VARIOUS VOICES BRUSSELS 2026!

Festivalverslag & evaluatie

Onze fantastische reis om jouw hart te laten horen!

NL

Dit document is een vertaling van het eindrapport van het festival, dat in het Engels is gepubliceerd. Het is bedoeld om het lezen te vergemakkelijken voor mensen die het Engels niet of nauwelijks begrijpen. Deze vertaling is gemaakt met behulp van de AI-tool Deepl. De tekst is niet nagelezen door moedertaalsprekers en kan daarom fouten bevatten. Bij verschillen heeft de Engelse versie voorrang op de nederlandse versie.

Inleiding **3**
VOORAFGAAND AAN HET FESTIVAL **4**
Aanbestedingsprocedure **4**
Various Voices Brussels 2026 ASBL **5**
Deelnemende koren **6**
Deelnemende afgevaardigden **8**
Inschrijvingsplatform **10**
Prijzen van het festival **11**
Prijzen voor koren 11
Prijzen voor deelnemers 13
Betalingsprocedure 14
Annuleringen 15
Begeleidingsprogramma 16
Solidariteitsfonds 19
Accommodatie 19
Vervoer 21
Festivallocaties **21**
Overdekte locaties 21
Openluchtlocaties en alternatieve plannen 22
Het 'Let Your Heart Be Heard'-project **24**
Communicatie **27**
Visuele identiteit 27
Website 27
De campagne in Bologna 28
Sociale media 29
Nieuwsbrieven 30
E-mailbeheer 30
Rendez-vous à Bruxelles/Hand in Hand Festival 31
Festivalwinkel 31
Adverteren 32
Aandacht in de media 33
TIJDENS HET FESTIVAL **34**
De hittegolf **34**
Festivalprogramma **36**
Het programma 36
Technisch team 37
Kaartverkoop 38

Middagconcerten: het hart van het festival 40
Shows en ceremonies 41
Straatconcerten 45
Concerten in het kader van samenwerkingsverbanden 45
Rondleidingen door het stadhuis 46
Gratis concerten in het stadhuis 47
Vaux Hall Zomer 47
Gemeenschapszin – sociaal programma 48
Festival Village 48
Rondleidingen 48
'Let Your Heart Be Heard'-repetities 49
Workshops 49
Sociale activiteiten 50
Avondfeesten 50
Inclusiviteit 51
Toegankelijkheid 52
Veiligheid 55
Duurzaamheid 57
Vrijwilligerswerk 58
Communicatie tijdens het festival 60
Festivalbadge 60
Wegwijzers 61
Fotografen 61
Website 62
Sociale media 62
Welkomstcentrum 63
Aandacht in de media 64
Crisiscommunicatie 64
Aftermovie 65
NA HET FESTIVAL 65
Festivalbegroting 65
Algemeen overzicht 65
Voorfinanciering 66
Inkomsten 67
Een opmerking over sponsoring 68
Uitgaven 69
Financiële resultaten 70
Festivalteam 70
Evaluatie van het festival en economische impact 72
Conclusie 76

Inleiding

Ik herinner me dat ik in 2023, op de derde dag van het Bologna Festival, tegen een vriend uit een ander koor zei dat ik me moe begon te voelen omdat ik overal heen en weer rende om niets van het festival te missen: van de ene locatie naar de andere, van het centrum van Bologna naar het Village, van een concert van mijn favoriete koor naar een toevallige ontdekking op straat... Tegelijkertijd moest ik omgaan met alle emoties die gepaard gingen met het weerzien van oude vrienden, het ontmoeten van nieuwe vrienden, het delen van momenten van vreugde en de emoties die werden opgewekt door een lied of een optreden...

Ze zei tegen me: „Het is net alsof je in een wasmachine zit!"

Various Voices keert ons binnenstebuiten. We komen er uitgeput, vermoeid en helemaal leeg uit. Maar wat is er unieker of leuker dan zo'n ervaring die ons leven vijf dagen lang volledig in beslag neemt!

Wat Various Voices betekent, valt niet in woorden te vatten. Je moet het beleven. Vanuit de wasmachine zelf.

Het Brusselse team heeft net zes jaar in de wasmachine doorgebracht. Het was een avontuur vol wendingen. Er is gelachen; er zijn tranen gevloeid. Er was ongeduld; er was stress. Er was de vreugde om een droom waar te maken; er was de angst dat het in een nachtmerrie zou veranderen.

Vandaag nodigen we je uit om samen met ons weer in de wasmachine te duiken. Je zult bekende momenten herbeleven en ongetwijfeld veel dingen ontdekken die je nog niet wist.

Want om deze vijf festivaldagen werkelijkheid te laten worden, waren jaren van werk nodig. Veel werk, maar ook een enorme inzet, passie en liefde voor onze LGBTQI+-koorgemeenschap.

Ga met ons mee op deze fantastische reis!

Christophe Cordier
Voorzitter van het festival

VOOR HET FESTIVAL

Het biedingsproces

Voor sommige leden van het organisatiecomité begon de organisatie van het festival al tien jaar geleden.

Het was in 2016, toen we nog in een ander koor zongen, dat het idee om het festival in Brussel te organiseren vorm kreeg. Een aantal van ons begon aan de kandidatuurprocedure voor Various Voices 2022. Om een lang verhaal kort te maken (we zouden hier wel honderd pagina's over kunnen schrijven…), ging dit project een paar weken voor Various Voices München 2018 niet door en leidde dit er uiteindelijk toe dat we enkele maanden later Sing Out Brussels! oprichtten.

In maart 2020, toen België vanwege Covid in lockdown ging, lanceerde Legato de oproep tot het indienen van aanvragen voor Various Voices 2026. Het bestuur van Sing Out Brussels! ging aan de slag met het opstellen van een 'Expression of Interest' – een kort document van vier pagina's dat al de basis legde voor onze visie op het festival. Dit document werd in juni 2020 bij Legato ingediend.

In oktober 2020 werden Brussel en Barcelona uitgenodigd om de volledige aanvraag voor te bereiden. Legato gaf ons feedback op ons eerste voorstel, en op basis daarvan hebben we onze visie bijgesteld. Het opstellen van het aanvraagdossier kostte negen maanden werk (een waar liefdeswerk!) om een zo gedetailleerd mogelijk beeld te geven van ons project op het vlak van budget, financiering, programma, prijsstelling, artistieke visie, festivallocaties, accommodatie, partnerschappen, duurzaamheid, nalatenschap enzovoort. We hadden het 'geluk' dit werk te kunnen uitvoeren terwijl België in lockdown was, waardoor we gemakkelijk tijd konden vrijmaken naast onze respectievelijke banen om onlinevergaderingen te organiseren en de aanvraag samen met de verschillende potentiële partners voor te bereiden.

Bij het opstellen van de aanvraag kregen we steun van het Convention Bureau bij visit.brussels (het bureau voor toerisme) en in het bijzonder van Margaux Huvelle. We werden ook in contact gebracht met MCI, een bedrijf dat gespecialiseerd is in het organiseren van conferenties. Onze contactpersoon, Dorothée Flament, hielp ons bij het opstellen van een eerste begroting en een 'omgekeerd tijdschema' waarin gedetailleerd werd aangegeven wat er wanneer moest gebeuren.

Naast de aanvraag hebben we een promotievideo gemaakt. De video werd geregisseerd en gemonteerd door Julie Janssens, een lid van Sing Out Brussels!, met een uitgesproken menselijke en persoonlijke aanpak. Ongeveer tien leden van Sing Out Brussels! waren te zien in de video, die op verschillende locaties in Brussel werd opgenomen, met name in Bozar. Deze promotievideo werd gefinancierd door visit.brussels in het kader van hun steunprogramma dat erop gericht is internationale evenementen naar Brussel aan te trekken. Deze inspirerende en vrolijke video, die in één dag in mei 2021 werd opgenomen, speelde een belangrijke rol bij het verkrijgen van steun voor het festival.

Onze aanvraag en promotievideo werden in juni 2021 ingediend bij Legato. Het bestuur van Legato kende onze aanvraag een uitzonderlijke score van 98 procent toe. In augustus brachten de aangesloten koren van Legato hun stem uit en kozen ze met overweldigende meerderheid voor Brussel als gaststad. De selectie van Brussel werd officieel bekendgemaakt in oktober 2021.

Op dat moment hadden we al 18 maanden aan het festival gewerkt zonder enige zekerheid dat we het ook daadwerkelijk zouden organiseren. Het avontuur kon nu pas echt beginnen!

Various Voices Brussels 2026 ASBL

In maart 2022 richtten de bestuursleden van Sing Out Brussels! officieel de vzw (ASBL – Association Sans But Lucratif) Various Voices Brussels 2026 op.

Het kostte enkele maanden van overleg om tot dit punt te komen. Aanvankelijk hadden we gehoopt dat de vzw Sing Out Brussels! het festival zou organiseren. Legato eiste echter de oprichting van een aparte rechtspersoon. Dit was noodzakelijk om het contract te kunnen ondertekenen en zorgde wel voor enige spanning: we zagen het nut niet in van het oprichten van een tweede organisatie die uit dezelfde mensen bestond, en we waren bezorgd dat we niet zouden kunnen profiteren van de reputatie van Sing Out Brussels!, die al stevig verankerd was bij de overheidsinstanties die financiering verstrekken.

Uiteindelijk had Legato gelijk: het organiseren van het festival is een taak op zich die los moest worden gehouden van het beheer van het koor. De begrotingen die door de twee organisaties werden beheerd, waren niet met elkaar te vergelijken. Dat gold ook voor de werkdruk.

Aanvankelijk deelden het koor en het festival enkele bestuursleden, maar na verloop van tijd bleek dit al snel onbeheersbaar voor de betrokkenen, en vanaf 2023 hadden de verenigingen twee duidelijk gescheiden besturen. Na een jaar op deze manier te hebben gewerkt, werd duidelijk dat dit problemen veroorzaakte, aangezien het koor en het festival zich langs verschillende wegen ontwikkelden. Daarom besloten we dat elke vergadering van elke non-profitorganisatie moest worden georganiseerd in aanwezigheid van een bestuurslid van de andere organisatie. Dit verliep niet zonder slag of stoot: het festivalteam was volledig gefocust op een project dat voor het andere team ver weg leek, maar dat voor hen juist heel dichtbij stond, terwijl het koorteam overspoeld werd door de dagelijkse gang van zaken van het koor en de planning van zijn eigen projecten.

We hadden vaak het gevoel dat er ‘het koor’ (en zijn projecten) was en ‘het festival’ (een project dat weinig of geen verband leek te houden met het koor). Enkele maanden voor het festival vond er een bijzonder intense vergadering plaats tussen de twee besturen, waaruit veel frustratie, verwarring en uitputting bij het Various Voices-team naar voren kwam. Hierna werkten de twee teams nauwer samen. Maar toen waren we nog maar drie maanden verwijderd van het festival.

We vinden het bijzonder belangrijk om deze informatie door te geven aan toekomstige organisatieteams. Het leiden van een koor houdt in dat je concerten voorbereidt, de werving regelt en muzikale seizoenen plant, soms al een of twee jaar van tevoren. Maar de resultaten van dit werk zijn snel zichtbaar voor de zangers en leveren onmiddellijke erkenning op. Het leiden van een festival houdt in dat je jarenlang achter de schermen werkt aan een project dat abstract en onzichtbaar blijft voor de leden (des te meer omdat er elk jaar nieuwe leden bij het koor komen die nog nooit aan Various Voices hebben deelgenomen). Er bestaat een aanzienlijk risico dat de band tussen de twee projecten verloren gaat, ook al vormen altijd een of meer koren de basis van de kandidatuur. Gezamenlijke vergaderingen, voortdurende communicatie en regelmatige presentaties en workshops waarbij koorleden betrokken zijn, zijn essentieel om deze band in stand te houden.

Deelnemende koren

Het aantal LGBTQI+-koren en muziekgroepen groeit voortdurend in Europa. Legato telt momenteel 162 leden! Deze groei heeft gevolgen voor het Various Voices-festival: elke editie verwelkomt meer koren dan de vorige.

In 2023 namen 105 koren deel aan het festival in Bologna. We schatten dat Brussel er net zoveel zou kunnen ontvangen. Voor de zekerheid, gezien de geplande duur van het festival en het aantal locaties dat we met ons budget konden huren, hebben we het maximum aantal deelnemende koren vastgesteld op 120.

Koren konden zich van 1 september tot en met 31 december 2024 inschrijven tegen het Early-tarief. Zodra de inschrijvingen van start gingen, reageerden de koren zeer enthousiast: in september schreven zich al 46 koren in (meer dan 30% van de capaciteit van het festival). Daarna nam het tempo af. Zoals we hadden verwacht, ontstond er in december een stormloop, waarbij koren zich haastten om zich op tijd in te schrijven om nog van het vroegboekkortingstarief te profiteren. De maximale capaciteit van het festival (120 koren) werd enkele dagen voor 31 december 2024 bereikt.

Op dezelfde dag hebben we een wachtlijst geopend. In de loop van de weken kwamen er 12 koren op de wachtlijst terecht. Later hebben verschillende koren hun inschrijving om diverse redenen geannuleerd (te hoge deelnamekosten voor hun leden, vergrijzing van het koor, reorganisatie of ontbinding van het koor...), waardoor de meeste koren op de wachtlijst zich tegen het reguliere tarief konden inschrijven. Degenen die dat niet deden, besloten gewoonweg niet deel te nemen.

Uiteindelijk namen **114** koren deel aan het festival, terwijl 14 koren die zich oorspronkelijk hadden ingeschreven, zich terugtrokken. 22 koren (17% van het totaal) namen voor het eerst deel aan het festival: 20 uit Europa en twee uit de Verenigde Staten.

De aangemelde koren kwamen uit 18 landen, waarvan de meeste uit Duitsland (32 koren), het Verenigd Koninkrijk (26 koren) en Nederland (13 koren). De overgrote meerderheid van de deelnemende koren was Europees en we mochten ook zes Amerikaanse koren verwelkomen.

Wat betreft de koortypes waren de meeste van de 114 koren SATB (48 koren), gevolgd door TTBB (43 koren) en SSAA (16 koren). De zes overige 'overige' koren lieten zich niet in deze categorieën indelen. Als we deze gegevens vergelijken met de gegevens van Legato, zien we dat TTBB-koren op het festival licht oververtegenwoordigd waren en dat SSAA-koren ondervertegenwoordigd waren. Deze scheefverdeling werd versterkt door de aanwezigheid van GALA-koren, zoals te zien is in de onderstaande tabel .

nb Legato choirs as in January 2025		Registered choirs	Registered choirs in % of Legato members	Registered delegates	Delegates in % of the total
SATB	74	46	62%	1913	47%
TTBB	51	39	76%	1573	39%
SSAA	30	16	53%	340	8%
Other	8	7	88%	223	6%
Total	**163**	**108**	**66%**	**4049**	**100%**
* adding the 6 ensembles as additional choirs				* includes GALA choirs and double memberships	

Het festivalteam heeft alles in het werk gesteld om de diversiteit binnen het festival te vergroten. Half november 2024, toen het aantal van 60 ingeschreven koren was bereikt (de helft van de capaciteit van het festival), hebben we gepersonaliseerde e-mails gestuurd naar ongeveer 60 koren: koren uit ontbrekende landen, SSAA-koren, LGBTQI+-koren die geen Legato-lid waren in ontbrekende EU-landen, koren waarin transgenders samenkomen, en koren uit andere continenten. We hebben hen laten weten dat we graag zouden zien dat ze deelnemen om de diversiteit binnen het festival te versterken. We hebben hen ook gevraagd welke obstakels hen zouden kunnen beletten deel te nemen aan het evenement (prijs, datum, enz.) en aangeboden om hen virtueel te ontmoeten. Helaas hebben we maar heel weinig reacties ontvangen.

We hebben ook systematisch de koren uitgenodigd die zich sinds de start van de inschrijving bij Legato hadden aangesloten om deel te nemen aan het festival (20 koren). De meeste daarvan (16) hebben zich daadwerkelijk aangemeld. We merken echter op dat van de 14 koren die hebben afgezegd, er 6 koren zijn die zich zeer recent bij Legato hebben aangesloten, met de bedoeling om aan het festival deel te nemen. We merkten dat ze over het algemeen zeer slecht geïnformeerd waren over wat het festival inhoudt en hoe het wordt georganiseerd. Sommige koren begrepen niet waarom hun leden inschrijfgeld moesten betalen. Sommige koren wilden de volledige reis voor hun leden financieren (inschrijfgeld, vervoer en accommodatie), wat volstrekt onrealistisch is. Andere koren vroegen of hun vervoerskosten door het festival konden worden gedekt, wat binnen ons budget financieel onmogelijk is. We hadden soms de indruk dat sommige koren het festival zien als een gevestigde professionele organisatie, terwijl het wordt gerund door een klein team van vrijwilligers dat om de vier jaar wisselt en over zeer beperkte middelen beschikt!

Wij raden Legato aan om nieuwe deelnemende koren duidelijk te informeren over hoe het festival wordt gefinancierd en georganiseerd. Bovendien zou elk nieuw koor een „buddy“ kunnen krijgen, een lid van het Legato-bestuur dat gedurende één jaar ter beschikking staat om het koor te begeleiden en vragen te beantwoorden.

Tot slot hebben we voor het beheer van de wachtlijst, in plaats van plaatsen in chronologische volgorde toe te wijzen, punten toegekend op basis van verschillende criteria om de diversiteit van het festival te vergroten. Koren die aan de volgende criteria voldeden, kregen meer punten:

- Nieuw Legato-lid
- Nog nooit eerder aan het festival deelgenomen
- SSAA- of ‘ander’ koor
- Land dat niet vertegenwoordigd was op het festival

We raden het organisatiecomité van het volgende festival aan om dezelfde methoden te gebruiken om de diversiteit van het festival te vergroten.

Deelnemende afgevaardigden

De inschrijving van deelnemers tegen het vroegboektarief vond plaats van 01/01/2025 tot 30/06/2025.

Op basis van het aantal koren dat zich op 31/12/2024 had ingeschreven, schatten we het aantal potentiële deelnemers op 4000 (80% van het totale aantal leden van de ingeschreven koren), in plaats van de aanvankelijk begrote 3500.

In de totale festivalbegroting hadden we rekening gehouden met in totaal 2747 vroege inschrijvers. Uiteindelijk hebben **3348** deelnemers hun vroege inschrijving afgerond!

Dit uitzonderlijke aantal was zowel goed als slecht nieuws. Enerzijds toonde het aan dat er zeer veel belangstelling was voor het festival. Anderzijds betekende het dat we onze begrotingsprognoses moesten bijstellen, omdat we bij hetzelfde totale aantal festivalbezoekers (4.000) geld zouden verliezen (30.000 €) vanwege het lagere aantal inschrijvingen tegen het reguliere tarief.

De meeste deelnemers wachtten tot het laatste moment om zich in te schrijven. Aanvankelijk verliep de groei gestaag: 51% van maart tot april en 83% van april tot mei. In juni volgde vervolgens een enorme piek van 330%.

De inschrijvingen van deelnemers tegen het reguliere tarief vonden plaats van 1 juli 2025 tot en met 31 december 2025. De statistieken voor inschrijvingen tegen het vroegboektarief wezen erop dat 90% van de leden van elk koor zich voor het festival zou inschrijven. Daarom hebben we onze prognoses bijgesteld en het verwachte aantal festivalbezoekers verhoogd van 4.000 naar 4.200. Dit was ook nodig om het verlies te compenseren dat was ontstaan door het buitensporige aantal vroege inschrijvingen. We hebben bovendien besloten dat 4.200 het maximale aantal was om festivalbezoekers een optimale ervaring te kunnen garanderen, rekening houdend met de capaciteit van onze locaties. We hebben

deze maximumlimiet duidelijk gecommuniceerd, in de hoop dat dit zou leiden tot een versnelling van de inschrijvingen, maar dat is niet gebeurd.

Op 31 december 2025 telde het festival **3.932** deelnemers.

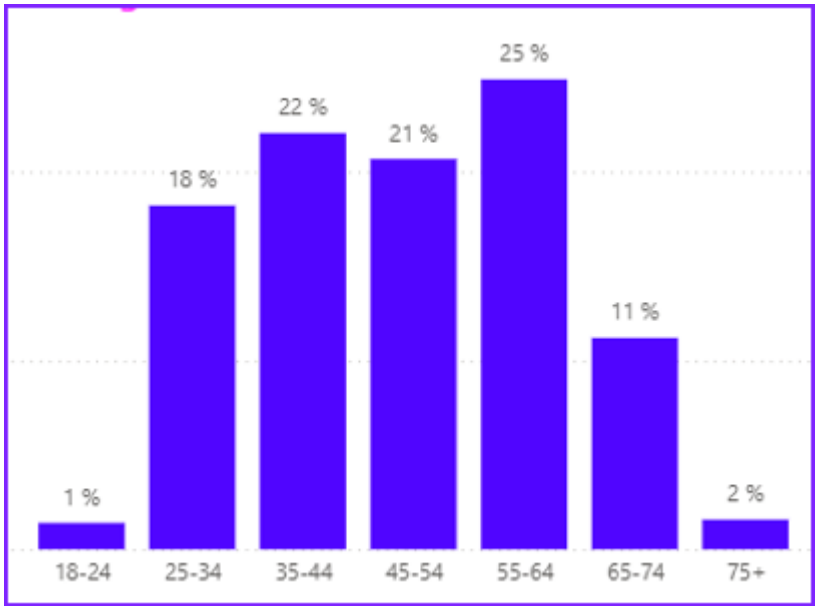
Het aantal deelnemers lag dus lager dan onze prognoses. Dit betekende een verdere inkomstenderving, geschat op ongeveer € 16.000. Daarom hebben we besloten de inschrijvingen tegen het reguliere tarief open te houden totdat onze financiële doelstelling is bereikt, wat neerkomt op ongeveer 70 inschrijvingen. Eind januari 2026 werd de doelstelling van 4.000 inschrijvingen bereikt.

Vervolgens zijn we overgestapt op het 'Late'-tarief, tot eind maart 2026. We hadden niet verwacht meer dan 15 inschrijvingen te krijgen. Maar zelfs tegen die vrij hoge prijs ontvingen we nog 144 extra inschrijvingen! Dit was natuurlijk een redding voor onze begroting.

Op de openingsdag van het festival telde het festival, rekening houdend met annuleringen, **4.040** deelnemers.

Aan het festival namen afgevaardigden uit 18 landen deel. De afgevaardigden kwamen echter voornamelijk uit het Verenigd Koninkrijk (28%), Duitsland (21%), Nederland (10%), Frankrijk (7%) en de VS (6%).

Een opvallend kenmerk van het festival is dat het alle generaties samenbrengt, wat prijzenswaardig is in een LGBTQI+-gemeenschap die vaak de nadruk legt op de jeugd. Alle leeftijds groepen tussen 25 en 65 jaar zijn ongeveer even sterk vertegenwoordigd, en er zijn ook mensen ouder dan 65 jaar aanwezig (13%). Alleen de jongste generatie ontbreekt vrijwel geheel (1%). De geschatte gemiddelde leeftijd van de deelnemers is 49 jaar.



Niet al onze koren zijn echter divers wat betreft leeftijd. 15 koren hebben een gemiddelde leeftijd van onder de 40, terwijl aan de andere kant nog eens 15 koren een gemiddelde leeftijd van boven de 60 hebben. De twee middelste

leeftijdsgroepen zijn gelijk vertegenwoordigd: 48 koren hebben een gemiddelde leeftijd tussen de 40 en 50, en 42 koren tussen de 50 en 60.

Het sociaal-economische profiel van de festivalbezoekers is zeer homogeen. 79% van de festivalbezoekers heeft een baan, 13% is gepensioneerd en 3% is student. Het opleidingsniveau is zeer hoog. 81% van de deelnemers heeft een hogere opleiding afgerond, terwijl dit percentage 34% bedraagt onder de algemene EU-bevolking in de leeftijd van 24 tot 74 jaar.

Wat betreft genderidentiteit en seksuele geaardheid weerspiegelen de deelnemers het Europese LGBTQI+-koorlandschap, waar TTBB-koren talrijker zijn en meer leden hebben dan SSAA-koren. Het festival blijft dan ook overwegend door mannen gedomineerd (55%). Vrouwen maken 30% van de deelnemers uit. Het is interessant om op te merken dat 9% van de deelnemers transgender of non-binair is. Wat betreft seksuele geaardheid identificeert 57% van de deelnemers zich als homoseksueel, 20% als lesbisch, 10% als biseksueel of panseksueel en 6% als heteroseksueel. 6% is queer of twijfelt over zijn of haar geaardheid, en 0,8% is aseksueel. Het is interessant om deze gegevens te vergelijken met de leeftijd: de meerderheid van de transgender- en non-binaire personen is jonger dan 44, terwijl degenen die bi, pan, queer, in twijfel of aseksueel zijn, jonger zijn dan 34.

Registratieplatform

Het Integra-platform was niet de eerste keuze van ons team.

In 2022 sloot onze organisatie een contract met MCI, een professionele congresorganisator. Een van de taken van dit bedrijf was het opzetten van het registratieplatform voor het festival.

In 2023 realiseerden we ons, tijdens de voorbereiding van het registratieplatform voor koren en afgevaardigden, dat MCI niet in staat was om het ‘planningsgedeelte’ van dit platform te ontwikkelen, d.w.z. het gedeelte waarmee koren hun repertoire, technische vereisten enz. kunnen invoeren en waarmee de festivalorganisatoren concerten in de verschillende locaties kunnen plannen. Bovendien strookte het hoge bedrag dat MCI per inschrijving in rekening bracht (zoals vastgelegd in het contract) niet echt met de all-in-prijzen waar festivalbezoekers naar op zoek waren en de budgettaire beheersing die onze organisatie nastreefde. Dit leidde in februari 2024 tot de beëindiging van het contract met MCI.

Als alternatief voor het planningsgedeelte hebben we contact opgenomen met Integra Planner (het platform dat werd gebruikt door Various Voices München 2018 en de festivals georganiseerd door Gala Choruses in de VS), evenals met het team van Various Voices Bologna 2023.

We wilden in eerste instantie het platform aanschaffen dat voor het festival in Bologna werd gebruikt voor het registratiegedeelte. Met enkele aanpassingen leek dit ons de beste keuze om het festival zo effectief mogelijk te kunnen plannen. De belangrijkste redenen waren de prijs, de aangeboden onderhoudsservice en het moderne ontwerp van de website. Tegen alle verwachtingen in besloot de verantwoordelijke voor de ontwikkeling van het platform van Bologna enkele

dagen voor de ondertekening van het contract in maart 2024 uiteindelijk toch niet met ons samen te werken. We moesten daarom onze toevlucht nemen tot de laatste mogelijke optie, Integra, die gezien de zeer korte deadline voor de start van de inschrijvingen de enige was die financieel haalbaar en houdbaar was.

In tegenstelling tot wat veel festivalbezoekers waarschijnlijk denken, behoort Integra niet tot Legato, maar tot de Amerikaanse federatie Gala Choruses. Gala stelt het platform tegen betaling ter beschikking. De vergoeding is vrij hoog. We moesten over de prijs onderhandelen. De uiteindelijke kosten van het platform bedroegen 16.000 €, een bedrag dat we in twee termijnen hebben betaald.

De tool is verouderd en is al jaren niet meer bijgewerkt. Daardoor is het niet erg flexibel en zitten er veel bugs in. We moesten regelmatig een beroep doen op de helpdesk in de VS om technische problemen op te lossen. Bovendien wisselden de mensen die ons hebben getraind en toezicht hielden op ons werk met het platform in de loop van de tijd (het is vermeldenswaard dat Gala Choruses, in tegenstelling tot Legato, betaald personeel in dienst heeft). Er vond ook een wisseling in het management plaats, wat tot complicaties leidde toen de nieuwe directeur probeerde ons kosten in rekening te brengen voor aanpassingen die onder het onderhoud vielen. Deze discussies waren allesbehalve eenvoudig en leidden tot een enorme verspilling van tijd en energie.

We kregen veel klachten van festivalbezoekers die het platform moeilijk te gebruiken vonden. Maar wij waren zelf ook slechts gebruikers, en ook wij moesten dagelijks de beperkingen van deze verouderde tool verdragen.

We raden Legato ten zeerste aan om te investeren in een tool die specifiek is afgestemd op Various Voices en andere Europese festivals, gefinancierd door alle koren, ontwikkeld door Legato en beschikbaar gesteld aan de koren die toekomstige festivals organiseren. Deze tool zou het voordeel hebben dat hij lokaal (Europees) is en regelmatig kan worden bijgewerkt. De kosten van deze tool zouden ook gemakkelijker kunnen worden afgeschreven als hij beschikbaar zou worden gesteld aan Legato, Various Voices en zelfs lokale festivals die in Europa worden georganiseerd.

Prijzen voor festivals

Prijzen voor koren

Ons prijsbeleid is geïnspireerd op Various Voices München 2018 in plaats van Bologna 2023, omdat de economische situatie in België en Duitsland vrij gelijkaardig is.

De inschrijvingskosten voor koren varieerden naargelang de datum van inschrijving, het aantal leden en het land van herkomst. Uit onderstaande vergelijking blijkt dat onze prijzen iets onder de inflatie lagen (prijsontwikkelingen over de afgelopen 8 jaar), behalve voor de grootste koren. We staan achter de beslissing om deze koren te vragen meer bij te dragen, wat ons ook in staat heeft gesteld de prijsstijging voor deelnemers te beperken.

Munich registration fees for choirs - early rate		Munich fees actualised with inflation	Brussels early fees by similar choir size ranges	
mini 1-6	100 €	126 €	80 €	1-5 members
medium 16-35	330 €	415 €	380 €	21-30 members
large 36-55	440 €	553 €	600 €	41-50 members
X-large 56+	550 €	691 €	900 €	51+ members
* inflation sept-16/sept-24 = 25,7%				

Traditioneel betalen koren een inschrijfgeld op basis van het aantal leden dat aan het festival deelneemt. We hebben besloten een ander systeem in te voeren, geïnspireerd door het Hand in Hand Festival, waar koren uit Ierland en het Verenigd Koninkrijk samenkomen. Bij het Hand in Hand Festival is het inschrijfgeld gebaseerd op het totale aantal geregistreerde leden van elk koor. Dit systeem is praktischer omdat het beter rekening houdt met de daadwerkelijke financiële situatie van het koor. Voor veel koren is het sowieso moeilijk om bijna twee jaar van tevoren een schatting te maken van het aantal deelnemende leden. We hebben daarom uitgegaan van de cijfers die elk koor in de zomer van 2024 aan Legato heeft doorgegeven.

In de meeste gevallen werkte het systeem goed. Bij 12% van de koren stuitten we echter op problemen:

- Sommige koren betaalden op basis van het aantal leden dat ze naar Brussel zouden sturen. Dit was vaak een onopzettelijke fout (een gewoonte die bij eerdere festivals was ontstaan).
- Sommige koren gaven een veel lager aantal op dan het aantal dat aan Legato was opgegeven, met de uitleg dat het aan Legato verstrekte cijfer onjuist was.
- Sommige koren die in de gegevens van Legato 41 leden hadden, bleken op het moment van betaling plotseling slechts 40 leden te hebben (wat in onze betalingsschaal in een lagere prijsklasse valt). Dit wekte bij ons de onaangename indruk van oneerlijkheid.
- Met elk koor in deze situatie werd op begripvolle wijze contact opgenomen om uitleg te krijgen en, waar nodig, betaling van het verschil te verkrijgen.
- Nadat de inschrijving voor afgevaardigden was geopend, constateerden we dat drie koren het aantal zangers overschreden dat was geregistreerd voor de categorie waarin ze waren ingeschreven. Omwille van de eerlijkheid ten opzichte van de andere koren die de juiste prijs hadden betaald, hebben we deze koren de deelnamekosten in rekening gebracht die overeenkomen met hun categorie.

De onderstaande tabel toont het verschil tussen de definitieve inschrijvingen en wat we hadden gepland op basis van gegevens van Legato en ervaringen van eerdere festivals. Dankzij het hoger dan verwachte aantal grote koren hebben we meer geld ontvangen van koren dan verwacht.

	Ingeschreven	**Gepland**
Vroege aanmeldingen Koor Groep 3	**1**	4

Vroegkoor 51+ Groep 2	**3**	6
Vroegkoor 31-40 Groep 2	**1**	
Kosten Vroegkoor 1-5	**5**	5
Kosten Vroegkoor 6-12	**7**	4
Korting voor vroege inschrijving koor 13-20	**16**	23
Vroegboekkorting koor 21-30	**19**	21
Vroegboekkorting koor 31-40	**14**	12
Vroegboekkorting koor 41-50	**12**	13
Vroegboekkorting koor 51+	**28**	21
Normale koorbijdrage 1-5	**1**	1
Normale koorbijdrage 6-12	**0**	0
Normale koorbijdrage 13-20	**0**	2
Normale koorbijdrage 21-30	**4**	3
Normale koorbijdrage 31-40	**3**	2
Normale koorbijdrage 41-50	**0**	1
Normale koorbijdrage 51+	**0**	2

Hier zijn enkele punten die we graag willen doorgeven aan Legato en de toekomstige organisatieteams:

- Wij zijn van mening dat communicatie de sleutel is tot een succesvolle inschrijvingscampagne. Onze communicatie was gebaseerd op het beperkte aantal plaatsen voor koren (120), terwijl het aantal plaatsen in werkelijkheid nog nooit zo hoog was geweest. Dit heeft ongetwijfeld veel koren ertoe aangezet zich sneller in te schrijven.
- We wisten al van eerdere festivals dat de meeste koren tegen het vroegboektarief boeken. Het is erg belangrijk om hiermee rekening te houden in de begroting. Het vroegboektarief voor koren mag geen korting zijn op de totale kosten van het festival. Integendeel, het is het reguliere tarief dat hoger moet zijn dan de totale kosten van het festival, waardoor je wat extra geld kunt innen.
- Een regulier tarief dat veel minder aantrekkelijk is dan het vroegboektarief, is ook een krachtige stimulans voor koren om zich vroeg in te schrijven, wat essentieel is voor de voorfinanciering van het festival.

- Het is van groot belang om de festivalbegroting af te stemmen op de omvang van het koor, op basis van de inschrijvingen voor eerdere festivals. Er is een enorm verschil tussen de prijs die een klein koor van 5 personen betaalt en die van een groot koor van 60 personen.
- Het vragen van een aanzienlijk hogere prijs voor zeer grote koren (900 euro voor koren met meer dan 51 leden, 600 euro voor koren met 41 tot 50 leden) is een bewuste keuze van onze kant. We waren van mening dat de grotere koren meer konden bijdragen aan de financiële inspanning, aangezien zij in principe meer inschrijvingen ontvangen. Er werd ons op gewezen dat er, in verhouding tot het aantal leden, een enorm verschil bestond tussen een koor met 50 leden en een koor met 55 leden. In de toekomst zouden festivalorganisatoren kunnen overwegen om deze geleidelijke gradatie voort te zetten (51-60, 61-70 enz.).
- De beslissing om ons prijsbeleid te baseren op de grootte van het koor, in plaats van op het aantal zangers dat aan het festival deelneemt, leek eerlijker voor de koren en werd goed ontvangen. Om problemen te voorkomen, raden we aan dat elk koor vóór de inschrijving duidelijk wordt geïnformeerd over de prijs die het zal moeten betalen.
- We hebben onze ramingen voor de inkomstenbegroting gebaseerd op de gegevens van Legato 2024, in de overtuiging dat deze betrouwbaar waren. Maar in werkelijkheid zijn ze dat niet: enerzijds fluctueren deze cijfers van seizoen tot seizoen; anderzijds rapporteerden koorbeheerders in september 2024 andere groottes aan het festival dan ze in augustus 2024 aan Legato hadden doorgegeven. Voor de toekomst is het essentieel om een betrouwbare basis vast te stellen voor degenen die toekomstige festivals zullen organiseren, om het risico van een overschatting van de inkomsten te vermijden.

Prijszetting voor deelnemers

De prijsstructuur voor deelnemers leidde tot veel discussie binnen ons bestuur. Een van de conclusies die de leden van Sing Out Brussels! na Bologna trokken, was dat het belangrijk was om de prijzen van het festival inclusiever te maken.

Er kwamen drie voorstellen naar voren: het klassieke ‘vroeg/normaal/laat’-systeem, het ‘à la carte-festival’-voorstel (basisprijs en extra kosten voor elk evenement, naar keuze) en het ‘vrije en bewuste prijs’-voorstel. Geen van deze voorstellen kreeg de volledige steun van het bestuur.

Uiteindelijk hebben we het ‘vroeg/normaal/laat’-voorstel aangehouden, maar verschillende oplossingen ingevoerd om de inschrijving van afgevaardigden te vergemakkelijken, zoals de mogelijkheid om in drie maandelijkse termijnen te betalen of de aanvraag voor het Solidariteitsfonds (een nieuwe innovatie voor onze editie van het festival).

Net als voor de koren was ons prijsbeleid geïnspireerd op Various Voices München 2018. Uit deze vergelijking blijkt dat onze prijzen iets onder de inflatie lagen (prijsontwikkelingen over de afgelopen 8 jaar).

Munich registration fees for delegates		Munich fees actualised with inflation	Brussels fees
Early rate	160 €	201 €	190 €
Regular rate	190 €	239 €	240 €
* inflation sept-16/sept-24 = 25,7%			

Er waren minder technische problemen en vragen van deelnemers dan ons team had gevreesd. De meeste vragen gingen over de registratie van partners en vrienden, die zich als deelnemers moesten aanmelden.

Betalingsprocedure

Voor betalingen via het Integra-platform heeft het festivalteam een marktonderzoek uitgevoerd om de meest kosteneffectieve aanbieder te vinden. We hebben voor Stripe gekozen omdat deze betaaloplossing lagere tarieven biedt dan PayPal, en bovendien een efficiënte en responsieve technische ondersteuning biedt. De begrotingsramingen voor de bruto- en netto-inkomsten uit inschrijvingen waren gebaseerd op de kosten van Stripe. Koren en deelnemers moesten daarom Stripe gebruiken met hun creditcard of betaalkaart.

De kosten van Stripe verschillen afhankelijk van het land waar de creditcard of betaalkaart is uitgegeven. Bij het opstellen van onze begroting hebben we de kosten van Stripe meegenomen in de tarieven voor koren en deelnemers, op basis van de landen die binnen Legato vertegenwoordigd zijn, en we hebben ervoor gekozen om koren en deelnemers dezelfde prijs aan te bieden, ongeacht hun land. Aangezien de gegevens van Legato niet altijd overeenkomen met de werkelijkheid, werden we geconfronteerd met hogere kosten, met name vanwege de oververtegenwoordiging van koren en afgevaardigden uit het Verenigd Koninkrijk en grote koren uit de Verenigde Staten .

Land	Type kaart	Stripe-kosten	Valuta omrekeningskosten
Europese Economische Ruimte: België, Bulgarije, Kroatië, Cyprus, Tsjechië, Denemarken, Estland, Finland, Frankrijk, Duitsland, Griekenland, Hongarije, IJsland, Ierland, Italië, Letland, Liechtenstein, Litouwen, Luxemburg, Malta, Nederland, Noorwegen, Polen, Portugal, Roemenië, Slowakije, Slovenië, Spanje, Zweden.	Standaard	1,5% + € 0,25	2%
	Premium	1,9% + € 0,25	2%
Verenigd Koninkrijk	Standaard	2,5% + € 0,25	2%
Overige landen	Standaard	3,25% + € 0,25	2%

Op verzoek van bepaalde koren zijn we in oktober 2024 begonnen met het testen van betalingen via SEPA-incasso. Het grootste nadeel is de vertraging. Het duurde ongeveer tien dagen vanaf het moment dat de betaling werd gedaan tot het moment dat deze in Integra werd geregistreerd en op onze rekening werd

bijgeschreven. Het belangrijkste voordeel zijn de kosten. De transactie- en wisselkosten zijn veel lager dan bij een creditcard of betaalkaart, zowel voor het koor of de deelnemer als voor het festival.

We hebben koren en deelnemers uit SEPA-landen aangemoedigd om gebruik te maken van deze betaaloplossing, die met name interessant is voor deelnemers uit Europese landen waarvan de munteenheid niet de euro is, omdat met SEPA de kosten voor valutaconversie lager zijn dan bij creditcardtransacties. Mensen uit alle landen van de Europese Economische Ruimte en het Verenigd Koninkrijk kunnen via SEPA betalen, zelfs als ze een andere valuta dan de euro hebben, wat leidt tot een aanzienlijke verlaging van de Stripe-kosten. Houd er rekening mee dat het systeem niet werkt voor de VS en dat we enkele problemen hebben ondervonden met betalingen uit bepaalde landen (met name Polen en het Verenigd Koninkrijk).

We hebben ook gekeken naar commerciële oplossingen voor betaling in termijnen, zodat deelnemers de betaling van het inschrijfgeld konden spreiden en zo de kosten van het festival konden verlichten. We vonden deze oplossingen echter buitensporig duur. Uiteindelijk hebben we gekozen voor de 'abonnementsoptie' van Stripe, die kan worden aangepast om betaling in termijnen mogelijk te maken. Deze betaalmethode was nuttig voor deelnemers die hier behoefte aan hadden, maar vergde veel handmatig werk, omdat het niet mogelijk was om INtegra aan te passen om deze betalingen te verwerken. **239** deelnemers hebben van deze optie gebruikgemaakt.

Deze informatie is technisch van aard, maar belangrijk voor toekomstige organisatieteams. Het is essentieel om transactiekosten, die erg hoog kunnen oplopen, mee te nemen in jullie begrotingsramingen. Wanneer een Amerikaans koor bijvoorbeeld € 900 betaalt voor zijn inschrijving plus € 18 wisselkosten, houdt Stripe € 30 in, waardoor het festival slechts € 870 ontvangt. Wij adviseren het volgende organisatiecomité om te overwegen de tarieven voor koren en deelnemers af te stemmen op hun land van herkomst, om de kosten van de transacties nauwkeurig te kunnen compenseren.

Annuleringen

Een van de eerste taken van ons organisatiecomité was het opstellen van de Algemene Voorwaarden van het festival. Dit administratieve document beschrijft onder andere wat er gebeurt in het geval het festival wordt geannuleerd, of wanneer een koor of deelnemer zich terugtrekt uit het festival. In dit document werd ook bepaald dat het overdragen van inschrijvingen van de ene deelnemer naar de andere verboden was, een maatregel die ons zowel door Gala Choruses als door eerdere organisatieteams was aanbevolen, om privacyredenen en om de traceerbaarheid van inschrijvingen op het platform te waarborgen.

Bij het opstellen van deze Algemene Voorwaarden, die bij de inschrijving door alle koren en deelnemers werden ondertekend, hebben we ons laten inspireren door de Algemene Voorwaarden van München en Bologna, evenals door een sjabloon dat werd verstrekt door MCI, de professionele congresorganisator waarmee we aan het begin van het project samenwerkten.

Alle koren die hebben geannuleerd (14) werden terugbetaald in overeenstemming met deze Algemene Voorwaarden (75% van het inschrijfgeld bij annulering vóór 31 december 2024, 50% vóór 31 december 2025, niets vanaf 1 januari 2026).

Ook alle deelnemers die hebben afgezegd, werden terugbetaald volgens deze Algemene Voorwaarden (75% van het inschrijfgeld bij annulering vóór 30 juni, 50% vóór 31 maart 2026, niets vanaf 1 april 2026). Een minderheid van hen koos ervoor het terugbetaalde bedrag te doneren aan het Solidariteitsfonds van het festival.

We hebben **233** annuleringen geregistreerd. Dit hoge aantal kwam voor ons team als een verrassing. De impact op de begroting van het festival is aanzienlijk. De redenen voor annulering lopen uiteen (financiële redenen, gezondheidsredenen, het verlaten van een koor, enz.). Over het algemeen verliepen deze annuleringsprocedures zeer soepel. We hebben altijd gezorgd voor strikte naleving van onze Algemene Voorwaarden, zelfs in de zeldzame gevallen waarin we te maken kregen met geschillen (misverstanden over het verbod op het overdragen van de inschrijving aan een andere persoon, geschillen over het percentage van de inschrijfgelden dat door het festival wordt ingehouden, klachten van enkele mensen die zich vóór 30 juni hadden ingeschreven maar hun inschrijfgeld nog niet hadden betaald en wier tarief daarom werd aangepast naar het reguliere tarief). Na 31 maart 2026 waren er geen terugbetalingen meer mogelijk. We kregen hierover enkele klachten, maar dit was echt cruciaal voor de festivalbegroting, die stabiliteit nodig had naarmate het festival dichterbij kwam.

Om eindeloze discussies te voorkomen over individuele gevallen waarin al dan niet een terugbetaling gerechtvaardigd is, kunnen we toekomstige organisatieteams alleen maar aanraden om grote zorgvuldigheid te betrachten bij het opstellen van hun eigen Algemene Voorwaarden.

Steunprogramma

Legato verstrekt het organisatiecomité van elk festival een lijst met landen die in aanmerking komen voor wat Legato het ondersteuningsprogramma noemt. Het ondersteuningsprogramma onderscheidt drie groepen landen. Landen in groep 3 ontvangen volledige ondersteuning (gratis inschrijving voor het koor en de afgevaardigden, vergoeding van vervoers-, verblijfs- en maaltijdkosten). In Brussel kwam alleen het Oekraïense koor in aanmerking. Landen in groep 2 ontvangen gedeeltelijke ondersteuning (inschrijving tegen gereduceerd tarief voor het koor en de afgevaardigden). In Brussel kwamen de koren uit Polen, Estland en Tsjechië in aanmerking. Landen in groep 1 ontvangen geen ondersteuning.

Om de lijst van landen vast te stellen die in aanmerking komen voor het Steunprogramma, maakt Legato gebruik van de Rainbow Index en de Human Development Index. Wij erkennen de relevantie van deze indexen niet bij het opzetten van een programma voor financiële steun, omdat geen van beide rekening houdt met de factoren die bepalend zijn voor de financiële draagkracht van koren en afgevaardigden. Het gaat hier om indicatoren zoals de kosten van levensonderhoud, koopkracht, het werkloosheidspercentage of gemiddelde salarissen. Spanje scoort bijvoorbeeld goed op de twee door Legato gebruikte indexen, maar heeft het hoogste werkloosheidspercentage in de Europese Unie.

Naar aanleiding van klachten van de Spaanse en Italiaanse koren, en na de afzegging – om financiële redenen – van het enige Sloveense koor dat zich had aangemeld, hebben we besloten een gedetailleerde financiële analyse uit te voeren.

In de onderstaande tabel hebben we de prijs van het 'Delegate Early'-tarief (€ 190) aangepast aan de prijsniveau-index in de landen[1] . We zien dat deelname aan het festival voor een Spaanse afgevaardigde twee keer zo veel kost als voor een Estse afgevaardigde, na toepassing van de kortingen uit het ondersteuningsprogramma. De landen in het geel zijn de landen die momenteel profiteren van het steunprogramma. Dit lijkt erop te wijzen dat sommige landen (Italië, Spanje en Slovenië) grote behoefte hebben aan steun.

	Gecorrigeerd met de prijsniveau-index
Estland	**101**
Zwitserland	**103**
Portugal	**111**
IJsland	**113**
Tsjechië	**115**
Verenigde Staten	**128**
Ierland	**131**
Kroatië	**132**
Denemarken	**133**
Noorwegen	**140**
Verenigd Koninkrijk	**144**
Finland	**149**
Polen	**150**
Nederland	**155**
Zweden	**156**
België	**160**
Oostenrijk	**161**
Duitsland	**173**
Frankrijk	**177**
Italië	**191**
Spanje	**202**
Slovenië	**209**

We hebben ook de kosten van deelname aan het festival geëvalueerd in verhouding tot het gecorrigeerde beschikbare inkomen[2] . Ook hier zien we dat deelname aan het festival voor Italiaanse, Spaanse en Sloveense deelnemers veel hogere kosten met zich meebrengt. Met uitzondering van Portugal zouden de andere landen die momenteel deelnemen aan het Support -programma meer steun nodig hebben.

[1] Gebruikmakend van de Eurostat-dataset 'Koopkrachtpariteiten (KKP's), prijsniveau-indexen en reële uitgaven voor ESA 2010-aggregaten' [prc_ppp_ind]

[2] Gebruikmakend van de Eurostat-dataset Niet-financiële transacties – jaarlijkse gegevens [nasa_10_nf_tr]

	% van het aangepaste beschikbare inkomen
Noorwegen	4,12%
Zwitserland	4,43%
Denemarken	5,81%
Zweden	5,93%
Portugal	6,11%
Ierland	6,58%
Duitsland	6,62%
Finland	6,75%
Nederland	6,79%
België	7,00%
Frankrijk	7,05%
Oostenrijk	7,12%
Tsjechië	7,55%
Estland	8,61%
Kroatië	8,83%
Italië	8,93%
Polen	9,31%
Spanje	10,35%
Slovenië	11,66%

Hoewel we weinig directe reacties op ons prijsbeleid hebben ontvangen, hebben we de indruk dat verschillende koren en afgevaardigden de prijzen voor het festival in Brussel te hoog vonden. Dit gevoel moet worden gezien in de context van bovenstaande cijfers, waaruit blijkt dat de kosten voor inschrijving voor het festival niet voor iedereen dezelfde impact hebben op het persoonlijke budget, afhankelijk van het land van verblijf.

Daarom doen wij de volgende aanbevelingen aan Legato:

- Legato dient de betrokken koren proactief te informeren over eventuele wijzigingen in de lijst van landen die in aanmerking komen voor het ondersteuningsprogramma. Deze lijst wordt opgesteld door Legato, niet door de festivalorganisatoren. Dit voorkomt misverstanden en zorgt ervoor dat koren duidelijke informatie krijgen voordat de aanmeldingsprocedure van start gaat.
- Gezien het aantal afzeggingen en het aantal koren dat zich niet heeft ingeschreven, lijkt het erop dat het Legato-steunprogramma niet is afgestemd op de realiteit van de koren. Sommige koren in groep 1 hebben een zeer beperkt budget, hetzij omdat ze nog maar kort bestaan, hetzij omdat ze zich richten op een queer publiek met beperkte financiële middelen. Andere koren worden geconfronteerd met enorme reiskosten naar het festival vanwege de grote afstand. Naast het Solidariteitsfonds dat door onze vereniging voor het festival in Brussel is opgericht om deelnemers uit Groep 1 financieel te ondersteunen, denken wij dat het interessant zou zijn om een intern Legato-Solidariteitsfonds op te richten ter financiële ondersteuning van koren uit Groep 1 die de inschrijfkosten niet kunnen betalen. Dit zou de diversiteit van het festival aanzienlijk vergroten.
- Op basis van bovenstaande tabellen verzoeken wij het Legato-bestuur de criteria waarop het Steunprogramma is gebaseerd opnieuw te evalueren. De criteria moeten rekening houden met de factoren die bepalend zijn voor de financiële draagkracht van koren en afgevaardigden, teneinde de lijst van in aanmerking komende landen vast te stellen.
- Legato zou een actievere rol moeten spelen in het ondersteuningsprogramma door middelen te werven om het programma in het algemeen te financieren en om in het bijzonder aan specifieke behoeften te voldoen. Het lijkt van groot belang om de diversiteit van de deelnemers te vergroten.

Ten slotte hebben we verzoeken om ondersteuning ontvangen van Aziatische koren en een Mexicaans koor (ter dekking van vervoerskosten en/of verlaging van inschrijfgelden). Het is belangrijk om te bedenken dat het festival volledig zelf gefinancierd wordt. Het is financieel onmogelijk om de gevraagde ondersteuning aan deze koren te bieden, zonder de organisatie van het festival in gevaar te brengen. Het budget van het Steunprogramma (volledig gefinancierd uit de inschrijfgelden van de koren en afgevaardigden) voorziet in de volledige reiskosten van de koren uit groep 3. In deze groep bevinden zich geen niet-Europese landen. We hebben deze andere koren geïnformeerd over het bestaan van het Solidariteitsfonds (zie hieronder) en we hebben hen uitgenodigd om hun eigen fondsenwervingsactiviteiten op te zetten om hun reiskosten te verlagen.

Het is tevens aan het bestuur van Legato om te beslissen of het ondersteuningsprogramma al dan niet wordt uitgebreid naar landen buiten Europa, rekening houdend met de gevolgen voor de begroting van toekomstige festivals.

Solidariteitsfonds

Het Legato-steunprogramma houdt alleen rekening met verschillen tussen landen. Maar we weten dat er grote verschillen bestaan in betaalbaarheid tussen regio's, en vooral tussen sociale groepen en individuen.

Om rekening te houden met deze vele moeilijkheden is er voor het eerst in de geschiedenis van Various Voices een Solidariteitsfonds opgericht om de inschrijvingskosten te verlagen voor deelnemers uit Groep 1 die met financiële moeilijkheden kampen.

Dit Solidariteitsfonds was een initiatief van ons team in Brussel, dat de financiële toegankelijkheid van het evenement centraal stelde in zijn werk. Het werd gefinancierd door donaties van koren, deelnemers en toeschouwers bij de aankoop van tickets, evenals door fondsenwervingsactiviteiten.

Bij de inschrijving, toen de tarieven werden weergegeven, kregen deelnemers de mogelijkheid aangeboden om gebruik te maken van het Solidariteitsfonds, indien het bedrag van de inschrijfkosten voor hen een belemmering vormde. In dat geval werd de deelnemer gevraagd een gereduceerd tarief te betalen (dezelfde prijs als voor deelnemers uit groep 2). Ons doel was om elke deelnemer dezelfde ondersteuning te bieden, tot een maximum van 95 €.

We hebben dit doel bereikt: we hebben steun kunnen verlenen aan de **225** afgevaardigden die hierom hadden verzocht (5,6% van de afgevaardigden). Het totale steunbedrag bedroeg € 21.375. Aangezien het Solidariteitsfonds € 29.837 had opgehaald, werd het overschot (€ 8.462) gebruikt om verbeteringen op het gebied van toegankelijkheid te financieren (zie het hoofdstuk 'Toegankelijkheid').

Dit bedrag is voornamelijk afkomstig van de vrijgevigheid van de afgevaardigden. Een op de vijf afgevaardigden deed een donatie van gemiddeld € 22. Hun donaties maken 57% uit van de inkomsten van het Solidariteitsfonds. Het fondsenwervingsevenement „Brussels In Harmony", dat in maart 2026 werd gehouden met de vier in Brussel gevestigde LGBTQI+-koren, bracht 23% van de inkomsten van het Solidariteitsfonds op. De rest is voornamelijk afkomstig van donaties van de koren.

Opgemerkt moet worden dat de Italiaanse en Spaanse afgevaardigden, als percentage van het aantal afgevaardigden uit deze landen, het meest behoefte hadden aan steun uit het Solidariteitsfonds. 34% van de Italiaanse afgevaardigden en 31% van de Spaanse afgevaardigden vroeg om hulp, wat bevestigt dat deze twee landen in het ondersteuningsprogramma moeten worden opgenomen.

Gezien het succes van dit initiatief kunnen we toekomstige organisatieteams alleen maar aanmoedigen om hun eigen Solidariteitsfonds op te richten.

Accommodatie

Het vinden van accommodatie voor festivalgangers viel niet onder de bevoegdheid van ons organisatiecomité. Omdat we ons er echter van bewust waren dat de kosten van accommodatie een belemmering konden vormen voor het bijwonen van het festival, hebben we geprobeerd oplossingen aan te bieden

via twee opties: betaalbare accommodatie voor onze festivalgangers en verblijf bij gastgezinnen.

In 2024 hebben we een partnerschap gesloten met de Brussels Booking Desk (BBD), die op proefbasis een hotelboekingsplatform had opgezet voor het 'Rendez-vous à Bruxelles'. BBD heeft een groter platform voor het festival opgezet om individuele of groepsboekingen tegen gunstige tarieven mogelijk te maken. Deze selectie van hotels bleef echter te duur voor de meeste van onze festivalgangers, die vaak zelf op zoek gingen naar betere aanbiedingen of rechtstreeks met hotels onderhandelden.

De evaluatie door BBD, dat meer gewend is aan het beheer van conferentie-achtige evenementen, is niettemin positief: er waren **170** boekingen via het platform, met een gemiddeld verblijf van 4 nachten, tegen een gemiddelde prijs van 196 euro (inclusief ontbijt). Alle geboekte hotels lagen op minder dan 5 minuten lopen van Bozar. BBD ontving veel groepsaanvragen, maar deze hadden voornamelijk betrekking op jeugdherbergen, waarmee het platform niet samenwerkt.

Tegelijkertijd besloten we verblijf bij gastgezinnen aan te bieden, waarbij we voorrang gaven aan leden van het Oekraïense koor, gevolgd door afgevaardigden van de Legato Group 2-koren, en ten slotte aan andere leden. We hadden er alle vertrouwen in dat we voldoende gastgezinnen zouden vinden.

Dit bleek uiteindelijk veel moeilijker dan verwacht. We hadden ongetwijfeld de duur van het festival (vier nachten) en de beschikbaarheid van kamers in een grote stad, waar de meeste mensen in kleine appartementen wonen, onderschat. We rekenden sterk op de steun van het Brusselse netwerk van LGBTQI+-organisaties, dat helaas zeer weinig behulpzaam bleek te zijn (er werd nauwelijks aandacht besteed aan onze oproepen voor vrijwilligers). Uiteindelijk sloten we de aanmeldingen voor accommodatie in december 2024 af; op dat moment hadden we bijna 50 aanmeldingen en slechts ongeveer 20 beschikbare gastgezinnen.

Het koppelen van gasten aan gastheren en -vrouwen bleek vervolgens bijzonder moeilijk gezien het aantal specifieke verzoeken (allergieën voor huisdieren, toegankelijkheidsbehoeften, de wens om een kamer te delen met een specifieke persoon of, omgekeerd, juist geen kamer te delen). Terwijl we dit koppelingsproces doorliepen, ontdekten we dat veel festivalgangers inmiddels zelf accommodatie hadden gevonden. Sommigen reageerden nooit op ons eerste contact. Toen de koppeling eenmaal was voltooid, trokken sommige festivalgangers zich terug omdat de accommodatie te ver van het stadscentrum lag, of besloten ze een hotelkamer te huren zonder de gastheer of -vrouw hiervan op de hoogte te stellen. Op het laatste moment moesten we een accommodatie herverdelen aan iemand wiens gastheer of -vrouw berichten met seksuele toespelingen had gestuurd…

Uiteindelijk staat de tijd die aan het beheer van deze accommodatie is besteed in omgekeerde verhouding tot de impact ervan op het festival, aangezien er uiteindelijk slechts 29 mensen daadwerkelijk zijn ondergebracht.

Hoewel dit uiteraard gunstig is voor degenen die er baat bij hebben, raden we het volgende organisatiecomité ten zeerste aan om goed na te denken over het organiseren van verblijf bij gastgezinnen, gezien de aanzienlijke hoeveelheid tijd en moeite die het kost om accommodatie te vinden en toe te wijzen. In de landen waar dit mogelijk is, raden we aan om samen te werken met een gastvrijheidsorganisatie. In sommige landen (voornamelijk Engelstalige) is er vaak accommodatie beschikbaar op universiteiten. Dit is niet het geval in België.

Vervoer

In het najaar van 2025 zijn we een samenwerking aangegaan met Eurostar. Het 'Conference'-tarief was beschikbaar voor festivalgangers, waarvan de gegevens handmatig door het festivalteam op de website van Eurostar moesten worden ingevoerd. 762 mensen vulden het speciale formulier in en 360 boekten daadwerkelijk via de website van Eurostar. Het 'Conference'-tarief was beschikbaar rond de festivaldata. Ondanks onze verzoeken hebben we van Eurostar geen statistieken ontvangen over het aantal gemaakte boekingen.

We zijn ook een samenwerking aangegaan met de Lufthansa Group, waartoe Brussels Airlines behoort. Vanaf half juli 2025 was er voor deelnemers een boekingsplatform met vluchten tegen gereduceerde prijzen beschikbaar. Dit platform werd niet beheerd door het festivalteam. Rond de festivaldata waren er gereduceerde prijzen beschikbaar voor festivalgangers. Ondanks onze verzoeken heeft Lufthansa ons geen cijfers verstrekt over het aantal gemaakte boekingen.

Festivallocaties

Overdekte locaties

Vanaf het begin van het project wilden we het festival in het centrum van Brussel houden, zodat festivalgangers zich gemakkelijker konden verplaatsen en de stad kon profiteren van de economische impact van het festival.

In ons voorstel stelden we voor om het festival te houden in het Square Meeting Centre en Bozar. Het Square Meeting Centre is dat grote, vierkante gebouw met glazen gevel dat je ongetwijfeld hebt opgemerkt op de Mont des Arts, op een steenworp afstand van Bozar, waarmee het via een tunnel is verbonden.

Bozar beschikt over twee grote concertzalen. Het Square heeft drie conferentiezalen en een groot aantal kleinere ruimtes die hadden kunnen dienen als kleedkamers, vergaderzalen of repetitieruimtes. Binnen was er ook een grote ruimte beschikbaar voor het Festival Village en de avondfeesten. Deze oplossing, de meest praktische wat betreft bereikbaarheid en centrale ligging van het evenement, leek ons financieel haalbaar op basis van de offertes die we hadden ontvangen toen we ons voorstel indienden. We hebben Square meerdere keren bezocht en uitstekende contacten gelegd met de beheerders.

We kregen dan ook een onaangename verrassing toen we in januari 2024 de

herziene offertes ontvingen, waarin beveiligingskosten, personeelskosten en andere bijkomende uitgaven waren opgenomen die ons aanvankelijk niet waren meegedeeld. De kosten voor The Square (468.000 euro) bedroegen meer dan het dubbele van die voor Bozar (200.000 euro). De totale kosten vertegenwoordigden meer dan 50% van het totale budget van het festival.

Tegelijkertijd waarschuwde onze muzikaal leider, Emily Allison, die de locatie had bezocht, ons dat de zalen van het Square vergaderzalen zijn, geen concertzalen. Ze zijn niet geschikt voor concerten, en al helemaal niet voor koorconcerten. Het risico was groot dat de technische kosten voor het inrichten van deze zalen onbetaalbaar zouden zijn, zonder enige garantie op een optimale ervaring voor de koren.

Daarna volgde een tegenslag op een ander front. In december 2023 wees de Europese Unie een subsidieaanvraag af die we wekenlang hadden voorbereid. Het ging om een groot bedrag (€ 400.000) ter financiering van een project om een instrument te ontwikkelen dat het bewustzijn rond LGBTQI+-inclusiviteit in Europese koren zou vergroten, in samenwerking met Legato en RainbowHouse Brussel. Deze subsidie was ook bedoeld om een deel van de evenementen van het festival te financieren (met name het grote openluchtpodium voor de show 'Let your heart be heard'), evenals een functie bij het RainbowHouse ter ondersteuning van de voorbereiding van het festival. Deze zware klap dwong ons om onze begroting en onze subsidieprognoses te herzien.

Daarom hebben we besloten om op zoek te gaan naar alternatieven, met behoud van onze doelstelling om het festival in het stadscentrum te houden, in toegankelijke locaties.

Na contact te hebben opgenomen met of een bezoek te hebben gebracht aan bijna 20 verschillende locaties, viel de keuze uiteindelijk op Bozar (Salle Henry Le Boeuf – 1.800 zitplaatsen en Salle M – 465 zitplaatsen), het Cirque Royal (1.700 zitplaatsen), de Madeleine (740 zitplaatsen) en Auditorium 490 (Koninklijke Musea voor Schone Kunsten, 490 zitplaatsen). We hebben ook ingestemd met de huur van C12, de nachtclub onder het Centraal Station, voor het organiseren van de feesten.

Hoewel dit het aantal locaties deed toenemen, had het als voordeel dat het festival in het stadscentrum bleef, in locaties die binnen enkele minuten gemakkelijk te bereiken waren. Tegelijkertijd hebben we ook het principe goedgekeurd om de concerten van 30 minuten in vier locaties te organiseren in plaats van vijf, om onze kosten te drukken en het 'lege zaal'-effect te vermijden, aangezien niet alle festivalgangers alle concerten bijwonen. Dit bracht de totale kosten voor de locaties ook terug tot ongeveer 300.000 €, wat de helft is van wat het ons zou hebben gekost om Square en Bozar te huren.

We hebben alle contracten tussen juni en november 2024 ondertekend. Gezien de moeilijkheid om het festival vooraf te financieren – aangezien we op dat moment nog niet wisten hoe snel de koren zich zouden aanmelden – hebben we onderhandeld en de volgende financiële regeling bedongen om de betalingen te spreiden en het festivalbudget onder controle te houden: 10% bij ondertekening,

15% in januari 2025, 25% in juni 2025 en 50% in mei 2026.

In maart 2025 hebben we, op verzoek van de artistieke en technische directeuren van het festival, besloten deze locaties voor een extra dag (D-1) te huren om de technische apparatuur te installeren. Deze investering, die noodzakelijk was voor het comfort van zowel onze teams als de koren, drukte uiteraard op het festivalbudget en was mogelijk gemaakt door de opwaartse bijstelling van onze prognoses voor het aantal deelnemers (van 3.500 naar 4.000).

Ten slotte hebben we verschillende kleine zalen van het RainbowHouse in Brussel gehuurd, evenals de gebruikelijke repetitieruimte van Sing Out Brussels. Deze zalen konden worden gehuurd door koren die tijdens het festival repetities wilden houden.

Openluchtlocaties en alternatieve plannen

Ons bidvoorstel omvatte ook plannen om verschillende openluchtconcerten te organiseren, met name in de Europese wijk of op de Grote Markt. Aangezien we geen toestemming konden krijgen voor deze projecten, verlegden we onze aandacht naar de Place de l'Albertine, aan de voet van de Mont des Arts, waar elk jaar het podium van de Brussels Pride wordt opgebouwd. Dit plein ligt dicht bij Bozar en de andere festivalpodia.

Het was de bedoeling om daar op vrijdag de show 'Royalties' en op zaterdag de show 'Let Your Heart Be Heard' te organiseren, met donderdag gereserveerd voor de opbouw. Aangezien geen enkele locatie in het centrum van Brussel groot genoeg is om 4.000 mensen te herbergen, leek het ons een mooi idee om alle festivalgangers samen te brengen voor dit openluchtpodium.

Gezien de impact van dit project op de zichtbaarheid van het festival in de stad, werkten we voor dit project samen met visit.brussels, dat verantwoordelijk is voor de promotie van het toerisme in Brussel. Eind juni 2024 bevestigde visit.brussels dat de openluchtlocatie nu onder optie stond bij de stad. Onze artistiek directeur Simon Paco nam contact op met het team van visit.brussels en hun technisch adviseur Step in Live om al onze technische vereisten vast te stellen. Helaas liet deze adviseur lang op zich wachten met het verstrekken van offertes. Ondanks dat we er meer dan een jaar op hebben aangedrongen, ontvingen we pas begin juni 2025 een offerte.

We hadden 200.000 euro begroot voor het openluchtpodium op de Mont des Arts. De prijs die we kregen, bedroeg bijna 300.000 euro, voornamelijk vanwege de explosieve stijging van de beveiligingskosten (een derde van deze kosten). Zelfs als we het openluchtpodium zouden beperken tot slechts één dag in plaats van twee, was de prijs nog steeds onbetaalbaar, vooral omdat in dit budget geen rekening was gehouden met een reeks bijkomende kosten. Daarom hebben we de moeilijke beslissing genomen om het project voor het openluchtpodium te schrappen.

Nu het festival nog minder dan een jaar verwijderd is, moesten we snel plan B in werking stellen. We besloten de show die gepland stond voor vrijdag 26 juni op het openluchtpodium te verplaatsen naar het Koninklijk Circus, voor een dubbele

show, en La Madeleine nog een dag (vrijdag) te huren om daar concerten van 30 minuten te programmeren in plaats van in het Koninklijk Circus. We hebben het evenement dat gepland stond voor zaterdag 27 juni verplaatst naar de ING Arena, de grootste concertzaal van Brussel. De locatie ligt ver van het stadscentrum, maar we dachten dat dit aantrekkelijk zou kunnen zijn voor de festivalgangers omdat het op een steenworp afstand ligt van het Atomium, een van de meest iconische monumenten van onze stad, en ook omdat we ons de fijne ervaring herinnerden van de concerten rond een meer, buiten de stad, tijdens Various Voices München 2018. Het evenement van zaterdag werd het enige waarbij het mogelijk was om alle festivalgangers tegelijkertijd op één plek bijeen te brengen. In juli 2025 tekenden we het contract en betaalden we de volledige huurprijs voor de ING Arena. Uiteindelijk bedroegen de totale kosten voor de locaties 387.000 euro, terwijl de gecombineerde kosten voor het huren van Square, Bozar en het openluchtpodium bijna een miljoen euro zouden zijn geweest! We zouden dit niet hebben kunnen financieren zonder de inschrijfgelden voor festivalgangers aanzienlijk te verhogen.

Deze locatie bespaarde ons niet alleen geld, maar nam ook een deel van onze zorgen weg: de toegankelijkheid was gegarandeerd (zitplaatsen, wat buiten niet mogelijk was), de weersrisico's waren beperkt en het was mogelijk om tickets aan het publiek te verkopen, wat voor ons van cruciaal belang was en buiten onzeker was omdat we niet wisten of de Stad Brussel ons toestemming zou verlenen om de openbare ruimte af te sluiten voor het organiseren van een betaald evenement. Nu we weten onder welke omstandigheden het festival plaatsvond, was deze beslissing duidelijk de beste, want elk evenement in de open lucht zou automatisch hebben moeten worden afgelast vanwege de storm die die dag op komst was.

Aangezien het Square-project was geschrapt, zijn we ook op zoek gegaan naar een alternatieve locatie voor het Village. Onze eerste keuze was om het op te zetten op de Place du Musée (de grote parkeerplaats voor Auditorium 490). Net als bij het openluchtpodium waren de door visit.brussels en Step in Live voorgestelde kosten meer dan drie keer zo hoog als we hadden begroot (€ 70.000 in plaats van € 20.000). We hebben naar alternatieven voor de geplande locatie gezocht om onze kosten te drukken. Visit.brussels bood uiteindelijk aan om het Village op hun terrein te huisvesten, door ons gebruik te laten maken van de Cour d'honneur, de Salle des Guichets en diverse andere ruimtes voor onze vrijwilligers en het festivalbureau. Deze oplossing had het voordeel dat de locatie centraal lag ten opzichte van de festivalpodia en dat de beveiligingskosten aanzienlijk lager uitvielen, aangezien het Village 's nachts niet bewaakt hoefde te worden, wanneer de poort naar de Cour d'honneur gesloten is. Hierdoor daalden de kosten voor het Village tot € 40.000.

We willen de toekomstige organisatieteams graag laten weten dat deze beslissingen niet gemakkelijk waren. Ze laten zien dat er een aanzienlijke kloof bestaat tussen onze dromen en de realiteit. Ze veroorzaakten veel stress en onzekerheid over de beste aanpak. We zijn echter trouw gebleven aan onze oorspronkelijke doelstelling: centrale locaties en beheersbare kosten. Je moet je kunnen aanpassen, beslissingen kunnen nemen waarbij je de belangen van de festivalgangers vooropstelt, en achter de beslissingen staan die je hebt genomen.

Het ‘Let Your Heart Be Heard’-project

We waren ervan overtuigd dat het belangrijk was om tijdens het festival een moment van gezamenlijk zingen te organiseren. Dit kwam ook tegemoet aan een sterke vraag van de deelnemende koren. In Dublin in 2014 werd een eenmalig festivalkoor gevormd. In München in 2018 voerden we samen Carl Orffs ‘Carmina Burana’ uit. In Bologna in 2023 zongen we ‘I Am What I Am’ als afsluiting van het galaconcert. We wilden ons onderscheiden en iets nieuws bieden: een stuk dat speciaal voor het festival was geschreven.

We vroegen Simon Finn, voormalig lid van Sing Out Brussels! en nu lid van de Pink Singers, om een lied te schrijven met de titel ‘Let Your Heart Be Heard’, de slogan van het festival in Brussel. We kenden Simons werk al van toen Sing Out Brussels! een studio-opname en een videoclip maakte van zijn compositie ‘In These Heels’, een lied dat hij schreef in de nasleep van het homofobe bloedbad in een nachtclub in Orlando in 2016.

Simon Finn nam deel aan een bijeenkomst over de identiteit van het festival, wat hem hielp het nummer vorm te geven als een positief, vrolijk en bevrijdend koorstuk dat niet alleen onze koren fysiek samenbrengt, maar ook de vreugde van het samen zingen en onze gedeelde dromen symboliseert.

We vroegen Philippe Maniez om het nummer voor koren te bewerken. Componist, drummer, arrangeur en docent Philippe Maniez had al verschillende nummers voor Sing Out Brussels! bewerkt, waaronder ‘In These Heels’. Philippe Maniez schreef het arrangement in verschillende bezettingen (4-stemmig, 8-stemmig en 16-stemmig). We ontvingen de partituren en audio-opnames van de afzonderlijke zangpartijen.

Dit materiaal werd vanaf mei 2025 gedeeld met de koren en festivalbezoekers. We nodigden alle deelnemende koren uit om het nummer in te studeren ter voorbereiding op het festival, met als doel het nummer gezamenlijk ten gehore te brengen aan het einde van de ‘Let Your Heart Be Heard’-show in de ING Arena. Omdat we het festival open wilden stellen voor de stad en haar inwoners, besloten we Brusselse en Belgische koren erbij te betrekken en hen uit te nodigen het lied in te studeren en met ons mee te zingen. Het doel van het project was niet alleen muzikaal. We wilden Belgische koren ook goede oefeningen en hulpmiddelen bieden om de inclusie van LGBTQI+-mensen te bevorderen.

We waren erg ambitieus, maar kregen helaas weinig belangstelling. Was het vooroordeel tegen het LGBTQI+-karakter van het project? Een gebrek aan belangstelling gezien de toch al drukke agenda’s van de koren? Het lied zelf? De angst om de projecten van andere koren te overschaduwen? Een gebrek aan bekendheid van het Various Voices-festival, dat buiten de Europese LGBTQI+-koorgemeenschap grotendeels onbekend is? We weten het niet.

We hebben herhaaldelijk geprobeerd een samenwerking aan te gaan met „A Choeur Joie”, de Belgische Franstalige Federatie van Amateurchoren, maar zonder succes (we kregen zelfs een antwoord met homofobe ondertonen). We hadden meer succes met Koor & Stem, de Vlaamse tegenhanger, waarvan het team enthousiast reageerde. We zijn een samenwerking aangegaan met deze

organisatie, die heeft bijgedragen aan de financiering van onze communicatieprojecten en een actieve rol heeft gespeeld bij het vergroten van de bekendheid van het project binnen haar netwerk.

In september 2025 nam Sing Out Brussels! het nummer op in de studio en draaide een videoclip, met drie doelstellingen voor ogen:

- De leden van Sing Out Brussels! actief betrekken bij de voorbereidingen voor het festival
- Een krachtig communicatiemiddel te hebben voor festivalgangers, het grote publiek en al onze potentiële partners.
- Festivalgangers aanmoedigen om dit volkslied te leren ter voorbereiding op het festival.

Het project werd gecoproduceerd door de vzw's Various Voices Brussels 2026 en Sing Out Brussels!. De muzikaal directeur van het festival, Emily Allison, hield toezicht op de opdracht en de correcties van het arrangement door Philippe Maniez. Ze rekruteerde ook de muzikanten, dirigeerde het koor en keurde de definitieve mix goed. De artistiek directeur van het festival, Simon Paco, stelde een klein team van vrijwilligers uit het koor samen om het script voor de video te ontwikkelen, in samenwerking met La Horde Productions, een in Brussel gevestigd audiovisueel bedrijf dat wordt gerund door queer-mensen, en hield toezicht op de opnames en de montage van de video.

Het Sing Out Brussels!-koor gebruikte dit project om de integratie van zijn nieuwe leden, die in de zomer van 2025 waren geworven, te bevorderen. Elke auditiekandidaat moest het nummer „Let Your Heart Be Heard" instuderen. De eerste repetities van het seizoen stonden in het teken van dit project, wat voor veel enthousiasme rond het festival zorgde.

De studio-opname en de opnames van de videoclip vonden plaats tijdens hetzelfde weekend in september 2025. Het nummer werd in één middag opgenomen in Jet Studio in Brussel, in aanwezigheid van de filmploeg. De volgende dag hebben we de videoclip opgenomen op verschillende iconische locaties in de stad (Grote Markt, De Beurs van Brussel, het Brusselse Park, de wijk Saint-Jacques).

Het nummer werd eind oktober uitgebracht op alle muziekplatforms (Spotify, Apple Music, enz.), waar het nog steeds beschikbaar is. De videoclip verscheen half november en werd op grote schaal gedeeld op YouTube en onze sociale mediakanalen.

We hebben voor dit project verschillende aanvragen voor overheidssubsidies ingediend en kregen steun van de Fédération Wallonie-Bruxelles (Gelijke Kansen), de Nationale Loterij en Rainbow Visibilities, een gezamenlijk project van Cocof (Franstalige Gemeenschap Brussel) en RainbowHouse Brussels. Het opgehaalde bedrag dekte alle kosten (ongeveer € 15.000) van dit project, dat daardoor noch de twee verenigingen, noch de festivalbezoekers iets heeft gekost.

Het project 'Let Your Heart Be Heard' werd in 2026 voortgezet, als opmaat naar het festival. We sloten een partnerschap met Bozar om in de aanloop naar het festival repetities te organiseren, met als doel de Brusselaars aan het zingen te krijgen.

Er vonden drie repetities plaats in april, mei en juni 2026 op het podium van de prachtige Henry Le Boeuf-zaal. We zetten een inschrijvingssysteem op voor deze repetities, tegen een symbolische bijdrage van € 5, aangezien het hier niet de bedoeling was om geld te verdienen. Iedereen was welkom, ongeacht eerdere ervaring. 85 mensen schreven zich in voor de repetities, die elk door ongeveer 50 mensen werden bijgewoond, waaronder leden van Sing Out Brussels! die aanwezig waren om ondersteuning te bieden en te helpen bij het leerproces. De deelnemers hadden zeer uiteenlopende achtergronden: Brusselse koren, de LGBTQI+-gemeenschap... Sommigen hadden nog nooit in een koor gezongen en kregen er echt de smaak van te pakken.

Oorspronkelijk was het de bedoeling dat deze mensen het volkslied op 27 juni vanuit het publiek zouden zingen, maar gezien hun inzet en de banden die gaandeweg tussen hen en onderling ontstonden, hebben we hen uitgenodigd om samen met ons op het podium van de ING Arena te staan. Dertig mensen grepen deze kans aan om dit krachtige volkslied als bondgenoten te zingen, samen met onze LGBTQI+-koren.

Ook dit participatieve project kostte de festivalgangers niets. Bozar stelde de repetitieruimte ter beschikking en betaalde ook de muzikale leiding, Emily Allison. RainbowHouse Brussels nam een van onze repetities op in het programma van de Brussels Pride Week in mei, waardoor we financiering konden verkrijgen om de kosten van de pianist te dekken.

Hoewel het participatieve project slechts een beperkt aantal mensen bereikte, heeft het er in hoge mate toe bijgedragen dat de media aandacht aan ons besteedden. We gaven verschillende radio-interviews over dit project dankzij onze communicatiestrategie die was gericht op 'het grootste koor dat Brussel ooit heeft gezien' (zie het hoofdstuk 'communicatie').

Tegelijkertijd bleek uit een enquête dat er onder de voor het festival aangemelde koren weinig enthousiasme bestond om het lied in te studeren, om verschillende redenen (moeilijkheden voor niet-SATB-koren bij het instuderen van het stuk, buitensporige complexiteit, gebrek aan tijd). Onze artistiek directeur en muzikaal directeur namen daarom contact op met de koren die zouden optreden tijdens de 'Let Your Heart Be Heard'-show om hen aan te moedigen het lied in te studeren, wat de meesten van hen ook deden.

Tijdens het festival leidde Emily Allison twee repetities in Bozar, waarbij telkens zo'n honderd deelnemers bijeenkwamen voor een sessie groepszang.

Het anthem werd uitgevoerd door Sing Out Brussels! tijdens de openingsceremonie, en vervolgens op 27 juni in de ING Arena door zo'n 500 zangers, verspreid over het podium en de zijbeuken.

Dit project heeft veel van onze tijd en energie gekost. We betreuren het dat het niet meer enthousiasme heeft gewekt, noch bij de Brusselse koren, noch bij degenen die zich voor het festival hadden ingeschreven, wat in contrast staat met de verzoeken van veel festivalgangers om een gelegenheid voor gezamenlijk zingen. Niettemin zijn we zeer tevreden over het hoge niveau waarop dit project is uitgevoerd, de media-aandacht die het heeft gekregen en de rol die het heeft

gespeeld bij het stimuleren van de motivatie van de leden van Sing Out Brussels! voor het festival.

Communicatie

Grafische identiteit

Vanaf het begin wilden we ons festival een sterke identiteit geven. Er is veel werk gestoken in het vaststellen van de waarden die we wilden uitdragen: interactie, creativiteit, inclusie, vreugde, duurzaamheid, openheid, belangenbehartiging, solidariteit en diversiteit.

Om de visuele identiteit van het festival te ontwikkelen, besloten we samen te werken met Kidnap Your Designer (KYD), een bedrijf dat wordt gerund door queer-mensen en gespecialiseerd is in culturele evenementen. We konden tijdens dit hele proces rekenen op de onschatbare hulp van hun team.

Na een brainstormsessie stelde KYD de slogan van het festival voor, 'Let Your Heart Be Heard', en een visuele identiteit. We waren meteen weg van het logo en de bijbehorende pictogrammen, die de Brusselse identiteit van het festival, het internationale karakter, de rol als spreekbuis voor de gemeenschap, de politieke rol, de inclusiviteit, de kracht en de vreugde benadrukken.

Het lettertype van het logo, met zijn licht schuine letters, doet denken aan muzieknoten.

Dit logo en de bijbehorende pictogrammen bleken een zeer krachtig communicatiemiddel te zijn, dat we tijdens de voorbereiding van het festival en tijdens het evenement zelf op talloze manieren konden aanpassen. We zijn ervan overtuigd dat dit grafische ontwerp heeft bijgedragen aan het genereren van steun en goodwill voor ons evenement.

Website

Vanaf 2022 was het opzetten van een website voor het festival onze prioriteit. Het was voor ons essentieel om over zo'n visitekaartje te beschikken: wat is Various Voices? Voor wie is het bedoeld? Wat is het doel van het festival?

Via KYD kwamen we in contact met Cobea, een klein webontwikkelingsbedrijf in Brussel dat goed aansluit bij een non-profitorganisatie als de onze. Hun team (Valérie, Lorraine en Jean-Pierre) heeft hard gewerkt om aan onze behoeften te voldoen. Een van hun grootste uitdagingen was het creëren van een website die tegemoetkomt aan de behoeften van zowel koren en afgevaardigden als het grote publiek.

We hadden ook behoefte aan een gebruiksvriendelijke en flexibele tool, zodat we de site zelf konden bijwerken en inhoud konden toevoegen. De toevoeging van een rubriek 'Nieuws', die elke maand met een nieuw artikel wordt bijgewerkt, heeft bijgedragen aan een betere positie in de zoekmachines.

In de beginfase werd de website enkele dagen voor Various Voices Bologna 2023 gelanceerd. In dat stadium diende de site uitsluitend als identiteitsplatform en als middel om e-mailadressen te verzamelen voor nieuwsbriefabonnementen.

Toen de inschrijving in september 2024 van start ging, werd de site de plek waar koren – en later ook afgevaardigden – praktische informatie konden vinden over de algemene voorwaarden, data en inschrijfgelden. We hebben alle relevante documenten (algemene voorwaarden, gedragscode, enz.) geüpload. We hebben een reeks veelgestelde vragen (FAQ's) opgesteld, die we bijwerkten naarmate we nieuwe vragen ontvingen.

Vanaf 2025 hebben we de tweede fase van de website voorbereid om de deelnemende koren en het festivalprogramma te presenteren. We verzamelden de informatie die nodig was om voor elk deelnemend koor een webpagina te maken via een op communicatie gerichte vragenlijst die naar elk koor werd gestuurd. Tegelijkertijd ontwikkelde Cobea de benodigde webpagina's en koppelde deze aan de API van het Integra-platform om de door de koren verstrekte gegevens automatisch te kunnen ophalen. Dit was een lastige klus, omdat de Integra-API verouderd is en uitsluitend voor de Integra-app is ontworpen.

In december 2024 hadden we het grootste deel van de informatie verzameld en vervolgens alle teksten in drie talen vertaald. Op 1 januari 2026 publiceerden we deze pagina's gewijd aan de koren.

De volgende stap was het afronden van de pagina's over het festivalprogramma, volgens hetzelfde principe (de inhoud van deze pagina's werd rechtstreeks uit Integra gehaald). Het volledige festivalprogramma was vanaf 1 april 2026 online beschikbaar.

Toen de inschrijving voor afgevaardigden was gesloten, hebben we de overige pagina's van de website opnieuw vormgegeven. Tot dan toe was de website bedoeld voor festivalinschrijvingen en om onze partners een algemeen overzicht van het festival te bieden. Vanaf april 2026 was de website meer gericht op het grote publiek, met als doel het programma te presenteren en tickets te verkopen.

We zullen later terugkomen op het gebruik van de website tijdens het festival. Onze conclusie in dit stadium is dat een uitgebreide website die gemakkelijk te beheren is door het organisatieteam essentieel is voor de communicatie. Het is ook belangrijk om in gedachten te houden dat dit veel werk en tijd vergt, vooral wanneer de site drietalig is (elke taak moet drie keer worden uitgevoerd!). We hebben geen spijt van deze beslissing, die bedoeld was om onze inzet voor inclusie te tonen. Het toevoegen van nog meer talen zou echter een onevenredige werkdruk hebben opgeleverd.

De Bologna-campagne

Various Voices Bologna 2023 bood een uitstekende kans om onze doelgroep te bereiken. Daarom hebben we in het kader van het evenement een communicatiecampagne opgezet. Gezien ons streven naar duurzaamheid wilden we vermijden dat we een simpele wegwerpflyer zouden maken. KYD kwam toen met het idee van een vel stickers waarop aan de ene kant het logo en de

bijbehorende pictogrammen in stickerformaat stonden, en aan de andere kant wat informatie over het festival en een QR-code om je aan te melden voor de nieuwsbrief. We stuurden bijna 4.000 stickers naar Bologna, en elke festivalbezoeker vond er één in zijn welkomstpakket. Dit leuke promotiemiddel werd goed ontvangen.

Tegelijkertijd namen twee vertegenwoordigers van Bozar deel aan het festival (de muzikaal directeur en de Audience Engagement Manager). Visit.brussels stuurde zijn vertegenwoordiger in Italië naar Bologna. We hadden een gezamenlijke stand in het festivaldorp. De stand trok echter weinig belangstelling, aangezien het Brusselse festival op dat moment nog ver weg leek. Hoe dan ook, de basis voor onze communicatiecampagne was gelegd!

Sociale media

De socialemedia-accounts van Various Voices zijn eigendom van Legato, dus de @variousvoiceschoirfestival-accounts worden van het ene festival naar het andere doorgegeven. Dat is in ieder geval één gebied waarop de nieuwe organisatieteams niet helemaal vanaf nul hoeven te beginnen! We hebben de volgers van eerdere edities behouden.

We hebben deze socialemedia-accounts in september 2023 overgenomen, nadat Bologna zijn communicatiewerk had afgerond. In het begin hadden we nog niet veel te melden, dus kwam alles traag op gang. Pas toen de inschrijvingen in september 2024 van start gingen, begonnen we onze communicatie te structureren. Hiervoor gebruikten we drie verschillende sjablonen die KYD had aangeleverd voor posts gericht op informatie (een afbeelding met tekst), een foto of het programma (meerdere afbeeldingen in een carrousel). Deze afbeeldingen waren uiteraard voorzien van onze pictogrammen.

Van september 2024 tot december 2025 richtten we onze communicatie uitsluitend op koren en festivalbezoekers, met twee posts per maand (drie vanaf september 2025): informatie over de inschrijving, een introductie van de festival locaties, een introductie van het festivalteam en een overzicht van de belangrijkste evenementen van het festival. Telkens wanneer een nieuw koor zich inschreef, publiceerden we een verhaal. In elk verhaal tagden we Legato, het nieuw ingeschreven koor en Sing Out Brussels, wat zorgde voor shares. Deze verhalen werden als hoogtepunten verzameld op ons Instagram-account. Ze leverden veel reacties op.

Eind 2024, in de nasleep van de verkiezing van Donald Trump en het standpunt van Meta over inclusiviteit, hebben we ook gedebatteerd of we onze aanwezigheid op de Facebook/Instagram-netwerken moesten handhaven. We besloten te blijven om te voorkomen dat we zouden bijdragen aan een gebrek aan vertegenwoordiging van onze gemeenschap op deze netwerken, en we hebben ook over de situatie gecommuniceerd. Tegelijkertijd stapte het organisatieteam voor zijn interne communicatie over van WhatsApp naar Signal.

In november 2025 stond de promotie van de videoclip ‘Let Your Heart Be Heard’ volop in de schijnwerpers op onze sociale mediakanalen.

Van januari tot half mei 2026 hebben we de 114 deelnemende koren op sociale media onder de aandacht gebracht. Dit vereiste een zorgvuldige planning om ervoor te zorgen dat we genoeg tijd hadden om iedereen te laten zien voordat het festival begon. Het voorbereiden van deze posts kostte veel tijd. Elk koor werd in de betreffende post getagd, wat leidde tot veel shares en ons hielp veel volgers te werven.

Van half mei tot half juni hebben we de gastartiesten onder de aandacht gebracht die optraden tijdens de shows en ceremonies. Deze berichten werden ook door de artiesten zelf gedeeld, wat de kaartverkoop en de betrokkenheid op onze accounts een boost gaf

Tegelijkertijd bleven we berichten plaatsen om het festivalprogramma, de kaartverkoop, het project 'Let Your Heart Be Heard' en de festivalwinkel te promoten, maar ook om onze oproepen voor vrijwilligers te lanceren en onze partners te bedanken.

Nieuwsbrieven

Vanaf september 2023 zijn we begonnen met het versturen van één nieuwsbrief per maand naar de enkele mensen die zich na Bologna hadden aangemeld. Hoewel dit niet in overeenstemming is met de AVG, hebben we de contactgegevens van alle aangesloten koren van Legato aan de mailinglijst toegevoegd, aangezien dit de enige manier was waarop we contact met hen konden opnemen.

Na verloop van tijd verstuurden we drie nieuwsbrieven per maand, gericht op drie verschillende doelgroepen: de nieuwsbrief voor koorbeheerders (vanaf september 2024, aan het begin van elke maand, over de registratie van hun koor en hun taken als beheerders), de nieuwsbrief voor afgevaardigden (vanaf januari 2025, over hun eigen registratie en informatie specifiek voor afgevaardigden), en, meer sporadisch, de externe nieuwsbrief (in de loop van de tijd werd deze afgestemd op het grote publiek). Al deze communicatie zorgde voor verwachting en enthousiasme, terwijl iedereen duidelijk op de hoogte werd gehouden van de voortgang van de festivalvoorbereidingen.

In het kader van de enquête na afloop van het festival ontvingen we klachten over het aantal verstuurde nieuwsbrieven. Het klopt dat sommige mensen alle drie de nieuwsbrieven ontvingen, aangezien zij zowel afgevaardigden als koorbeheerders waren en bovendien geabonneerd waren op de nieuwsbrief voor het grote publiek.

Wij zijn echter van mening dat het nuttig was om de informatie regelmatig te herhalen en rechtstreeks met alle festivalbezoekers te communiceren. Bij eerdere festivals was de communicatie bijna uitsluitend gericht op koorleiders, zelden op afgevaardigden, die vaak op het festival aankwamen zonder iets te weten over de organisatie van het evenement.

Ons gevoel is dat de reacties op deze communicatie ongetwijfeld weerspiegelen wat we allemaal in onze koren ervaren: sommige mensen klagen dat ze overspoeld worden met informatie, anderen klagen dat ze helemaal niet op de hoogte worden

gehouden, om nog maar te zwijgen van degenen die de informatie nooit lezen en vervolgens klagen dat ze niet op de hoogte zijn.

We laten het aan toekomstige organisatieteams over om uit te zoeken wat de beste manier is om met de koren en afgevaardigden te communiceren.

E-mailbeheer

In plaats van voor elk lid van het organisatieteam een eigen e-mailadres aan te maken, kozen we ervoor om één algemeen e-mailadres in te stellen, zodat iedereen toegang had tot dezelfde informatie. We waren met drie personen die de inbox beheerden, en ons doel was altijd om zo snel mogelijk te reageren.

De meeste mensen die contact met ons opnamen, kregen binnen 24 uur een antwoord, behalve in gevallen waarin het antwoord nader onderzoek vereiste. Deze reactiesnelheid werd enorm gewaardeerd en leverde ons veel complimenten op.

Het is belangrijk om te beseffen dat het beheren van e-mails enorm veel tijd kost. Na verloop van tijd hebben we zelfs standaardantwoorden opgesteld voor veelgestelde vragen. Maar het is juist deze responsiviteit die vertrouwen opbouwt.

Rendez-vous à Bruxelles/Hand in Hand Festival

In juni 2024 was Sing Out Brussels! gastheer van het door Legato georganiseerde ‘Rendez-vous à Bruxelles’. Ongeveer twintig mensen namen deel aan dit evenement, dat koorleiders uit het Verenigd Koninkrijk, Duitsland, Nederland, Italië, Spanje, Noorwegen en IJsland bij elkaar bracht.

De delegatie bezocht de belangrijkste locaties van het festival, waaronder een kijkje achter de schermen bij Bozar. Onze artistiek directeur Simon Paco presenteerde ook hun artistieke project. Het bestuur verstrekte allerlei praktische informatie. De dag werd voortgezet met een concert van Sing Out Brussels!, Voces Gaudii (Warschau) en DynamiQ Voices (Utrecht). Een fantastische afterparty en een heerlijke brunch sloten het weekend af. Deze gezamenlijke organisatie door Legato, Sing Out Brussels! en Various Voices Brussels 2026 gaf de deelnemers een uitgebreid inzicht in hoe de festivalervaring eruit zou zien, en maakte ons project veel concreter.

Degenen die aan dit evenement hebben deelgenomen, herinneren zich wellicht nog dat het plaatsvond op de data die voor het festival waren gepland. Het was ijskoud in Brussel en de lucht was grijs. Op dat moment had niemand kunnen vermoeden dat we twee jaar later te maken zouden krijgen met een verschrikkelijke hittegolf...

Enkele maanden later ontvingen we een samenvatting van de enquête die Legato na dit ‘Rendez-vous in Brussel’ had gehouden. De meeste opmerkingen waren al tijdens het weekend naar voren gebracht en het festivalteam hield er rekening mee (toegankelijkheid, concertmogelijkheden, inhoud van de voorstellingen). We herinnerden de koren eraan dat we ons best deden om een festival op te zetten dat voor iedereen geschikt zou zijn, maar dat het onmogelijk is om 100% van de

festivalgangers 100% tevreden te stellen.

Ten slotte nam Sing Out Brussels! in augustus 2024 deel aan het Hand in Hand-festival (een festival voor LGBTQI+-koren uit het Verenigd Koninkrijk en Ierland), als enig uitgenodigd koor van het vasteland. We maakten van de gelegenheid gebruik om het festival te promoten door onze stickers uit te delen en met de deelnemers te praten. Het was duidelijk dat er reikhalzend naar ons festival werd uitgekeken.

Festivalwinkel

Dit heeft meer te maken met merchandising dan met communicatie, maar we nemen de Festivalwinkel niettemin op in onze communicatiemiddelen.

Tijdens de bestuursvergaderingen hebben we uitgebreid gediscussieerd over het maken van een festival-T-shirt. De discussie draaide om de duurzaamheid van dergelijke T-shirts (vaak van slechte kwaliteit, geproduceerd in Azië...) en om hun inclusiviteit (ontwerpen in één maat die geschikt zijn voor mannen met een 'standaard' lichaamsbouw, maar niet voor andere lichaamstypes).

Op basis van de ervaringen van Sing Out Brussels!, dat al onderzoek had gedaan naar dit onderwerp voor zijn eigen T-shirts, hebben we besloten om het RedBubble-platform te gebruiken. Dit platform hanteert een duurzame aanpak omdat er pas producten worden vervaardigd wanneer ze worden besteld. Dit betekent dat er geen voorraad is en er geen afval ontstaat. Bovendien betaalt RedBubble zijn kunstenaars en ontwerpers eerlijk. Het biedt een breed scala aan kledingontwerpen en stelde ons in staat om ook andere artikelen dan T-shirts aan te bieden (truien, petten, mokken, muismatten... en zelfs een douchegordijn of beddengoed!).

KYD ontwierp de patronen, die door RedBubble automatisch werden aangepast voor verschillende producten.

Hier volgt een overzicht van de prestaties van de winkel wat betreft omzet en verkochte artikelen:

- 335 T-shirts (waarvan 139 met het LYHBH-logo en 144 met het VV26-logo)
- 67 andere textielartikelen (truien, petten, sokken)
- 114 stickers en magneten
- 27 diverse artikelen (muismat, iPhone-hoesje, draagtas, notitieboekje, kussen...)
- 10 mokken

Consumenten gaven in totaal 7334€ uit. Het festival hield een marge van 7% op de verkochte artikelen. Het doel van de winkel was niet om winst te maken. De winkel is momenteel nog steeds open.

Reclame

Naast het promoten van het festival bij onze doelgroep (LGBTQI+-koren en zangers) hebben we een reclamebudget gereserveerd om het festival onder de aandacht te brengen bij het grote publiek in België. Deze reclamecampagnes

hadden een tweeledig doel: het Belgische publiek aanmoedigen om tickets voor het evenement te kopen en de zichtbaarheid van het evenement in de publieke sfeer vergroten.

We zijn een samenwerking aangegaan met Tipik (een mediakanaal dat deel uitmaakt van de Franstalige Belgische openbare omroep RTBF): dankzij deze samenwerking met dit nationale mediakanaal konden we profiteren van twee radioreclamecampagnes in maart en mei 2026, zonder extra kosten voor het festival, afgezien van de productie van de twee reclamespots. Deze campagne ging gepaard met een webartikel, waarvan de zichtbaarheid werd gepromoot op de website van de RTBF.

We zijn ook een samenwerking aangegaan met Bruzz, een Nederlandstalig mediakanaal uit Brussel. In juni 2026 werd er een reclamespot uitgezonden. Voor deze uitzending hebben we een gereduceerd tarief gekregen.

Daarnaast hebben we een postercampagne gelanceerd. Vlak voor en tijdens het festival werden 25 posters opgehangen op reclameborden van JC Decaux op diverse belangrijke locaties in het centrum van Brussel.

Het grootste deel van ons advertentiebudget werd vanaf half juni 2026 geïnvesteerd in banners die op lantaarnpalen werden geplaatst op 25 bijzonder zichtbare locaties in heel Brussel. Ongeveer tien van deze banners werden de nacht na het ophangen vernield, maar de banners die overbleven zorgden gedurende het hele evenement voor aanzienlijke zichtbaarheid van het festival. Veel festivalgangers maakten ook foto's van deze prachtige banners, die een vleugje kleur aan de stad gaven.

Het is moeilijk om de impact van deze advertenties op het festivalbezoek te meten. Dit is ongetwijfeld het bannerproject waar we het meest trots op zijn. We hebben er veel positieve reacties op ontvangen. Het ontwerp, het formaat en de zichtbaarheid ervan hebben in hoge mate bijgedragen aan de geloofwaardigheid van het festival en de naamsbekendheid ervan.

Media-aandacht

Tijdens de voorbereidingen van het festival hebben we meerdere keren contact gezocht met de algemene pers. We hebben eerst een persbericht uitgegeven met de steun van visit.brussels toen Legato aankondigde dat Brussel was gekozen als gaststad voor het festival. Een nieuwsbericht van persbureau Belga werd door talrijke media overgenomen: La Libre Belgique, La Dernière Heure, Bruzz, Het Laatste Nieuws, Knack, RTBF en RTL.

Na onze deelname aan het festival van Bologna in 2023 wijdde Les Grenades, het feministische en inclusieve project van de RTBF, een artikel aan het Brusselse festival.

In 2024 leverde het evenement 'Various Voices Rising', georganiseerd in het kader van 'Rendez-vous à Bruxelles', ons een reportage op bij de regionale televisiezender BX1, waardoor het festival meer bekendheid kreeg.

In januari 2025 brachten we een nieuw persbericht uit; op dat moment was het festival al uitverkocht en hadden zich 120 koren aangemeld: Bruzz, RTBF, DH, BX1, La Libre, Brussels Times.

In 2026 richtte onze communicatie zich aanvankelijk op het participatieve project 'Let Your Heart Be Heard' en de repetities die in de aanloop naar het optreden op 27 juni in Bozar werden georganiseerd. Dit leidde ertoe dat we werden uitgenodigd in het ochtendprogramma op Vivacité Bruxelles (een regionale zender van de RTBF) om het project te promoten. We werden ook uitgenodigd in het ochtendprogramma Tipik (RTBF).

We zijn een samenwerking aangegaan met het Brusselse LGBTQI+-medium Ket, dat in de loop van de tijd veel artikelen aan het festival heeft gewijd: 22/02/26, 25/02/26, 04/03/26, 11/03/26, 02/04/26, 17/04/26, 27/04/26, 25/05/26, 29/06/26, 02/06/26, 04/06/26, 14/06/26.

Naarmate het festival naderde, waren we teleurgesteld dat de reguliere media geen grotere belangstelling toonden voor ons project, ondanks een context die gunstig was voor de zichtbaarheid ervan (de uitdaging voor LGBTQI+-rechten wereldwijd, de groeiende populariteit van koorzang, het unieke karakter van het evenement en de enorme economische impact ervan op de stad). Alles veranderde echter na het vandalisme waarbij ongeveer tien van onze promotiebanners werden beschadigd. De schok was zo groot dat we spontaan een reactie hierop op Instagram plaatsten. Dit bericht ging al snel viraal. Het werd meer dan 1.130.000 keer bekeken, kreeg 3.300 likes, werd 500 keer gedeeld en leverde bijna 200 reacties op. Deze enorme buzz trok de aandacht van de media, die in de dagen daarna talrijke artikelen publiceerden en interviews afnamen over het festival: Sudinfo, Bruxelles Today, RTBF, Bruzz, VRT, Het Laatste Nieuws, La Libre en La DH.

Hoewel we de solidariteit na dit homofobe vandalisme op prijs stelden, vonden we het jammer dat er pas na dit incident belangstelling van de media voor het festival ontstond. Daarom hebben we nog een persbericht uitgegeven, waarin we de media aanspoorden om het festival niet langer onder 'Nieuws in het kort' te plaatsen, maar onder de rubrieken 'Maatschappij' of 'Cultuur'. Naar aanleiding van dit persbericht werden we uitgenodigd in het ochtendprogramma van Bruzz en BX1 om over het festival in het algemeen te praten.

TIJDENS HET FESTIVAL

De hittegolf

Er wordt wel gezegd dat Belgen geobsedeerd zijn door het weer, dat vaak hun eerste gespreksonderwerp is, gezien hoe wisselvallig het in België is. Tijdens het festival hadden we alle reden om er ons belangrijkste gespreksonderwerp van te maken. De intense hitte die het hele festival heerste, eiste een zware tol van het evenement.

De festivaldata waren niet toevallig gekozen. Het waren namelijk de enige data waarop alle locaties tegelijkertijd beschikbaar waren, aangezien het culturele seizoen in Brussel rond 20 juni afloopt. De meeste locaties zijn in juli en augustus

gesloten en kunnen dan niet worden gehuurd. Onder deze omstandigheden hadden we maar een klein tijdsvenster om het festival te organiseren.

Hoewel deze data in het begin van de zomer vallen, waren regen en grijze luchten onze grootste zorg tijdens de zes jaar van voorbereiding op het festival. Ter vergelijking: hier zijn de weersomstandigheden voor deze data van 2020 tot 2025:

- 2025: tussen 22 en 25°, met elke dag regen
- 2024: tussen 18 en 20°, zonder regen, maar met een grijze lucht en koude vochtigheid
- 2023: tussen 22 en 25°, met regen op twee van de vijf dagen
- 2022: tussen 18 en 20°, zonder regen
- 2021: tussen 18 en 20°, met elke dag regen
- 2020: tussen 20 en 22°, zonder regen

We hadden ons dus voorbereid op nogal lenteachtig en waarschijnlijk regenachtig weer. Dit had in feite onze beslissing beïnvloed om het aantal aangeboden buitenevenementen te beperken. De beschikbaarheid van airconditioning in de locaties was voor ons nooit een punt van zorg.

Een paar dagen voor het festival waren we aanvankelijk opgelucht toen we hoorden dat de zon eindelijk op Brussel zou schijnen… maar raakten al snel gedesillusioneerd gezien de voorspelde temperaturen.

Achteraf gezien weten we nu dat het festival plaatsvond tijdens de warmste week die ooit in België is gemeten sinds het begin van de weermetingen in het land. Op 26 juni steeg de temperatuur in Brussel tot 35,5 °C, een recordhoogte voor deze tijd van het jaar. Nooit eerder had er zo vroeg een hittegolf toegeslagen, met bovendien zes opeenvolgende tropische nachten van 21 tot en met 26 juni (waaronder twee nachten met minimumtemperaturen van 24 °C tijdens het festival!) en zeven dagen van extreme hitte (maximumtemperaturen boven de 30 °C). Het onweer dat in de nacht van 27 op 28 juni losbarstte, was al even hevig. In amper 30 minuten viel er in Brussel 35,1 mm regen – de helft van de hoeveelheid regen die normaal gesproken in de hele maand juni wordt geregistreerd. Gezien deze omstandigheden werden er gedurende de gehele periode in België 1.747 extra sterfgevallen geregistreerd, wat neerkomt op een oversterfte van 47,8%. Onder deze omstandigheden moeten we in de eerste plaats dankbaar zijn dat het festival zonder noemenswaardige gezondheidsproblemen is verlopen.

België is duidelijk niet toegerust om dergelijke temperaturen het hoofd te bieden. Airconditioning is bijvoorbeeld niet erg gangbaar in openbare ruimtes of in het openbaar vervoer. Hoewel de meeste van onze podia wel over airconditioning beschikten, waren de systemen vaak niet krachtig genoeg om dergelijke temperaturen aan te kunnen. Het Cirque Royal vormde een groot probleem, omdat het geen airconditioning heeft en het dak van metaal is, wat de situatie in die zaal nog verder verergerde.

Het annuleren of uitstellen van het festival is echter nooit overwogen. Alle festivalgangers waren immers al ter plaatse. Aangezien onze evenementen voornamelijk binnenshuis plaatsvinden, hebben de autoriteiten ons niet gevraagd dergelijke maatregelen te nemen, terwijl de stad Brussel op zaterdag 27 juni besloot het Couleur Café-festival, dat in de open lucht plaatsvond op een

steenworp afstand van ons evenement in de ING Arena, te evacueren vanwege de dreiging van een onweersbui.

In deze uitzonderlijke omstandigheden hebben we ervoor gezorgd dat de festivalgangers zo goed mogelijk op de hoogte bleven en hebben we ons aangepast, terwijl we de activiteiten zoveel mogelijk in stand hielden:

- Communicatie via nieuwsbrieven vóór het festival om te informeren over de weersomstandigheden en advies te geven (neem een waterfles mee, drink voldoende, draag lichte kleding, neem een waaier mee, enz.)
- Communicatie via nieuwsbrieven tijdens het festival om te informeren over programmawijzigingen, mogelijke aanpassingen en de situatie in de verschillende locaties.
- Op al onze locaties was kraanwater beschikbaar, zowel voor het publiek als backstage.
- Gezien de verstikkende hitte in het Koninklijk Circus hebben we de avondvoorstellingen Treachery of Images en Royalties in twee delen opgesplitst, terwijl elk van beide voorstellingen oorspronkelijk twee keer in zijn geheel zou worden opgevoerd. Het verplaatsen van de voorstellingen naar een andere locatie was technisch en financieel onhaalbaar. Dit was de beste oplossing die we konden vinden, in het belang van zowel de artiesten als het publiek.

Onze partners namen enkele initiatieven. Zo installeerde visit.brussels in het Festival Village een gratis drinkfontein en breidde het het aantal beschikbare parasols uit. Voor het stadhuis van Brussel, waar verschillende festivalevenementen plaatsvonden, installeerden de lokale autoriteiten een drinkfontein. Vaux Hall Summer bood echter geen schaduw voor de optredende koren, die met hun gezicht naar de zon moesten zingen. We vernamen dat beveiligingspersoneel festivalgangers had geweigerd bepaalde locaties te betreden met hun waterflessen, wat gezien de omstandigheden uiteraard betreurenswaardig is.

Deze hittegolf had gevolgen voor de ervaring van de koren, de festivalbezoekers en het organisatieteam: ingekorte optredens, zeer moeilijke concertomstandigheden, op het laatste moment op te lossen ticketproblemen in het Koninklijk Circus, zeer stressvol crisismanagement, ongemak, vermoeidheid en prikkelbaarheid als gevolg van de hitte, en een lage opkomst bij bepaalde evenementen en locaties.

We willen graag van deze gelegenheid gebruikmaken om alle koren en festivalgangers te bedanken voor hun flexibiliteit en begrip in deze volstrekt uitzonderlijke situatie, die uiteraard buiten onze macht lag.

Als onderdeel van onze aanmeldingsprocedure voor 2020–2021 moesten we al bedenken wat we zouden doen in het geval van een pandemie. Het waren andere tijden. Tijdens het festival stelde geen enkele festivalbezoeker ons vragen over de getroffen gezondheids- en veiligheidsmaatregelen. Iedereen had het over de hittegolf. In de toekomst zal bij aanmeldingsprocedures ongetwijfeld rekening moeten worden gehouden met klimaatgerelateerde risico's. Aangezien het Brighton Festival 2030 midden augustus zal plaatsvinden, zal het organisatieteam hier ongetwijfeld rekening mee moeten houden.

Festivalprogramma

Het programma van het ‘ ’

Toen de inschrijving van start ging, boden we drie concertmogelijkheden aan, net als bij Various Voices Munich 2018, waar we veel inspiratie uit hebben geput: het middagconcert, het straatconcert en deelname aan een show of ceremonie. Het middagconcert was verplicht. Voor de andere twee concerten moesten koorbeheerders op het inschrijfformulier aangeven of ze hierin geïnteresseerd waren. 27 koren toonden geen interesse in deze optredens.

Vanaf september 2025 hebben we, als reactie op de grote vraag van koren, dankzij onze samenwerking met de Stad Brussel drie extra concertmogelijkheden toegevoegd: zingende rondleidingen in het stadhuis, een concert in het stadhuis of een concert in het kader van Vaux Hall Summer. Via een formulier dat naar de koren werd gestuurd, konden zij hun interesse in één of meer concerten kenbaar maken. 61 koren toonden interesse in deze optredens. We hebben ze allemaal kunnen inplannen in het kader van dit programma. Om te voldoen aan bepaalde specifieke vereisten van het Stadhuis (kleine koren), hebben we proactief contact opgenomen met een aantal zanggroepen die voldeden aan de criteria wat betreft het aantal leden.

Bij het opstellen van het programma hebben we rekening gehouden met talrijke beperkingen:

- Gedeelde koorleiders. Eén en dezelfde koorleider kan meerdere koren leiden, die daarom niet tegelijkertijd kunnen worden ingepland.
- Gedeelde zangers. Dezelfde zanger kan bij meerdere koren horen (met een speciale vermelding voor het European Queer Choir, dat uitsluitend bestaat uit zangers die ook in ten minste één ander koor zingen).
- Grootte van het koor (het is onmogelijk om zeer grote koren in kleine zalen in te plannen)
- Toegankelijkheidsvereisten (koorleden met toegankelijkheidsbehoeften werden ingepland om op podia zonder trappen op te treden).
- De aankomst- of vertrekdata van de koren (sommige festivaldeelnemers kwamen pas op donderdag of vrijdag in Brussel aan).

Om het festival te organiseren en tegelijkertijd rekening te houden met deze beperkingen en de concertverzoeken van de koren, hebben we onze eigen planningsapp ontwikkeld, die conflicten kan detecteren. Zonder deze app was het ons waarschijnlijk nooit gelukt! In de overgrote meerderheid van de gevallen konden we aan alle verzoeken tegemoetkomen.

We hebben dit geautomatiseerde schema echter handmatig gecontroleerd en voor enkele koren de locaties of tijden aangepast om de diversiteit van het programma te waarborgen (bijvoorbeeld om te voorkomen dat drie SSAA-koren – die toch al in de minderheid waren – achtereenvolgens op dezelfde locatie zouden optreden, of gelijktijdig op drie verschillende locaties). Uiteindelijk konden we het festivalprogramma in januari 2026 naar elk koor sturen, hoewel we eind maart als deadline hadden vastgesteld.

Eind mei stuurde het festivalteam de koren een briefing voor elke locatie, met informatie over de bereikbaarheid van de locaties, de tijdschema's, de concertzaal en de technische specificaties daarvan (microfoons, afmetingen van het podium, posities van de verhoogde platforms), kleedkamers, toegankelijkheid, enzovoort. Onze artistiek directeur stuurde een soortgelijk document, uitgesplitst per voorstelling of ceremonie, naar de deelnemende koren.

We hebben 374 evenementen gepland, waaronder 267 concerten (andere evenementen zijn repetities, soundchecks, workshops en sociale activiteiten):

- Voorstellingen en ceremonies: 9 sessies, 58 koren op het podium
- Middagconcerten: 114 concerten
- Vaux-Hall Summer: 15 concerten
- Zangrondleidingen in het stadhuis: 40 optredens voor 32 koren
- Gratis concerten in de Salle des Milices: 17 concerten
- Straatconcerten: 28 concerten op woensdag en 44 op zaterdag

Wat het aantal optredens betreft:

- 1 koor trad vijf keer op
- 26 koren traden vier keer op
- 45 koren traden drie keer op
- 30 koren traden twee keer op
- 12 koren traden één keer op

We dringen er bij toekomstige organisatieteams op aan rekening te houden met de talrijke beperkingen en verzoeken die door de koren worden aangedragen. Het is essentieel om al deze verzoeken in één document te bundelen, zodat ze gemakkelijker kunnen worden gesorteerd voor het programma (of dit nu virtueel of handmatig wordt opgesteld). Het opstellen van het programma is een enorme klus die bij de deelnemende koren veel verwachting en enthousiasme opwekt.

Technisch team

In 2024 hebben we Antoine Denis aangesteld als technisch directeur van het festival. Antoine Denis staat aan het hoofd van Audeo, een bedrijf dat jaarlijks meer dan 300 evenementen verzorgt. We vonden het bijzonder belangrijk en nuttig om één aanspreekpunt te hebben voor al onze belangrijkste locaties (Bozar, Cirque Royal, Madeleine, Auditorium 490).

De overige locaties (partnerschapconcerten) werden niet door Audeo beheerd. In de ING Arena moesten we kiezen voor een van de door de locatie aangewezen onderaannemers. Antoine Denis verzorgde alle communicatie met deze onderaannemer.

De afstemming van de geluidsinstallaties in de zalen werd gecoördineerd door Antoine Denis in samenwerking met geluidstechnicus Vincent De Bast, die door het festival was ingehuurd omdat hij gespecialiseerd is in koorgeluid en regelmatig samenwerkt met Sing Out Brussels!. De bijdrage van Vincent was van cruciaal belang om onze koren op het podium te laten schitteren. Vincent was tijdens het festival overal aanwezig en hielp zelfs een handje met de geluidsinstallatie in de Vaux Hall, hoewel hij niet aan die zaal was toegewezen.

Voor de verlichting werkten we samen met Sébastien Mercial, die de verlichtingsplannen voor de voorstellingen en ceremonies ontwierp.

In maart 2025 bezorgde Antoine Denis ons technische ramingen voor elke locatie, inclusief apparatuur en personeel. Deze ramingen, die erg hoog waren, werden op ons verzoek met 20% verlaagd.

Het technische plan voor elke locatie (geluid en verlichting) werd in april 2026 afgerond. Ondertussen waren de offertes uit 2025 bijna verdubbeld, voornamelijk vanwege de langere werktijden van de technici, maar ook door enkele onvoorziene omstandigheden (zo wilde Bozar ons bijvoorbeeld dwingen om hun geluidsinstallatie te huren, die nog niet was geïnstalleerd toen ons contract werd ondertekend – hier zijn we uiteindelijk niet voor in rekening gebracht). In de ING Arena stuurde de onderaannemer de definitieve offerte pas één week voor het festival! We moesten in de laatste dagen voor het festival spannende discussies voeren om de kosten te drukken.

We willen graag van deze gelegenheid gebruikmaken om Antoine Denis en Vincent De Bast te bedanken voor hun harde werk en hun flexibiliteit. Hun taak was niet eenvoudig, aangezien ze het evenement niet kenden en ook niet gewend waren om samen te werken met niet-professionele producenten (het festivalteam).

We willen toekomstige organisatieteams graag adviseren dat het cruciaal is om voor hun festival samen te werken met professionals die gespecialiseerd zijn in geluid voor koren, aangezien dit een vakgebied op zich is. Het is eveneens cruciaal om effectieve professionele relaties op te bouwen met deze specialisten, van wie een groot deel van het succes van het festival afhangt. Wij beschouwen deze samenwerking als een uiterst positieve ervaring.

Kaartverkoopbeheer

Ons team wilde het festival nadrukkelijk openstellen voor het grote publiek. We wilden geen festival dat naar binnen gericht was, waar LGBTQI+-koren alleen optraden voor een publiek van andere LGBTQI+-koren. Various Voices heeft alleen zin als de boodschap ervan breed wordt verspreid.

De verkoop van tickets was ook noodzakelijk om onze inkomsten te verhogen, aangezien de uitgaven van het festival voortdurend stegen. We moesten echter rekening houden met het feit dat onze festivalbezoekers verzekerd moesten zijn van een zitplaats in de zalen. Vanaf het begin was een van onze grootste uitdagingen het vinden van een concertzaal die plaats bood aan 3.500 tot 4.000 mensen. Dat was alleen mogelijk in de ING Arena. De capaciteit van Bozar en het Cirque Royal is, zelfs met dubbele voorstellingen, niet voldoende om 4.000 mensen te herbergen. Uiteindelijk besloten we alle evenementen open te stellen voor het publiek. We gokten erop dat niet alle festivalgangers elke voorstelling zouden bijwonen, en we hadden gelijk.

Voor de middagconcerten hebben we het concept van het festival aan de zaalbeheerders uitgelegd: festivalgangers trekken van zaal naar zaal. We wilden voorkomen dat we genummerde zitplaatsen moesten toewijzen. Alle zalen

hadden begrip voor ons verzoek. Voor het grote publiek verkochten we ‘Afternoon Passes’, die toegang gaven tot alle zalen.

Voor de voorstellingen en ceremonies lag de situatie anders. Zowel Bozar als het Cirque Royal stonden erop dat er genummerde zitplaatsen zouden zijn om het publieksbeheer te vergemakkelijken. Na langdurige onderhandelingen stemden de twee locaties – die doorgaans hun eigen ticketingsystemen opleggen – ermee in dat wij ons eigen systeem (Billetweb) mochten gebruiken, om te voorkomen dat festivalgangers met meerdere ticketingsystemen te maken zouden krijgen. Bovendien hanteert Billetweb zeer concurrerende administratiekosten. Met Bozar verliep alles heel vlot, maar met het Cirque Royal niet. We kregen een geschil met de manager na een misverstand over het ticketingsysteem. Het oplossen van dit geschil kostte ons veel tijd in de weken voorafgaand aan het festival.

Toen we de ING Arena boekten voor de voorstelling op zaterdagavond, vroegen we ook of we ons eigen ticketingsysteem mochten gebruiken. Ondanks onze inspanningen werd dit geweigerd door het management, dat hoge kosten in rekening bracht per verkocht of uitgereikt ticket. Het gebruik van twee afzonderlijke ticketingsystemen zorgde voor problemen, zowel voor de festivalgangers als voor ons.

Voor Bozar en het Cirque Royal hebben we lang nagedacht over de beste aanpak: stoelen vooraf reserveren voor elk koor of elke koorlid de mogelijkheid geven om zelf een stoel te reserveren (waarbij meerdere reserveringen waren toegestaan, zodat vrienden bij elkaar konden zitten). We kozen voor de tweede optie. We wisten al dat veel koorleden niet de hele duur van het festival aanwezig zouden zijn en we wilden voorkomen dat er stoelen leeg zouden blijven. Bovendien vonden al deze voorstellingen op twee verschillende tijdstippen plaats, en we wilden koorleden de mogelijkheid bieden om het tijdstip te kiezen dat hen het beste uitkwam. We vertrouwden daarom op individuele verantwoordelijkheid. Deze beslissing werd door verschillende koren betwist, maar we blijven erbij.

Normaal gesproken zijn er bij de uitgifte van een ticket reserveringskosten die door de organisator worden betaald. Na onderhandelingen begreep onze ticketpartner, Billetweb, het unieke karakter van ons festival en stond hij toe dat festivalgangers hun zitplaatsen gratis konden reserveren.

In de ING Arena, waar de zitplaatsen niet genummerd waren, stuurde de zaal zelf tickets naar alle festivalgangers, waarbij wel kosten in rekening werden gebracht.

In februari 2026 openden we de kaartverkoop voor de voorstellingen in Bozar en het Cirque Royal, waarbij festivalgangers tot eind maart voorrang kregen. Daarna begon de verkoop voor het grote publiek. In de ING Arena begon de verkoop in november 2025 en werden de tickets eind mei naar de festivalgangers verstuurd.

Het beheer van het ticketproces vergde veel werk en individueel contact met festivalgangers, ondanks de veelgestelde vragen die we hadden gepubliceerd (verloren tickets, problemen bij het reserveren, artiesten die op het podium zouden optreden en niet begrepen waarom ze geen zitplaats konden reserveren, wijzigingen in zitplaatsen).

We raden toekomstige organisatieteams aan om rekening te houden met deze moeilijkheden als ze soortgelijke evenementen willen organiseren. De eenvoudigste oplossing is natuurlijk om één enkel ticketingsysteem te hebben voor alle evenementen, maar deze beslissing ligt bij de beheerders van de locaties. Idealiter zouden locaties ook groot genoeg moeten zijn om alle festivalgangers tegelijkertijd te kunnen ontvangen voor elke voorstelling, waardoor individuele reserveringen vooraf overbodig worden. Gezien de voortdurende groei van Various Voices vormt dit echter een uitdaging. Wanneer er keuze is uit verschillende voorstellingen, vinden we het individuele reserveringssysteem nog steeds het meest effectief.

Middagconcerten: het hart van het festival

Various Voices Brussels 2026 bewees eens te meer dat de middagconcerten werkelijk het hart en de ziel van het festival vormen! Wat een genot was het om getuige te zijn van de optredens van zoveel getalenteerde koren, die het allerbeste van zichzelf gaven voor een publiek dat zowel kritisch als enthousiast was.

De sfeer in de zalen (en in de gangen die ernaartoe leidden) was magisch en buitengewoon. Zoals hierboven uitgelegd, stelde het goed doordachte programma het publiek in staat om nieuwe koren te ontdekken of weer kennis te maken met bekende koren, terwijl er ook een verscheidenheid aan SSAA-, SATB-, TTBB- en andere ensembles van verschillende grootte te horen was. De middagconcerten werden zeer goed bezocht; de meeste zalen waren vol. Bij sommige concerten was het publiek wat dunner, afhankelijk van de zaal en het programma.

We hebben aanzienlijke technische middelen ingezet om ervoor te zorgen dat de koren goed werden versterkt, zodat ze allemaal op het podium konden schitteren. We willen graag van deze gelegenheid gebruikmaken om Antoine Denis, technisch directeur, en Vincent De Bast, geluidstechnicus, te bedanken, die onder zeer moeilijke omstandigheden hebben gewerkt.

Over het algemeen werd het tijdschema nageleefd, met voldoende tijd tussen de optredens van de verschillende koren. We hebben er zeer nauwlettend op gelet dat de timing klopte toen de koren ons hun setlists bezorgden! We zijn slechts op de hoogte van één probleem in het Cirque Royal op zaterdagmiddag, waar sommige concerten eerder begonnen dan gepland, wat een vertraging in het programma veroorzaakte, wat we ten zeerste betreuren.

We hadden besloten om de middagconcerten over drie dagen te spreiden in plaats van vijf, omdat we er rekening mee hielden dat veel koren op woensdagmiddag en zondag niet beschikbaar zouden zijn. Het regelen van de soundchecks bleek een uitdaging te zijn. Met tien koren per dag op elke locatie moesten deze soundchecks onvermijdelijk in allerijl worden afgehandeld, aangezien ze alleen ’s ochtends binnen een tijdsbestek van drie uur konden plaatsvinden.

De grootste moeilijkheid bij de organisatie van deze concerten was het gebrek aan vrijwilligers op cruciale momenten, hoewel hun rol van cruciaal belang is voor het tijdbeheer (zie het hoofdstuk ‘Vrijwilligerswerk’). We moeten ook wijzen op de

moeilijkheden die mensen met beperkte mobiliteit ondervonden bij het verplaatsen van zaal naar zaal. Onze fietstaxidienst werkte goed, maar kon niet aan de volledige vraag voldoen. De ideale oplossing is natuurlijk om alle concerten in één enkel gebouw te organiseren, wat in Brussel niet mogelijk was.

Dit zijn belangrijke punten die we aan toekomstige organisatieteams moeten doorgeven: het vergroten van het aantal deelnemende koren kan het programmeringsproces bemoeilijken, en het wordt lastig om alles binnen vijf dagen te regelen. Het is ook een grote uitdaging om rekening te houden met alle beperkingen en verzoeken van de koren. Daarnaast is het essentieel om heel nauwkeurig te zijn wat betreft de timing van de optredens. De kleinste misstap kan een hele middag verpesten. Tot slot is onze conclusie dezelfde als in onze inleiding: deze concerten vormen het hart van het festival. En onze koren zijn de sterren van het evenement!

Shows & Ceremonies

Vanaf het begin van ons project wilden we verschillende shows organiseren, waarbij koren rond een centraal thema werden samengebracht. We hebben niets nieuws uitgevonden. Net als in Bologna, München en Dublin waren deze shows voor ons een kans om de Belgische cultuur in de schijnwerpers te zetten door lokale artiesten uit te nodigen om het podium met de koren te delen, en tevens een kans om de koren in de schijnwerpers te zetten en tegelijkertijd de banden tussen hen te versterken.

We planden een openings- en slotceremonie, evenals drie voorstellingen. De thema's daarvan werden vastgesteld na een brainstormsessie die tijdens de lockdown van 2021 binnen het koor Sing Out Brussels! werd georganiseerd. Deze thema's, die aansluiten bij de Belgische, Brusselse en Europese identiteit van het festival, waren surrealisme (*Treachery of Images*, spelend met gender en uiterlijke verschijningen), koningshuizen en het Europese project.

Aangezien artistieke creatie een vak op zich is, namen we eerst contact op met Sébastien Jurczys, met wie we aan het bidbook hadden gewerkt. In 2022, toen Sébastien naar het buitenland verhuisde, benoemden we Simon Paco tot artistiek directeur. We hadden al met Simon samengewerkt aan verschillende Sing Out Brussels!-producties en hadden die ervaring als zeer verrijkend ervaren. Aangezien Simon nog nooit eerder bij Various Voices betrokken was geweest, gaven we hem eerst een gedetailleerde briefing om uit te leggen waar het festival om draaide, waarom het belangrijk was om de koren in de schijnwerpers te zetten, en wat het unieke karakter van onze koren is (zeer goed georganiseerde amateurgroepen, maar geen professionele artiesten).

Simons eerste taak was onderzoek te doen om de identiteit van elke voorstelling en de boodschap ervan te definiëren. Met name introduceerde hij het thema 'Cabaret' voor de openingsceremonie. Simon gaf een eerste presentatie van zijn visie aan ons team en aan belangrijke leden binnen Sing Out Brussels!, waardoor hij het concept verder kon verfijnen. Een van onze prioriteiten was de diversiteit van de gastartiesten. We wilden alle letters van het acroniem LGBTQI+ op het podium vertegenwoordigen. Naar aanleiding van deze opmerkingen rondde

Simon in 2024 het artistieke dossier af. Het document werd vervolgens gedeeld met de koorbeheerders.

In de inschrijvingsvragenlijst konden koren al hun interesse kenbaar maken om aan deze optredens deel te nemen. Het artistieke voorstel bevatte een vragenlijst waarmee ze hun voorstel konden specificeren (de voorstelling waaraan het koor wilde deelnemen, het voorgestelde lied en een eventuele samenwerking met een ander koor). Simon Paco ontving 83 voorstellen, wat het enthousiasme van de koren om aan deze evenementen deel te nemen aantoont. Tegelijkertijd lanceerde Simon een oproep voor aanmeldingen van queer-artiesten die als gast aan onze voorstellingen wilden deelnemen.

In september 2025 presenteerde Simon een eerste concept van het programma, waarin werd vermeld dat koren die zich voor één specifieke voorstelling hadden aangemeld, voorrang zouden krijgen voor die voorstelling. Alle koren die zich hadden aangemeld, werden in ten minste één voorstelling opgenomen. Gezien het grote aantal aanvragen was het mogelijk om elke avond dezelfde voorstelling twee keer op te voeren, wat de organisatie wat betreft de repetities vergemakkelijkte. Aan elke voorstelling namen ongeveer 15 koren deel.

In de loop van enkele maanden nam Simon contact op met elk koor om het concept achter de voorstellingen uit te leggen, hun voorstellen te verduidelijken en aanvullende informatie te verkrijgen (songteksten, kopieën van bladmuziek, video- of audio-opnames). Muzikaal directeur Emily Allison werd geraadpleegd om ervoor te zorgen dat de voorstellingen goed in balans waren (soort koren, soort repertoire, enz.). We besloten dat muzikale kwaliteit geen selectiecriterium zou zijn, aangezien Various Voices geen wedstrijd is en elk koor dezelfde kans moet krijgen om te schitteren. Ondanks verschillende herinneringen hebben sommige koren nooit gereageerd en werden ze daarom van de lijst met kandidaat-koren geschrapt. Het programma van de voorstellingen en ceremonies werd in december 2025 definitief vastgesteld.

In januari 2026 nam Simon de presentatoren Stéphanie Coerten (vooral bekend vanwege haar rol als presentatrice bij de Internationale Muziekwedstrijd Koningin Elisabeth) en La Veuve (een artieste die eveneens zeer bedreven is in de kunst van het presenteren van evenementen) in dienst. In maart 2026 legde Simon ons voor het eerst een lijst voor met artiesten die waren uitgenodigd om op het podium op te treden. Veel namen moesten echter nog worden bevestigd.

Vanaf dat moment begon het mis te gaan. Simon kampte met gezondheidsproblemen en had het tegelijkertijd druk met andere professionele projecten. Hun aanwezigheid bij onze vergaderingen werd minder regelmatig. Ze beloofden de lijst met definitief bevestigde gastartiesten te verstrekken, maar deze lijst is nooit aangekomen. Ze beloofden ons ook de programma's voor elke show te bezorgen, maar ook dat is niet gebeurd. We hadden geen inzicht in deze programma's omdat Simon aan zijn eigen document werkte en had geweigerd de informatie in te voeren in Integra, het platform dat we gebruikten voor de planning van het festival.

Een paar weken voor Various Voices merkte Simon op dat sommige optredens te lang waren. Terwijl sommige koren twee nummers zouden zingen tijdens hetzelfde optreden, vroegen ze hen er één te schrappen. Dit leidde tot heftige

reacties van sommige koren, waarbij de communicatie niet altijd even tactvol was. We steunden Simon en riepen op tot respect voor zijn werk. We herhaalden ook ons verzoek om ons de programma's toe te sturen.

Twee weken voor het festival ontvingen we ze eindelijk. We kregen ook eindelijk een zeer lange lijst met gastartiesten (23 artiesten en 7 dj's!). Deze artiesten, verdeeld over de vijf optredens, toonden de diversiteit van de LGBTQI+-gemeenschap (elke letter van het acroniem was vertegenwoordigd) via een verscheidenheid aan kunstvormen: live zang, dragqueens, dragkings, stand-upcomedy, circusacts, burlesque en performancekunst.

Simon had wekenlang achter sommigen van hen aangezeten om hun bevestiging te krijgen. Er waren nog geen contracten getekend, dus moesten we veel te laat beginnen met onderhandelingen met hun managers om onze contracten goedgekeurd te krijgen – contracten die niet altijd in overeenstemming waren met de standaard professionele contracten die deze artiesten gewoonlijk ondertekenen.

Bovendien realiseerden we ons, toen we eindelijk de programma-indelingen doornamen, dat de twee voorstellingen die in het Cirque Royal op het programma stonden 15 minuten te lang waren in vergelijking met het tijdschema dat aanvankelijk door Simon was opgesteld en door de locatie was goedgekeurd. In dit stadium was het niet langer haalbaar om koren uit het programma te schrappen. We vroegen daarom om gastartiesten te schrappen. Simon gaf er de voorkeur aan om hen naar andere voorstellingen te verplaatsen. Dit zorgde voor een enorme onevenwichtigheid, aangezien sommige voorstellingen nu veel te veel artiesten op het programma hadden staan, met name de openingsceremonie en de voorstelling in de ING Arena, evenals een onevenwichtigheid in de soorten optredens die in elke voorstelling aan bod kwamen. We hadden op dat moment moeten aandringen op het annuleren of niet ondertekenen van bepaalde contracten, maar Simon stond hier helemaal niet voor open. We hadden het gevoel dat zij vooral bezig waren met het behouden van hun reputatie in de Brusselse kunstscene, in plaats van de belangen van het festival voorop te stellen. Gezien de zeer late indiening hadden we ook geen tijd meer om de timing van de optredens nauwkeurig te controleren. Het was sowieso al te laat.

Toen begon het festival. En veel dingen verliepen niet zoals gehoopt:

- De repetitietijd was te kort gezien het aantal koren en artiesten op het programma
- Simon had de tijd onderschat die de koren nodig hadden om het podium op en af te komen, evenals de duur van het applaus... Dit leidde tot aanzienlijke tijdsoverschrijdingen, met name tijdens de openingsceremonie en in de ING Arena, waar het aantal artiesten op het programma veel te hoog was.
- Gezien de hitte waren de werkomstandigheden hels, vooral in het Cirque Royal. Daarom stelde Simon voor om elke voorstelling in tweeën te splitsen. Dit was de beste optie. Maar hoewel de koren begrip toonden, zorgde dit voor veel frustratie en ook voor complete chaos op het gebied van de kaartverkoop, terwijl bijna alle voorstellingen uitverkocht waren.
- In de ING Arena, waar we samenwerkten met een door de locatie opgelegde onderaannemer, ontstonden er enorme problemen (het podium was niet op tijd opgebouwd, wat vertragingen veroorzaakte tijdens de repetities op

zaterdag; de uitrusting die was verstrekt aan de trapezeartiest, die door de lucht zou vliegen, was verkeerd, waardoor de artiest zijn act op de grond moest uitvoeren; er was een algemeen gebrek aan respect van de onderaannemer jegens onze teams...)

Onder deze omstandigheden probeerde Simon de situatie zo goed mogelijk te redden, met name door de toespraken van de presentatoren in te korten en de koren te vragen niet te buigen... Momenten die bedoeld waren om het publiek mee te laten zingen, werden geschrapt. Maar dit zorgde achter de schermen voor veel frustratie en spanning. Bij de openingsceremonie werd voorgesteld om de uitvoering van het festivalhymne te schrappen, wat voor het organisatieteam echter niet bespreekbaar was. In de ING Arena stond ons team onder grote druk omdat de show 45 minuten langer duurde dan gepland. De uitvoering van het festivalhymne, aan het einde van de avond, was echt een last-minute-haastklus. We waren bang dat het publiek de laatste metro zou missen. Het beveiligingspersoneel was bijzonder gespannen vanwege de tijdoverschrijding. De zaal was in de loop van de avond namelijk aanzienlijk leeggelopen.

Het wisselen van gastartiesten van de ene show naar de andere ondermijnde ook de samenhang van de optredens ernstig. Het overkoepelende thema was niet meer echt te onderscheiden. Het ondermijnde ook de representativiteit van de LGBTQI+-gemeenschap, met bijvoorbeeld een veel groter aantal dragqueens dan oorspronkelijk gepland in de ING Arena. Sommige artistieke optredens riepen ook reacties op. We betreuren het dat sommige mensen verkeerd begrepen wat burlesque-kunst inhoudt en seksualisering zagen in het werk van artiesten die juist hun lichaam als machtsmiddel in eigen hand nemen. Anderen konden de politieke boodschap van bepaalde acts niet waarderen. We hadden deze acts niet van tevoren kunnen bekijken (en in sommige gevallen hebben we ze zelfs helemaal niet gezien omdat we backstage waren). Hoewel we de artistieke vrijheid uiteraard respecteren, zijn we van mening dat we, als producenten van deze shows, het recht hadden moeten hebben om de inhoud te beoordelen.

Ten slotte was de opkomst bij de voorstellingen teleurstellend, hoewel ze bijna allemaal als uitverkocht te boek stonden. Hier zijn de cijfers voor de voorstellingen waarvoor festivalgangers zelf hun plaatsen hadden gereserveerd:

- De openingsceremonie trok de meeste bezoekers. Voor elke sessie kwam 77% van het verwachte publiek opdagen.
- Voor *Treachery of Images*, de volgende dag in het Cirque Royal, bedroeg de opkomst 58% voor de eerste voorstelling en 64% voor de tweede.
- Voor 'Royalties' op vrijdag lag de opkomst nog lager: 32% voor de eerste voorstelling en 33% voor de tweede.
- Bij de slotceremonie woonde 52% van het verwachte publiek de eerste sessie bij, en 62% de tweede.

In de ING Arena hadden de festivalgangers hun zitplaatsen niet zelf gekozen, maar hadden ze allemaal hun tickets per e-mail ontvangen. We verwachtten iets meer dan 4.000 mensen (festivalgangers en betalende toeschouwers). Amper 42% van het verwachte publiek kwam opdagen. 74% van de betalende toeschouwers was aanwezig, maar amper 39% van de festivalgangers.

De hitte speelde ongetwijfeld een grote rol bij deze lage opkomst. Degenen die teleurgesteld waren door de eerste paar voorstellingen, zijn waarschijnlijk niet naar

de volgende voorstellingen gekomen. En de ING Arena had ongetwijfeld te lijden onder de afstand tot het stadscentrum.

We willen graag onze waardering uitspreken voor het voorbereidende werk van Simon, evenals voor het werk dat tijdens het festival onder uiterst moeilijke omstandigheden is verricht. Ook willen we onze hartelijke dank betuigen aan hun team van assistenten: Manon de Terwangne, Clémence de Terwangne en Alex Sartoretti. We zijn erg trots dat we erin geslaagd zijn vijf avondvullende, grootschalige voorstellingen te organiseren, met een gevarieerd artistiek aanbod. We zijn ook onder de indruk van de kwaliteit van de optredens van de koren, die schitterden op de mooiste podia van Brussel. Tot slot zijn we verheugd over het aantal deelnemende koren en het aantal dat de geest van samenwerking omarmde (elke voorstelling bevatte minstens één nummer dat gezamenlijk door verschillende koren werd uitgevoerd).

We blijven echter zeer gefrustreerd over de manier waarop deze voorstellingen werden geleid. We vonden niet wat we hadden gehoopt op het vlak van timing, samenhang, een overkoepelend thema of de vertelling door de presentatoren. We hebben het gevoel dat we te veel vertrouwen hebben gesteld in onze artistiek directeur en onvoldoende oog hebben gehad voor de reikwijdte van onze rol als producenten van de voorstellingen.

Dit is een boodschap die we aan toekomstige organisatieteams willen meegeven: vergeet nooit dat alleen jullie weten wat de geest en missie van Various Voices is. Het is jullie plicht om ervoor te zorgen dat deze geest naar behoren wordt hooggehouden. Alle beslissingen moeten worden goedgekeurd door het bestuur, inclusief artistieke beslissingen.

We willen er ook op wijzen dat we vijf grootschalige voorstellingen op drie verschillende locaties hebben georganiseerd, wat de organisatie uiterst ingewikkeld maakte. Moeten alle voorstellingen op één locatie plaatsvinden? Moet er één grootschalige voorstelling worden georganiseerd? Moet de taak worden verdeeld over meerdere artistiek leiders? Dit zijn mogelijkheden die het overwegen waard zijn. Het zou ongetwijfeld ook nuttig zijn geweest om de taken op te splitsen in puur creatieve verantwoordelijkheden en puur operationele taken (technische vereisten, contracten, enz.). Gezien de omvang van het festival was het duidelijk te veel voor één persoon. We raden ook aan om voor alle sleutelrollen (artistiek directeur, muzikaal directeur, enz.) back-upregelingen te treffen. Volledig op één persoon vertrouwen brengt een te groot risico met zich mee.

Je moet ook goed nadenken over de energie en het budget die je aan deze voorstellingen wilt besteden. De avond in de ING Arena vertegenwoordigt een enorm budget (het is veruit het duurste evenement van het festival). Een van de belangrijkste doelstellingen was om alle festivalgangers op één plek samen te brengen. Er kwam echter minder dan de helft opdagen. Was het de moeite waard?

Ten slotte had het creatieve team van Sing Out Brussels! in een ideale wereld betrokken moeten zijn bij de voorbereiding van deze voorstellingen. Helaas had dit team het al erg druk met de grote voorstellingen die het koor elk jaar opvoert. Dit verklaart wellicht ook de kloof tussen onze verwachtingen als koorleden en het uiteindelijke resultaat. Betrek, indien mogelijk, je leden bij de vormgeving van de optredens. En als er een artistiek directeur wordt aangetrokken, is het essentieel om voortdurend de basisregels van Various Voices te benadrukken: koren moeten centraal staan, en de artiesten moeten hen aanvullen en, idealiter, met hen interageren. Deze conclusies, die ons team de dag na het festival heeft getrokken, werden ook breed onderschreven door festivalbezoekers in de enquête na afloop van het festival (zie het betreffende hoofdstuk) en door Simon zelf in een document waarin hij het advies samenvat dat hij aan toekomstige artistiek leiders wil doorgeven; dit document kunnen we ter beschikking stellen aan de betrokken teams.

Straatconcerten

De straatconcerten waren het gemakkelijkst te organiseren. In de zomer van 2025 hebben we, met de hulp van onze muzikaal directeur – die bepaalde locaties uitsloot omdat ze te lawaaierig waren – belangrijke locaties in het centrum van Brussel geïdentificeerd waar deze concerten konden plaatsvinden. Vervolgens hebben we toestemming aangevraagd bij de Stad Brussel, die eind 2025 zonder enige moeite werd verleend.

Wat de timing betreft, besloten we de straatconcerten op woensdagmiddag te organiseren, om de start van het festival te markeren en belangstelling voor het evenement te wekken, en op zaterdagochtend, om onze avondvoorstelling in de ING Arena te promoten. We waren er ook vastbesloten om te voorkomen dat de straatconcerten zouden concurreren met de middagconcerten, aangezien dit onvermijdelijk ertoe zou hebben geleid dat mensen de concertzalen zouden verlaten.

We hebben al bij de aanmeldingsprocedure duidelijk gemaakt dat deze concerten zouden plaatsvinden met een minimale opstelling (geen podium, geen geluidsversterking, geen apparatuur), vanwege een gebrek aan beschikbare financiering. Sommige koren die niet a capella zingen, traden niettemin op in de straten van Brussel, waarbij ze hun eigen apparatuur meebrachten.

Vanwege de hitte moesten de koren zich aanpassen, hetzij door een schaduwrijke plek te kiezen om te zingen, hetzij door de duur van hun optreden in te korten. Ten minste één koor besloot zijn straatconcert af te gelasten.

We weten dat veel koren dol zijn op straatconcerten! Deze hebben in grote mate bijgedragen aan de zichtbaarheid van het festival in de stad. We kunnen toekomstige festivals natuurlijk alleen maar aanmoedigen om soortgelijke evenementen te organiseren. Het kost niets en brengt zoveel vreugde!

Concerten in het kader van partnerschappen

Tijdens het „Rendez-Vous à Bruxelles“ in 2024 maakten verschillende koorbestuurders ons duidelijk dat er onvoldoende concertmogelijkheden werden

aangeboden, met name omdat sommige koren met pianobegeleiding zingen en daardoor geen straatconcerten kunnen geven.

Aangezien ons budget het niet toeliet om extra concertlocaties te huren, hebben we daarom gezocht naar samenwerkingsverbanden. We zijn verheugd en trots dat we ons doel hebben bereikt door koren die dat wilden drie extra concertmogelijkheden aan te bieden. Ze konden zich aanmelden via een inschrijfformulier dat begin oktober 2025 naar de koorbeheerders werd gestuurd en dat op 30 november 2025 sloot.

We hebben het programma afgerond door alle koren die daarom vroegen ten minste één optie aan te bieden, waarbij we rekening hielden met de verzoeken van elk koor en hun respectieve beperkingen, zoals hun optredentijden of technische vereisten. Koren die niet op het aanmeldingsformulier hadden gereageerd, werden uiteraard niet in het programma opgenomen.

Via deze concerten gaven we de koren niet alleen nog een kans om te schitteren: we stelden het festival ook open voor de stad, haar inwoners en haar bezoekers, aangezien deze evenementen geen deel uitmaakten van de Festivalpas en grotendeels gratis waren. We moedigen het toekomstige organisatieteam ten zeerste aan om soortgelijke samenwerkingsverbanden in hun eigen stad op te bouwen.

Rondleidingen door het stadhuis

Dankzij onze nauwe banden met het team van het Brusselse Departement voor Gelijke Kansen kwamen we in contact met BME (Brussels Major Events), dat rondleidingen in het stadhuis van Brussel organiseert. Gedurende het jaar worden er af en toe thematische rondleidingen aangeboden (met dans- of circusvoorstellingen).

BME had dit nog nooit eerder met koren geprobeerd en reageerde enthousiast op ons voorstel. Het stadhuis is op woensdag-, vrijdag-, zaterdag- en zondagmiddag open voor bezoekers. Deze rondleidingen werden afgewisseld met korte concerten van 15 minuten met een eenvoudige opstelling (zonder microfoons of verlichting) in drie zalen (de Gotische Zaal, de Raadzaal en het kantoor van de burgemeester), die elk plaats boden aan koren van verschillende grootte in dit prestigieuze gebouw. In de Gotische Zaal stond een piano ter beschikking.

Het was onze taak om alle voor deze optredens toegewezen tijdvakken te vullen. We willen graag van deze gelegenheid gebruikmaken om de koren te bedanken die bereid waren om twee keer op te treden, of die ermee instemden om vroeg op woensdag en laat op zondag op te treden om de gaten op te vullen. Het festival ontving een financiële vergoeding van € 2.000 voor het samenstellen van het programma, terwijl de BME de kosten dekte voor het stemmen van de piano, het verzorgen van drankjes en hapjes, en het produceren van een aftermovie speciaal voor de rondleidingen. Fotografen van de BME legden ook de hoogtepunten vast.

Onze vrijwilligers waren verantwoordelijk voor het verwelkomen van de koren, terwijl het BME-personeel het grote publiek verwelkomde. De organisatie verliep de eerste dag wat chaotisch, en het festivalteam moest ingrijpen om afspraken te

verduidelijken met betrekking tot de kleedkamers, de toegang tot de rondleidingen en de bewegingen binnen het gebouw. Het was voor zowel ons team als de BME een primeur, maar we konden de problemen constructief aanpakken en daarna verliep alles soepel.

Voor deze rondleidingen werd een toegangsprijs gevraagd, die iets hoger lag dan het gebruikelijke tarief voor rondleidingen, gezien het aangeboden muziekprogramma. Dit was duidelijk aan de festivalbezoekers meegedeeld via onze website en onze nieuwsbrieven. Sommige festivalbezoekers die niet op de hoogte waren van deze informatie, reageerden echter zeer heftig en dienden ongepaste klachten in bij het BME-personeel of onze vrijwilligers, wat wij ten zeerste betreuren.

Tijdens het festival ontving het stadhuis 508 bezoekers, terwijl de totale capaciteit gedurende de vier dagen 1.530 bezoekers bedroeg. Wij denken dat het niet zozeer de prijs was, maar vooral de extreme hitte die bezoekers afschrok. Desondanks kijken wij zeer positief terug op deze samenwerking, omdat hierdoor veel koren de kans kregen om op te treden in deze historische locatie.

Gratis concerten in het stadhuis

Op donderdag, vrijdag en zaterdag van 11.00 tot 13.30 uur organiseerde het festival concerten in de Salle des Milices, die gratis ter beschikking werd gesteld door de stad Brussel. Deze zaal bevindt zich op de begane grond van het stadhuis van Brussel, met directe toegang vanaf de Grote Markt.

Het doel was hier om gratis concerten te organiseren die voor iedereen toegankelijk waren, met name voor toeristen die over de Grote Markt in Brussel slenterden. Aangezien het evenement gratis was en de zaal klein was (120 zitplaatsen), was er geen technische opstelling gepland.

We hebben hier geen bezoekersaantallen bijgehouden, maar ons werd verteld dat de zaal altijd vol zat en dat de rij bij de ingang soms behoorlijk lang was! Ondanks een probleem met de beveiligingsmedewerker, die vrijdag te laat arriveerde, en een soms rumoerige omgeving, was het evenement voor ons dan ook een groot succes, waardoor mensen de festivalsfeer ook buiten onze belangrijkste concertlocaties konden beleven.

Vaux Hall Summer

Visit.brussels bracht ons in contact met de Dienst Cultuur van de Stad Brussel, de organisator van Vaux Hall Summer, een gratis festival dat elke zomer die prachtige Belle Epoque-locatie in het Koninklijk Park van Brussel tot leven brengt.

Het festival was hier volledig verantwoordelijk voor het programma. Het team van Vaux Hall Summer zorgde voor de ontvangst van de koren en de opbouw van de technische apparatuur. Ook de bars werden door Vaux Hall Summer gerund. Elke avond van het festival vonden er concerten plaats van 18.30 tot 20.30 uur.

De start op woensdag verliep enigszins chaotisch, met name wat betreft de opvang van mensen met beperkte mobiliteit en technische problemen, waardoor

de geluidstechnicus van het festival moest ingrijpen. Het is ook jammer dat Vaux Hall Summer geen noodoplossing had voorzien om de koren in de vroege avond tegen de zon te beschermen.

Desondanks was de ervaring voor beide partijen zeer positief, met een hoge opkomst (480 bezoekers op woensdag, 800 op donderdag, 850 op vrijdag, 390 op zaterdag, terwijl de locatie plaats biedt aan maximaal 1.000 personen) en bovenal elke avond een uitstekende sfeer. Vaux Hall Summer weerspiegelde echt de sfeer en de geest van het festival.

Gemeenschapszin – Sociaal programma

Naast het toch al zeer drukke muziekprogramma vonden we het belangrijk om een sociaal programma aan te bieden dat erop gericht was festivalgangers aan te moedigen elkaar te ontmoeten. Gezien de omvang van het festival is het voor veel festivalgangers inderdaad moeilijk om uit hun comfortzone te stappen en mensen buiten hun eigen koor te leren kennen.

Uit de enquête na afloop van het festival blijkt dat er een reële vraag is naar dit soort evenementen, hoewel ze tijdens het festival wisselend succes kenden. We moedigen toekomstige organisatieteams niettemin aan om een programma samen te stellen dat dergelijke sociale activiteiten omvat, in overeenstemming met hun eigen voorkeuren.

Festivaldorp

Het Dorp was de ontmoetingsplaats voor festivalgangers, waar ze konden samenkomen voor een drankje, een praatje of om deel te nemen aan sociaal-culturele activiteiten. Het was opgezet bij het BIP (Brussels Info Point), de kantoren van onze partner visit.brussels, in het hart van de Koninklijke Wijk waar de meeste van onze locaties zich bevonden.

Het omvatte de Cour d'honneur van het BIP (een open ruimte met bars, foodtrucks, stoelen en tafels), de „Salle des Guichets" op de begane grond van het BIP, die bij regen als uitwijklocatie kon dienen en waar sociaal-culturele activiteiten konden plaatsvinden, een chillruimte voor de vrijwilligers en een werkruimte voor het festivalteam en de fotografen/videografen.

The Village was vier dagen open: woensdag 24 juni van 12.00 uur tot 23.00 uur, donderdag 25 juni van 10.00 uur tot 23.00 uur, vrijdag 26 juni van 10.00 uur tot 23.00 uur en zaterdag 27 juni van 10.00 uur tot 18.00 uur.

De opbrengsten van de bar werden in mindering gebracht op de huur die voor de stands moest worden betaald. Wat de twee foodtrucks betreft, hadden we met de exploitanten een minimumomzet afgesproken, die door de frietkraam niet werd gehaald. Het festival moest het tekort daarom aanvullen.

Het Village heeft zijn rol als ontmoetingsplaats volledig vervuld. Het had ongetwijfeld drukker kunnen zijn. De hitte heeft waarschijnlijk het aantal bezoekers beperkt, aangezien de ruimte erg open is. We willen echter graag de volgende boodschap meegeven aan het volgende organisatieteam: het is essentieel om een basis te hebben die zowel als ontmoetingsplaats als werkcentrum kan dienen. Deze zou idealiter dicht bij de belangrijkste locaties van het festival moeten liggen.

Rondleidingen

Tijdens het festival vonden 11 thematische LGBTQI+- of feministische rondleidingen plaats. Deze werden geleid door gespecialiseerde organisaties: het Museum van de Stad Brussel, L-tour en L'Architecture qui dégenre.

Deze rondleidingen waren niet inbegrepen in de Festivalpas. We boden inschrijving aan tegen een vast tarief van € 11, waarbij dit bedrag uitsluitend bestemd was voor de vergoeding van de gidsen. Aanvankelijk stonden er 16 rondleidingen op het programma. Vijf daarvan hebben we geannuleerd vanwege onvoldoende aanmeldingen. De betrokkenen kregen hun geld terug of konden zich omboeken naar een andere rondleiding.

In totaal schreven 269 festivalgangers zich in voor een rondleiding. Het was een groot succes! We hebben geen bezoekersaantallen bijgehouden, maar we weten dat alle rondleidingen doorgingen en dat we positieve feedback hebben ontvangen van de gidsen.

We raden toekomstige festivals ten zeerste aan om dit soort thematische rondleidingen te organiseren, want ze wekken veel belangstelling en voorzien in een reële behoefte.

Repetities voor ‘Let Your Heart Be Heard’

Deze repetities werden georganiseerd in het kader van het project ‘Let Your Heart Be Heard’, dat hierboven al uitvoerig aan bod is gekomen. Tijdens het festival organiseerden we twee gezamenlijke zangsessies, op donderdag- en vrijdagochtend. Deze repetities vonden plaats in de Terarken-zalen van Bozar en werden geleid door onze muzikaal leider, Emily Allison. Elke repetitie bracht tussen de 100 en 200 deelnemers bijeen, die het festivalhymne konden leren of hun uitvoering ervan konden perfectioneren.

Workshops

Tijdens het festival organiseerden we ’s ochtends vijf workshops. Deze workshops waren inbegrepen in de Festivalpas.

Gezien de beperkte capaciteit van de workshoplocaties hebben we festivalgangers gevraagd zich in te schrijven. Daarom hebben we vóór het festival een zesde workshop, die oorspronkelijk was gepland rond de betaalbaarheid van het festival, geannuleerd vanwege een gebrek aan aanmeldingen.

Van de vijf workshops verliepen er twee erg goed: 'Waarom heeft een koor een strategie nodig?' en de workshop over de inclusie van trans- en non-binaire mensen in onze koren. Het aantal deelnemers was lager dan het aantal ingeschrevenen, maar de begeleiders waardeerden de kwaliteit van de discussies. Voor zover wij weten, kenden de andere workshops (LGBTQI+-rechten in Europa, een gevoel van Europese verbondenheid en de Choir Historic Workshop) een vrij lage opkomst. Voor sommige waren er al maar weinig deelnemers aangemeld (minder dan 20), maar in sommige gevallen namen er slechts een handvol mensen deel.

Op hun verzoek hebben we tijdens de lunchpauze ook wat tijd gereserveerd voor twee presentaties: één door Yonatan Volfin, die onderzoek doet naar het gevoel van verbondenheid binnen LGBTQI+-koren, en een lezing door Jules Balen uit zijn boek *A Queerly Joyful Noise: Choral Musicking for Social Justice*. Deze twee sessies, die voor iedereen toegankelijk waren zonder voorafgaande aanmelding, trokken eveneens een beperkt publiek.

Dit is een van de paradoxen die uit de enquête na afloop van het festival naar voren kwam: veel festivalbezoekers willen duidelijk graag discussiëren en anderen ontmoeten over deze onderwerpen, die voor hen als LGBTQI+-zangers belangrijk zijn, maar toch namen maar heel weinig mensen daadwerkelijk deel aan deze workshops.

De hitte, een gebrek aan interesse, een toch al zeer druk programma en het feit dat deze workshops wellicht te gespecialiseerd waren, zijn mogelijke verklaringen voor de lage opkomst. Aan het kaliber van de sprekers valt zeker niets af te dingen. Het was echter wel erg ongemakkelijk om de directeur van ILGA-Europe te hebben uitgenodigd, die een presentatie gaf over de stand van zaken rond LGBTQI+-rechten in Europa voor een publiek van amper drie mensen...

Het is aan toekomstige organisatieteams om te beslissen of het al dan niet gepast is om workshops aan te bieden tijdens het festival dat zij gaan organiseren.

Sociale activiteiten

Wat de recreatieve activiteiten betreft, boden we elke avond een activiteit aan naast de dubbele voorstellingen die op woensdag, donderdag en vrijdag in Bozar of het Koninklijk Circus werden georganiseerd: een karaoke-avond, een dansworkshop en een quiz. We willen alle vrijwilligers bedanken die deze activiteiten hebben geleid.

Deze gratis activiteiten (inbegrepen in de Festivalpas) kenden wisselend succes, ongetwijfeld om soortgelijke redenen als die welke de workshops beïnvloedden (de hitte, een reeds overvol programma). De enquête na afloop van het festival bevestigt echter de noodzaak om dit soort activiteiten te organiseren om festivalgangers met verschillende achtergronden aan te moedigen elkaar te ontmoeten en een praatje te maken.

Op verzoek van Legato hebben we ook de organisatie van een borrel voor de koorbeheerders gecoördineerd. Dit netwerkevenement vond donderdag rond lunchtijd plaats in de Salle des Guichets van het BIP.

Ten slotte nam een afgevaardigde contact met ons op om aan te bieden de organisatie van activiteiten te coördineren voor mensen die tijdens het festival nuchter wilden blijven. Hij richtte een WhatsApp-groep op, die we via onze nieuwsbrief onder de aandacht brachten. Ongeveer honderd mensen sloten zich aan bij de groep. Tijdens het festival stelden we een ruimte ter beschikking voor een 12-stappenbijeenkomst voor mensen in herstel, of voor mensen die er nieuwsgierig naar waren.

Nachtfeesten

We waren van meet af aan van plan om elke avond dansfeesten te organiseren. Aanvankelijk hadden we de feesten graag in de zalen zelf willen organiseren, maar dat was niet toegestaan, aangezien de zalen om 23.00 uur sloten (wat ook de reden was waarom we na dat tijdstip geen andere activiteiten in het Village konden aanbieden, hoewel dat wel onze oorspronkelijke bedoeling was, aangezien niet iedereen van dansfeesten houdt). Uiteindelijk kozen we voor de C12, een club in het stadscentrum, vlakbij onze concertlocaties. De C12 heeft twee zalen (C12 en C11) die elk een andere sfeer bieden.

In Brussel staat de C12 bekend om zijn inclusieve beleid. Er worden er regelmatig queer-avonden gehouden. Het personeel is speciaal opgeleid om de LGBTQI+-gemeenschap te verwelkomen en de locatie is toegankelijk. De C12 heeft een eigen Care Team dat ingrijpt mochten er incidenten plaatsvinden en dat mensen met beperkte mobiliteit begeleidt naar de aangepaste toiletten.

De organisatie van de dansfeesten werd toevertrouwd aan onze artistiek directeur. Zij hebben verschillende dj's uit de Brusselse queer-scene ingehuurd om deze avonden te presenteren. Hun oorspronkelijke plan was om feesten te organiseren die aansloten bij het thema van de voorstelling van elke avond, waardoor artiesten bij elkaar werden gebracht en de sfeer en het decor elke avond werden aangepast. Om budgettaire redenen bleek dit echter niet haalbaar.

Tegelijkertijd hebben we verschillende pogingen ondernomen om een samenwerking tot stand te brengen met Brussels Rainbow Village, de organisatie die alle LGBQTI+-bedrijven – met name de bars – in de wijk Saint-Jacques samenbrengt. We stuurden een groot aantal e-mails, wisten een afspraak te regelen en enige belangstelling te wekken, en hebben herhaaldelijk contact opgenomen... Maar er kwam nooit iets van terecht. Mogelijke verklaringen zijn onder meer de nabijheid van Brussels Pride, dat een maand voor het festival plaatsvond en veel van hun energie opslokte, en misschien ook een zekere neerbuigendheid ten opzichte van een koorfestival.

Tijdens het festival werden de nachtfeesten echter slecht bezocht, wat wij aan twee belangrijke redenen toeschrijven: de hitte, waardoor festivalgangers liever kozen voor de sfeer in de bars in de homowijk, en de sfeer in de C12, die niet voldeed aan de verwachtingen van de festivalgangers (te zwakke verlichting en technomuziek die niet aansloot bij de smaak van het festivalpubliek). Bovendien prezen verschillende festivalgangers de inclusiviteit van de locatie, terwijl anderen klaagden dat ze zich daar niet welkom voelden, met name vrouwen (ongetwijfeld

vanwege de verlichting en de door mannen gedomineerde sfeer tijdens deze evenementen).

De evenementen in de C12 waren normaal gesproken voorbehouden aan festivalgangers met een badge, maar gezien de lage opkomst hebben we vrijdag besloten dat iedereen die een festivalganger met een badge vergezelde, toegang kreeg.

Degenen die aanwezig waren, hebben zeker genoten van hun avond, maar we hebben niettemin enkele punten van kritiek met betrekking tot de line-up en de organisatie van deze evenementen, die we hebben gedeeld met onze artistiek directeur. Er was duidelijk een gebrek aan briefing voor de dj's over het doelpubliek en het soort muziek dat gevraagd werd (met de opvallende uitzondering van vrijdagavond). Er was ook onvoldoende aandacht besteed aan de verlichting van de locatie om ervoor te zorgen dat de evenementen beter aansloten bij de warme en gastvrije sfeer van het festival. Ten slotte had het hebben van twee locaties de mogelijkheid geboden om twee verschillende sferen te creëren. Dit was niet het geval.

Gezien de zeer grote drukte bij de bars in het stadscentrum, vonden we het erg jammer dat de samenwerking met Brussels Rainbow Village niet kon worden afgerond zoals we graag hadden gewild. Hierdoor hadden de bars zich beter kunnen voorbereiden op de toestroom van bezoekers. De sfeer in de Rue du Marché au Charbon tijdens het festival was ongelooflijk (er werd zelfs spontaan gezongen!) en dit droeg ook in grote mate bij aan de zichtbaarheid en reputatie van het festival.

Op langere termijn moeten de volgende festivalteams overwegen of het nodig is om elke dag een avondfeest te organiseren. Het festivalprogramma zit bomvol en de gemiddelde leeftijd van de deelnemers is 50 jaar. Eén groot avondevenement zou waarschijnlijk volstaan, mits er op de andere dagen samenwerkingsverbanden worden aangegaan met andere LGBTQI+-locaties of -evenementen.

Inclusiviteit

Various Voices blijft een festival dat sterk wordt gedomineerd door homoseksuele mannen. Vrouwen, transgenders en non-binaire personen zijn in de minderheid en daardoor minder zichtbaar. Leden van Sing Out Brussels! hadden dit al opgemerkt tijdens de interne enquête die we na Bologna hebben gehouden.

In het licht hiervan volgen hier enkele voorbeelden van initiatieven die zijn opgezet om een gevoel van verbondenheid en welzijn onder alle deelnemers te bevorderen:

- Proactief contact zoeken met koren die voor het grootste deel uit vrouwen, transgenders of non-binaire personen bestaan, om hen aan te moedigen zich in te schrijven voor het festival
- Het vaststellen van criteria voor de wachtlijst om voorrang te geven aan de inschrijving van deze koren.
- Bij de inschrijving vragen naar de voorkeursvoornaam (deze naam werd op het naamplaatje vermeld)
- Vragen naar de voorkeursvoornaamwoorden tijdens de inschrijving

- De mogelijkheid om iemands voornaamwoorden op de badge te laten vermelden, in een daarvoor bestemd vakje en zonder dat deze vooraf worden afgedrukt, aangezien voornaamwoorden in de loop van de tijd kunnen veranderen
- Het opzetten van een klein, intiem 'Village' met een ontspannen sfeer, dicht bij de festivallocaties
- Genderneutrale toiletten (met specifieke pictogrammen op posters op de deuren wanneer er een geslachtsaanduiding was)
- Gebruik van verschillende talen in onze communicatie (drietalige website)
- Kiezen voor een inclusieve locatie met een Care Team voor de avondfeesten
- Een letter-spel op de badges om koren aan te moedigen contact met elkaar te leggen
- De mogelijkheid voor koren om tijdens shows en ceremonies samen met andere koren een lied ten gehore te brengen (dit gebeurde minstens één keer per show).
- Een ruime keuze aan sociale activiteiten waardoor deelnemers elkaar konden ontmoeten en contacten konden leggen.
- Diversiteit van de gastartiesten (alle letters van het LGBTQI+-acroniem waren tijdens het festival op het podium vertegenwoordigd).
- Er werd bijzondere aandacht besteed aan het programma om ervoor te zorgen dat alle soorten koren zichtbaarheid kregen (kleine koren op grote podia, enz.) en om bijvoorbeeld te voorkomen dat meerdere SSAA-koren tegelijkertijd op verschillende locaties zouden zingen.
- Organisatie van een workshop over de inclusie van trans- en non-binaire mensen in onze koren, geleid door mensen met praktijkervaring.
- Samenwerking met Plan Sacha om seksueel en gendergerelateerd geweld te voorkomen

Over het algemeen was de sfeer tijdens het festival uitstekend, en verschillende deelnemers lieten ons weten hoe tevreden ze waren over de inclusiviteit van het festival. Natuurlijk was niet alles perfect: veel mensen voelden zich niet op hun gemak in door mannen gedomineerde ruimtes of voelden zich onveilig in openbare ruimtes. Inclusiviteit is natuurlijk een voortdurend proces dat ook sterk zal afhangen van hoe het profiel van de afgevaardigden zich in de toekomst ontwikkelt.

Toegankelijkheid

België loopt ver achter op het gebied van toegankelijkheid: er is geen wet die de beheerders van evenementenlocaties verplicht om hun faciliteiten toegankelijk te maken. Belgische verenigingen die mensen met een beperking vertegenwoordigen, evenals adviesbureaus op het gebied van toegankelijkheid, werken hier al bijna 20 jaar aan samen met de huidige politieke vertegenwoordigers en overheidsinstanties, maar het is hen nog niet gelukt om dergelijke wetgeving tot stand te brengen. België is bovendien een land met een complexe institutionele structuur. De toegankelijkheidsnormen variëren naargelang men zich in Brussel, Vlaanderen of Wallonië bevindt. Ten slotte is Brussel een historische stad (met talrijke geplaveide straten en smalle, oneffen trottoirs) en is het vrij heuvelachtig.

We realiseerden ons al heel vroeg hoe belangrijk het was om rekening te houden met de toegankelijkheidsbehoeften van de deelnemende koren. Maar we beseften ook dat ons kleine team van vrijwilligers, met een beperkt budget, niet in staat zou zijn om in zijn eentje alle problemen op te lossen waarvoor de politieke wereld nog geen oplossing heeft geboden.

De registratievragenlijst voor koren bevatte een vraag over toegankelijkheidsbehoeften binnen hun groep. Hieruit bleek dat **32%** van de geregistreerde koren leden had met specifieke behoeften (rolstoel / niet in staat om trappen te beklimmen / behoefte om op het podium te zitten / blinde mensen / mensen met een neurologische afwijking / behoefte aan een rustige ruimte).

De registratievragenlijst voor afgevaardigden bevatte een vraag over toegankelijkheidsbehoeften. We constateerden dat **3%** van de geregistreerde afgevaardigden toegankelijkheidsbehoeften had.

We waren van mening dat professionele hulp nodig was om ervoor te zorgen dat deze deelnemers een zo goed mogelijke ervaring zouden hebben. We werkten samen met Access-i, een Belgische organisatie die gespecialiseerd is in het ondersteunen van organisaties die hun activiteiten toegankelijk willen maken. Access-i gaf Esenca de opdracht om in het najaar van 2025 een analyse uit te voeren van onze binnen- en buitenlocaties, evenals van de routes daartussen. De doelgroepen waren mensen met beperkte mobiliteit, mensen met een visuele of auditieve beperking en mensen met een neurologische afwijking.

Access-i deed aanbevelingen waardoor we koren met toegankelijkheidsbehoeften ofwel in toegankelijke locaties konden inplannen, ofwel de locaties konden aanpassen om ze toegankelijk te maken.

Om de nodige verbeteringen aan de locaties te financieren, hebben we hulp gezocht bij Cap 48, een liefdadigheidsinitiatief gecoördineerd door de RTBF ter ondersteuning van mensen met een beperking. We hebben in juli 2025 een subsidieaanvraag ingediend en hebben in september 2025 deelgenomen aan de fondsenwervingscampagne van de organisatie. We ontvingen financiële steun van € 10.000. We~~have~~ besloten ook het overschot van het Solidariteitsfonds (ongeveer € 8.000) te besteden aan uitgaven op het gebied van toegankelijkheid, waardoor het totale budget op bijna € 20.000 kwam.

Met dit bedrag konden we het volgende financieren:

- De door Access-i uitgevoerde audit en de ontwikkeling van de speciale website
- De huur van fietstaxi's om festivalgangers te helpen bij het reizen van de ene locatie naar de andere. We konden de dienst slechts een beperkt aantal uren per dag gebruiken en hebben deze daarom beperkt tot concerten in de namiddag.
- In de ING Arena: de bouw van een lift en een hellingbaan om rolstoelgebruikers toegang tot het podium te geven, en de bouw van een dubbele trap om de tijd die artiesten nodig hebben om het podium te bereiken te verkorten.
- De huur van een minibus om mensen met beperkte mobiliteit van metrostation Heysel naar de ING Arena te vervoeren.
- De installatie van een ringleiding in de ING Arena.

- De dagelijkse verhuur van ruisonderdrukkende koptelefoons

Enkele weken voor het festival stuurden we de organisatoren van het koorfestival een informatieblad voor elke locatie, met daarin informatie over de toegankelijkheid (toegang voor het publiek, toegang tot de backstage, toegang tot de podia).

Access-i heeft een speciale website opgezet met een overzicht van de situatie op elke locatie. We hebben deze opgenomen in de laatste nieuwsbrief die naar de deelnemers is gestuurd. De link naar deze speciale website stond op de website van het festival. Ook op de festivalbadge werd vermeld dat de informatie daar beschikbaar was. De Access-i-website bevatte een kaart met de meest toegankelijke routes, waarbij duidelijk werd aangegeven dat het zich verplaatsen moeilijk zou zijn vanwege de vele hellingen op de wegen. Gezien de grote verscheidenheid aan locaties was het niet mogelijk om te anticiperen op de routes en vervoerskeuzes van elke deelnemer bij het verplaatsen van de ene locatie naar de andere. Bovendien liet het budget van het festival geen ruimte voor tijdelijke aanpassingen aan de wegen. Afgaande op de opmerkingen die na het festival zijn ontvangen, is het zeer waarschijnlijk dat de betrokkenen niet op de hoogte waren van het bestaan van deze website.

Tijdens het festival deden zich een aantal problemen voor:

- In La Madeleine hebben technici een overeengekomen toegangshelling eenzijdig verplaatst, waardoor twee koorleden in een rolstoel niet konden optreden.
- De locaties waar in samenwerking concerten plaatsvonden (het Stadhuis en Vaux Hall) zijn niet gecontroleerd door Access-i. In het Stadhuis van Brussel werd een artiest met een neurologische beperking, vergezeld door een hulphond, aanvankelijk de toegang geweigerd vanwege het ontbreken van een duidelijk gemeentelijk beleid. In Vaux Hall hadden sommige mensen in een rolstoel moeite om het terrein te betreden.
- Elders raakte een aangewezen toegankelijke repetitieruimte voor het hele festival onbruikbaar toen de lift op de eerste dag defect raakte en niet werd gerepareerd.
- In sommige zalen was het personeel verantwoordelijk voor het begeleiden van mensen met beperkte mobiliteit. Waar de theaters hier niet in voorzagen, namen onze vrijwilligers deze taak op zich. Zij beschikten echter niet altijd over de nodige informatie om de betrokkenen zo goed mogelijk te begeleiden.
- Verschillende festivalgangers meldden ons ook dat ze moeite hadden om zich door de stad te verplaatsen.

Gelukkig hadden andere festivalgangers een betere ervaring en konden zij de aangewezen podia en voorstellingslocaties zonder problemen bereiken.

Wat de fietstaxi's betreft: deze vervoerden 112 mensen en legden 62 ritten af.

Tijdens het hele voorbereidingsproces van het festival waren we verrast door het gebrek aan bewustzijn bij de beheerders van de locaties over de toegankelijkheid van hun locaties – niet alleen voor het publiek, maar ook voor de artiesten! Aangezien het festivalteam geen eigenaar is van de locaties, waren onze mogelijkheden beperkt. Het blijft echter verbazingwekkend dat wij bijvoorbeeld

de noodzakelijke aanpassingen in de ING Arena moesten financieren, in plaats van dat het beheer van de locatie dit rechtstreeks deed!

Ondanks al onze inspanningen hebben veel mensen met beperkte mobiliteit moeilijke (en soms zelfs traumatische!) ervaringen opgedaan tijdens het festival. Dit is onaanvaardbaar in een stad die de hoofdstad van de Europese Unie is. Eind augustus hebben we een brief gestuurd naar de stad Brussel en naar de bevoegde ministers om hen bewust te maken van de moeilijkheden die tijdens het festival zijn ondervonden en om aan te dringen op een actieplan. Tot op heden is deze brief onbeantwoord gebleven.

We dringen er bij de organisatieteams van toekomstige festivals op aan om, net als wij, vanaf het begin rekening te houden met toegankelijkheidsbehoeften en om in een vroeg stadium en op transparante wijze te communiceren over de moeilijkheden waarmee festivalgangers te maken kunnen krijgen, zowel binnen de locaties als in de openbare ruimte, waarbij duidelijk wordt aangegeven in hoeverre het organisatieteam in staat is deze problemen aan te pakken. Toegankelijkheid zou ook een selectiecriterium moeten worden bij de aanstelling van organiserende koren, waarbij we ons ervan bewust moeten blijven dat niet alle Europese landen op dit gebied over een goed ontwikkeld en gelijkwaardig beleid beschikken.

Veiligheid

Na de lessen die we hebben getrokken uit de feedback van leden van Sing Out Brussels! na het festival in Bologna (met name van vrouwen en trans- of non-binaire personen), vonden we het noodzakelijk om samen te werken met een professioneel team om de voorwaarden te scheppen voor een zo soepel mogelijk verloop van het festival.

Daarom hebben we een overeenkomst gesloten met Plan Sacha, een Franstalige Belgische organisatie die gespecialiseerd is in de preventie van seksueel en gendergerelateerd geweld op festivals.

De samenwerking omvat een eendaagse training voor het festivalteam in de lokalen van Plan Sacha. Ook de leiders van de vrijwilligersteams werden getraind. Deze trainingssessies vonden plaats in het voorjaar van 2026.

Het festivalteam had al in 2024 de gedragscode van het festival opgesteld, die alle festivalgangers bij hun inschrijving ondertekenden. Na de training ondersteunde Plan Sacha ons team met een protocol waarin werd uiteengezet hoe te reageren, met wie contact op te nemen en hoe beslissingen te nemen, afhankelijk van het soort incident dat zich zou kunnen voordoen.

Op advies van Plan Sacha namen een aantal vrijwilligers een boodschap op om de bezoekers aan de gedragscode te herinneren; deze werd zeer regelmatig als voice-over afgespeeld in onze concertzalen. Deze boodschap, beschikbaar in vier talen, had een aanzienlijke impact.

Bij aankomst in Brussel ontvingen festivalgangers in hun welkomstpakket een polsbandje met de contactgegevens van Plan Sacha. Ook op de badge werd de samenwerking vermeld.

Various Voices was natuurlijk een volstrekt onbekend festival voor Plan Sacha, en het team vond het enigszins lastig om de complexiteit ervan (de diversiteit van het programma en de locaties) te doorgronden. Plan Sacha kijkt echter zeer positief terug op deze samenwerking; deze werd duidelijk opgemerkt en goed ontvangen door de festivalbezoekers.

Tijdens het festival werden overal op het terrein 'Safer Zones' ingericht. Er was een goede samenwerking met de locatiebeheerders en de vrijwilligers van Plan Sacha werden goed ontvangen. Alle festivallocaties werden bewaakt door beveiligingspersoneel, dat ofwel deel uitmaakte van het eigen personeel van de locatie, ofwel afkomstig was van particuliere bedrijven die door het festival waren ingehuurd. Plan Sacha nam proactief contact op met deze teams om hen bewust te maken van het specifieke karakter van ons evenement.

Na afloop van het evenement publiceert Plan Sacha geen statistieken, aangezien deze verkeerd kunnen worden geïnterpreteerd. Veel interventies hadden betrekking op mensen die behoefte hadden aan een rustige plek of last hadden van angstgevoelens. De belangrijkste problemen die zich op de festivalterreinen voordeden, waren onder meer toegankelijkheidsproblemen voor mensen met beperkte mobiliteit (zie het hoofdstuk 'Toegankelijkheid' in dit verslag), een incident tussen een beveiligingsmedewerker en festivalgangers tijdens een avondvoorstelling in het Cirque Royal (fysiek geweld en homofobe beledigingen), evenals incidenten van voyeurisme en exhibitionisme in de Vaux Hall.

Buiten het festivalterrein werden verschillende festivalgangers blootgesteld aan fysiek of verbaal geweld. In de nacht van donderdag op vrijdag werden drie mensen aangevallen op een steenworp afstand van de homowijk die ze zojuist hadden verlaten. Op zondag werden festivalgangers bij Gare Centrale blootgesteld aan homofobe beledigingen en werden er vloeistoffen naar hen gegooid.

Het is belangrijk op te merken dat de veiligheid in de openbare ruimte niet direct onder de verantwoordelijkheid van ons team viel. Ons contact met de politie bleef uitsluitend beperkt tot festivalevenementen die in de openbare ruimte plaatsvonden – namelijk de straatconcerten – die onder discreet toezicht stonden.

Het inzetten van politiediensten op grotere schaal was een onderwerp van discussie tijdens de voorbereiding van het festival. Uit de enquête na afloop van het festival bleek dat sommige mensen binnen de gemeenschap vragen om een grotere politieaanwezigheid om zich veilig te voelen. Omgekeerd associëren andere leden van de gemeenschap de politie met geweld dat tegen hen gericht is. We konden daarom binnen het team geen unanieme overeenstemming bereiken over het vergroten van de politieaanwezigheid rond het evenement.

Na het vandalisme aan onze reclamebanners medio juni hebben we echter contact opgenomen met de burgemeester van Brussel en het hoofd van de lokale politie om te vragen om speciale aandacht voor het festival. We hebben nooit een antwoord ontvangen. Tijdens het festival hadden de slachtoffers van de homofobe aanval het gevoel dat de politie niet op de hoogte was van het bestaan van het

festival en dat hun klacht niet serieus werd genomen. Na afloop van het festival werden zij niet op de hoogte gebracht van enige opvolging van hun klacht. Legato en Various Voices Brussels 2026 hebben gezamenlijk een brief gestuurd naar de gemeentelijke, regionale en federale autoriteiten om hun bezorgdheid te uiten over het gebrek aan aandacht voor de veiligheid tijdens het festival, evenals over de tekortkomingen in de ondersteuning van slachtoffers en de opvolging van hun klachten. Momenteel wordt in België een interfederale LGBTQI+-plan opgesteld, waarin deze punten aan de orde moeten komen.

Wat de gezondheidszorg betreft, werd de eerste hulp over het algemeen verleend door beveiligingspersoneel. In de ING Arena was het Rode Kruis aanwezig. In het Cirque Royal stonden tijdens elke voorstelling artsen paraat. Het festival had EHBO-koffers aangeschaft, die echter niet zijn gebruikt. De instructie luidde om mensen met medische klachten door te verwijzen naar het alarmnummer 112 of naar Maison Arc-en-Ciel de la Santé (gelieerd aan RainbowHouse) en slachtoffers van geweld naar RainbowHouse, dat beschikt over teams die zijn opgeleid om slachtoffers te ondersteunen. Onze vrijwilligers waren hierover echter onvoldoende geïnformeerd.

Wij adviseren toekomstige organisatieteams om een dienst in te schakelen die vergelijkbaar is met Plan Sacha in hun land, om het bewustzijn binnen het team te vergroten, preventief werk te verrichten en ondersteuning te bieden aan festivalgangers. We raden ook aan om proactief contact op te nemen met de lokale politie, zelfs als er geen evenementen in de openbare ruimte gepland staan en zelfs als dit tot interne spanningen leidt. Daarnaast raden we aan om vrijwilligers uitgebreide documentatie te verstrekken over de beschikbare gezondheidsvoorzieningen. Met betrekking tot al deze kwesties is het echter belangrijk te beseffen dat het hier om risicopreventie gaat. Er bestaat niet zoiets als nulrisico, en het is noch mogelijk, noch wenselijk om elke festivalganger onder constante bescherming te plaatsen.

Duurzaamheid

Duurzaamheid is vanaf het begin van het project een van onze belangrijkste aandachtspunten geweest.

Vervoer was uiteraard een bijzonder aandachtspunt. We wilden daarom reizen per trein stimuleren. We vroegen festivalgangers op het registratieformulier naar hun reisplannen en herhaalden deze vraag in de enquête na afloop van het festival. We schatten dat 58% van de deelnemers per trein reisde en 31% per vliegtuig

We hebben een klein team van vrijwilligers opgericht om de duurzaamheid van het festival te waarborgen. Dit team stelde onder andere een tabel op met de mogelijke opties om per trein vanuit de woonplaatsen van alle deelnemende koren naar Brussel te reizen. Onze samenwerking met Eurostar was in dit verband uiteraard van groot belang.

Dit team adviseerde ons ook om de door de Nationale Loterij gelanceerde Eco-Coaching-subsidie aan te vragen. Dankzij deze subsidie sloten we een contract met Tapio, die deze eco-coaching binnen het vastgestelde budget uitvoerde.

De uitdaging waar we hier voor stonden, was dat het festival voor onze organisatie een eenmalig evenement is, waardoor het niet mogelijk is om veranderingen in onze uitstoot van jaar tot jaar bij te houden. Tapio heeft daarom vooral aanbevelingen gedaan met het oog op het verkleinen van onze CO_2-voetafdruk in de aanloop naar het festival.

Hier volgen enkele voorbeelden van de duurzaamheidsmaatregelen die we hebben doorgevoerd:

- Een duurzame badge van karton, met een lanyard van gerecycled PET
- Een pen van gerecycled ABS
- Een vlag van gerecycled polyester, die aan elk koor is uitgereikt. Het is onze bedoeling dat de koren deze vlag na het festival blijven gebruiken (het festivallogo staat er slechts heel klein op). Er zit een gleuf in om een vlaggenstok in te steken, zodat de vlag bijvoorbeeld bij Pride-evenementen kan worden gebruikt. We hebben deze zomer gemerkt dat verschillende koren de vlag al voor dit doel hadden gebruikt.
- Vloermarkeringen met afwasbare krijtverf
- De keuze om voor de Festival Shop samen te werken met Redbubble om afval te vermijden (artikelen worden alleen geproduceerd als ze worden besteld, en kunstenaars krijgen een eerlijk loon).
- Keuze om samen te werken met lokale bedrijven voor het eten en drinken dat in het Festival Village wordt verkocht, zoals bieren van het Brussels Beer Project.
- Gebruik van herbruikbare bekers in het Festival Village
- Gebruik van fietstaxi's om festivalgangers van de ene locatie naar de andere te vervoeren.
- Keuze voor een vegetarische cateraar voor de vrijwilligers en technische teams.
- Samenwerking met lokale bedrijven voor technische, logistieke en communicatiebehoeften
- Promotie van lokale artiesten

De CO_2-voetafdruk wordt momenteel berekend.

Vrijwilligerswerk

De vraag naar vrijwilligers bij een festival van deze omvang is enorm. Het gaat niet alleen om het vinden van vrijwilligers die tijdens het festival beschikbaar zijn, maar ook vóór het festival, om te helpen bij de organisatie van het evenement!

In 2024 organiseerden we binnen ons team een brainstormsessie om te bepalen welke vergoeding we zouden aanbieden aan mensen die zich vrijwillig inzetten voor het festival, zowel vóór als tijdens het evenement. We besloten dat iedereen die zich als vrijwilliger aanmeldde en tevens lid was van een deelnemend koor, zijn of haar inschrijfgeld voor het festival zou betalen. Dit geldt voor de bestuursleden van Various Voices Brussels 2026 en Legato.

Leden van het koor Sing Out Brussels! werden niet aangemoedigd om tijdens het festival vrijwilligerswerk te doen, vanwege hun drukke schema tijdens het festival. Onze prioriteit lag bij het werven van externe vrijwilligers.

Voor deze taak vonden we het noodzakelijk om een beroep te doen op iemand wiens taak het is om vrijwilligers aan te sturen. We hebben eerst Margot Ruelle aangeworven, die ervaring heeft met het aansturen van vrijwilligers voor andere muziekfestivals. De overeenkomst voorzag erin dat zij specifiek zou worden betaald voor deze taak: het werven van vrijwilligers, het definiëren en plannen van taken, en het aansturen van vrijwilligers tijdens het festival. Op verzoek van Margot hebben we ook geïnvesteerd in een specifieke app voor vrijwilligersbeheer, Weezcreew. Margot begon haar opdracht in september 2025, waarbij ze een aanmeldingsformulier online plaatste en de eerste contacten legde met scholen. In november verzocht Margot echter om beëindiging van de overeenkomst vanwege een interessanter professioneel aanbod. In december 2025 sloten we een overeenkomst met twee andere personen, die de taken van Margot Ruelle overnamen en de overeengekomen vergoeding deelden: Salomé Denos, die over een goed netwerk van verenigingen beschikt en door Margot was aanbevolen, en Gaël Larregaray, die verantwoordelijk was voor de werving van vrijwilligers voor de Brussels Pride 2025.

Gezien de omvang van het festival, de verscheidenheid aan locaties en de lange werkdagen schatten zij dat er 400 vrijwilligers nodig zouden zijn. Het was hun taak om de uit te voeren werkzaamheden te definiëren: het publiek verwelkomen, de koren ontvangen, de bewegwijzering regelen, enzovoort. In tegenstelling tot meer traditionele festivals waren er geen parkeerterreinen die georganiseerd moesten worden en werd er geen barservice verzorgd door vrijwilligers. Al in februari 2026 werden oproepen tot aanmelding gelanceerd. De werving ging door tot aan de vooravond van het festival. Helaas bleven de resultaten achter bij de verwachtingen: er werden ongeveer 150 vrijwilligers geworven.

We betreuren het gebrek aan steun van het Brusselse LGBTQI+-netwerk bij het onder de aandacht brengen van onze oproepen voor vrijwilligers. We zijn ook van mening dat de werving te lijden had onder het gebrek aan zichtbaarheid van het evenement.

Een week voor het festival werd er een introductiedag voor vrijwilligers georganiseerd, zodat iedereen elkaar kon leren kennen en een eerste briefing kon krijgen.

De communicatie verliep echter niet altijd optimaal. Pas enkele dagen voor het festival ontdekten we dat belangrijke taken nog niet waren ingevuld, zoals het verwelkomen van de koren tijdens de soundchecks in de ochtend. Ook waren er onvoldoende vrijwilligers voor de straatconcerten. We moesten alle roosters opnieuw indelen. Tijdens het festival kregen we te maken met een flink aantal no-shows: vrijwilligers kwamen niet opdagen voor hun dienst zonder iemand hiervan op de hoogte te stellen. Dit veroorzaakte veel problemen, vooral aan het begin van de dag. Door het gebrek aan vrijwilligers was het ook moeilijk om onvoorziene problemen op te vangen. Bovendien stelde ons team extra verzoeken die niet waren voorzien, of die niet duidelijk genoeg waren gecommuniceerd. Deze situatie leidde tot veel reorganisatie op het laatste moment, wat resulteerde in een aanzienlijke mentale werkdruk en stress die voorkomen had kunnen worden met meer voorbereidende vergaderingen en een uitgebreidere wervingscampagne.

Het is ook belangrijk te beseffen dat vrijwilligers verantwoordelijk zijn voor vrijwel de gehele organisatie van het festival. Afgezien van de beveiligingsteams en het

technisch personeel waren er maar heel weinig betaalde medewerkers om de werkzaamheden te ondersteunen. Deze realiteit vormde een aanzienlijke uitdaging voor de vrijwilligers, die de omvang van de verantwoordelijkheid die ze zouden moeten dragen, hadden onderschat. Dit gold met name voor de ontvangstruimtes, waar vrijwilligers onvoldoende waren ingelicht om vragen te beantwoorden. Bepaalde vereisten werden al vanaf de voorbereidingsfase onderschat. Dit is volkomen begrijpelijk, aangezien het hier ging om een evenement van een omvang die het organisatieteam nog nooit eerder had meegemaakt. Toch zou het nuttig zijn geweest om meer ondersteuning te bieden bij de coördinatie van de vrijwilligers.

Tijdens deze moeilijke momenten konden we rekenen op de steun van leden van Sing Out Brussels!, die zich vrijwillig aanboden om in te springen en te helpen. Ook de vrijwilligerscoördinatoren hebben ongelooflijk efficiënt werk geleverd. Over het algemeen werkten alle teams – goed herkenbaar dankzij hun gele T-shirts – ondanks de uitdagende omstandigheden in een goede sfeer.

We willen al onze vrijwilligers bedanken. Hun enthousiasme, inzet en motivatie hebben in grote mate bijgedragen aan het succes van het festival. Het applaus dat ze kregen toen ze tijdens de slotceremonie het podium betraden, was dan ook meer dan verdiend. Op 5 september 2026 werd er een afterparty voor de vrijwilligers georganiseerd om hen in het zonnetje te zetten.

Hier zijn onze aanbevelingen om dingen te verbeteren met het oog op Brighton:

- Samenwerken met gemotiveerde professionals is essentieel. Zonder de hulp van Gaël en Salomé hadden we het nooit gered. Ze hebben tijdens het festival fantastisch werk geleverd, renden heen en weer om problemen op te lossen en deden veel meer dan we van hen hadden gevraagd.
- Organiseer ten minste één werkdag met de vrijwilligerscoördinatoren om hen te informeren over hoe een typische dag tijdens het festival is georganiseerd en om de vereisten nauwkeurig vast te stellen.
- Organiseer minstens één werkdag met de teamleiders (ontvangst van het publiek, ontvangst van artiesten, enz.) voor een duidelijke briefing.
- Kies een tool of app waarmee vrijwilligerscoördinatoren hun takenplan aan het bestuur kunnen presenteren om eventuele hiaten te identificeren (wat met Weezcrew niet mogelijk was).
- Steek veel energie in de werving en werf veel meer vrijwilligers dan de vastgestelde behoefte, gezien het aantal no-shows.
- Sluit vrijwilligerswerk door koorleden niet uit. Dit heeft ons tijdens het festival echt gered.
- Maak de geplande vergoeding direct duidelijk aan de vrijwilligers. Hierover waren in Brussel veel misverstanden ontstaan omdat de vrijwilligerscoördinatoren onjuiste informatie hadden verstrekt.
- Het organisatieteam kan het hele festival tijdens het evenement niet in zijn eentje runnen. We waren met slechts vijf personen en renden tijdens het evenement overal heen en weer, van de ene locatie naar de andere, in een poging problemen op te lossen. Het is essentieel om voor elke locatie een productiemanager aan te stellen die volledig is ingelicht en zelfstandig beslissingen kan nemen.

Communicatie tijdens het festival

Festivalbadge

Voor de festivalbadge stelden we onszelf de onmogelijke taak om iets te creëren dat tegelijkertijd nuttig, praktisch, leuk, duurzaam en toegankelijk was. De totstandkoming ervan is ongetwijfeld een van onze grootste bronnen van trots.

De badge is ontworpen door Kidnap Your Designer. Deze bestond uit:

- een papieren boekje, zo ontworpen dat je het kunt lezen zonder de badge te hoeven verwijderen
- een lanyard van herbruikbaar materiaal, met een dubbel sluitsysteem om te voorkomen dat de badge omdraait
- een vel stickers waarmee elke festivalganger zijn of haar identiteit kan uitdrukken, terwijl er ruimte is voor flexibiliteit (het is mogelijk om het hele vel te gebruiken of slechts enkele stickers voor meer privacy)
- een balpen van herbruikbaar materiaal, om informatie op bepaalde stickers aan te vullen (voornaamwoorden, concerttijden).

Het badgebrochure bevatte een hele reeks praktische informatie:

- Een gestileerde plattegrond, als aanvulling op Google Maps
- Praktische informatie (Village, welkomstcentrum, toegankelijkheid, mogelijkheid om de tekst op de badge in het Frans en Nederlands te bekijken)
- Het festivalhandvest en de contactgegevens van Plan Sacha
- Het dagelijkse festivalprogramma
- een spel om de interactie tussen koren te stimuleren (zoek letters om een zin te vormen)

Enkele dagen voor het festival hebben we zo'n vijftien vrijwilligers ingezet om gepersonaliseerde welkomstpakketten samen te stellen, met daarin een badge, een lanyard, een vel stickers, een Various Voices-pen, een folder voor het Brighton 2030-festival en een Plan Sacha-polsbandje. Het kostte twee dagen werk om meer dan 4.000 welkomstpakketten klaar te maken! Het was lopende-bandwerk dat in een geweldige sfeer werd uitgevoerd.

De badge vormde niet alleen een fysieke aanvulling op de website, maar diende ook als middel voor identificatie, herkenning en interactie voor festivalgangers in de stad. We hebben er veel tijd in gestoken en zijn ontzettend blij met het resultaat!

Bewegwijzering

Aangezien de festivallocaties verspreid lagen over verschillende plekken in de stad, vonden we het belangrijk om te investeren in bewegwijzering om festivalgangers te helpen de weg te vinden.

Gezien ons streven naar duurzaamheid waren we vastbesloten om het gebruik van plastic folie of niet-herbruikbare/niet-recyclebare materialen koste wat kost te

vermijden. Daarom hebben we verschillende hulpmiddelen en materialen gebruikt:

- Krijtmarkeringen op de grond, met het festivallogo en pijlen die naar de verschillende locaties wezen. Deze markeringen spoelen weg in de regen. Ze werden de dag voor het festival door onze vrijwilligers aangebracht. Ze waren echter niet zo duidelijk zichtbaar op de grond als we hadden gehoopt.
- Plakband in de kleuren van het festival, voornamelijk gebruikt voor bewegwijzering binnenshuis
- Levensgrote silhouetten met festivaliconen. Deze silhouetten konden worden gebruikt om posters op te hangen of simpelweg om de weg naar belangrijke locaties aan te geven of de zichtbaarheid van het festival te vergroten tijdens straatconcerten.
- Kleine posters met diverse informatie (het dagprogramma, namen van locaties, festivaliconen) of gebruikt om een verandering in de bestemming van een ruimte aan te geven (genderneutrale toiletten). Deze posters werden echter te weinig gebruikt, omdat we niet genoeg vrijwilligers hadden om ze dagelijks op te hangen en te vervangen.

Welke bewegwijzering toekomstige organisatieteams ook gebruiken, het belangrijkste is echt dat er een voldoende groot team van vrijwilligers is dat goed is ingelicht en zich specifiek bezighoudt met het ophangen van bewegwijzering en het uitvoeren van dagelijkse controles (het in de gaten houden en vervangen van borden).

Fotografen

Tijdens het hele voorbereidingsproces van het festival was een van onze grootste uitdagingen om te laten zien waar het festival precies om draaide. We beschikten over zeer weinig fotoarchieven van eerdere edities, en de foto's die we wel hadden, waren vaak van zo'n slechte kwaliteit dat ze niet bruikbaar waren. Dit leverde met name problemen op bij het opstellen van onze subsidieaanvragen, het werven van sponsors of het illustreren van onze website. We wilden daarom een betekenisvolle erfenis achterlaten voor toekomstige edities.

Begin 2025 hebben we een oproep tot het indienen van aanvragen gelanceerd en ongeveer tien aanvragen van fotografen ontvangen. Een aantal daarvan kwam uit het buitenland (Frankrijk, Spanje, Polen…). We hebben hen in augustus en september 2025 individueel ontmoet tijdens online-gesprekken. We hebben de vergoeding vastgesteld op basis van tijdsblokken en voorgesteld dat elke fotograaf vijf tijdsblokken zou bestrijken. In overeenstemming met de regels die we onszelf hadden opgelegd, weigerden we in dit kader festivalbezoekers te betalen.

We waren zeer aangenaam verrast door het enthousiasme van de kandidaten. Begin 2026 sloten we met negen van hen een contract. Twee andere fotografen werkten als vrijwilligers.

Om de kosten van de fotografen gedeeltelijk te dekken, besloten we de foto's aan de deelnemende koren te verkopen. Elk koor kon zo een fotoalbum van professionele kwaliteit van zijn concerten ontvangen en de foto's gebruiken voor zijn eigen communicatie (sociale media, website…). De prijs van het fotoalbum bedroeg 200 euro voor bestellingen die vóór het festival werden geplaatst.

Uiteindelijk zijn we nooit overgestapt op het tarief van 300 euro (voor bestellingen die na het festival werden geplaatst), gezien onze gezonde financiële situatie. 52 koren kochten het fotoalbum van hun concert(en). Hierdoor konden we ongeveer tweederde van de kosten van de fotografen dekken.

Alle foto's van het festival worden naar Legato gestuurd, dat het resterende derde deel van dit erfgoed heeft helpen financieren met een bijdrage van € 5.000. Legato zal deze indrukwekkende herinneringen aan de emoties die het Various Voices-festival teweegbracht, zo kunnen doorgeven aan toekomstige organisatieteams.

Website

De website diende als aanvulling op de badge en bood informatie over het festivalprogramma en de deelnemende koren.

We hadden met Cobea de mogelijkheid besproken om een festivalspecifieke app te maken, maar Cobea raadde deze optie af: het ontwikkelen van een app is kostbaar en de impact ervan zou beperkt zijn geweest, aangezien het Festival van Brussel een eenmalig vijfdaags evenement is en de app waarschijnlijk slechts door een klein deel van de festivalgangers zou zijn gedownload. Cobea ontwierp daarom interactieve webpagina's.

Op de koorpagina konden gebruikers koren sorteren op land, op type (SSSA, SATB, enz.) en op muzikaal repertoire. Op de pagina van elk koor stonden biografische gegevens, foto's, video's, de data en tijden van hun optredens tijdens het festival, evenals het repertoire dat tijdens het middagconcert zou worden uitgevoerd.

Op de programmapagina konden gebruikers evenementen sorteren op type, locatie of datum. Op deze pagina stond ook een vereenvoudigd programma, samen met links naar pdf's gerangschikt op datum. Dit programma was bijzonder complex, met een groot aantal links naar andere pagina's (per locatie, per type evenement, enz.). Aangezien de website drietalig was, vergde dit veel werk.

De website bleef ook een nuttig hulpmiddel voor het verzamelen van algemene informatie over het evenement (de pagina „Praktische informatie", de pagina „Tickets/Winkel").

Uit de statistieken van Google Analytics blijkt dat het verkeer naar de site, dat in de maanden voorafgaand aan het festival vrij laag was, vanaf 1 juni gestaag toenam en op 21 juni 2026 een piek bereikte. Tijdens het festival waren de meest bezochte pagina's, zoals te verwachten, de programmapagina's (6.000 weergaven per dag), gevolgd door de koorpagina's (3.500 weergaven per dag). De gemiddelde tijd die op de website werd doorgebracht, bedroeg ongeveer 3 minuten, wat wijst op actieve betrokkenheid van de festivalbezoekers. Hoewel de Engelstalige pagina's het meest werden bezocht, werden ook de Franse en Nederlandse pagina's bekeken, wat aantoont dat er vraag naar was. Na afloop van het festival kelderde het websiteverkeer natuurlijk. Uit deze analyse blijkt dat de interactieve website haar doel heeft bereikt.

Sociale media

Gedurende de voorbereidingsperiode van het festival was slechts één persoon verantwoordelijk voor het beheer van de sociale media van het festival. Naarmate het festival dichterbij kwam, werd het duidelijk dat deze taak tijdens het festival zelf absoluut moest worden verdeeld.

Het Joy Team Communication van het organiserende koor, Sing Out Brussels!, bood zijn hulp aan. Vijf vrijwilligers beheerden om beurten de sociale media.

Het grootste deel van hun werk bestond uit het beheren van de stories op Instagram (er verscheen er wel één per minuut!), wat organische content, een groot aantal bezoeken en nieuwe volgers opleverde. Bovendien ontving het Joy Team elke ochtend een selectie foto's die door onze fotografen waren voorbereid, waardoor ze dagelijks een bericht konden publiceren met de mooiste momenten van de vorige dag. Deze berichten deden het erg goed, met tussen de 500 en 800 likes per dag en tussen de 40 en 90 shares per dag, afhankelijk van het bericht.

Na het festival ging de communicatie op organische wijze verder doordat we alle posts van de koren en festivalgangers repostten. Nadat we de foto's hadden verstuurd naar de koren die ze hadden gekocht, zagen we weer activiteit op onze sociale media toen de koren de foto's plaatsten en wij deze deelden.

Onze communicatie had een positief effect op het aantal volgers op de accounts van het festival. De Facebookpagina van het Various Voices Choir Festival had in juni 2025 4.235 volgers. Op 16 juni 2026 waren dat er 4.426 en op 28 juni 4.619. Op Instagram was er een langdurige strijd gaande tussen het account van ons koor, Sing Out Brussels!, en het account van het festival. Beide hadden in 2023 ongeveer 2.000 volgers. Sindsdien heeft het festival het koor ruimschoots ingehaald. Het account van het festival had eind augustus 2026 4.660 volgers, tegenover 3.161 voor het koor. De post over de vernielde spandoeken had een grote impact: 292 mensen zijn ons gaan volgen dankzij deze post. Ook posts die tijdens het festival werden gepubliceerd, trokken veel volgers aan, met pieken tot wel 50 nieuwe volgers per dag.

Zodra de aftermovie en het eindrapport zijn gepubliceerd, dragen we het beheer van onze sociale media over aan het team in Brighton.

Welkomstcentrum

Het welkomstcentrum van het festival was gevestigd in Auditorium 490. Daar hebben we op woensdag 24 juni de koorleiders verwelkomd die de welkomstpakketten voor al hun leden kwamen ophalen. Deze ruimte deed ook dienst als informatiepunt, waar altijd minstens één vrijwilliger aanwezig was.

Helaas waren de leden van het organisatieteam die daar om beurten werkten weliswaar volledig op de hoogte van alle details van de festivalorganisatie, maar gold dit niet voor onze vrijwilligers, die vaak enigszins in de war raakten bij de grote verscheidenheid aan vragen die werden gesteld. Zoals hierboven vermeld, zou een uitgebreidere briefing nodig zijn geweest. Achteraf gezien hadden we ook een welkomstcentrum in het stadhuis moeten opzetten, gezien het aantal evenementen dat daar werd georganiseerd.

Wij vinden het essentieel dat toekomstige organisatieteams voorzien in een welkomstcentrum in de buurt van de belangrijkste festivallocaties. Zelfs als alle informatie beschikbaar is op de website of op de badge, is het belangrijk om een menselijk aanspreekpunt te hebben, met name wanneer zich crisissituaties voordoen.

Media-aandacht

Tijdens het festival werd de media-aandacht voornamelijk verzorgd door het in Brussel gevestigde LGBTQI+-mediakanaal Ket, waarmee we een partnerschap hadden. Ket publiceerde elke dag een artikel over het festival: 24/06, 25/06, 26/06, 27/06

We betreuren het dat we geen aandacht hebben gekregen van de reguliere media, met name de televisie, die duidelijk het belang en de impact van ons evenement niet hebben onderkend, zeker gezien het huidige internationale klimaat, dat niet bepaald gunstig is voor onze LGBTQI+-gemeenschap. We hebben echter bij verschillende gelegenheden geprobeerd hun aandacht op het evenement te vestigen, in de overtuiging dat het festival zelfs het onderwerp van een documentaire had kunnen zijn.

In dit verband heeft één Nederlandse media-outlet echter wel een artikel aan ons evenement gewijd.

Opgemerkt moet worden dat we tijdens de voorbereidingen voor het festival in contact stonden met twee mensen die er graag een documentaire over wilden maken (één in het Verenigd Koninkrijk, één in België); naarmate het festival naderde, hoorden we echter niets meer van hen en zijn deze projecten niet tot stand gekomen.

Crisiscommunicatie

Tijdens het festival kregen we te maken met twee crisissituaties: de hittegolf en het homofobe geweld gericht tegen onze festivalgangers. In deze moeilijke tijden bleef ons team bereikbaar en hecht, ook al hielden we ons niet altijd aan onze richtlijnen voor communicatie in crisissituaties.

Hieronder volgen de maatregelen voor crisiscommunicatie die zijn genomen naar aanleiding van de hittegolf:

- Op zondag 21 juni werd een nieuwsbrief naar de koorbeheerders gestuurd om hen te informeren over de weersomstandigheden en enkele adviezen te geven (neem een waterfles mee, drink voldoende, draag luchtige kleding, neem een ventilator mee, enz.)
- Op dinsdag 23 juni werd een vervolgnieuwsbrief naar de afgevaardigden gestuurd.
- Ons artistieke team heeft mededelingen gedaan over de opsplitsing van de optredens in het Cirque Royal in twee delen, en onze presentatoren hebben mededelingen gedaan vanaf het podium.
- Op zaterdag werd een nieuwsbrief verstuurd met informatie over de omstandigheden in de ING Arena en het advies aan koren die straatconcerten op het programma hadden staan om de schaduw op te

zoeken en de duur van hun optreden indien nodig aan te passen, of zelfs hun optreden af te gelasten. De meeste koren gingen echter gewoon door met hun optredens. Ten minste één koor, met een bijzonder groot aantal oudere leden, besloot het optreden af te gelasten.

Dit zijn de crisiscommunicatiemaatregelen die zijn genomen naar aanleiding van het homofobe geweld:

- Proactief contact met de slachtoffers zodra hun identiteit bij ons team bekend was
- Publicatie van een bericht op sociale media waarin het geweld werd veroordeeld, de autoriteiten werden opgeroepen om actie te ondernemen en festivalgangers werden aangespoord om bij eventuele problemen contact op te nemen met Plan Sacha.
- Na afloop van het festival is een brief verstuurd met het verzoek om opvolging van de zaak voor de slachtoffers en om details over de maatregelen die zijn genomen om te voorkomen dat dit nog eens gebeurt.

Wat we tijdens deze crisismomenten het meest misten, was een WhatsApp-groep om korte en snelle updates te delen. De nieuwsbrief is een te omslachtig hulpmiddel. We hadden besloten geen WhatsApp-groep voor de afgevaardigden op te zetten, omdat het beheren van een groep van 4.000 mensen ons een nachtmerrie leek. Er zou op zijn minst een groep met één vertegenwoordiger per koor nodig zijn geweest om een snelle informatieoverdracht te garanderen, aangezien elk koor ongetwijfeld zijn eigen WhatsApp-groep had.

Aftermovie

Onze samenwerking met La Horde Productions voor de opnames van onze muziekvideo ‘Let Your Heart Be Heard’ werd enorm gewaardeerd. We hebben besloten om met dit bedrijf te blijven samenwerken om een hoogwaardige aftermovie van het festival te produceren.

Het doel is om een blijvende indruk achter te laten, festivalgangers een aandenken te geven en het team in Brighton een hulpmiddel te bieden om het festival te promoten.

Ons budget liet het niet toe om de opnames van alle concerten van het festival te financieren. We hebben echter wel de opnames van de show in de ING Arena gefinancierd, en de video’s hiervan zullen op het YouTube-kanaal van het festival worden geplaatst.

NA HET FESTIVAL

Festivalbudget

Algemeen overzicht

Het festivalbudget bedroeg **1,2 miljoen euro**.

Vanaf het begin van het project hielden we ons budget onder controle. Onze vereniging voerde elke drie maanden een begrotingsaanpassing door. Een strikte begrotingscontrole was noodzakelijk om een goed beheer van dit project te waarborgen, dat voornamelijk door festivalgangers werd gefinancierd.

Vanaf het begin hadden we verschillende begrotingsmodellen opgesteld op basis van uiteenlopende verwachtingen met betrekking tot het aantal geregistreerde festivalgangers.

Onze prioriteit was ervoor te zorgen dat we over voldoende middelen beschikten om essentiële rekeningen vóór of direct na het festival te betalen (huur van de locatie, technische en artistieke kosten, gastvrijheid voor festivalgangers, enz.). Een aantal investeringen werd pas goedgekeurd toen we zeker wisten dat we deze konden financieren. Dit betrof bijvoorbeeld kosten in verband met de communicatie rond het festival (zoals een postercampagne in de openbare ruimte, een aftermovie en fotografen).

We werkten samen met een accountant die verantwoordelijk was voor de financiële en fiscale opvolging van ons project. Deze samenwerking was essentieel gezien de omvang van de gelden die we moesten beheren.

Het budget veranderde in de loop van de maanden aanzienlijk. Afhankelijk van het aantal inschrijvingen (dat per categorie lager of hoger uitviel dan verwacht) of van het al dan niet binnenhalen van financiering, moesten we moeilijke beslissingen nemen of juist middelen vrijmaken voor diverse projecten.

Vanaf het begin van het project tot aan de opening van het festival hebben we een reserve aangelegd ter hoogte van 10 procent van het festivalbudget (€ 100.000). Deze reserve was bedoeld om ons in staat te stellen eventuele onverwachte tegenslagen tijdens het festival op te vangen.

Daardoor konden we het festival met een evenwichtige begroting van start laten gaan.

Voorfinanciering

Elk festival begint bij nul. In die context is het verkrijgen van voorfinanciering een grote uitdaging. Voordat de inschrijving openging, hadden we nog geen enkele inkomstenbron.

We ontvingen twee cruciale bijdragen om onze activiteiten van de grond te krijgen:

- Een lening van € 30.000 van Legato. Met deze lening konden we onze activiteiten gedurende de eerste twee jaar financieren: de kosten voor de oprichting van de vzw, de honoraria van onze boekhouder, de ontwikkeling van onze website en de eerste termijn voor de aankoop van het Integra-inschrijvingsplatform. Deze lening werd eind 2025 aan Legato terugbetaald.
- Donaties van Sing Out Brussels!. In tegenstelling tot de vzw Various Voices Brussels 2026 heeft het koor elk jaar activiteiten georganiseerd en daarmee inkomsten gegenereerd. We hebben een overeenkomst gesloten waarbij tweederde van deze inkomsten aan het festival zou worden gedoneerd.

Over een periode van vier jaar heeft het koor zo bijna € 67.000 aan het festival gedoneerd. Deze steun was van cruciaal belang voor de financiering van de aanbetalingen voor de concertzalen, nog voordat de inschrijvingen van start gingen.

We moedigen de volgende organiserende koren aan om een soortgelijk mechanisme op te zetten om de activiteiten van het festival voor te financieren voordat de inschrijvingen open gaan. Zodra de inschrijvingen open gingen, hebben we nooit meer te maken gehad met cashflowproblemen.

Inkomsten

De onderstaande grafiek toont de belangrijkste inkomstenbronnen van het festival. Let wel: we presenteren hier een vereenvoudigde begroting. We zullen een gedetailleerde begroting aan Legato en het team in Brighton verstrekken.

De inschrijfgelden van de deelnemers maken 75% van de inkomsten van het festival uit. Dit is een enorm bedrag en toont aan hoe essentieel de bijdrage van de deelnemers is voor de financiering van een dergelijk project. De inschrijfgelden voor het festival bedroegen in totaal € 796.119. Andere inkomsten van de deelnemers zijn afkomstig van boekingen voor rondleidingen die tijdens het festival werden georganiseerd (€ 11 per rondleiding), in totaal € 2.959. Dit geld werd gebruikt om de gidsen te betalen.

De tweede belangrijkste inkomstenbron van het festival waren **overheidssubsidies** (€ 105.814), goed voor ongeveer 10% van de inkomsten van het festival. België is een complex land, met vele bestuursniveaus en potentiële bronnen van overheidssubsidies. Het werven van fondsen verliep echter niet zo vlot. De meeste overheden verstrekken alleen financiering voor projecten die plaatsvinden in het jaar van het evenement (dus moesten we wachten tot eind 2025 om de meeste van onze festivalspecifieke aanvragen in te dienen). Bovendien hebben de meeste Belgische overheden, gezien de moeilijke begrotingssituatie waarmee ze te maken hebben, de subsidies die ze toekennen, teruggeschroefd. Hier volgt de uitsplitsing van de ontvangen subsidies:

- Koor&Stem: 2.500 euro in het kader van ons partnerschap met deze Vlaamse federatie van amateurkoren.
- Rayonnement de la Fédération Wallonie-Bruxelles: € 18.000 voor het festival.
- Nationale Loterij – Eco-coaching: 5.000 euro. Dit bedrag is specifiek bestemd voor de financiering van het eco-coachingproject dat door Tapio wordt uitgevoerd om de duurzaamheid van het festival te waarborgen.
- Stad Brussel (Gelijke Kansen): € 1.950 – In het kader van het programma „Rendez-Vous à Bruxelles“ (2024)
- Gelijke kansen (Federatie Wallonië-Brussel): € 6.000 voor de muziekvideo „Let Your Heart Be Heard“ (2025)
- Nationale Loterij: € 10.000 voor de videoclip van ‘Let Your Heart Be Heard’
- Rainbow Visibilities (Francophones de Bruxelles): € 2.250 voor de videoclip van ‘Let Your Heart Be Heard’.
- Stad Brussel (Cultuur): korting van € 6.000 op de huur van de Madeleine (dit bedrag werd in mindering gebracht op de factuur van de Madeleine).

- Nationale Loterij: € 10.000 voor het festival
- Vlaanderen: € 29.000, in het kader van de regionale steun voor internationale amateurkunstprojecten.
- Stad Brussel (Cultuur): € 10.000 voor het festival
- Cap 48: € 10.000 voor toegankelijkheidsvoorzieningen.
- RainbowHouse Brussels: € 1.950 voor de repetities van Let Your Heart Be Heard tijdens de Pride-week.

De derde inkomstenbron was **de openbare kaartverkoop** (7% van onze inkomsten – 80.748,00 euro). We boden elk evenement (middagconcerten, voorstellingen en ceremonies) tegen dezelfde prijs aan: de basisprijs bedroeg € 30. Er gold een gereduceerd tarief van € 20 voor mensen die aan bepaalde voorwaarden voldeden en een supportertarief van € 40. Aangezien er acht evenementen waren, kwam de aankoop van alle evenementen overeen met de prijs van de Festivalpas tegen het reguliere tarief (240 €), zonder toegang tot de nachtfeesten, het Village en de sociaal-culturele activiteiten. De afgelopen maanden was dit Volledige Festivalticket verkrijgbaar tegen het Late-tarief (290 €). We verkochten 77 Volledige Festivaltickets, 1.050 tickets voor de voorstellingen en ceremonies in Bozar of het Koninklijk Circus, 621 Middagpassen en 534 tickets voor de voorstelling in de ING Arena.

De vierde inkomstenbron bestond uit **inschrijfgelden voor koren**, in totaal 62.255 €, plus inkomsten uit de verhuur van repetitieruimtes (3.900 €) en de verkoop van fotoalbums (10.400 €). In totaal vertegenwoordigt dit 6% van de inkomsten van het festival. We stelden drie repetitieruimtes ter beschikking, met een uurtariefsysteem vergelijkbaar met dat in Bologna. We hanteerden dezelfde tarieven, rekening houdend met de inflatie. Alle tijdsvakken waren volgeboekt. Om de kosten te dekken van de ongeveer tien fotografen die waren ingehuurd om het festival vast te leggen, boden we elk koor bovendien de mogelijkheid om royaltyvrije foto's van hun concert(en) aan te schaffen. 52 koren kochten de foto's. Het festival maakt hier geen winst op, aangezien dit geld werd gebruikt om de fotografen te betalen.

Het resterende deel (2%) omvat:
- Inkomsten uit het Solidariteitsfonds (donaties van koren en afgevaardigden, en opbrengsten van het fondsenwervingsevenement 'Brussels In Harmony'). Dit zijn echter strikt genomen geen inkomsten, aangezien het grootste deel van dit bedrag werd gebruikt om de verlaagde tarieven voor begunstigden te compenseren, terwijl het resterende bedrag ons in staat stelde om verbeteringen op het gebied van toegankelijkheid te financieren.
- De contributies van de leden. Om het festival te organiseren, hebben we een vzw opgericht, los van ons koor Sing Out Brussels!. We hebben leden van Sing Out Brussels! uitgenodigd om lid te worden van de vzw Various Voices Brussels 2026 door een symbolische contributie van minstens € 10 te betalen. Dit gaf hen stemrecht op onze jaarlijkse algemene vergaderingen en af en toe toegang tot exclusieve informatie over de voorbereidingen van het festival.
- Inkomsten uit de festivalwinkel. Op elke verkoop via Redbubble hielden we een marge van 7%, die na aftrek van de commissies van het platform aan ons werd uitbetaald. Het was nooit onze bedoeling om geld te verdienen met deze winkel.

- De financiële vergoeding voor het organiseren van rondleidingen in het stadhuis van Brussel.
- De rente op het geld dat we in 2025 op een termijndeposito hadden geplaatst om te voorkomen dat het aan waarde zou inboeten.

Een opmerking over sponsoring

Het zoeken naar sponsors was een taak voor onze partner visit.brussels. Binnen deze organisatie waren er verschillende wisselingen van contactpersoon, wat de start van het wervingswerk vertraagde. In 2024 stelde hun team eindelijk een dossier op en legde het de aan sponsors aangeboden vergoeding vast. Het team van visit.brussels had ook contact gehad met het team van Various Voices Munich 2018 om feedback te krijgen over hun ervaringen.

Hun wervingsinspanningen leverden geen resultaat op, omdat ons evenement in de eerste plaats gericht was op een internationaal publiek, en waarschijnlijk ook omdat het merk Various Voices buiten de LGBTQI+-koorwereld vrijwel onbekend is. We denken ook dat de nabijheid van Brussels Pride, dat in 2026 zijn 30-jarig jubileum vierde, niet in ons voordeel werkte. Evenmin als het internationale klimaat, dat grote bedrijven ertoe heeft aangezet om zich terug te trekken uit diversiteits- en inclusiebeleid.

Van onze kant hebben we geprobeerd contacten te leggen met Brussels Rainbow Village, een organisatie die LGBTQI+-bedrijven in Brussel samenbrengt. De leidinggevenden van deze organisatie hebben onze oproep onder hun leden verspreid met het oog op commerciële partnerschappen. We hebben geen reacties ontvangen. Ons team heeft ook proactief contact opgenomen met enkele bedrijven, maar zonder succes.

Aangezien we hadden gerekend op inkomsten uit sponsoring, moesten we dit budget daarom op nul zetten. Dit voorkwam echter wel ingewikkelde discussies over ‘pinkwashing’ of ‘greenwashing’ door potentiële sponsors.

We zijn daarom voornamelijk partnerschappen aangegaan die resulteerden in kortingen: Pianos Maene (verhuur van piano’s of elektrische keyboards), Tipik (een dubbele reclamecampagne op deze RTBF-radiozender in ruil voor gratis tickets), Bruzz (een korting op de kosten van een reclamecampagne op deze Brusselse regionale radiozender in ruil voor zichtbaarheid voor het festival).

Uitgaven

De onderstaande grafiek toont de belangrijkste uitgavenposten van het festival. NB: Om de vertrouwelijkheid van onze leveranciers te waarborgen, presenteren we hier een vereenvoudigde begroting. We zullen een gedetailleerde begroting verstrekken aan Legato en het Brighton-team.

De eerste uitgavencategorie betreft de **huur van concertzalen** (388.000 euro – 36% van de uitgaven). Naast de huurkosten omvat dit ook bijkomende kosten (beveiligingsdiensten, schoonmaak, huur van extra stoelen, enz.).

De tweede grote uitgavencategorie betreft **technische kosten** (huur van apparatuur, vergoeding voor onze technisch directeur en geluidstechnicus, en kosten voor geluids- en lichttechnici tijdens het festival). Dit bedraagt in totaal € 188.000 (17% van onze uitgaven).

De derde grote uitgavencategorie betreft **artistieke kosten**. Hieronder vallen de vergoeding van onze artistiek directeur, onze muzikaal leider, de diverse artiesten die tijdens het festival optreden, auteursrechten, pianohuur en de kosten van het project 'Let Your Heart Be Heart' (studio-opnames, muziekvideo, repetities in Bozar). Dit vertegenwoordigt 13% van onze uitgaven (€ 137.000).

De vierde uitgavencategorie betreft **communicatiekosten** (9% van onze uitgaven – € 93.000). Hieronder vallen de kosten voor het opzetten en onderhouden van de website, de kosten voor het produceren van visueel materiaal, de kosten voor communicatiecampagnes, vergoedingen aan fotografen en videografen, en diverse abonnementen op communicatiemiddelen (voor de nieuwsbrief of sociale media).

De vijfde uitgavencategorie heeft betrekking op **logistieke kosten** (10% van onze uitgaven – € 95.000). Hieronder vallen met name de inrichting van het Village en betalingen aan leveranciers, catering voor technische teams en vrijwilligers tijdens het festival, de productie van festivalbadges en bewegwijzering, evenals de kosten voor het toegankelijk maken van de locaties.

De zesde uitgavencategorie betreft **de kosten** voor **het ticket- en registratieplatform** (4% van onze uitgaven – € 45.000). Dit omvat de aanschafkosten van het Integra-registratieplatform, de vergoedingen die onze betalingsverwerker Stripe in rekening brengt, en ticketkosten.

De resterende 11% (€ 100.000) omvat **diverse kosten**: bankkosten, verzekeringen, de administratieve kosten van de non-profitorganisatie, de honoraria van de accountant, de vergoeding voor het vrijwilligerscoördinatieteam, de licentievergoeding aan Legato en de kosten van het ondersteuningsprogramma (aankoop van vliegtickets en treinkaartjes voor het Oekraïense koor).

Financiële resultaten

Op het moment van schrijven van dit verslag is de boekhouding van het festival nog niet afgerond. Het is onwaarschijnlijk dat onze vereniging vóór begin 2027 zal worden ontbonden.

De financiële resultaten van het festival zijn echter zeer positief. Zoals hierboven uitgelegd, hadden we ongeveer 10% van het festivalbudget (€ 100.000) gereserveerd om eventuele onvoorziene problemen tijdens het evenement op te vangen. Uiteindelijk hebben we het festival kunnen afronden zonder een beroep te doen op deze reserve. Bovendien bleef de kaartverkoop voor de evenementen van het festival doorlopen tot en met de laatste dag van het festival, waardoor extra, onverwachte inkomsten werden gegenereerd.

Daardoor konden we een donatie van € 67.000 doen aan Sing Out Brussels!, een bedrag dat gelijk is aan het bedrag dat het koor had gedoneerd om het festival voor te financieren.

Het resterende saldo bedraagt ongeveer € 50.000 (het exacte bedrag wordt vastgesteld zodra de laatste facturen zijn betaald). Dit saldo wordt verdeeld tussen Legato (aan wie wij volgens de contractvoorwaarden ten minste 25 procent van de inkomsten van het festival moeten betalen), het Various Voices Brighton 2030-festival en Sing Out Brussels!.

van het festivalteam

Het festivalteam bestond, in alfabetische volgorde, uit Stefano Abruzzini, Walid Aissaoui, Marina Belotti, Christophe Cordier en Damien Wauters. Ja, slechts vijf mensen hebben zich als vrijwilligers onvermoeibaar ingezet om dit festival te organiseren! Alles wat u zojuist hebt gelezen, is dankzij hen mogelijk gemaakt.

Twee van hen waren bij het hele project betrokken, vanaf het indienen van de aanvraag tot en met de laatste dag van het festival: Marina Belotti en Christophe Cordier, die samen de algehele coördinatie van het evenement op zich namen.

Vanaf het festival in Bologna in 2023 hield het festivalteam maandelijks een vergadering van ongeveer vier uur om het evenement voor te bereiden. In de zes maanden voorafgaand aan het festival nam de frequentie toe tot twee vergaderingen per maand (waaronder één onlinevergadering). Ook werden er af en toe werkdagen georganiseerd. De hoeveelheid werk die tussen deze verschillende vergaderingen door is verricht, is echter onmogelijk in te schatten.

Het is belangrijk te beseffen dat de werkdruk die gepaard gaat met de organisatie van het festival enorm is en niet te vergelijken valt met het vrijwilligerswerk dat binnen onze koren wordt verricht. Binnen het team zijn twee mensen tijdens de voorbereiding van het festival met pensioen gegaan en kon een ander zijn werktijden aanpassen om tijd vrij te maken. Hierdoor konden zij bijna fulltime aan het festival werken. Zonder dit zouden we het waarschijnlijk nooit voor elkaar hebben gekregen. Naarmate Various Voices blijft groeien, roept dit natuurlijk vragen op over de toekomst van het festival. We komen hierop terug in de conclusie van dit verslag.

Het samenstellen van het team bleek een uitdaging. Ons koor, Sing Out Brussels!, biedt al talrijke mogelijkheden voor eenmalig of doorlopend vrijwilligerswerk (bestuur, thematische werkgroepen: artistiek, communicatie, gemeenschapsopbouw, strategie). Binnen deze groep van 80 mensen waren de meesten met het juiste profiel om de organisatie van het festival te ondersteunen vaak al bezet met andere vrijwilligersverplichtingen.

Ook de omvang van het project vormde een belemmering. Veel mensen aarzelden om zich te verbinden, uit angst (en terecht!) voor de werkdruk. Ook de lange tijdspanne tot het evenement werkte afschrikkend: het is spannender om mee te werken aan de voorbereiding van een voorstelling die over zes maanden plaatsvindt dan aan de voorbereiding van een festival dat pas over vier jaar plaatsvindt.

Ons team bestond uit maximaal zeven mensen, die elk hun visie, aandachtsgebieden en expertise inbrachten in het project. Dit werkte relatief goed gedurende de twee jaar waarin onze bijeenkomsten voornamelijk bestonden uit brainstormsessies om de identiteit van het festival te definiëren. Toen we eenmaal aan de slag gingen met de concrete details en de werkdruk begon toe te nemen, samen met de financiële risico's, raakte de werkverdeling binnen het team steeds meer uit balans, terwijl er ook meningsverschillen ontstonden over de manier waarop het project werd geleid. Dit leidde tot spanningen en het vertrek van verschillende leden. Het overgebleven team zette de organisatie van het festival voort, bleef verenigd en werkte op een zeer constructieve manier samen.

We willen hier graag onze ervaringen delen en deze boodschappen doorgeven aan toekomstige organisatieteams:

- Het organiseren van het festival is geen hobby. Het is een baan. In het begin een parttime baan, maar naarmate het festival dichterbij komt, een fulltime baan.
- De verantwoordelijkheid die op het organisatiecomité rust, is enorm – veel zwaarder dan die van het leiden van een koor. De omvang van het project, het aantal mensen dat aan het evenement deelneemt, het aantal en de grootte van de gehuurde locaties, de professionals waarmee je moet samenwerken en het enorme budget zijn allemaal bronnen van stress.
- Om het team samen te stellen, moet je vrijwilligers werven die bereid zijn om te werken, en niet alleen om hun mening te geven. Het is essentieel om vanaf het begin mensen aan te wijzen die verantwoordelijk zijn voor specifieke gebieden (podia, financiering, toegankelijkheid, duurzaamheid, inschrijvingen, programma, enz.) en om vanaf het begin rollen toe te wijzen. In een ideale wereld zou elke verantwoordelijke een vervanger moeten hebben voor het geval er problemen zijn (en er zijn altijd problemen).
- Werv veel mensen, ook van buiten je koren. Nu we het einde van dit verslag naderen, lijkt het ons ongelooflijk dat wij met z'n vijven dit allemaal voor elkaar hebben gekregen. Hoewel we de voorbereidingen wel aankonden, verliep alles tijdens het festival veel ingewikkelder. We waren met te weinig om elke crisis en elk probleem dat moest worden opgelost – of het nu technisch of interpersoonlijk was – aan te pakken. Idealiter hadden we genoeg mensen moeten hebben om op elk moment van het festival aan elke locatie een contactpersoon toe te wijzen.
- Er ontstaan onvermijdelijk spanningen binnen het team: sommige mensen ontlopen hun verantwoordelijkheden, anderen nemen te veel hooi op hun vork, vrijwilligers vragen om een vergoeding en uiteenlopende visies botsen op elkaar. Niemand komt er ongeschonden uit. Het organiseren van Various Voices betekent dat je veel prachtige contacten legt, maar ook dat je vriendschappen ziet verbroken worden.
- Soms ben je urenlang in discussie over een onderwerp dat je belangrijk lijkt, terwijl je een andere kwestie verwaarloost die niet problematisch lijkt. En tijdens het festival kom je erachter dat je juist het tegenovergestelde had moeten doen...
- Het is een LGBTQI+-project waar alle koren vier jaar lang naar uitkijken. Hun verwachtingen van het evenement zijn enorm. Elke deelnemer wil terecht erkend en gerespecteerd worden om wie hij of zij is. Hun verwachtingen zijn soms onverenigbaar. Het is daarom onmogelijk dat 100% van de deelnemers 100% tevreden is over de organisatie van het festival. Aangezien het

organisatieteam zelf ook deelneemt, is elke kritiek erg moeilijk te verwerken. Het organiseren van het festival betekent veel liefde en dankbaarheid ontvangen, maar het betekent ook dat je onvermijdelijk teleurstellingen zult moeten incasseren.

- Verwacht niet dat je net als elke andere deelnemer van het festival kunt genieten. Zelfs als je, net als wij, denkt dat alles klaar is en dat er niets mis kan gaan, zul je onvermijdelijk te maken krijgen met crises en onvoorziene gebeurtenissen.
- Na het festival heb je ongetwijfeld wat tijd nodig om weer met beide benen op de grond te komen. Ook wat tijd om je aandacht te richten op de positieve herinneringen, en niet alleen op wat er mis is gegaan. Wees lief voor jezelf: wat je hebt bereikt is ongelooflijk!

Festivalevaluatie & economische impact van de ' '

De enquête na afloop van het festival werd twee dagen na afloop via onze nieuwsbrief verstuurd. Een paar dagen later werd er een herinnering verstuurd. We sloten de enquête twee weken na afloop van het festival af. Het belangrijkste doel ervan is om aanbevelingen te doen aan Legato en het team in Brighton met het oog op toekomstige festivals.

We hebben 1.161 reacties ontvangen, wat neerkomt op ongeveer 30% van de deelnemers. Deze steekproef is echter representatief voor het profiel van de deelnemers wat betreft diversiteit in leeftijd, achtergrond en beroepsstatus.

Hier vindt u een samenvatting van de belangrijkste bevindingen uit deze enquête. Gedetailleerde antwoorden en de verschillende tabellen zijn te vinden via deze link . Aangezien de open vragen soms meer dan 700 reacties opleverden, hebben we kunstmatige intelligentie ingezet om de belangrijkste aandachtspunten te identificeren.

Voor 40% van de respondenten was het Various Voices-festival in Brussel hun eerste. Deze respondenten zijn van nature jonger en dit percentage ligt hoger bij deelnemers uit Spanje, Italië en de Verenigde Staten. De helft van hen gaf aan nog nooit eerder deel te hebben genomen aan een internationaal LGBTQI+-evenement, noch persoonlijk, noch met hun koor. Degenen die al aan dergelijke evenementen hadden deelgenomen, noemden voornamelijk Pride-evenementen, het Hand in Hand-festival of andere soortgelijke nationale of regionale festivals in Europa en de VS, evenals de Gay Games of Euro Games.

Dankzij het festival kon 38% van de respondenten meer nieuwe mensen ontmoeten dan ze hadden gehoopt. 40% ontmoette wel nieuwe mensen, maar minder dan ze hadden gehoopt. Voor de overgrote meerderheid van de respondenten speelde het festival ook een belangrijke rol in hun gevoel van verbondenheid met de LGBTQI+-gemeenschap of in hun gevoel vertegenwoordigd te worden als LGBTQI+-persoon.

In de volgende open vraag („Welk verschil heeft VV2026 voor jou gemaakt?“) gaf 40% van de respondenten aan dat het festival bij hen vreugde, geluk, emotionele

vernieuwing of een vergelijkbare sterke positieve emotionele impact teweegbracht. Ongeveer 25% verwees naar gemeenschap of een gevoel van verbondenheid. Ongeveer 20–25% verwees naar artistieke, muzikale of uitvoeringsgerelateerde inspiratie. Ongeveer 18% verwees naar zichtbaarheid, politiek, trots of activisme. Ongeveer 10–15% verwees naar internationale contacten en/of het versterken van het eigen koor. Ongeveer 12% gaf uiting aan een expliciet negatief of kritisch element.

Wat de grootste indruk op de respondenten maakte, was de mogelijkheid om concerten van andere koren bij te wonen (86% koos deze optie), de kans om met hun eigen koor op het podium te zingen (62% koos deze optie) en tijd doorbrengen met hun vrienden (57% koos deze optie). Het is hier interessant om op te merken dat de respondenten het bijwonen van concerten van andere koren hoger op de prioriteitenlijst zetten dan het noemen van hun eigen optredens.

Eén vraag betrof het gevoel van veiligheid binnen de festivalterreinen. De overgrote meerderheid van de festivalgangers voelde zich ofwel altijd (53% van de respondenten) ofwel meestal (38% van de respondenten) veilig. De respondenten beschouwen het festival als een 'veilige bubbel' en waardeerden de hulp van de vrijwilligers en het Plan Sacha-team. 5% gaf echter aan zich erg onveilig te voelen. Dit percentage ligt iets hoger onder de Italiaanse en Spaanse deelnemers (9%) en lager onder de Franse, Duitse en Nederlandse deelnemers (1%). Deze mensen zijn over het algemeen dezelfde die algemene ontevredenheid over het festival uitten. Zij noemden vooral een gebrek aan veiligheid in openbare ruimtes, met name 's nachts, en pleitten voor meer politie of particuliere beveiliging. In de reacties werd ook gewezen op de hitte (airconditioning, toegang tot water), toegankelijkheidsproblemen, bewegwijzering en vervoer tussen de locaties, evenals de wens naar meer LGBTQI+-diversiteit onder de deelnemers en in het festivalprogramma.

In de enquête werd ook de economische impact van het festival beoordeeld.

Wat de accommodatie betreft:

- verbleef 50 % van de respondenten 4 nachten in Brussel, 23 % 5 nachten en 22 % meer dan 5 nachten. Amerikaanse deelnemers waren het talrijkst in deze laatste categorie. Daarentegen verbleven Italianen en Spanjaarden het vaakst slechts 2 of 3 nachten, wat aansluit bij de eerdere opmerking in dit rapport over de hoge kosten van het festival voor zangers uit deze landen, die echter niet profiteren van het ondersteuningsprogramma.
- 60% van de respondenten verbleef in een hotel. 26% verbleef in een gedeelde accommodatie, zoals een Airbnb. 10% verbleef in een jeugdherberg, maar dit percentage steeg tot 30% voor Poolse, Tsjechische en Estse respondenten.
- Deelnemers gaven gemiddeld € 118 per nacht uit aan accommodatie. Hier zijn aanzienlijke verschillen tussen de verschillende groepen landen.

Wat het vervoer betreft:

- 58% van de respondenten reisde met de trein en 31% met het vliegtuig, wat overeenkomt met de intenties die bij de inschrijving waren aangegeven. Het is niet verrassend dat de trein de voorkeursoptie was voor degenen die uit buurlanden kwamen (Duitsland, Nederland, Frankrijk, het Verenigd Koninkrijk).

- De gemiddelde vervoerskosten bedroegen 287 euro per persoon. Er zijn hier uiteraard aanzienlijke verschillen, afhankelijk van de afgelegde afstand (respondenten uit de VS en Scandinavië gaven meer uit; die uit Frankrijk, Nederland en Duitsland gaven minder uit).

Overige uitgaven ter plaatse (eten en drinken, bars, vervoer, musea, winkelen, enz.) bedroegen gemiddeld € 427 per deelnemer. Opgemerkt moet worden dat, wat betreft de vrijetijdsactiviteiten van de deelnemers buiten het festivalprogramma om, Amerikanen de voorkeur gaven aan culturele activiteiten (musea, enz.), terwijl Italianen, Spanjaarden, Britten en Ieren de voorkeur gaven aan activiteiten binnen de LGBTQI+-gemeenschap (bars, clubs, enz.).

Als we de Belgische deelnemers buiten deze berekening laten, kunnen we het totale bedrag dat een gemiddelde buitenlandse deelnemer heeft uitgegeven dus schatten op € 1.257. Dit bedrag moet worden opgeteld bij het inschrijfgeld – bijvoorbeeld € 190 bij het Early Bird-tarief – waardoor het totaal op € 1.447 per persoon komt.

Met 4.040 deelnemers kan de economische impact van het festival dus worden geschat op meer dan € 5 miljoen, oftewel vijf keer het budget van het festival.

Dit illustreert ook de hoge investering die het festival voor koorleden betekent, een evenement dat zonder financiële steun duidelijk niet voor alle budgetten betaalbaar is. Maar liefst 30% van de respondenten ontving financiële steun van hun koor. Dit percentage stijgt tot 70% onder respondenten uit Oost-Europese landen, Italië en Spanje, en onder degenen jonger dan 35 jaar. Voor Amerikaanse deelnemers bedraagt het minder dan 5%. Opgemerkt moet worden dat 56% van de koren bij de inschrijving had aangegeven over een intern ondersteuningsprogramma voor hun leden te beschikken. Ook moet worden opgemerkt dat 690 mensen (17% van de deelnemers) directe steun van het festival ontvingen (ondersteuningsprogramma, solidariteitsfonds of betaling in termijnen).

Een van de belangrijkste doelstellingen van de enquête was om vast te stellen of Various Voices Brussels 2026 aan de verwachtingen van de festivalbezoekers had voldaan op drie gebieden: gemeenschapszin, algemene organisatie en artistiek programma.

Wat de gemeenschapszin betreft, is dit duidelijk het geval. Voor 57% van de respondenten voldeed het festival aan hun verwachtingen. Voor 31% overtrof het festival zelfs hun verwachtingen. 12% sprak echter zijn teleurstelling hierover uit. Met het oog op het festival Brighton 2030 deden de respondenten de volgende aanbevelingen: meer mogelijkheden om andere koren te ontmoeten en contacten te leggen, meer kansen om samen te zingen, en meer aandacht voor de inclusiviteit, diversiteit en toegankelijkheid van het festival. Met al deze punten was in Brussel al rekening gehouden, maar er is uiteraard altijd ruimte voor verbetering.

Ook de algehele organisatie van het festival kreeg een goede beoordeling. Voor 53% van de respondenten voldeed het festival aan hun verwachtingen. Voor 29% overtrof het festival zelfs hun verwachtingen. De respondenten gaven veel positieve opmerkingen. 18% sprak echter zijn teleurstelling hierover uit. Met het oog op het festival in Brighton richten de aanbevelingen zich vooral op

communicatie (kortere en effectievere nieuwsbrieven), verwarming en airconditioning, het versterken van het team van vrijwilligers (zowel qua aantal als qua opleiding), het festivalprogramma (minder vol, met meer tijd voor soundchecks), een eenvoudiger ticketsysteem en bijzondere aandacht voor toegankelijkheid en inclusiviteit, enz.

Het artistieke programma is het meest controversiële onderwerp. Voor 50% van de respondenten voldeed het festival aan hun verwachtingen. Voor 22% overtrof het festival zelfs hun verwachtingen. 28% sprak echter zijn teleurstelling hierover uit – bijna een op de drie respondenten. De belangrijkste boodschap aan het Brighton-team sluit aan bij de conclusies van ons team. Het doel is om de voorstellingen weer meer op koren te richten en bijgevolg minder nadruk te leggen op gastartiesten. Aanbevelingen hebben ook betrekking op de toegankelijkheid van de locaties, de technische omstandigheden, de kwaliteit van de optredens, de samenhang van de voorstellingen en de vertegenwoordiging van de gehele LGBTQI+-gemeenschap. Het politieke karakter van het festival is een aandachtspunt waarover tegenstrijdige aanbevelingen zijn gedaan. Sommigen vinden dat het festival politieker moet zijn. Anderen vinden juist dat het minder politiek moet zijn.

Een vijfdaags festival lijkt de afgevaardigden goed te bevallen. 84% van de respondenten is tevreden met de huidige duur van het festival. 9% vindt het te lang en zou de voorkeur geven aan een programma dat is ingekort tot drie dagen. Slechts 7% zou graag een langer festival zien.

Wat betreft de concertmogelijkheden zou de meerderheid van de respondenten die slechts één of twee concerten gaven, er graag meer willen geven. Het is hierbij vermeldenswaard dat dit beperkte aantal concerten de keuze was van de bestuurders van hun koor, een feit waarvan de respondenten zich wellicht niet bewust zijn. Drie of vier concertmogelijkheden lijken daarom een geschikt aantal te zijn. We zagen eerder dat de meeste koren (71 van de 114) van deze mogelijkheid gebruik maakten.

Wat betreft de verwachtingen voor het festival in Brighton gaven de afgevaardigden prioriteit aan het geven van concerten met hun koor, voldoende tijd hebben om concerten van andere koren bij te wonen, en de mogelijkheid om nieuwe mensen te ontmoeten.

De enquête peilde ook naar de bekendheid van Legato, de Europese federatie van LGBTQI+-koren. 75% van de respondenten had al van Legato gehoord voordat ze in Brussel aankwamen. Legato wordt vooral geassocieerd met Various Voices: 56% van de respondenten weet dat Legato toezicht houdt op het Various Voices-festival (door licenties te verlenen en gaststeden te ondersteunen bij de organisatie van het festival). De andere activiteiten van Legato zijn minder bekend. De Legato Academy (die weliswaar vooral gericht is op koorbestuurders) is nauwelijks bekend. 47% van de festivalbezoekers had er nog nooit van gehoord. De verwachtingen van de festivalbezoekers ten aanzien van Legato richten zich met name op: het versterken van de banden tussen koren, het vaker organiseren van festivals, opleidingsactiviteiten, het ontwikkelen van een LGBTQI+-muziekcultuur, initiatieven op het gebied van inclusie, diversiteit en toegankelijkheid, en het uitbouwen van de politieke en belangenbehartigende rol van Legato.

De gedetailleerde enquêteresultaten zullen uiteraard worden doorgegeven aan Legato en het team in Brighton.

Conclusie

Onze reis eindigt hier. We sluiten nu met grote trots en een gevoel van totale uitputting het hoofdstuk Various Voices Brussels 2026 af.

Het organiseren van dit enorme evenement was een uitdaging voor ons kleine team. Het was ook een zeer spannende ervaring, waardoor we nieuwe vaardigheden hebben kunnen opdoen. Het enthousiasme van de festivalgangers en de positieve feedback die we hebben gekregen, zijn een geweldige beloning. Tegelijkertijd is het niet gemakkelijk. Tegelijkertijd is het moeilijk om te gaan met de teleurstelling die door anderen werd geuit. Zoals we al hadden voorzien, was het niet mogelijk om 100% van de festivalgangers 100% tevreden te stellen.

In augustus 2026 namen we deel aan het evenement 'Queer Voices Unite' als onderdeel van Amsterdam World Pride. Dit minifestival bracht acht internationale koren bij elkaar. We vonden het een geweldige ervaring omdat we nergens verantwoordelijk voor waren! Maar we realiseerden ons ook hoe veel eenvoudiger het was om een evenement van deze omvang te organiseren (één concertzaal, slechts een handvol vrijwilligers nodig...) en om activiteiten te organiseren waarbij de koren elkaar konden ontmoeten. Dit maakt des te duidelijker waarom zoveel respondenten van onze enquête de wens uitten om aan meer van dit soort kleine evenementen deel te nemen.

Various Voices staat wellicht op een kruispunt. In hun bidbook voor Various Voices 2030 stelden sommige koren voor om tot 160 koren en 5.000 deelnemers te ontvangen. Hoeveel groter kan het festival nog worden? En bovenal: kan het blijven groeien terwijl het op deze manier wordt georganiseerd? Zoals je in dit verslag hebt kunnen lezen, is het aantal kwesties dat bij de organisatie van Various Voices moet worden aangepakt enorm. We moeten aan alles denken, op elk mogelijk crisisscenario anticiperen en proberen de verwachtingen van een veelheid aan mensen met verschillende achtergronden, leeftijden en identiteiten met elkaar te verzoenen... En nu we de ervaring hebben om dit te doen; nu we weten wat we graag willen behouden en wat we anders zouden doen, moet een nieuw team helemaal opnieuw beginnen, in een nieuwe stad, met andere locaties, andere partners, andere beperkingen...

De situatie in Europa is niet dezelfde als in de VS, maar in de VS wordt de organisatie van het Gala Choruses-festival verzorgd door betaalde professionals. Als Legato op een dag ten minste één betaalde medewerker zou kunnen hebben om voor het festival te werken (bijvoorbeeld om de registratie van koren en afgevaardigden te regelen), zou dat fantastisch zijn. Van onze kant blijven we ter beschikking staan van Legato en het Brighton 2030-team om het stokje door te geven en onze kennis te delen.

We kijken ernaar uit om deel te nemen aan Various Voices Brighton 2030, gewoon om te genieten van het plezier van zingen, het plezier van applaudisseren, het plezier van bijpraten met vrienden en nieuwe mensen ontmoeten, en het plezier van het gevoel deel uit te maken van een enorme gemeenschap van LGBTQI+-

zangers, verenigd door een gedeelde passie en dezelfde aspiraties voor een wereld waarin ieder van ons een plek heeft waar we thuishoren. Dat is de geest van Various Voices. We zijn verheugd en trots dat we een rol hebben mogen spelen in de geschiedenis ervan.

Stefano, Walid, Marina, Christophe & Damien
Festivalteam – Various Voices Brussel 2026