfde gedaan, maar dan op kleinere schaal. Eigen inkomsten, sponsoring, crowdfunding, donateurs en subsidie zoals het Amsterdams Fonds voor de Kunst behoorden allemaal tot de meerzijdige financieringsmix die zij als eenmanszaak de afgelopen jaren heeft weten te werven. Stichting Bossa Nova heeft echter grootsere plannen.

Stichting Bossa Nova wil binnen de culturele sector een pionier zijn, ook als het gaat om het vinden van financiële pijlers voor haar artistieke projecten.

Stichting Bossa Nova gelooft in de wederzijdse investering op basis van gelijkwaardigheid en van waaruit de stichting daadwerkelijk iets kan betekenen voor een derde. Zodoende zet Stichting Bossa Nova in op een duurzame samenwerking met een partner, die niet gaat over investering en rendement op projectbasis, maar voor de lange termijn: met elkaar meegroeien en van die duurzame samenwerking en wederzijdse merkinvestering de vruchten plukken.

Stichting Bossa Nova heeft onafhankelijkheid hoog in het vaandel staan, en zal derhalve altijd de volledige controle over het productieproces van haar artistieke producten houden. Dit vanuit het idee dat *hoe* er geproduceerd wordt, mede bepaalt wat de inhoud is van *wat* er geproduceerd wordt. Stichting Bossa Nova zoekt vanuit de artistieke producten altijd naar de ultieme mogelijkheden voor creatief ondernemerschap.

Begroting

De meerjarenbegroting 2018-2021 beslaat gemiddeld € 300.000,-. Dat wil zeggen, gemiddeld €100.00,- per jaar. Ruim 70% daarvan zal bestaan uit eigen inkomsten uit kaartverkoop en private bijdragen. Het Bestuur zal het budget op kwartaalbasis controleren.

Het huidige project, ‘De Bossa van Jobim,’ is begroot met € 100.000,- waarvan de volgende uitgaven zijn begroot:

Creatives	€ 26.000,-
Cast	€ 11.000,-
Muziek	€ 10.000,-
Techniek	€ 12.000,-
Diversen	€ 31.000,-
Marketing	€ 10.000,-

Op basis van 60% zaalbezetting à 30 keer spelen in de kleine theaters (< 200 stoelen), zal de recette (eigen inkomsten) € 72.000,- bedragen. Oftewel: ruim 70%.

Binnen het budget zal stevig worden ingezet op PR en marketing (minimaal 10% van het totaalbudget). De reden hiervoor is, omdat de eigen inkomsten grotendeels op basis zijn van bezoekersaantallen. Afhankelijk van de noodzaak

Stichting Bossa Nova heeft een heldere planning en control cyclus, waarbij jaarlijks op basis van gegarandeerde inkomsten de begroting wordt vastgesteld.