Verslag BredaPhoto 2020

1. Inhoudopgave

1. Voorwoord 2
2. Evaluatie doelen 3
   2.1 Doelstellingen & Resultaten 3
   2.2 Successen en leermomenten 6
   2.3 Kengetallen 7
3. Programma 8
   3.1 Thema: The best of times, the worst of times 8
   3.2 De hybride vorm 8
   3.3 State of the art 9
   3.4 Speciale projecten 10
   3.5 Impact en maatschappelijke activering 12
   3.6 International Talent Program (ITP) & Internationalisering 14
   3.7 Educatie 15
4. PR en marketing 16
   4.1 Terugblik 16
   4.2 Positionering: internationaal, innovatief, toegankelijk 17
   4.3 Evaluatie doelen 17
   4.4 Publieksonderzoek 18
5. Organisatie en samenwerkingen 19
   5.1 Ontwikkeling organisatie 19
   5.2 Institutionele partners 20
   5.3 Vrijwilligers 20
6. Financiën 21
   6.1 Uitgaven 21
   6.2 Inkomsten 21

Stichting Breda Photo (Anbi)

Fleur van Muiswinkel
Speelhuislaan 155
4815 CD Breda

T 076 532 93 11
E fleur@bredaphoto.nl
I www.bredaphoto.nl

KvK : 20096122
BTW: 808579071B016270
IBAN: NL89 ABNA 0610 1648 48

1. Voorwoord

Beste partners, collega's en fotografieliefhebbers,

2020 was een bewogen jaar dat niemand van ons zal vergeten. Het was het jaar dat corona ervoor zorgde dat we mondiaal ons gedrag drastisch moesten veranderen om de zwakkeren in onze samenleving te beschermen. Voor het festival betekende dat radicaal we het roer moesten omgooien, maar zonder de inhoud van het festival uit het oog te verliezen. En het is ons gelukt! Tussen de twee lockdowns door, hebben wij de deuren van BredaPhoto 2020 open kunnen houden.
En wat een succes is het geworden!

Onze fotografen en bezoekers waren opgelucht, dankbaar en blij dat het werk alsnog te zien was. De hybride vorm bestaande uit tentoonstellingen in het centrum van Breda, gecombineerd met een tentoonstelling op papier met een journalistieke omkadering in een oplage van 200.000 en een digitaal platform, bleek een succesformule te zijn.

Als nieuwe, kersverse directeur kijk ik met gepaste trots terug naar de wendbaarheid en het doorzettingsvermogen van het kernteam, onze toegewijde groep vrijwilligers, de ongekende steun van de fondsen en overheden. Dankzij al die inzet en steun, konden we de ruim vijfenvijftig duizend bezoekers verwelkomen.

Het verlag dat nu voor u ligt is een tijdsdocument dat inzichtelijk maakt hoe onze processen zijn verlopen en wat het uiteindelijke resultaat is geworden. Nogmaals veel dank aan u, onze partner, voor uw vertrouwen en steun. Wij kijken er naar uit u weer te kunnen verwelkomen in 2022. Het beloofd dan een unieke jubileumeditie te worden. We brengen u hiervan graag in de loop van 2021 inhoudelijk op de hoogte.

Met vriendelijke groet,

Fleur van Muiswinkel
Directeur BredaPhoto

Aftermovie BredaPhoto 2021, zie: https://vimeo.com/473334249

2. Evaluatie doelen

2.1 Doelstellingen & Resultaten

De missie van BredaPHoto 2020 was als volg verwoord:
BredaPhoto behoort in 2020 tot de beste fotofestivals in Europa. Dat betekent dat het geworteld is in Breda en Brabant, werkend vanuit een internationaal netwerk, interessant is voor professionals, talent én publiek, en vooraan staat bij het tonen van nieuw talent en actuele ontwikkelingen binnen de discipline van de fotografie.

Ook in 2020 heeft BredaPhoto ondanks de pandemie haar missie voor een belangrijk deel kunnen waarmaken. Meer dan 50 fotografen uit 16 landen namen deel, jong talent en gevestigde fotografen toonde op verschillende plekken in de stad hun werk. Onze groeiambitie op internationaal vlak is anders uitgepakt dan gedacht. Internationale reizen waren beperkt door COVID, maar dankzij ons online programma hebben we toch ons vakpubliek weten te bereiken. Het algemeen cultuur geïnteresseerde internationale publiek uit België en Duitsland hebben we helaas niet kunnen verwelkomen.

Ambities
Ter versterking van de algemene missie waren voor de editie 2020 waren specifieke ambities geformuleerd op het vlak van a) Visual Storytelling, b) Maatschappelijke impact, c) Internationalisering en talent, en d) Publieksgroei.

Ad a) Visual storytelling
Met unieke projecten bouwen we aan een festival dat fotografie in samenhang met andere kunstvormen en actuele maatschappelijke thema's op een artistiek innovatieve en uitdagende manier presenteert

"China Imagined" de tentoonstelling van de in China woonachtige gast-curatoren Ruben Lundgren en He Yining werd gerealiseerd in de Grote Kerk van Breda. Deze bijzondere historische plek werd het toneel voor de multimediale groepstentoonstelling waarin de standpunten van fotografen werden getoond in relatie tot de Chinese hedendaagse samenleving, die in eigen land niet getoond kunnen worden. Een unieke kans voor zowel de fotografen als de kijker om zijn/haar kijk op China tegen het licht te houden.

In het voormalig KPN gebouw in het hart van de stad Breda was de groepstentoonstelling "the best of times, the worst of times" te zien. Fotografie, video en installaties werden gepresenteerd in het oude industriële pand dat alleen tijdens het festival open was voor het publiek. De bezoeker volgde een route die langs een grote variatie aan projecten leidde en tegelijkertijd de sporen van het verleden toonde.

"Power tot he models" was een coproductie in samenwerking met het Stedelijk Museum Breda. Op unieke wijze draaide gast-curator Jan Hoek de rollen om en werden de modellen de makers van het werk. Hierdoor werden zij meer eigenaar over hun persoonlijke verhalen in plaats van dat deze gefilterd werden door de blik van de fotograaf.

Ad b) Maatschappelijke impact

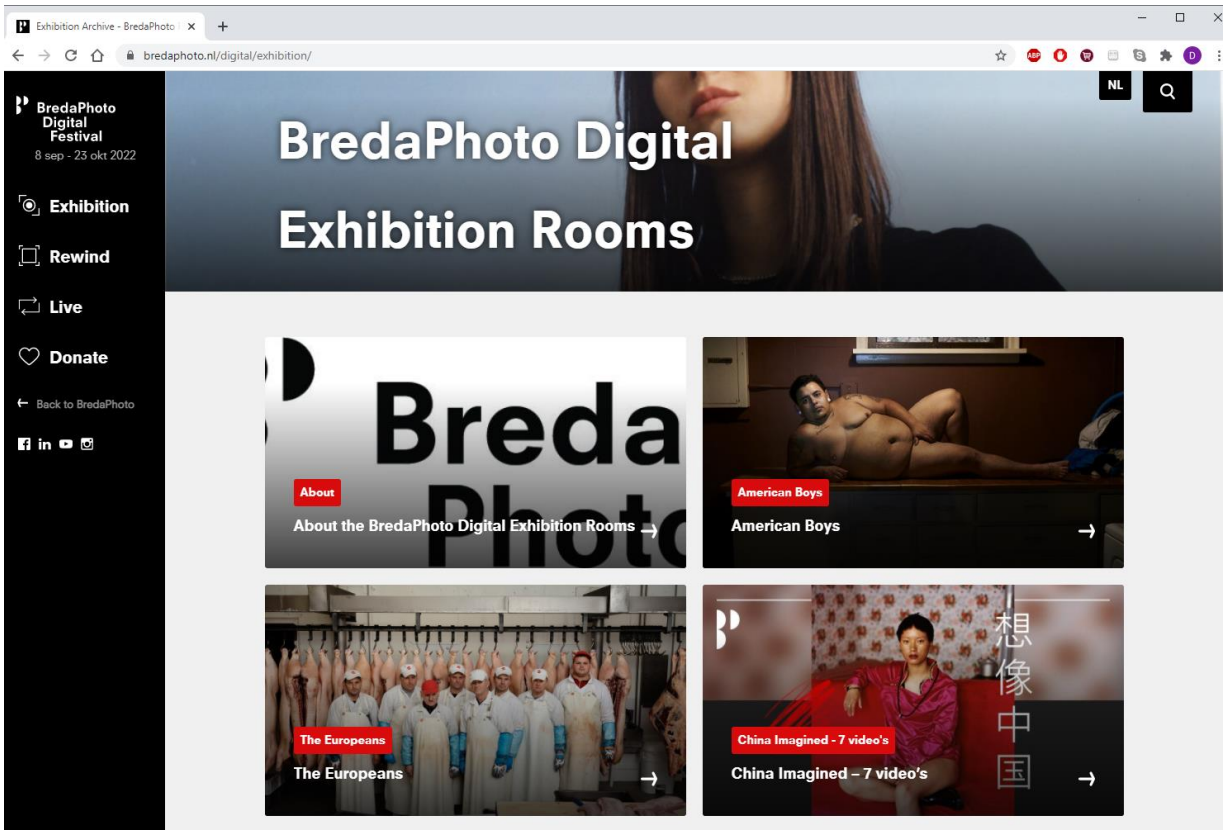
Het festival wil haar bezoekers raken en tot gedachten en reflectie aanzetten door ontmoeting, co-creatie en participatie te verweven in het kernprogramma.

Hoewel over de hele linie, als gevolg van de corona crisis, minder mogelijkheden bestonden voor ontmoeting, co-creatie en participatie is in een aantal projecten toch duidelijk gewerkt vanuit impact en reflectie.

Ten eerste natuurlijk in het project “Destroy My Face” een kunstwerk dat in samenwerking met het publiek zou moeten worden vernietigd, maar dat al na één week van het festival werd verwijderd onder druk van sponsors van Pier 15 en een internet actie van de actiegroep We Are Not A Playground. Misschien niet het soort impact wat wij direct beogen, maar wel een project dat tot veel discussie leidde, en waarover in November door BredaPhoto en Chassé theater nog een discussie werd georganiseerd over Cancel Culture die door honderden mensen via internet werd gevolgd.

Daarnaast het project “Power tot the Models”, dat veel media aandacht kreeg, juist door de radicale aanpak van curator/kunstenaar Jan Hoek en de manier waarop co-creatie met ‘modellen’ werd georganiseerd.

Met de introductie van “BredaPhoto Digital”, dat werd opgezet als alternatief voor de openingsweek en het fysieke randprogramma, werd breder en internationaler publiek dan ooit bereikt met talkshows, masterclasses, digitale exposities en presentaties. En hoewel Real Live niet te evenaren is heeft deze ervaring opgeleverd dat het digitale domein ook in de toekomst vaker door BredaPhoto zal worden betreden.



Ad c) Internationalisering en talent

*BredaPhoto vertegenwoordigt de **internationale state of the art**. Associated Curators en gast curators brengen verdieping en wereldwijde innovaties. International Talent Program geeft juist **richting aan de ontwikkeling** van nieuw professioneel talent en het genre.*

Tijdens deze negende editie hebben onze associated curatoren Mohamed Somji, Azu Nwagbogu en gast curatoren Ruben Lundgren en He Yining ruim twintig fotografen geselecteerd om deel te nemen aan het festival. Hierdoor heeft BredaPhoto een breed internationaal aanbod kunnen tonen dat een sterke verdieping gaf aan het thema. Vanuit het International Talent program namen tien jonge fotografen deel uit verschillende Europese landen. Door de aanpassingen naar het hybride model waarbij de Artist Talk Shows online plaats vonden was er de mogelijkheid om deze internationale deelnemers meer inhoudelijk te betrekken wat resulteerde in fascineerde gesprekken die nog terug te kijken zijn dankzij het online archief.

Ad d) Groei

*Spraakmakende projecten over **belangrijke thema's** geven het festival een **blockbuster-allure**. Doel is een bereik van zo'n **80.000 bezoekers**, waarvan **24.500** betalende bezoekers, een toename van 30%. Met een laagdrempelige formule en een grootschalig maatschappelijk en educatief programma geven we vorm aan **diversiteit** en betrekken we de bevolking in haar volle breedte.*

Nee, groei bleek niet mogelijk in 2020. Geen blockbuster allure, geen schoolklassen, geen rondleidingen en niet 140.000 maar 50.000 bezoeken. Allemaal omdat de pandemie meer niet mogelijk maakte. Toch zijn we blij met de resultaten, met ruim 14.000 verkochte locatie tickets. Dat komt overeen met 7.000 combitickets zoals we die in 2018 verkochten. In vergelijking met dat jaar dus iets meer dan de helft. En dat is in corona tijden een mooi resultaat. Dus wat groei betreft kunnen we 2020 maar het beste snel vergeten, en blijven we vol vertrouwen in de potentie van de Biënnale.

2.2 Successen en leermomenten

We zijn trots op het feit dat we het festival ondanks de pandemie hebben weten aan te passen naar een veilige beleving met behoud van de artistiek inhoudelijke ambities. Zelfs de tentoonstelling over hedendaagse Chinese fotografie is een groot succes geworden ondanks dat de curatoren niet fysiek aanwezig konden zijn. Verder hebben we een groot deel van onze bezoekers weten te behouden en zelfs nieuw publiek weten te bereiken, mede dankzij de krant die we in een oplage van 200.000 hebben gepubliceerd en die werd meegestuurd met De Volkskrant en BNdeStem.

We hebben met groot succes een biënnale waardige editie gerealiseerd. Ondanks dat we veel van de festival aspecten (horeca, rondleidingen, etc.) hebben moeten afzeggen, hebben we onze samenwerkingspartners weten te behouden voor de volgende keer. We hebben onze plek op internet gevonden met de introductie van BredaPhoto Digital.

De aanpassingen aan de continue veranderende covid-maatregelen hebben we goed weten op te vangen. De tentoonstellingen zijn gedurende zeven weken altijd open geweest.

Het stuur omgooien van de communicatiestrategie zo vlak voor de opening was lastig. Het was alsof we een tanker een haakse hoek wilde laten maken. Dat ging helaas niet. De tijd die we nodig hadden om onze communicatiestrategie te verleggen naar de combinatie van de fysieke tentoonstellingen aangevuld met een sterk online programma en de impact van de maatregelen had sneller gemoeten en beter gekund. Hoe we in de toekomst hier meer op in kunnen spelen is, zo hebben we moeten constateren, vooral afhankelijk van de grootte van het communicatieteam. De kleine bezetting die BredaPhoto had zorgde ervoor dat veel verantwoordelijkheden bij één persoon lagen.

2.3 Kengetallen

Cijfers	2016		2018		2020	
# deelnemende fotografen	**73**		**58**		**55**	
# binnen locaties	**9**		**8**		**5**	
# buiten locaties	**6**		**5**		**2**	
# events	**47**		**54**		A	
# geregistreerde bezoeken binnenlocaties	**51.850**		**61.442**		**25.776**	
# bezoeken buitenexposities	**80.000**		**80.000**	*	**30.000**	*
# totaal aantal bezoeken	**131.850**	*	**141.442**	*	**55.776**	
# verkochte tickets	**8.129**		**13.297**		**14.322**	
# bezoekers SMB met MJK	**14.177**		**3.306**		**4.871**	
# verkochte programma's zonder passe-partout	**2.589**		**560**		X	
# deelnemers educatie basisonderwijs	**1.950**	*	**3.500**	*	**300**	
#`deelnemers educatie voortgezet onderwijs	**1.650**	*	**2.000**	*	**614**	
# deelnemers Internationaal Studenten Weekend	**40**		**112**		A	
totaal verkochte tickets	**28.535**		**22.775**		**20.107**	
# deelnemers verdiepings en participatie programma	**6.250**	*	**4.064**	*	**A**	
# vieuws Digital Program					**3.775**	
# deelnemers kidsweek			**120**		A	
# deelnemers (Un)Customised			**460**		A	
# deelnemers bubble			**4.000**	*	A	
# bezoekers vaardienst	**1.446**	*		*	A	
# deelnemers academieproject	**225**	*	**250**	*	**350**	
# deelnemers ouderen project	**26**				X	
# deelnemers masterclass	**45**		**30**		X	
# deelnemers 287 groepen voor rondleidingen (167 in 2016)	**2.535**		**3.310**		A	
# deelnemers speciale ontvangsten			**300**	*	**65**	*
Totaal deelnemers randprogramma	**10.527**		**12.534**		**4.190**	
Totaal budget	**€ 925.340**	%	**€ 1.474.367**	%	**€ 1.106.561**	%
# overheid + overheidsfondsen	€ 455.500	49%	€ 695.093	47%	€ 617.937	56%
# publieksinkomsten	€ 175.826	19%	€ 283.115	19%	€ 142.411	13%
# particuliere fondsen	€ 210.500	23%	€ 273.066	19%	€ 257.500	23%
# sponsors	€ 40.112	4%	€ 171.593	12%	€ 67.685	6%
# partners	€ 37.500	4%	€ 51.500	3%	€ 21.028	2%
# vrienden	€ 5.902	1%				

niet dit jaar	X
afgelast vanwege corona	A
schatting	*

3. Programma

3.1 Thema: The best of times, the worst of times

“We staan midden in de ongrijpbare chaos. Pas later. Met de blik van de historicus, kunnen we die chaos ordenen, de gebeurtenissen een plek geven, die waarde ervan inschatten. Dat maakt de keuzes die we allen maken als mens, burger, democraat, homo economicus, partner, ouder …. zo moeilijk. En zo boeiend.” - Peter Vandemeersch in de BredaPhoto krant

Dat het thema (dat in 2019 werd vastgesteld) de actualiteit zo goed zou benoemen en de selectie van fotoseries de complexe werkelijkheid zo goed in beeld zou brengen, hadden de curatoren van BredaPhoto nooit kunnen voorzien. Het jaar 2020 werd gedomineerd door Covid-19. Het was duidelijk, we leven in *the worst of times* en toch creëerde de opgelegde maatregelen ook de ruimte voor menigeen, om zich te realiseren wat *the best of times* nou eigenlijk betekenen voor hem/haar persoonlijk.

Het thema was gekozen vanwege haar brede toepasbaarheid zodat deze 9e editie zowel sociaal maatschappelijke fenomenen, klimaat vraagstukken als economische dilemma’s aan de orde kon stellen door middel van *visual storytelling*. Een grote verscheidenheid aan beelden, zowel fotografische als film en video, werd gepresenteerd. Het publiek was enthousiast, de rijke schakering aan series en presentatieplekken, de toegankelijkheid van het festival en de nieuwe hybride vorm boden de fysieke en online bezoekers genoeg stof tot nadenken en riep vele verschillende reacties op.

3.2 De hybride vorm

Een half jaar voor de opening van het festival besloot BredaPhoto het roer radicaal om te gooien. Door de impact van Covid-19 was het te onzeker of het festival wel in haar traditionele vorm kon doorgaan en dus werd er voor een hybride vorm gekozen. Een vorm waarin de doelstellingen van het oorspronkelijke plannen overeind bleven, en de doelgroepen waar we een band mee hadden opgebouwd konden worden bereikt.

De gestelde doelstelling en de diepe wens van de organisatie om haar publiek toch te kunnen bereiken resulteerde in de keuzes om het festival zowel fysiek, online als in gedrukte versie door te laten gaan.

Door de impact van corona was het te verwachten dat we dit jaar minder bezoekers zouden trekken dan voorgaande jaren. Daardoor moesten we flink bezuinigen en stevige beslissingen nemen zoals het niet laten doorgaan van de tentoonstellingen in de Bredase wijk Belcrum. Deze wijk kenmerkt zich door haar grote indrukwekkende industriële panden en haar creatieve vrijplaatsen. Maar dit jaar konden we daar geen tentoonstellingen realiseren vanwege de financiële last maar ook vanwege complicatie rondom crowd-management. Een uitzondering hebben we gemaakt voor het in-situ werk van Erik Kessels bij de Skatehal Pier 15 gevestigd in de Belcrum.

We namen afscheid van het plan voor het Chasse Paviljoen en beloofden plechtig dat mee te nemen naar 2022, de tiende editie van BredaPhoto

De fysieke tentoonstellingen van deze 9e editie hebben uiteindelijk plaats gevonden in het centrum van de stad in het voormalig KPN-gebouw, de Grote Kerk, het Stedelijk Museum Breda, Club Solo, Stadsgallerij en de 3secGallery.

Toch zijn er uiteindelijk maar enkele specifieke projecten afgevallen (Catalog of Shadows, van Choreografe Kristel van Issum, SYMBIOSIS, van Polymorf, The Lobby Experience van Eddy Seesing) omdat die specifiek gepland waren in locaties die we moesten afstoten, of omdat ze binnen de corona regels niet zouden kunnen worden uitgevoerd. De meeste van de gecontracteerde fotografen wisten we een plek te geven in het festival, soms met minder beelden dan gepland, maar altijd met voldoende aandacht voor de presentatie en de plaats in het programma.

Online hebben we ons nationale en internationale publiek weten te bereiken met ons inhoudelijk programma bestaande uit wekelijks op woensdag het *academie programma* met masterclasses en lezingen, op zaterdag de *portfolio reviews* en elke zondag de *Artist Talk Show.* De website werd uitgebreid met verschillende '*online exhibition rooms'*. Het uiteindelijk resultaat verschilde met de initiële ambities. Gaandeweg werd duidelijk dat de fotografen het aanbod om online te exposeren niet wilden omarmen, men had weinig vertrouwen in de vorm en de zichtbaarheid. Uiteindelijk heeft BredaPhoto de 'online exhibition rooms' gebruikt voor vijf projecten die deze ruimte actief wisten te gebruiken om vierdieping aan te bieden aan onze online bezoeker.

De krantenbijlage bij De Volkskrant en BNdeStem (oplage 290.000) was een groot succes. De fotografen Soraya Zaman, Simon Norfolk & Klaus Thymann, Kincso Bede en Mohammed Kilito toonden hun werk. Het werk van Felipe Jacome, Jan Hoek en Adrienne Waheed werd gecontextualiseerd met journalistieke reacties door Hasna el Maroudi, Ira Kip en Bram Ebus. De introductie op de thema *The Best of time, the worst of times* werd geschreven door Peter Vandemeersch. En er was speciale aandacht voor de tentoonstelling *China Imagined* en het in-situ werk *Destroy my face.* Platform Fotografie Nederland en Breda Marketing droegen een financieel steentje bij, net als de gemeente Breda. Deze bijlage kwam in het publieksonderzoek naar voren als een van de voornaamste redenen voor de bezoeker om naar Breda af te reizen.

3.3 State of the art

Van het totale programma zoals gepland en beschreven in het projectplan is het grootste deel wél gerealiseerd. 56 fotografen, uit 23 landen, Jong talent, gevestigde namen. Een programma met diepgang en kwaliteit, inhoudelijk scherp en meer to the point dan ooit.

Er zijn uiteindelijk maar enkele projecten afgevallen (Catalog of Shadows, van Choreografe Kristel van Issum, SYMBIOSIS, van Polymorf, The Lobby Experience van Eddy Seesing) omdat die specifiek gepland waren in locaties die we moesten afstoten, of omdat ze binnen de corona regels niet zouden kunnen worden uitgevoerd. De meeste van de gecontracteerde fotografen wisten we een plek te geven in het festival, soms met minder beelden dan gepland, maar altijd met voldoende aandacht voor de presentatie en de plaats in het programma

Merel Brem - Volkskrant 17 sept 2020

Op BredaPhoto dwaal je van de ene morele kwestie naar de andere. Het is 2020 in fotografie. Met als lichtpuntje dat het tweejaarlijkse fotofestival tenminste doorging. We zien een wereld in verwarring.

3.4 Speciale projecten

CHINA IMAGINED

Expositie in de Grote Kerk, Breda

De tentoonstelling toonde 22 fotografen, met werk dat inspeelde op de contradicties en de diversiteit van de Volksrepubliek China. De twee in China wonende curatoren He Yining en Ruben Lundgren, zien een bijna onoverbrugbare kloof in het begrijpen van China door de rest van de wereld en de geselecteerde fotografen (wiens werken in eigen land vaak niet fgetoond mogen worden).

Getoonde fotografen: Coca, Lyu Geer, Xu Guanyu, Wu Guoyong, Ren Hang, Jiazazhi Press, Zhang Kechun, Feng Li, Pixy Liao, Chen Ronhui, Thomas Sauvin, Liu Tao, Taobao, Kurt Tong, Hua Weicheng, Zhang Wenxin, Xu Xuaoxiao, Luo Yang, Guo Yinggaung, Wu Yongfu, Zneg Xianfang, Daniel Traub, Leslie Zhang, Chen Zhe.

De Grote Kerk Breda bleek voor project dat was gestart onder de werktitel ‘Parallel Lines’ een uitgelezen locatie. Fotografie en erfgoed gingen naadloos in elkaar over of zochten de confrontatie. Maar steeds was het spannend en verrassend. Het was bedoeld als publiekstrekker: Een actuele en belangrijke tentoonstelling in een van Neerlands top monumenten, en dat werd het ook, zeker bezien vanuit het Corona perspectief. Met bijna 7000 betalende bezoekers was het de best bezochte locatie van BredaPhoto 2020

De reacties van het publiek waren daar ook naar. Men was niet alleen onder de indruk van de tentoonstelling en het gebouw, maar ook geboeid, verrast en vaak erg berokken bij het thema. BredaPhoto verwelkomde meer Nederlandse Chinezen dan ooit en, zo bleek, heel veel Nederlanders zijn ervaringsdeskundige na reizen die werden gemaakt naar China.

POWER TO THE MODELS

Co-productie met Stedelijk Museum Breda

Nederlandse fotograaf en gastcurator Jan Hoek cureerde de expositie en gaf elf personen de volledige macht over hoe ze in beeld gebracht wilde worden. Hij stelde de traditionele machtsverhouding tussen fotograaf en model ter discussie en keerde deze om. Het model kreeg alle machtsmiddelen die gewoonlijk bij de fotograaf liggen, van het auteurschap tot het auteursrecht. Ook kreeg het model de expliciete opdracht om alle relevante beslissingen zelf te nemen zoals de keuze van de fotograaf, de locatie, aankleding en de vorm van het beeldverhaal. De modellen vertegenwoordigden groepen die of ondervertegenwoordigd zijn, of vaak als stereotype getoond worden in het Westerse media-aanbod.

Modellen: Lotte van Eyck, Ismail Ilgun, Bruin Perry, Hatti Rees, Sylvana Simons, Tiesto, Mohan Verstegen, Chiara Bardello Nonino, Jyoti Waststrate, Dick de Koning.

DESTROY MY FACE

Samenwerking met Skatehal Pier 15, Breda

Dit in-situ werk van Erik Kessels stelde vragen bij de maakbaarheid van onze identiteit. Ons uiterlijk is nog nooit zo belangrijk geweest. Jong en oud zijn op zoek naar een Insta-perfect look en passen foto's aan voordat ze worden geüpload en gedeeld via sociale-media. Cosmetische chirurgie vindt de kunstenaar echter een brug te ver. En de wens van de kunstenaar om de jeugd voor deze, naar zijns inziens, gruwelijke keuzes te behoeden was een de reden om het werk in de Skatehal uit te voeren. Het werk had een grote impact zowel lokaal, nationaal als internationaal. Meer hierover in het volgende hoofdstuk.

3.5 Impact en maatschappelijke activering

BredaPhoto wil een festival zijn dat, door steeds te werken vanuit een maatschappelijk actueel thema, impact en maatschappelijke activering nastreeft. Het programma moet bezoekers raken en tot nadenken en reflectie aanzetten. Dat is wat kunst kan doen en wat de meest waardevolle opbrengst is van een festival als BredaPhoto; als mensen rijker, een beetje in verwarring en in ieder geval meer betrokken naar huis gaan.

BredaPhoto 2020 heeft geluk gehad en heeft haar deuren gedurende de gehele zeven weken open kunnen houden voor het publiek. Er moesten gedurende die periode wel maatregelen getroffen worden zoals het invoeren van tijdsloten en de mondkapjesplicht. Maar we zijn erg dankbaar dat deze 9e editie doorgang heeft kunnen vinden en we ruim 55.000 bezoeken hebben gehad.

Festival beleving / ontmoetingen

In tegenstelling tot de 2018 editie was door de impact van corona de festival beleving van BredaPhoto, zoals we die kennen compleet anders. De meeste festival activiteiten zoals het openingsevent (voorheem bezocht door 1.500 mensen), rondleidingen, masterclasses, horeca en het festivalhart hebben we moeten schrappen of verplaatst naar online. Dit zorgde voor een geheel andere en minder intensieve festival beleving dan voorheen.

Het openings- en slot event verplaatsten we naar online en werden zeer goed bekeken. De uitzendingen van deze events vonden plaats vanuit Theater Bloos en werden gepresenteerd door Lucas de Man. Een dertig-tal mensen mocht aanwezig zijn en doordat we onze deelnemende fotografen van over de gehele wereld kon laten inbellen via Zoom, werden beide events een groot succes. Een prachtige aanvulling waren de live improvisaties van verschillende muzikanten bij het werk van de fotografen. Emotionele reacties riepen die op bij de fotografen die dankbaar waren voor de muzikale omkleding van hun werk.

Een terugkomend onderdeel van BredaPhoto zijn de portfolio reviews. Experts gaan in gesprek met fotografen en geven feedback op werk. Voorheen was dit een fysieke ervaring maar die was dit jaar onmogelijk. De keuze om het wekelijks online te doen, was een groot succes. Door het op deze manier te organiseren was het voor veel meer fotografen toegankelijk. Uit alle windstreken logden mensen in om feedback te ontvangen van onze experts. Het was zo succesvol, ook voor de reviewers, dat we deze methode ook voor de volgende editie zullen gebruiken. De verwachting is nu dat we dan een combinatie aanbieden van zowel fysiek in Breda als online.

Impact pandemie op festival

De impact van de pandemie was vooral merkbaar op het afwezig zijn van het festivalhart deze editie. Rondleidingen konden we vanwege het crowd management en de vereiste 1,5m afstand niet door laten gaan. De Artist Talks zijn met groot succes verplaatst naar een online programma waardoor we zelfs meer fotografen hebben kunnen betrekken dat gedacht. BredaPhoto Cinema en het Festival Café zijn door de covid-19 maatregelen vervallen.

Participatie

Zoals gezegd sneuvelde de meeste geplande participatie activiteiten zoals De Bubbel, de Kidsweek of de Urban Photo Race onder invloed van de corona maatregelen. Een deel kon worden verplaatst naar BredaPhoto Digital.

Maatschappelijke activering & Impact

Er waren deze editie twee kunstwerken die veel reacties opriepen bij het publiek. Zo werd het werk *Go home Polish* van de Pools, Britse fotograaf Michal Iwanowski dat ik het Chassé Park te zien was beklad (zie boven). De nieuwe tekst die te lezen was, was *Welcome Polish* wat uiteindelijk zeer goed aansloot bij de intenties van de kunstenaar zelf. Hij was dan ook blij met de aanpassing van de graffiti tekst zoals hij die jaren geleden was tegengekomen en die het begin werd van zijn zoektocht naar het fenomeen 'thuis zijn'.

Het andere werk dat veel werd gedeeld op sociale-media en zorgde voor de storm van negatieve reacties online, was *Destroy my Face* van kunstenaar Erik Kessels. De negatieve aandacht zorgde er uiteindelijk voor dat het werk na vijf dagen werd weggehaald. Amerikaanse sponsoren van de Skatehal deelden de mening van de tegenstanders van het werk, dat dit werk aanzette tot vrouwenhaat. Zij besloten de Skatehal Pier 15 voor het blok te zetten, of het werk weghalen of we trekken de sponsoring terug. Om de toekomst van de Skatehal niet in gevaar te brengen werd uiteindelijk besloten het werk weg te halen.

Alle lokale en nationale kranten, nationale en internationale kunstmedia en sociale media stonden er vol van. Was dit een voorbeeld van *cancel culture?* Zowel voor als tegenstanders hebben hun mening kunnen laten horen. Maar tot een daadwerkelijk gesprek tussen de leden van het online platform *We Are Not A Playground* en BredaPhoto is het nooit gekomen. De leden van het platform weigerden in te gaan op verschillende uitnodigingen van BredaPhoto.

Menu nrc.nl Mijn nieuws

Analyse

Is er tussen 'safe space' en 'vrijplaats' nog ruimte voor kunst?

Context & cancel culture Een expositie over Philip Guston is uitgesteld totdat zijn werk „duidelijker kan worden geïnterpreteerd". In Breda werd een kunstwerk van Erik Kessels verwijderd na online kritiek. Zijn dit slechte tijden voor lastige kunst?

Thomas van Huut · 28 oktober 2020 · Leestijd 7 minuten

De foto's van Erik Kessels' installatie 'Destroy My Face' nadat ze zijn verwijderd van de skateramps in Pier15, Breda. Foto Wim Kennes

BredaPhoto steunt de kunstenaar en staat nog steeds achter het werk. We betreuren het feit dat het werk zo snel werd weggehaald want hierdoor werd een gesprek in aanwezigheid van het werk zelf onmogelijk. Desalniettemin hebben de organisatie en de kunstenaar nadien gesprekken gevoerd en interviews afgelegd. BredaPhoto heeft in samenwerking met het Chassé Theater en Studio Zeitgeist een publiek debat georganiseerd "Cancel culture: justified criticism of the established order or the creation of a new taboo?" en heeft deelgenomen aan het onderzoek van omroep HUMAN programma *Medialogica.*

3.6 International Talent Program (ITP) & Internationalisering

International Talent program

De integratie van het International Talent Program kreeg door de corona een geheel andere invulling deze editie. Het tentoonstellen van één student per academie is nog steeds gelukt, maar er was geen ruimte voor eventuele wildcards. De samenwerkingen met de 10 Europese Academies was een succes en werd vanuit beide kanten als zeer positief ervaren.

De geselecteerde studenten werden actief betrokken bij de *Artist Talk Shows* en zorgden ervoor dat gevestigd fotografen alsnog in gesprek konden gaan met aanstormend talent. Ook hebben we voor de academies een sterk inhoudelijk, verdiepend onlineprogramma neergezet op de woensdagmiddagen. Een van de onderdelen die we geheel hebben moeten stopzetten was het *Residentie Programma*. Helaas was daar geen alternatieve oplossing voor te vinden op de korte termijn en het bleek ook financieel noodzakelijk. Het *Support Programma*, waarin we drie kandidaten gedurende twee jaar ondersteunen, is wel van start gegaan.

Geselecteerde academie studenten: Mateo Ancis (Narafi, LUCA school of Arts, BE), Jonas van der Haegen (Koninklijke Academie voor Schone Kunsten, BE), Elias Kaus (Lahti University for Design, FI), Renée Paule (KASK, BE), Alexander Rossa (De Academie van Podiumkunsten, CZE), Zoë Sluis (Sint Joost Academie, NL), Sam ten Thij (Hogeschool van de Kunsten, Utrecht, NL), Seppe Vancraywinkel (LUCA School of Arts Campus Sint-Lukas Brussel, BE), Max Ernst Stockburger (Universiteit van Toegepaste Kunst, Bielefeld, DE), Kincsõ Bede (Moholy-Nagy Universiteit voor Kunst en Design, Boedapest, HU)

Geselecteerde Support Programma fotografen: Alexandra Polina (Hamburg) - FH Bielefeld, Eva Kreuger (Haarlem) - St. Joost Breda, Sara Hornig (Helsinki) - LAB Lahti.

The Academy →

The Residency →

The Support Program →

Internationalisering

De 9e editie had een sterk internationaal karakter aangezien we 56 fotografen toonde uit 23 landen. Ook ons International Talent Program is met 8 internationale academies van de 10 deelnemende academies sterk internationaal georiënteerd. Verder hebben we onze internationale zichtbaarheid deze editie vooral te danken aan ons digitale programma. De technische mogelijkheden via Zoom en andere beeldbel mogelijkheden, openden virtuele deuren en maakten het mogelijk voor onze deelnemende fotografen om actief bij te dragen aan bijvoorbeeld de openingsceremonie.

Maar in 2020 bestonden onze bezoekers, door alle landelijk opgelegde reisbeperkingen, voornamelijk uit mensen woonachtig in Nederland. Een klein percentage kwam nog uit België en Duitsland maar door de verschillende lockdowns was fysiek festival bezoek vanuit het buitenland niet of nauwelijks mogelijk. Andere internationale institutionele samenwerkingen waren tot een minimum teruggebracht doordat al een half jaar vooraf gaande aan het festival internationaal reizen door corona onmogelijk was.

3.7 Educatie

Primair Onderwijs (PO)

De afzet van ons educatief materiaal was deze keer beduidend minder dan anders, met name bij het primair onderwijs. Deze afname zagen we ook bij andere culturele instellingen. De focus ligt in deze corona-periode in het onderwijs bij de kernvakken. Zaakvakken, sport en cultuur komen minder of nauwelijks aan bod.

Hiertoe hebben we besloten om ons programma op te splitsen in een festival-bezoek en een in-school variant, die we – anders dan anders - het gehele schooljaar 20-21 aanbieden. Men was huiverig om het festival te bezoeken en de belangstelling voor de in-school variant valt ook tegen. Het eerder ontwikkelde programma BredaPhoto on Tour is wel afgenomen, door met name werkgroepen uit de provincie. Dit draait nu voor het derde jaar en kan nog mee tot festival 2022. We blijven beide programma's aanbieden.

Voortgezet onderwijs (VO)

Het programma voor het voortgezet onderwijs is ontwikkeld in samenwerking met leerlingen van het Stedelijk Gymnasium Breda en het Mgr. Frenckencollege uit Oosterhout ('Wie kent de doelgroep beter dan de leerlingen zelf."). De zes leerlingen hebben de kick-off in oktober 2019 bezocht en zijn met het thema aan de slag gegaan. Dit proces heeft zich vooral op afstand voltrokken, wat wel behoorlijk extra inspanning kostte om de motivatie erin te houden.

De afzet van het VO-programma was beter dan die van PO, maar kan nog altijd beter. We hebben er de leerlingen goed mee kunnen aanspreken, de docenten misten wel aanknopingspunten. In het verleden hebben we altijd getracht docenten en leerkrachten optimaal te faciliteren met meer uitgeschreven lessen. De beste weg zal ergens in het midden liggen. Al met al een waardevolle pilot.

4. PR en marketing

4.1 Terugblik

De communicatie voor BredaPhoto is dit jaar onder invloed van de steeds wisselende situatie rond de pandemie een grote uitdaging geweest. Toch is BredaPhoto zeer zichtbaar geweest. Dit was te danken aan verschillende factoren. Het thema van het festival sloot mooi aan bij de situatie waarin we ons als wereldbevolking in bevonden. BredaPhoto had goed geanticipeerd op de corona maatregelen en qua timing vielen we precies na de 2e en voor de 3e lockdown.

Dankzij de grootschalige landelijke campagne, uitgevoerd door DPG-Media hebben we onze twee grootste deel doelgroepen 'de algemeen cultuur geïnterneerde' en de 'kunst professional' goed weten te bereiken.

Het PR beleid is gaandeweg bijgestuurd. Een andere customer journey werd ontwikkeld waarbij we vooral hebben gefocust op de Nederlandse markt. Tijdens de persdag waren er nog een 10-tal journalisten uit België en Duitsland maar verder was er geen internationale persbezoek mogelijk. Veel media aandacht was er in de eerste twee weken van het festival ook vooral door de commotie die er ontstond rondom het werk van Erik Kessels.

Belangrijk binnen de campagne dit jaar was ook de Facebook campagne die binnen de campagneperiode maar liefst 470.794 unieke personen heeft bereikt. Bijgevoegd is een overzicht met pers publicaties, waaruit de brede ontvangst van BredaPhoto in de media wel bewezen wordt.

Met Breda Marketing kwam, vlak voor de zomer een goede samenwerking op gang. Breda Marketing besloot mee te werken aan de realisatie van de speciale BredaPhoto Bijlage bij BN/DeStem en Volkskrant, in ruil voor twee pagina's stadspromotie. Deze krant bleek een goede zet, want uit het publieksonderzoek gaf 25% van de bezoekers aan dat deze krant (een van) de redenen was om BredaPhoto te bezoeken.

4.2 Positionering: internationaal, innovatief, toegankelijk

BredaPhoto is onmiskenbaar een internationaal festival, met fotografen die vanuit de hele wereld deelnemen, studenten uit heel Europa die BredaPhoto volgen en, onder normale omstandigheden een percentage van ca 10% bezoekers uit het buitenland.

Helaas is van de plannen die we hadden met het intensiveren van de internationale marketing om met name het internationale bezoek aan het festival te stimuleren niets terecht gekomen Toch was 2020 wel ook belangrijk in het verder versteken van de internationale positie. Niet alleen omdat het één van de weinige foto festivals in Europa was dat wél doorging, wat zeer positief werd beoordeeld door internationale partners, fotografen en media.

Maar ook omdat via BredaPhoto Digital voor het BredaPhoto verhaal een groter internationaal publiek werd bereikt, en nog steeds bereik want video's van artist talks, workshops en seminars worden nog steeds online bekeken.

4.3 Evaluatie doelen

De marketingambities waren in het oorspronkelijke als volgt verwoord:
Ambitie voor 2020 is om de positie in Nederland en het buitenland sterker neer te zetten, waardoor de maatschappelijke impact vergroot en ook het aantal betalende bezoekers stijgt.

1. *Circa 80.000 unieke bezoekers totaal (schatting)*
2. *Toename betaald bezoek met 30% naar 24.500, focus op nationale en internationale bezoekers*
3. *Consolidatie bezoekerstevredenheid: 5* waardering*

Zoals gezegd was 2020 een zeer atypisch jaar (zo hopen wij allen), als gevolg waarvan ook de conclusie dat de oorspronkelijke communicatiedoelen niet werden behaald. Toch zijn we tevreden omdat we meer dan verwacht tickets verkochten, we toch ruim 55.000 bezoeken konden noteren en vooral omdat ons publiek ons bleef zeggen hoe blij ze waren dat BredaPhoto tóch doorging. In dat licht zijn we tevreden met 14.000 verkochte locatie tickets en 20.000 betaalde bezoeken in totaal.

Tevreden zijn we ook over het programma, de wijze waarop dat werd opgepakt door de pers, en opnieuw met lovende recensies werd beloond. Het festival werd zeer breed besproken. De totale geschatte mediawaarde van de verschillende uitingen op Radio ,TV, Pers en online samen bedraagt maar liefst € 959.828,-

Onze internationale ambitie en onze groei ambitie konden we niet waarmaken, maar blijven actueel en zullen in 2022, bij de tiende editie met versterkte inzet worden uitgewerkt.

4.4 Publieksonderzoek

Een door Bureau Beerda uitgevoerd publieksonderzoek geeft inzicht in de wijze waarop het Publiek BredaPhoto beleefde en beoordeelde: (de cijfers uit 2018 staan tussen haakjes, indien afwijkend)

Waardering 8.1
Er zijn 987 enquêtes ingevuld – een respons van ca 20%
Deze 987 personen waarderen het festival met en 8,1 (7,9)

De waardering per locatie:

1 - Grote Kerk	8,4
2- Buiten expo	8
3- Digital	7,7
4- Voormalig postkantoor KPN	7,5
5- Stedelijk Museum Breda	7,1

37% bezocht het festival voor de eerste keer
80% zegt in 2022 weer te komen

Het profiel van de bezoeker:
46% man
53% vrouw
1% anders

92% is ouder dan 44 (91%)

21% komt uit Breda (37%)
46% uit Brabant (61%)
14% uit Zuid Holland (10%)
12% uit Noord Holland (7%)
5% komt uit het buitenland (8%)

Het bezoekersprofiel dat uit het onderzoek naar voren komt bewijst dat BredaPhoto écht een breed en toegankelijk festival is. Bijna alle categorieën van type bezoekers uit het Whize/Mosaik model zijn in het BredaPhoto publiek terug te vinden:

Mediagebruik
Uit het publieksonderzoek bleek welke media uitingen het meest effectief bleken:
De belangrijkste informatiebronnen:
25% BredaPhoto krant
21% Artikelen in de pers
18% Vrienden en familie
17% E-mails van BredaPhoto (nieuwsbrief)
15% Sociale media

5. Organisatie en samenwerkingen

5.1 Ontwikkeling organisatie

In de loop van 2020 heeft de organisatie van BredaPhoto enkele ontwikkelingen doorgemaakt. Zo is Fleur van Muiswinkel per 1 april 2020 aangetreden als eerste directeur en is curator Geert van Eyck aan het einde van deze editie met pensioen gegaan.

Het team 2020

Fleur van Muiswinkel	Directeur
Reinout van den Bergh	Curator
Geert van Eyck	Curator
Jan Schaerlackens	Art-director
Theo Andriessen	Zakelijk manager, sponsoring
Bix Smeets	Backoffice & hospitality
Dirk Evers, Bas van den Bosch	Fondsenwerving
Ditte Ooms	Communicatie manager

Bestuur

2020 was ook het jaar van enkele bestuurswisselingen. Voorzitter Bart Straatsman en Marty Horeman namen afscheid na meerdere editie te hebben mee gemaakt . Henry Blaak verving Marty Horeman als algemeen bestuurslid en Hilda Vliegenthart verving Bart als voorzitter van het bestuur.

Hilda Vliegenthart	Voorzitter
Michel Wesseling	Secretaris
Marcia van den Wildenberg	Penningmeester
Marieke Wiegel	Bestuurslid
Henry Blaak	Bestuurslid

Associated curators Azu Nwagbogu en Mohamed Somji

De samenwerking met onze associated curators Azu Nwagbogu en Mohamed Somji heeft voor BredaPhoto 2020 geleid tot een geweldige aanvulling van de tentoonstellingen met werk van fotografen uit Afrika en het Midden-Oosten.

Gastcuratoren Jan Hoek, Ruben Lundgren en Yining He

Jan Hoek. De samenwerking met gastcurator Jan Hoek en het Stedelijk Museum Breda leidde tot de groepstentoonstelling *Power To The Models* . Zoals de titel voorschrijft lag de macht voor de inhoudelijke invulling en inrichting van de tentoonstelling bij de modellen zelf. Een intrigerend inhoudelijk onderzoek van de gastcurator met een leerzame uitkomst.

Ruben Lundgren en Yining He. Deze samenwerking met de twee in China woonachtige curatoren was erg constructief en is vlot verlopen. Het inhoudelijke programma van *China Imagined* was zeer sterk en de keuze om een thema-onderdeel uit het festival te tonen in deze bijzondere locatie, de Grote Kerk, is zeer goed bevallen. De tentoonstelling bleek inhoudelijk sterk genoeg om speciaal publiek te trekken en media-aandacht (tot in China).

5.2 Institutionele partners

Voor de 2020 editie werkten we voor het eerst samen met de Grote Kerk in Breda. De samenwerking werd als zeer prettig ervaren door beide partijen en zal leiden tot een nieuwe samenwerking in 2022.

De samenwerking met Pier 15 is als prettig ervaren vanuit beide kanten. Beide partijen stelden zich zeer flexibel op in de realisatie van het werk van Kessels. Ook tijdens de eerste week en de negatieve feedback op het werk dat uiteindelijk leidde tot het weghalen van het werk, hebben Pier 15 en BredaPhoto elkaar goed weten te ondersteunen.

Met Breda Marketing was het zoeken naar een constructieve manier van samenwerken voor beide partijen. De samenwerking kwam pas laat op gang, vlak voor de zomer. Uiteindelijk werd ervoor gekozen dat Breda Marketing mee zou werken aan de realisatie van de krant. Breda Marketing zou, samen met de hotels en horeca in Breda, arrangementen voor bezoekers aanbieden tijdens het festival. Breda Marketing pakte dit pas laat op en aangevuld met de impact en de continue veranderende realiteit, was dit geen succes.

Dankzij het Chassé Theater waren we in staat een tv-studio en informatiecentrum te creëren in hun lunchroom *De Brasserie*. De samenwerking met het Chassé Theater voor het debat over cancel-culture en het filmprogramma waren zeer positief.

De samenwerking met De Stadsgalerij was zoals in alle eerdere editie ook dit jaar zeer positief.

Club Solo deed ook dit jaar weer mee. Zij realiseerden een solotentoonstelling die inhoudelijk aansloot bij het thema van BredaPhoto. De expositie van Marjolijn Dijkman was een succes. De samenwerking tussen Club Solo en BredaPhoto verloopt al jaren goed.

De samenwerkingen met organisaties en partners buiten de cultuur zijn van groot belang van BredaPhoto. Echter door de impact van de pandemie en de beperkingen die dat met zich mee bracht op programmatisch en organisatorisch niveau hebben we deze editie ons beperkt tot onze corebusiness, het tonen van de werken en het toegankelijk maken van de tentoonstellingen voor het grote publiek zonder daar additionele samenwerkingen aan te gaan.

5.3 Vrijwilligers

BredaPhoto is in de gelukkige omstandigheid dat ze beschikt over meer dan 200 vrijwilligers. Vele daarvan zijn al meerdere jaren actief voor ons. In 2020 hebben we 134 vrijwilligers ingezet, 52 in de bouwploeg en 82 tijdens het festival. Dat dit mogelijk is geweest tijdens de corona pandemie geeft wel aan hoe loyaal onze vrijwilligers zijn.

In 2020 zijn we via de vrijwilligersorganisatie van Breda ‘MooiWerk’ zelfs genomineerd als vrijwilligersorganisatie van het jaar. (We hebben niet gewonnen). We kregen wel het aanbod om door hen een film te laten maken. Deze is tijdens BredaPhoto 2020 opgenomen en geeft een inkijk in het enthousiaste arsenaal vrijwilligers, de saamhorigheid en hun taken.

6. Financiën

6.1 Uitgaven

Toen in maart de impact van de pandemie duidelijk werd, is direct een proces van bijstellen ingezet, wat resulteerde in de presentatie van een aangepast 'Hybryde' projectplan met bijbehorende begroting. Dit plan is in juli gepresenteerd aan alle betrokken partners en financiers.

Door introductie van het hybride festival moest de begroting stevig veranderen. In totaal werd die met een bedrag van € 442.493,-, bijna een derde van de oorspronkelijke begroting, teruggebracht tot €1.059,371,-. Met dit budget kon een festival gerealiseerd worden dat voldeed aan onze eisen voor kwaliteit, diversiteit en toegankelijkheid. Kleiner dan normaal, maar minstens even rijk aan beelden.

Gelukkig hebben alle financiers ingestemd met de koerswijziging die moest worden ingezet door de corona crisis, waardoor een substantieel bedrag overbleef om een festival van formaat te realiseren. Het eindresultaat van 2020 laat een klein tekort zien.

6.2 Inkomsten

Wat betreft de inkomsten kan gesteld worden dat de doelstellingen zoals neergelegd in de oorspronkelijke begroting, en later in de aangepaste hybride begroting, over het geheel genomen zijn gehaald, behalve op de post sponsoring en partners.

inkomsten	oorspronkelijke begroting	hybride begroting	resultaat
Publieksinkomsten	341.365	86.500,00	142.410,99
Sponsoring & Partners	225.000	100.000,00	88.712,92
Overheid & overheidsfondsen	690.500	588.000,00	617.937,13
Private fondsen	245.000	257.500,00	257.500,00
	1.501.865	**1.032.000,00**	**1.106.561,04**

De post Publieksinkomsten valt in relatie tot de hybride begroting zeer positief uit, wat te danken is aan het grote aantal bezoekers dat toch nog BredaPhoto bezocht.

In de post overheid & overheidsfondsen werd in de oorspronkelijke begroting uitgegaan van een (te) hoge bijdrage uit Europa. Dit werd in de hybride begroting aangepast. Dankzij extra bijdragen van de gemeente voor de krant, van Brabant C voor Kessels en het Mondriaanfonds voor Osepa werd de hybride begroting alsnog positief overschreden.

De Private fondsen droegen zelfs iets meer bij dan oorspronkelijk begroot. Al deze partijen hebben ons gedurende turbulente veranderingen bijgestaan en meegewerkt aan de veranderende plannen. Een woord van grote dank voor de brede steun en flexibiliteit is op zijn plaats.