

## Directieverslag 2014

De eerste editie in 2013 was een duidelijk leerproces. Dit jaar hebben wij veel organisatorische processen geprofessionaliseerd (zoals boekhouding, fondswerving, administratie) en voor een duidelijker taakverdeling gezorgd.

Wij hebben een stagiaire aangenomen van de Hogeschool voor de Kunsten in Utrecht. Dit jaar hadden wij een sterker team bestaande uit een zakelijk leider, artistiek leider, stagiaire als assistent zakelijk leider, pr-specialist, fondswerver en 8 vrijwilligers die ons tijdens de festivaldagen met allerlei taken ondersteunden. Ook het bestuur heeft achter de schermen meegeholpen bij de realisatie van het festival. Kaartverkoopstelsel online is dit jaar gelukt door de samenwerking met ticketscript.

De 2de editie van het festival is heel goed ontvangen. Het publiek en de media vonden de programmering heel sterk en de samenhang met de tentoonstelling werd gezien als een pluspunt. Ook vonden mensen de locatie bijzonder sfeervol. Er was veel belangstelling van de nationale media: TV programma Vrije geluiden, interviews op de radio – een zeer positieve recensie in de NRC, artikel in de regionale kranten. Mede door deze publiciteit trokken wij volle zalen.

Tijdens de evaluatie kwamen de volgende sterke punten naar voren: het publiek was bijzonder te spreken over de programmering: het werd gewaardeerd dat er minder bekende stukken werden uitgevoerd, zoals bij voorbeeld van Mikhail Glinka en muziek aan het Russische hof, uitgevoerd door “De Solisten van Catharina de Grote”. Ook de combinatie van museum- en concertbezoek werd als positief ervaren. Men vond de ambiance in de kerkzaal bijzonder geschikt voor de kamermuziek. Wij willen deze succesvolle formule van kunst en muziek in museale setting behouden en in de toekomst verder versterken.

Minder succesvol punt was de festivalpromotie, daar zullen wij meer aan werken: met de Hermitage, met publiciteit, met mailings. Ook een belangrijk verbeterpunt is de papieren kaartverkoop te organiseren. Verder waren wij van plan om een Vriendenclub te organiseren, maar dat is wegens tijdgebrek niet gelukt. Voor de editie van dit jaar, zijn wij van plan om nog nauwer samen te werken met de Hermitage Amsterdam op het gebied van de programmering, de sfeer van het festival en de marketing. Met hun hulp worden ruim 2.000 vrienden van de Hermitage plus 5.000 personen van hun mailinglist op de hoogte gebracht van ons festival. Vier weken vóór het festival verschijnt onze informatie op de grote beeldschermen in het museum. Daarnaast gaan wij ook met de Russische ambassade samenwerken op het gebied van sponsoring en netwerken.

Anna Azernikova, Artistiek Leider [azernikova@hotmail.com](mailto:azernikova@hotmail.com)

Nadia Eliseeva, Zakelijk Leider [winteravonden2013@gmail.com](mailto:winteravonden2013@gmail.com)