

WK voetbal deert zonovergoten Oerol 2014 niet

Met 130.026 verkochte kaarten in 10 dagen is Oerol het grootste podiumkunstenfestival van Nederland

Terschelling, 22 juni 2014 – Op zondag 22 juni sluit Oerol de 33^e editie van het tiendaagse festival af. Ondanks het WK voetbal werden er meer dan 130.000 toegangsbewijzen verkocht. Oerol 2014 is een ode aan het trouwe publiek dat blijft kiezen voor het openluchtpodium en het jonge talent dat zich daar presenteert. Oerol 2014 is 1 van de beste edities wat de weersomstandigheden betrof. Geen enkele voorstelling werd door weersomstandigheden gecancelled. De afsluiting vindt plaats op de nieuwe muzieklocatie de Betonning. Een plek die veel stof deed opwaaien onder de trouwe bezoekers van het voormalige muziekterrein het Groene Strand, dat in de nieuwe functie van podium voor landschapskunst goed werd bezocht.

Recensenten prijzen hoge kwaliteit voorstellingen

Loftrumpetten van pers waren er over de kwaliteit van het theaterprogramma. Zij signaleerden dat het landschap meer dan voorheen prominent vervlochten was met de inhoud van de voorstellingen, als acteur, niet als decor. Theatervoorstellingen die het meest lovend genoemd werden waren: Crashtest Ibsen II van NNT / Sarah Moeremans, Kintsukeroi van Spinvis en Saartje van Camp, Rooftoptigerr van Rooftoptiger en Caída Libre van Compañía Sharon Fridman. Het meeste opzien baarde het grootschalige expeditieproject Wadland, een coproductie van SLeM en Oerol. Gevlochten wilgentenen in de vorm van een Mondriaan van 100 bij 100 meter illustreren de thematiek van Oerol: Sense of Place. Oerol eert ook kleinere projecten zoals De collectie van Broeder Rudolphus. Deze tentoonstelling van Frederik & Broers in combinatie met eilander schoolkinderen, kon op bijzonder veel sympathie rekenen van eilanders en Oerol-bezoekers. Verder stonden de duurzame kunst projecten onder de noemer vanuit 100%Terschelling volop in de aandacht.

De Betonning

Joop Mulder: "We zijn trots op wat er is neergezet maar verandering is altijd moeilijk. Dezelfde gemengde reacties ontvingen we toen we stopten met de strandfeesten aan de Noordzeekant zo'n 15 jaar geleden. Daarna is het Groene Strand gekomen. De Betonning is ons muziekhart in wording, het Groene Strand zetten we in voor onze toekomstontwikkeling. Groei begint ergens, dat is niet gelijk op volledige sterkte, dat was ook bij het Groene Strand niet direct in het eerste jaar het geval. Groei heeft voeding nodig. En die voeding hebben we gekregen van ons publiek, van artiesten en ook zelf ervaren. Volgend jaar hopen we samen nog beter te genieten de Betonning en het Groene Strand."

AVRO

Het door Cornald Maas gepresenteerde Opium op Oerol werd tijdens de beste uitzending – donderdag 19 juni - 47% meer bekeken dan vorig jaar (310.000 kijkers; de overige dagen gemiddeld een kwart miljoen kijkers). De AVROTROS bracht van maandag 16 tot en met vrijdag 20 juni vijf live uitzendingen vanaf Terschelling.

Oerol verbindt generaties

Andere opvallende zaken was dat meer mannen dan vrouwen (55% vs 45%) actief gebruik maken van de digitale informatiemiddelen, dat de verjonging van Oerol toeneemt (+6,5% 25-34 jaar) zonder dat de oudere generatie werd afgestoten (+1,5 %, 50+). Het grootste gedeelte van de theaterbezoekers kwamen uit Noord-Holland, Utrecht, Gelderland en Groningen.

Oerol | 13 t/m 22 juni '14 Terschelling | www.oerol.nl

Hoofdsponsors van Oerol zijn Brand, Rederij Doeksen, de Vrienden van Oerol en het Cultureel Garantiefonds. Partner in natuur is Staatsbosbeheer. Vormgever is Dietwee. Mediapartners zijn de AVRO en de Leeuwarder Courant.

Einde persbericht

Noot voor de redactie: Voor meer informatie, beeldmateriaal of een interview met Joop Mulder (oprichter/creatief directeur) of Marelle van Rongen (algemeen directeur) kunt u contact opnemen met Ria Laanstra, hoofd marketing & communicatie, tel.nr. 0562-448448 / 06-48355976 / ria@oerol.nl