

## **Simplon Beleidsplan**

Aanvraag Cultuurnota 2021-2024 Gemeente Groningen

### **Missie, visie en profiel**

Simplon biedt een veelzijdige en grensverleggende programmering van popmuziek en popcultuur voor jongeren uit de stad Groningen en regio van 16 tot 30 jaar.

Simplon is een huis voor jong talent, zowel op het podium als achter de schermen in de organisatie. Met een klein team aan betaalde krachten en 150 vrijwilligers organiseert Simplon jaarlijks ongeveer 200 activiteiten in haar beide zalen en café voor ongeveer 35.000 bezoekers.

Simplon is een open organisatie die vanuit een gemeenschappelijke liefde voor muziek haar bezoekers, de artiesten en vrijwilligers een zo'n goed mogelijke tijd wil geven. Vrijwilligers dragen met trots de naam *Simploniër*. Daarmee is Simplon als gemeenschap veel meer dan enkel het gebouw aan het Boterdiep in Groningen.

Simplon vervult een voorhoedefunctie als het gaat om de programmering van nieuwe elektronische muziek en dance. Daarnaast is ze verreweg het belangrijkste podium voor urban en hiphop cultuur in Noord Nederland. Bovendien programmeert ze een breed scala aan popmuziek en niches als ska, reggae, punk, folk en een enkele keer jazz. Ook zijn er comedy- en andere avonden die aansluiten op het doelgroepenprofiel.

Minstens zo belangrijk is de wekelijkse UP avond, waar iedere donderdag de nieuwste talenten uit Groningen en daarbuiten een plek krijgen. Buiten de activiteiten en concertavonden stelt Simplon haar ruimtes open voor Urban House Groningen, diverse scholen, bands en artiesten die hun liveshow willen repeteren en andere geïnteresseerden die goed gebruik kunnen maken van onze faciliteiten.

Groningen kent een bijzondere en samenhangende keten voor popmuziek. Daarbinnen vervult Simplon met haar duidelijke profiel een sleutelrol door een laagdrempelig en kwalitatief hoogstaand aanbod van popmuziek. Simplon is een plek voor jonge makers die hun artistieke en professionele ontwikkeling kunnen vormgeven, alsook voor het veelal wat jongere publiek waarvoor we altijd een zo laag mogelijke ticketprijs nastreven. Zo speelt Simplon op maatschappelijke en cultureel vlak een belangrijke en verbindende rol binnen en buiten haar maatschappelijk domein.

Met twee zalen, met capaciteiten van 150 en 350 bezoekers, en een eigen caféruimte biedt Simplon als klein/middelgroot podium volop de mogelijkheden om artistieke groei en ontwikkeling van jonge makers te ondersteunen en te bevorderen. Simplon staat met beide benen in de humuslaag van de popcultuur en kan zo jonge talenten in een vroeg stadium oppikken en een plek geven. Dit niet alleen op het podium, maar ook achter de schermen. Zo biedt Simplon jaarlijks een aantal stagiairs de mogelijkheid om ervaring op te doen op de gebieden techniek, productie en marketing. Dit geldt uiteraard ook voor de vele vrijwilligers die van barmedewerker tot productie assistent en stagemanager de fundering vormen waarop de organisatie functioneert.

### ***Samen maken we Simplon***

In de afgelopen vijf jaar heeft het hernieuwde Simplon onder de hoede van VERA enorm geïnvesteerd in haar *community*. Jonge programmamakers, vormgevers, productiemedewerkers en horecatalenten zijn samen de drijvende kracht die Simplon invulling en betekenis geeft. De kleine

kernorganisatie van betaalde krachten werkt daarom continu aan een veilige en inspirerende werkomgeving voor deze mensen. Zonder hen is Simplon niet in staat om een divers en interessante programma op het podium te zetten.

We zijn trots op onze actieve community dat ook buiten de muren van het podium haar vleugels uitslaat en opgedane kennis inzet op festivals als Noorderzon, Lowlands en Welcome to the Village.

### **Activiteiten in de periode 2021-2024**

Na een rumoerige periode was 2017-2020 een periode van wederopbouw. In de afgelopen jaren heeft Simplon zichzelf opnieuw weten uit te vinden als hét podium dat midden in de jongerencultuur staat. Met een pragmatische en breed gedragen programmering, slaagde het podium erin om haar positie als een onmisbare schakel in de keten van de noordelijke popcultuur te herbevestigen. In de alliantie met VERA is het nu ook een stabiele schakel geworden. De afstemming van programma en de onderscheidende profielen is bovendien geoptimaliseerd en ligt er in de exploitatie een levensvatbare maar kwetsbare bodem onder het podium.

Deze positie wil Simplon in de komende beleidsperiode vasthouden en verder verdiepen. We willen niet langer inboeten op onze avontuurlijke, vernieuwende, spannende en daarmee ook financieel risicovollere programmering. Iets dat in de afgelopen vier jaar regelmatig onder grote druk stond van de begroting. De komende vier jaar wil Simplon investeren in die scherpte en vernieuwing. Daarbij nemen we afscheid van een aantal bestaande partners en gaan we duurzame samenwerkingsverbanden aan met nieuwe initiatieven.

Urban House Groningen blijft daarbinnen een van de pijlers van onze samenwerkingen.

### **Kernactiviteiten**

We programmeren in totaal ongeveer 200 activiteiten per jaar. Het gros van deze activiteiten bestaat uit pop, urban en dance avonden. De Bovenzaal is daarin onze broedplaats. Door de lage huiskosten kunnen we hier een uniek, risicovol en vernieuwend programma neerzetten. Hier spelen de jonge opkomende acts, deels lokaal talent, maar net zo vaak artiesten elders uit het land die middels onze Bovenzaal voor het eerst kennis maken met Groningen.

Het team van Simplon UP verdienen binnen het programma in de Bovenzaal een bijzondere vermelding. Zij vormen een onafhankelijk clubje vrijwilligers binnen Simplon dat iedere donderdag haar eigen avond in de Bovenzaal organiseert. Van programmeurs tot bedrijfsleiders en van postermakers tot tekstschrijvers. Voor een zeer lage ticketprijs zie je wekelijks de onontdekte pareltjes uit de Groninger popscene, aangevuld met jonge talentvolle makers van buiten de provincie. Met deze kruisbestuiving stimuleren we jonge makers uit de stad om hun netwerk en daarmee de speelmogelijkheden buiten de provincie te vergroten.

Hiphop en urban zijn tegenwoordig breed gedragen genres in de wereldwijde popcultuur en de Grote Zaal is bij uitstek de plek voor nieuwe Nederlandse en internationaal gevestigde namen uit die scenes. Zo halen we samen met het Homebase collectief legendarische hiphop artiesten naar Groningen. Sinds kort ziet Homebase haar rol als fijnproever beloond met een eigen terugkerende podcast bij KINK FM.

Onze nachtprogrammering komt grotendeels tot stand in samenwerking met jonge organisatoren uit de stad Groningen die bij Simplon aankloppen met een creatief concept. Simplon focust daarbij op genres of avonden die ver verwijderd staan van de mainstream en vanuit een dusdanige urgentie zijn ontstaan dat er een aantoonbare meerwaarde is om deze evenement samen te organiseren. Zo zijn initiatieven als Roodkopje (urban dance), Bassface (bassmusic), Sputnik (russian hard bass) en Ongehoord (eclectische dance avond) allemaal tot stand gekomen vanuit de community zelf. Samen met Noisia's Machtig avonden vormen deze concepten de kern van ons nachtprogramma.

De dance avonden in Simplon vragen om een continue scherpte en oplettendheid. Met OOST, De Graanfabriek en De Loods zijn er naast Simplon, Paradigm en KopJek de laatste jaren veel nieuwe spelers in de nachtprogrammering van Groningen bijgekomen. Wij kiezen ervoor om niet achter trends aan te hollen, maar een eigenzinnige en vooruitstrevende nachtprogrammering neer te zetten. We hebben afscheid genomen van Subciety en investeren enkel nog zelf in duurzame samenwerkingsverbanden met initiatieven die vanuit de scene ontstaan.

Met KopJek organiseren we een keer per jaar het RoodKopJek Festival op het terrein van de Graanfabriek. Bassface, Ongehoord en Sputnik spreiden ondertussen hun vleugels uit naar andere podia in het land.

### **Samenwerkingspartners**

Simplon is een open organisatie dat volop ruimte en onderdak biedt aan jonge talentvolle mensen. We zien Simplon als een hub waar kruisbestuiving plaatsvindt en waar publiek en makers het vertrouwen genieten om zich te uiten zoals ze willen. We kiezen ervoor om hier actief in te investeren en avonden te organiseren die financieel niet altijd (meteen) het gewenste resultaat geven, maar cultureel maatschappelijk zeker een grote waarde vertegenwoordigen. Onze partners zijn daarin onmisbaar. De komende vier jaar investeren en verduurzamen we de samenwerking met de volgende partners:

### **Urban House Groningen**

Ook de komende vier jaar blijft Urban House Groningen (UHG) onze voornaamste partner. UHG profileert zich in Noord Nederland als urban arts organisatie, op het snijvlak van muziek, dans, sport en *spoken word* en begeleidt deelnemers van amateurs tot professional. Samen investeren we in de ontwikkeling van jonge urban talenten. Gemiddeld drie dagen in de week zijn de zalen van Simplon in gebruik door de coaches en deelnemers van UHG voor workshops, presentaties, educatieve activiteiten en repetities. Simplon gaat samen met UHG optrekken om te onderzoeken hoe het pand van Simplon beter toegerust kan worden om te gebruiken als productiehuis voor urban en popcultuur. Dit zal door additionele financiering mogelijk gemaakt moeten gaan worden. In de komende vier jaar verkennen we bovendien met elkaar de mogelijkheid om gezamenlijk producties vorm te geven en een inpandig festival uit te rollen waarbij alle disciplines binnen urban arts een podium kunnen krijgen.

### **European Student Network**

European Student Network Groningen is een organisatie dat onderdeel is van het Erasmus Student Network. Zij organiseren ongeveer 150 activiteiten per jaar voor internationale studenten in Groningen. ESN Groningen wordt draaiende gehouden door een kleine groep van zes studenten, die jaarlijks wisselen. Samen organiseren we tweemaal per jaar een live avond in de Grote Zaal van Simplon voor internationale muzikanten en studenten.

### **Hit The North**

Hit The North is een unieke samenwerking tussen festivals, media, podia en educatieve instellingen uit Noord-Nederland. Over een periode van een jaar krijgen deelnemende acts kennis, mogelijkheden en netwerk aangeboden met als doel het kick starten van een professionele muziekcarrière. Bij Hit The North ligt de focus op praktische ervaring. Deelnemers doen mee aan verschillende bootcamps en krijgen de kans om op Eurosonic op te treden. Simplon is de komende jaren actief partner in deze samenwerking.

## **Kunstbende**

Kunstbende is een netwerkorganisatie die jong creatief talent ontdekt, ontwikkelt en exposeert. Met de wedstrijd Kunstbende worden jongeren op vroege leeftijd gestimuleerd eigen talenten te ontdekken en te ontwikkelen. Simplon ondersteunt Kunstbende productioneel en stelt haar zalen beschikbaar voor voorrondes in de regio Groningen.

## **Noorderpoort College, D'Drive en Minerva's Academie voor Popcultuur**

Samen met deze opleidingen zorgen we voor een goede verbinding tussen de studenten en hun toekomstige werkveld. Gedurende het schooljaar zijn er wekelijks 4-8 studenten actief in de praktijk. Zo organiseren studenten van Noorderpoort College, D'Drive en Minerva's Academie voor Popcultuur meerdere malen per jaar eigen presentatie avonden, lopen ze stage op het gebied van licht- en geluidstechniek of evenementenorganisatie of krijgen ze gastcolleges van onze vaste medewerkers. Dit kan bijvoorbeeld gaan over administratie voor artiesten tot hoe je onder de aandacht van een programmeur kunt komen. Ook verzorgen we introducties voor studenten KCM van de RUG en gastlessen en rondleidingen voor diverse middelbare scholen.

## **PopGroningen en VRIJDAG**

Samen met de provinciale popkoepel PopGroningen organiseren we de halve finales van de PopGroningen Talent Award, de bandcompetitie voor de provincie Groningen. Daarnaast participeren onze professionele medewerkers in Skills & Knowledge workshops voor het opkomende talent uit de provincie. PopGroningen is onderdeel van VRIJDAG waarmee we enkele presentatie avonden in Simplon organiseren.

## **Popronde**

Popronde is het grootste reizend festival voor opkomende bands in Nederland. Een karavaan aan zo'n honderdveertig bands trekt ieder najaar langs ongeveer veertig Nederlandse steden. Simplon juicht dit initiatief toe en stelt haar Bovenzaal open voor een drietal acts per jaar.

We verwelkomen onze nieuwe burens van de **Kunstwerf** in het Ebbingekwartier en zetten de deuren graag open voor samenwerking.

Naast deze nieuwe burens is er regelmatig contact met het NNT, Club Guy & Roni en Teddy's Last Ride. We dragen actief bij aan ontschotting tussen de verschillende disciplines en instellingen en creëren nieuwe kansen en ontmoetingen voor jonge makers in Groningen.

Overige samenwerkingspartners en instellingen zijn onder meer SPOT, Clash, Kopjek, Eurosonic/Noorderslag, Noisia/Machtig, Noorderzon en Grand Theatre.

## Marketingactiviteiten, doelgroepenbeleid en aandacht voor nieuw publiek

Simplon is een poppodium voor alle Groningers en vervult een absolute voorhoedefunctie als het gaat om brede jongerencultuur. De focus ligt op pop-, urban- en dancecultuur met een kerndoelgroep in de leeftijdscategorie van 16-30 jaar.

Om vanuit marketing strategisch oogpunt onze doelgroepen enigszins in te kaderen hebben we een aantal focusgroepen samengesteld:

- **Jongeren en studenten:** met de focus op de leeftijdscategorie 16 – 27 jaar, meestal woonachtig in Groningen en directe omgeving.
- **De creatievelingen:** mensen werkzaam in online technologieën, design, cultuur, duurzaamheid en onderwijs branche. Hoger opgeleid en vaak woonachtig in de regio Groningen. Leeftijdscategorie 18 - 35 jaar.
- **De nieuwsgierige niches:** publiek dat een voorliefde heeft voor startende en gevestigde acts in genres zoals hiphop, reggae, ska, metal. Middelbaar en hoger opgeleid, met een groot interregionaal en zelfs internationaal bereik. Zeer gemêleerd in leeftijd: van 16 tot 50.
- **Urban en hiphop uitgaanspubliek:** jongeren en jongvolwassenen tussen 16 en 35 jaar, vaak met een middelbare opleiding en een uiteenlopende culturele achtergrond.
- 

### Bereik doelgroep

De communicatie vanuit Simplon is direct, bondig en sluit aan bij de manier waarop de verschillende doelgroepen communiceren. Door de grotendeels jonge doelgroep ligt de focus op **online marketing**, social media en free publicity. Binnen deze media houden we de trends goed in de gaten en wordt er zorgvuldig onderzocht of het publieksbereik voor een bepaald type evenement bijvoorbeeld groter is op Instagram dan op Facebook en/of we wel de juiste kanalen gebruiken.

Simplon krijgt jaarlijks meer dan 300.000 bezoeken op haar website, heeft 18.250 volgers op facebook, 4.500 op twitter en 4850 op Instagram.

Ondanks dat de doelgroep van Simplon online erg actief is, zien we de laatste jaren het bereik van de offline communicatie, waaronder posters en flyers toenemen. Online wordt het publiek overspoeld met informatie waardoor campagnes niet altijd het gewenste resultaat hebben. De offline promotie versterkt deze online promotie en maakt het programma en Simplon fysiek zichtbaar in de stad en in haar eigen podium.

Bezoekers die eenmaal binnen zijn willen we graag kennis laten maken met de het verdere aanbod van onze programmering. Daarom zijn we afgelopen seizoen gestart met *Narrowcasting* van onze activiteiten op tv-schermen. Samen met de vernieuwde posterwand in het trappenwand kunnen we ons programma op die manier ook in pandig goed communiceren aan onze bezoekers.

Simplon heeft geen grote marketingbudgetten. Dit dwingt ons tot een creatieve en weloverwogen benadering per evenement. Vanouds is de rol van de vrijwilligers van groot belang voor de marketing: zij zijn onze beste ambassadeurs naar een breed publiek in de stad.

Met zoveel niches, stromingen en razendsnelle verandering in de dance en urban cultuur, is het voor de marketing van Simplon van groot belang om voelsprietten bij de specifieke doelgroepen te hebben en houden. In navolging van de programmering zoekt de marketing van Simplon daarom actief de

samenwerking met diverse collectieven en samenwerkingspartners uit de stad. We maken gebruik van hun netwerk en specialisme om de achterban direct aan te spreken en aan Simplon te binden. Zo vraagt de benadering van de doelgroep van de populaire urban dance nacht Roodkopje om een andere strategie en *tone of voice*, dan bijvoorbeeld het publiek dat op Sputnik (Russian hard bass) afkomt. Tegelijkertijd communiceren we al deze evenementen wel in een stijl die past bij Simplon, waardoor direct te herkennen is dat het om een Simplon evenement gaat.

### **Publieksbinding**

Simplon heeft in de afgelopen vier jaar in rap tempo gewerkt aan een herijking van haar positie in de popketen in Groningen. Met beperkte middelen, een kleine organisatie en aansprekende programmering staat Simplon weer op de kaart als het noordelijke huis voor urban, dance en popcultuur. Het publiek weet de weg weer te vinden naar het Boterdiep.

Waar in 2015 iets meer dan 25.000 bezoekers Simplon wisten te vinden is dit gestaag gegroeid naar 34.000 bezoekers in 2018.

Komende jaren willen we die binding met het publiek verder versterken en waar mogelijk groeien. Dit begint uiteraard bij een toonaangevend, aantrekkelijk en laagdrempelig programma dat, gecombineerd met aansluitende promotieactiviteiten, bezoekers het vertrouwen moet geven dat we steevast kwalitatief goede artiesten programmeren. We willen de bezoeker sneller over de drempel trekken om een evenement te bezoeken, ook als ze de artiest in kwestie niet kennen, maar er op vertrouwen dat het de moeite waard is om nieuwe artiesten bij Simplon te ontdekken.

Om dit te bereiken maakte Simplon in 2018 al een slag in het *Customer Relation Management* door gebruik te gaan maken van het planningssysteem van Stager. Dit programma omvat naast een uitgebreid productie-planningssysteem, de ticketing, ook meerdere marketingtools. Deze overstap is samen met VERA gemaakt. Door het uitgebreide publicatie systeem, klantprofielen en een mailing engine zetten we in op het verkrijgen van een beter inzicht in ons publiek en daarmee een gerichtere benadering ervan. Zo werken we aan het stimuleren van de betrokkenheid en mogelijk herhalingsbezoek van het publiek.

In het verlengde hiervan introduceren we in 2020 een eigen magazine om bezoekers meer inzicht tegen over wat Simplon is en waar we als podium voor staan. We gebruiken het magazine om de verhalen achter onze club, over bijvoorbeeld de vrijwilligers en de programmamakers die ons aanbod voor het voetlicht brengen.