

Projectplan Kindermuziekweek 27 maart – 5 april 2020



Partners van de Stichting Kindermuziekweek 2020:

Het Concertgebouw, De Doelen, Meer Muziek in de Klas, TivoliVredenburg, het Rotterdams Philharmonisch Orkest, het Prinses Christina Concours, het Muziekgebouw Eindhoven, Bureau Vanaf2, Nationale Opera en Ballet, Stichting Kunstzinnige Vorming Rotterdam, Orkest van het Oosten en philharmonie zuidnederland



AANLEIDING EN ACHTERGROND

De laatste jaren komt er meer aandacht voor het belang van muziek voor kinderen. Terecht, want kinderen en muziek zijn een belangrijke en vruchtbare combinatie. Steeds meer zalen en orkesten, muziekscholen en particulieren zijn bezig om kinderen en hun (groot)ouders met muziek in aanraking te brengen, wat een zeer positieve ontwikkeling is. Met de Kindermuziekweek willen wij de waarde van muziek doorgeven aan volgende generaties. Met concerten en ontmoetingen hopen we dat zoveel mogelijk kinderen enthousiast worden over hoe mooi muziek is en hoe leuk het kan zijn om muziek te maken. Daarmee draagt de Kindermuziekweek ook bij aan het publiek van de toekomst.

Tot en met 2018 organiseerden De Doelen en het Rotterdams Philharmonisch Orkest met succes de Kindermuziekweek in Rotterdam. In 2019 hebben twaalf partners uit muziekminnend Nederland de krachten gebundeld. Samen bouwen zij aan een landelijk event waar zoveel mogelijk kinderen met hun ouders de kracht en het plezier van muziek ervaren. De Kindermuziekweek moet net als de Kinderboekenweek een begrip worden in Nederland zodat elk kind gedurende zijn jonge jaren het plezier van het luisteren naar en het beleven van muziek zal ervaren.

DE KINDERMUZIEKWEK 2019-2022 IN VOGELVLUCHT

De eerste landelijke editie van de Kindermuziekweek in april 2019 was een groot succes. Deze editie heeft plaatsgevonden in de vorm van een *soft launch*. Het bestuur en de partners zijn aangenaam verrast over het succes van de landelijke Kindermuziekweek. Het aantal deelnemende organisaties was hoger dan verwacht. In 2019 werden in 31 plaatsen 180 voorstellingen en concerten gegeven (waarvan 40 gratis toegankelijk) voor circa 25.000 kinderen en ouders in direct bereik en 13 miljoen mensen door middel van indirect bereik. In de media is veel aandacht aan de Kindermuziekweek besteed. Kijk voor een impressie naar een [video](#) van de Kindermuziekweek 2019. Een verslag en factsheet zijn als [bijlagen 1 en 2](#) bijgevoegd.

Bij de eerste editie is veel aandacht besteed aan de infrastructuur, organisatie en het leggen van een basis voor landelijke marketing van de activiteiten van de deelnemers. Bij de tweede editie ligt de focus op verdere uitbouw van de infrastructuur, marketing, nog meer verschillende muziekstijlen en uitbreiding van het aantal deelnemende organisaties. Hiervoor dient de organisatie verder te worden geprofessionaliseerd. Deze aanvraag is bedoeld ter medefinanciering van de doorgroei naar de tweede landelijke editie in 2020.



Jaar 1 (2019)

- Soft launch (beperkt aantal deelnemende organisaties)
- Opzet organisatie en structuur (projectleider)
- 1^e fase website
- Ontwikkeling marketingactiviteiten
- 180 voorstellingen en concerten waarvan 40 gratis toegankelijk
- 25.000 kinderen direct bereik in 31 plaatsen
- 13 miljoen mensen bereik online en in print
- Landelijke ambassadeurs

Jaar 2 (2020)

- Landelijke en inhoudelijke spreiding - 100 deelnemende organisaties
- Professionalisering organisatie en structuur (projectleider en marketeer)
- Doorontwikkeling website
- professionele landelijke marketing
- alle muziekstijlen
- 50.000 kinderen
- uitbouw landelijke en regionale ambassadeurs

Jaar 3 (2021 forecast)

- Landelijke en inhoudelijke spreiding - 250 deelnemende organisaties
- Organisatieteam en herijking bestuursstructuur (governance)
- Doorontwikkeling website (backoffice structuur, kennisdeling)
- 80.000 kinderen



Inhoud

AANLEIDING EN ACHTERGROND	1
DE KINDERMUZIEKWEEK 2019-2022 IN VOGELVLUCHT	1
LANDELIJKE KINDERMUZIEKWEEK	4
HOOFDLIJNEN	5
WAT GAAN WE DOEN	6
MARKETING IN FOCUS	7
MEDIA	9
ORGANISATIE EN GOVERNANCE.....	9
ORGANIGRAM.....	10
BEGROTING EN DEKKINGSPLAN	11
TOEKOMST.....	11
PARTNERS 2020.....	13
Bijlage 1 – Verslag Kindermuziekweek 2019.....	14
Bijlage 2 – Factsheet.....	17



LANDELIJKE KINDERMUZIEKWEEK

Het op jonge leeftijd in aanraking brengen van kinderen met muziek draagt sterk bij aan hun ontwikkeling. Uit onderzoek blijkt dat door gewenning aan muziek in de jonge jaren de kans op een breed muzikaal smaakpatroon sterk vergroot wordt. Ook de sociale, cognitieve, motorische en emotionele ontwikkeling van kinderen wordt door muziek positief beïnvloed. Zowel muziekbeleving als muziekeducatie speelt hierbij een belangrijke rol en is van grote betekenis voor de ontwikkeling van deze jonge doelgroep. Het samen maken van muziek zorgt voor verbinding wat op bijvoorbeeld scholen een belangrijke ervaring oplevert.

Om nog meer kinderen in de gelegenheid te stellen óók met het professionele muziekleven in aanraking te komen en het belang van muziek voor kinderen te benadrukken hebben de partners de krachten gebundeld met het doel om een jaarlijks terugkerende landelijke muziekweek te organiseren voor kinderen van 0-12 jaar die in schoolverband of in hun vrije tijd in hun eigen woonplaats kunnen kennis maken met en genieten van muziek. De ambitie is dat concertzalen, orkesten, bands, fanfares en andere muziekorganisaties uit heel Nederland zich hierbij als deelnemers aansluiten.

De kinderconcerten die binnen de reguliere programmering van zalen vallen, worden veelal bezocht door een trouw publiek van muzikliefhebbers. Het gaat vaak om (groot-)ouders die zelf concerten bezoeken en hun kinderen deze ervaring ook willen laten beleven. Daarom is het belangrijk dat in de Kindermuziekweek daarnaast via scholen en kinderopvangorganisaties ook kinderen worden bereikt die niet van huis uit met muziek in aanraking komen. Daarmee is de Kindermuziekweek de manier bij uitstek om nieuw publiek te bereiken. Het uitgangspunt is dat de Kindermuziekweek alle genres en alle kinderen omarmt.

Gedurende de Kindermuziekweek bezoeken kinderen in heel Nederland zeer uiteenlopende muzikale activiteiten die zowel passief als interactief van aard kunnen zijn. Voorbeelden zijn een muziekvoorstelling van een zaal of podium, educatievoorstellingen van een orkest of ensemble in de regio, workshops voor de hele familie of juist op school of de naschoolse opvang, een muziekthema op de crèche, een open dag van de muzikschool, een gelegenheidsorkest, online muziek maken, muziektheater in de schouwburg, een muziekwedstrijd etc. Doordat iedere deelnemende instantie geheel naar eigen keuze invulling kan geven aan het programma is gewaarborgd dat tijdens de Kindermuziekweek veel activiteiten plaatsvinden in uiteenlopende genres en verspreid door het hele land. De Kindermuziekweek is de gezamenlijke vlag waaronder de activiteiten worden gepromoot.



De Kindermuziekweek heeft diversiteit hoog op de agenda staan. Zij heeft oog voor kinderen die thuis of op school weinig met muziek (van welk genre dan ook) in aanraking komen. Daar is immers nog een wereld te winnen! Kinderen die enthousiast worden en ontdekken hoe fijn muziek is willen vaker met muziek in aanraking komen, of zelfs uiteindelijk een instrument spelen. Zo dragen de partners gezamenlijk bij aan een brede muzikale ontwikkeling van alle kinderen in Nederland en het publiek van de toekomst.

HOOFDLIJNEN

Iedere partner of deelnemer stelt zelf een inhoudelijk programma samen naar eigen inzicht. Het programma moet uiteraard zijn gericht op kinderen van 0-12 jaar in de vorm van bijvoorbeeld voorstellingen, workshops, open dagen en interactieve activiteiten voor de verschillende leeftijdsgroepen.

- Jaarlijkse periode: rond 1^e week april inclusief twee weekenden. (waarbij rekening gehouden wordt met de schoolvakanties en Pasen).
- Duur tien dagen: gedurende de lesweek schoolconcerten, in de 2 weekenden familieconcerten /-activiteiten. Alle deelnemers uit de gehele brede muziekwereld vullen dit op eigen wijze in: concertzalen, popzalen, (jeugd)-orkesten, muziekscholen, muziekverenigingen, jazz-combo's, musici uit alle genres, ensembles, harmonie- en fanfareverenigingen, bands, etc..
- Doelgroep: kinderen van 0 tot en met 12 jaar in school- of opvangverband en met hun familie.
- Live muziek van goede kwaliteit in alle facetten, van pop tot klassiek, van jazz tot niet-Westerse muziek.
- Extra aandacht voor het bereiken van kinderen die weinig met muziek in aanraking komen via scholen, crèches en naschoolse opvang. Extra activiteiten in de deelnemende zalen: kinderen over de drempel krijgen, zowel in schoolverband (met voorbereidende lessen) als in familieverband. Naast reguliere concerten is de Kindermuziekweek het moment om extra's te organiseren: masterclasses, gelegenheidsorkesten, workshops, randprogramma's, open dagen, meet & greets, jamsessies, open podia, etc.



WAT GAAN WE DOEN

Voor de editie 2020 streven wij naar meer diversiteit in culturele achtergronden van kinderen, muzikale genres en geografische spreiding. We onderzoeken de mogelijkheid om een kindermuziekweeksong te introduceren waaraan kinderen eenvoudig kunnen meedoen. We werken aan een plan om de ambassadeurs nog effectiever voor de Kindermuziekweek in te zetten. In 2019 waren de ambassadeurs Fernando Halman, Lavinia Meijer, Remy van Kesteren, Evelien Bosch, Dirk Scheele, Floris Kortie, Babette Labeij, Stella de Geus en Kim Spierenburg en Stella de Geus. De ambassadeurs doen ook in 2020 weer mee.

Marketing

- Ontwikkelen professioneel marketingplan gericht op het bereiken van (i) ouders en kinderen, en (ii) het werven van deelnemende organisaties (iii) troubadours;
- Doorontwikkeling doelgroepenbenadering (ouders/docenten/kinderen);
- Landelijke RTV teaser;
- Versterking samenwerking met mediapartners;
- Nationale spaaractie in samenwerking met supermarkt;
- Om het deelnemende instellingen eenvoudig te maken ontwikkelen wij een toolkit die inspiratie biedt. Deze toolkit is te downloaden via de site en zal jaarlijks nieuwe elementen bevatten, maar in ieder geval: een aantal standaard persberichten (met eigen ruimte), huisstijlelementen en logo's, posterformats, standaard flyers en een KMW gadget.

Website

- online aanmelding nieuwe deelnemers
- verbetering marketing toolkit
- zelfstandig contentbeheer activiteiten deelnemers
- agenda met zoekfunctie per regio
- database via website

Organisatie

- Niet-uitvoerend bestuur (aansturing activiteiten, fondsenwerving, uitbreiding netwerk en organisatiestructuur)
- Uitvoerend coördinator (0,3 Fte)
- Freelance marketing- en communicatiespecialist (0,3 Fte)
- Klankbordgroep Marketing
- Werkgroep Educatie
- Werkgroep Diversiteit



Financiën

- Financiering door partners, deelnemers en fondsen
- Partnerbijdrage € 2.000
- Deelnemersbijdrage minimaal € 100 per deelnemer

Deelnemers

- Verbreding deelnemers qua muziekgenres én landelijke spreiding over Nederland
- Zalen, muziekscholen, docentencollectieven, orkesten, ensembles met kinderprogrammering impresariaten, muzikanten en bands kunnen deelnemen.

MARKETING IN FOCUS

De eerste landelijke Kindermuziekweek was een succes. Het introduceren van een muziekweek speciaal voor kinderen bleek een gouden greep. De marketing- en communicatiedoelstellingen zijn ruimschoots behaald. Nederland is klaar voor een landelijke Kindermuziekweek!

In 2019 benaderden we de volgende doelgroep(en):

- Kinderen van 0 tot 12 jaar;
- (Groot) ouders van kinderen tussen 0 en 12 jaar;
- Docenten van groep 1 tot en met 8 in het basisonderwijs;
- Muziekdocenten van muziekscholen.

Behaalde resultaten

Kwantitatieve doelstellingen

- Meer dan 25.000 kinderen kwamen **direct** in aanraking met live muziek tijdens een van de 180 activiteiten of concerten;
- Bereikcijfers Kindermuziekweek: meer dan 13,5 miljoen kinderen, (groot)ouders, docenten, etc. Mede door diverse TV programma's en (andere) uitingen in online en offline mediakanalen;
- Tijdens de Kindermuziekweek in 2019 deden meer dan 100 basisscholen actief mee;
- In 2019 verschenen minimaal 6 items over de Kindermuziekweek op landelijke TV programma's voor kinderen en ouders, denk aan Jeugdjournaal, Zapplive, Podium Witteman, M. en Tijd voor Max;
- In 2019 verschenen meer dan 10 artikelen over de Kindermuziekweek in educatieve uitgaven of andere kidsmedia. Bijvoorbeeld Kidsweek; 465.000 lezers tussen 8 en 12 jaar, Zapplive, etc.
- In 2019 verschenen minimaal 10 items over de Kindermuziekweek in regionale media;



- Dagelijkse radio aandacht op Radio 4, de radiozender voor klassieke muziekliefhebbers (gemiddeld > 900.000 luisteraars per dag).
- De online afleveringen van Het Klokhuis stonden in het teken van muziek.
- In 2019 bereikte de Kindermuziekweek met steun van YoungCrowds kinderen 7.000 klassen in heel Nederland.

Kwalitatieve doelstellingen

- Verhogen van de naamsbekendheid van Kindermuziekweek in Nederland;
- Het onder de aandacht brengen van het maatschappelijk belang van muziekeducatie.

Voor de volgende edities van de Kindermuziekweek focussen wij ons op de volgende resultaatgebieden:

- Verhogen naamsbekendheid Kindermuziekweek;
- Verhogen aantal deelnemende organisaties;
- verhogen unieke bezoekers website;
- vergroten aantal direct en indirecte bereikte kinderen;
- vergroten aantal actieve scholen.

Dit gaan we in 2020 o.a. doen door:

- eerder te starten met een landelijke campagne gericht op kinderen, scholen, crèches, buitenschoolse opvang en gezinnen met jonge kinderen;
- meer aandacht te besteden aan de inzet van diverse social media kanalen;
- de relaties met (nieuwe) ambassadeurs en (nieuwe) partners te versterken en professionaliseren;
- samen te werken met experts zoals SchoolTV, NTR, Kidsproof en andere kids(media)kanalen;
- de website www.kindermuziekweek.nl verder te ontwikkelen en optimaliseren;
- toegankelijker maken van downloadable marketing-, promotie- en lesmateriaal (toolkit);

<u>Marketingdoelstellingen</u>	<u>2019</u>	<u>2020</u>	<u>2021</u>	<u>2022</u>
<u>Totaal aantal direct bereikte kinderen</u>	<u>25.000</u>	<u>35.000</u>	<u>50.000</u>	<u>75.000</u>
<u>Indirecte bereikcijfers (kinderen en volwassenen) via TV en andere (online en offline media) kanalen</u>	13,5 miljoen	14 miljoen	<u>15 miljoen</u>	<u>16 miljoen</u>
<u>Aantal direct bereikte scholen</u>	<u>100</u>	<u>150</u>	<u>250</u>	<u>500</u>
<u>Aantal partners</u>	<u>12</u>	<u>15</u>	<u>20</u>	<u>25</u>
<u>Aantal deelnemers</u>	<u>37</u>	<u>55</u>	<u>80</u>	<u>100</u>

MEDIA

Voor de tweede landelijke editie willen wij de samenwerking met de NTR, Gokids, ClassicFM en MeloMe verder uitbouwen. De NTR heeft in 2019 aandacht aan de Kindermuziekweek besteed via, School TV, de online Klokhuis-edities en het Jeugdjournaal. Er worden gesprekken gevoerd over een online of televisie format speciaal voor de Kindermuziekweek. We streven naar een nieuwe landelijke radiospot en een video voor online gebruik voor marketingdoeleinden.

ORGANISATIE EN GOVERNANCE

De Kindermuziekweek wordt mogelijk gemaakt door de Stichting Kindermuziekweek. Het bestuur stelt de kaders en de begroting vast, houdt toezicht op de organisatie en de financiën. De Stichting Kindermuziekweek is gehuisvest bij één van de partnerorganisaties maar opereert als zelfstandige organisatie. De organisatie wordt zo licht mogelijk opgezet. We hebben hierover gesproken met soortgelijke organisaties als de Kinderboekenweek en de organisatie van andere landelijke collectieve initiatieven zoals Stichting Open Monumentendag.

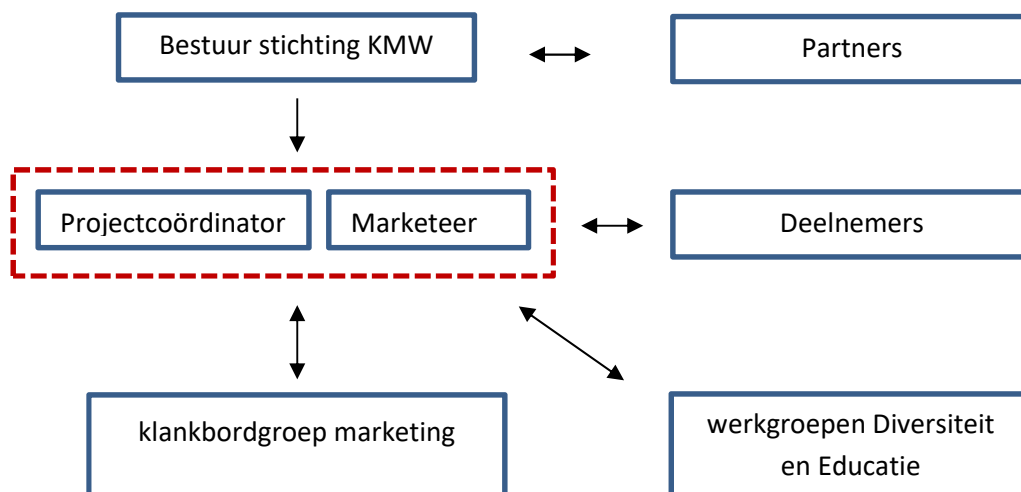
Bestuur

De Stichting Kindermuziekweek faciliteert de organisatie en de structuur. Zij neemt besluiten maakt mogelijk dat de Kindermuziekweek landelijk in de markt wordt gezet. Het bestuur bestaat uit vertegenwoordigers van de partners met een (onafhankelijk) voorzitter. Het bestuur bestaat uit Feyo Sickinghe (voorzitter), Iris Heijmans (Het Concertgebouw – secretaris), Lucine Schipper (TivoliVredenburg) en Miriam Duiker (de Doelen - penningmeester). Het bestuur is onbezoldigd en neemt de Governance Code Cultuur tot uitgangspunt voor haar beleid en handelen. Het bestuur zal worden uitgebreid met een vertegenwoordiger van andere muzikale genres.

Organisatie

Er zijn werkgroepen ingesteld waarin partners zitting hebben. Met de partnerorganisaties is veel kennis in huis. Aan alle partners wordt gevraagd inhoudelijke ondersteuning te bieden op het gebied van planontwikkeling, marketing en fondsenwerving. Door het vormen van werkgroepen kan iedereen bijdragen op het gebied waarvan hij/zij beschikt over de meeste kennis. Partners doen actief mee in de werkgroepen Marketing, Educatie en Diversiteit. Deelnemers nemen niet deel aan de werkgroepen. Zij nemen uitsluitend marketingproducten van de Kindermuziekweek af en betalen daarvoor een laagdrempelige bijdrage.

ORGANIGRAM



BEGROTING EN DEKKINGSPLAN

Onderstaand is de begroting voor de editie 2020 weergegeven. De ontwikkeling van de website als basisinfrastructuur, de projectleider, de marketeer en de gezamenlijke marketingactiviteiten vormen de belangrijkste out-of-pocket posten.

Kosten	
Personeel en secretariaat	€ 53.616
Doorontwikkeling website	€ 6.000
Communicatie, PR, Marketing	€ 14.500
Overig	€ 1.650
Onvoorzien (6%)	€ 4.234
Totaal	€ 80.000

Dekkingsplan	
Partners en deelnemers	€ 40.000
Fondsen	€ 40.000
Totaal	€ 80.000

TOEKOMST

Het streven is om na vijf jaar de Kindermuziekweek een landelijk festival te laten zijn waarbij heel Nederland doordrenkt is van aandacht voor muziek en kinderen. Podia, orkesten, ensembles, scholen, kinderopvangorganisaties, muziekscholen, jazzcombo's, gospelkoren, rappers, harmonieverenigingen, popbands en fanfares besteden op eigen wijze extra aandacht aan muziek tijdens de Kindermuziekweek.

De afgelopen periode hebben wij gesproken met diverse koepelorganisaties die hun interesse hebben getoond om deel te nemen en/of hun achterban te mobiliseren om deel te nemen. Het betreft o.a. de VNPF, de VSCD, het LKCA, de Klassieke Muziek Coalitie en CultuurConnectie en Jazz, World en Contemporary Music Coalitie. Wij verwachten dat dat vanaf 2020 een aanzienlijke vergroting en verbreding van het aantal deelnemers aan de Kindermuziekweek oplevert.

<p><i>Data Kindermuziekweek</i> 2020 – 27 maart t/m 5 april 2020 2021 – 9 t/m 18 april 2021</p>



2022 – 1 t/m 10 april 2022

2023 – 24 maart t/m 2 april 2023

2024 – 5 t/m 14 april 2024

2025 – 4 t/m 13 april 2025



PARTNERS 2020

De Landelijke Kindermuziekweek is een initiatief van

- Concert- en congresgebouw de Doelen
- Rotterdams Philharmonisch Orkest
- Het Concertgebouw
- TivoliVredenburg
- Prinses Christina Concours
- Meer Muziek in de Klas
- Muziekgebouw Eindhoven
- Bureau Vanaf2
- Nationale Opera & Ballet
- Stichting Kunstzinnige Vorming Rotterdam
- Orkest van het Oosten
- philharmonie zuidnederland



Bijlage 1 – Verslag Kindermuziekweek 2019

In 2019 namen De Doelen, Het Concertgebouw, Tivoli en een aantal andere muziekpodia het initiatief een landelijke jaarlijks terugkerende Kindermuziekweek te organiseren voor kinderen van 0 tot 12 jaar. De eerste editie was een overweldigend succes. Het bestuur en de partners zijn aangenaam verrast over het succes van de eerste landelijke Kindermuziekweek. Mede dankzij de financiële bijdrage van Stichting Janivo/STAP hebben wij onze doelstellingen voor een zeer geslaagde eerste Landelijke Kindermuziekweek kunnen realiseren. In dit verslag blikken wij terug.

1. Missie Kindermuziekweek

De missie van Stichting Kindermuziekweek is om zoveel mogelijk kinderen van 0 tot 12 jaar in Nederland laten genieten van livemuziek tijdens een jaarlijkse Kindermuziekweek. Met deze jaarlijks terugkerende Kindermuziekweek willen wij de waarde van muziek doorgeven aan de volgende generaties. Met concerten, voorstellingen, workshops en andere activiteiten worden kinderen enthousiast over hoe mooi muziek is en hoe leuk het kan zijn om muziek te maken. Daarmee draagt de Kindermuziekweek ook bij aan het publiek van de toekomst. Het streven is dat de Kindermuziekweek net als de Kinderboekenweek een begrip wordt in Nederland zodat elk kind gedurende zijn jonge jaren het plezier van het luisteren naar en het beleven van muziek zal ervaren.

2. Behaalde resultaten Kindermuziekweek 2019

De eerste landelijke editie van de Kindermuziekweek was een groot succes. De gestelde doelstellingen voor 2019 zijn ruimschoots behaald. Hieronder de belangrijkste op een rij:

- Tijdens de Kindermuziekweek in 2019 beleefden meer dan 25.000 kinderen tussen 0 en 12 jaar livemuziek op verschillende plekken in Nederland;
- Tijdens de Kindermuziekweek kwamen meer dan 13 miljoen kinderen tussen 0 en 12 jaar (en hun ouders) in aanraking met het thema muziek door de overweldigende media-aandacht, inhoudelijke items op het Jeugdjournaal, maar ook in Zaplive, Podium Witteman, M. Koffietijd, Radio 4, Kidsweek, op YouTube, Facebook en in diverse regionale en landelijke dag- en vakbladen.
- Het aantal deelnemende organisaties was hoger dan verwacht. In 2019 werden in 31 plaatsen 180 voorstellingen en concerten gegeven (waarvan 40 gratis toegankelijk);
- In 2019 leverde de Kindermuziekweek een directe bijdrage aan de muzikale ontwikkeling van duizenden kinderen tussen 0 en 12 jaar;



- In 2019 bracht de Kindermuziekweek het belang van muzikeducatie onder de aandacht.

3. Beschrijving activiteiten 2019

In het opstart en lanceringsjaar van de Kindermuziekweek hebben wij de volgende activiteiten gerealiseerd:

- Ontwikkelen huisstijl landelijke Kindermuziekweek;
- Ontwikkelen website Kindermuziekweek.nl;
- Ontwikkelen en implementeren landelijke campagne (online en offline);
- Generen free publicity over de Kindermuziekweek of muzikeducatie;
- Verbinden en activeren van 37 organisaties, muziekscholen, podia in Nederland door een proactieve persoonlijke benadering;
- Ontwikkelen promotiemateriaal voor de Landelijke Kindermuziekweek, denk aan flyers, banners, posters, etc.

4. Deelbegroting en Realisatie Bijdrage Janivo en Stichting STAP

In de opstartbegroting voor de periode tot april 2019 (de eerste editie) benaderden wij Janivo en Stichting STAP voor het financieren van één onontbeerlijk marketing-onderdeel van de Kindermuziekweek: het ontwikkelen van een website en eigen huisstijl. Voor het welslagen van de Kindermuziekweek zijn deze onderdelen essentieel.

	Kosten	Realisatie
Ontwikkelen en lanceren website en huisstijl	€ 12.500,00	€ 12,500
Additionele kosten (uren, reis, onvoorzien voor zowel ontwerpers als content leveranciers)	€ 2.500,00	€ 3.000,00
Middelen (ontwikkelen content website, toolkit, promotiematerialen e.d.)	€ 5.000,00	€ 6,200,00
Benodigd aan fondsenwerving	€ 20.000,00	€ 21.200,00

	Fondsen	Realisatie
Aanvraag bij Janivo	€ 10.000,00	€10.000,00
Aanvraag bij STAP	€ 10.000,00	€10.000,00
Bijdrage partners		€ 1.200
Totaal aan aanvragen bij fondsen	€ 20.000,00	€20.000,00

De algemene begroting van € 42.000 (zie aanvraag d.d. 13 september 2018) is verder gefinancierd door de partners zelf.

Bijlage 2 – Factsheet

Factsheet

WAT?

De Nederlandse muzieksector bundelt haar krachten om een gezamenlijke droom te realiseren: een landelijke, jaarlijks terugkerende Kindermuziekweek. Een dikke week doordrenkt van live muziek voor en door kinderen van 0 tot 12 jaar, die net zo'n begrip moet worden als de Kinderboekenweek.

HOE?

Met concerten, workshops en voorstellingen, op school en in theaters. Met bezoekjes aan de muziekschool of meedoen met openbare repetities van bands, fanfares en (kinder)orkesten. Met heel veel zelf uitproberen, beleven en genieten. Met als doel: ieder kind in Nederland het plezier laten ervaren van live muziek, van welk genre dan ook. Tien dagen lang, elk jaar opnieuw. Muziek verbindt, van muziek word je blij!

Editie 2019

Er deden 37 organisaties mee uit het hele land. Van Zeeland tot Groningen, van Dirk Scheele tot het Rotterdams Filharmonisch Orkest. Zie www.kindermuziekweek.nl. Er werden ruim 180 activiteiten georganiseerd in 31 verschillende steden, waarvan 40 gratis.

Vrijheid

Iedereen kiest zelf met welk programma, er is geen artistiek inhoudelijke redactie. Van de djembespeler tot het harmonteorkest, van de muziekschool tot de grote concert- of theaterzaal: iedereen doet op z'n eigen manier mee en betreft zijn omgeving. Als je meedoet, plakken we er een sticker "Kindermuziekweek" op en het hoort er bij.

Soft launch?

We kozen in april '19 voor een *soft launch* en we kregen:

- 9 ambassadeurs, waaronder Fernando Halman, Stella de Geus (TVK '18), Dirk Scheele, Babette Labelj (coach TVK) en Remy van Kesteren
- Een hele ochtend Zapp Live gewijd aan de Kindermuziekweek
- Items in het Jeugdjournaal
- Aandacht in de eerste uitzending van M
- Items in Podium Witteman
- Aandacht in Live op 5
- Dagelijks op diverse radiozenders in speciaal in het leven geroepen items, maar ook interviews en optredens door deelnemers uit het land
- Media-aandacht in print met een oplage van 6.133.494
- Media-aandacht online met een "oplage" van 7.339.053

kinder muziek week

Organisatiestructuur

We hebben een organisatie van een paar actieve bestuursleden die dat naast hun gewone werk doen, en 1 betaalde coördinator van 1 a 2 dagen per week. We huren marketingmensen in en alle deelnemers doen zelf veel voor hun eigen programma's. Het geheel draait vooralsnog zonder subsidie.

Wat willen we

- Nog meer landelijke spreiding van deelnemers die activiteiten organiseren
- Meer diversiteit in deelnemende organisaties
- Meer kinderen die meedoen!
- Groot draagvlak en breed aanbod op alle vlakken

Kosten

Vanaf 100,- ex BTW per jaar kun je je aansluiten. Grotere organisaties met een ruimer budget zijn welkom om meer te geven!

Wat krijg je ervoor terug?

- je krijgt een marketingpakket met gebruik van het logo, flyers etc.
- je programma komt op de landelijke site
- je draait mee in de landelijke marketingcampagne (die in 2019 een totale oplage had van 13.500.000 (nee, dat zijn niet teveel nullen)).
- je vergroot je netwerk in je eigen omgeving maar ook landelijk
- je bereikt kinderen tot 12 jaar, en investeert in je publiek van de toekomst
- desgewenst maak je gebruik van nog te ontwikkelen lesmateriaal

Save the dates

2020 – 27 maart t/m 5 april 2020
2021 – 9 t/m 18 april 2021
2022 – 1 t/m 10 april 2022
2023 – 24 maart t/m 2 april 2023
2024 – 5 t/m 14 april 2024
2025 – 4 t/m 13 april 2025

Zie

www.kindermuziekweek.nl

