

PROJECTPLAN KINDERMUZIEKWEEK 2021

9 t/m 18 april 2021

kinder muziek week

Live muziek voor kinderen in Nederland

WWW.KINDERMUZIEKWEK.NL

Kindermuziekweek
9 t/m 18 april 2021

Save the date!

WIST JE DAT...

MUZIEK HEEL GOED IS VOOR DE ONTWIKKELING VAN KINDEREN?



22 maart t/m 5 april 2020

kinder muziek week

In de eerste week van april is het Kindermuziekweek! Jij kunt dan op veel plekken in Nederland genieten van live muziek tijdens speciale concerten en voorstellingen. Op de (muziek) school, in het theater, in de bibliotheek of in een concertzaal, overal is wat te doen! Weet jij al waar je naartoe gaat?

INHOUD

1. Muziekpedagogie
2. Muziekpedagogie
3. Welke de Coo? Muziek in muziek
4. Muziekpedagogie
- 5-7. Waar is water deukt?
8. Wat voor jij een muziek?

WEEETJE
WER JE OCH PESTRUIT? IST DAN JE LIEVELINGS, LIEDE OF, ASS JE MAAN MUZIEK LUISTERE, KOMT WANSLUCHEE SELUKSTOFJE ODFRANING VRIJ SAAR WORD JE LUFER 'VOLUZE VAN.'

WAT IS DE KINDERMUZIEKWEK?
Van pop tot klassiek, van hip-hop tot muziek, alle soorten muziek zijn te horen op de Kindermuziekweek. Je kunt naar voorstellingen en concerten luisteren, maar ook zelf mee slag! Er zijn workshops, workshops, in het zelf met muziek maken en nog veel meer.
De Kindermuziekweek wil dat alle kinderen van Nederland deze week goed genieten van muziek. Muziek is belangrijk! Waarom? Dat moet je in deze week.
Blijf op www.kindermuziekweek.nl voor het programma!



SAMENVATTING

| | |
|---------------------|---|
| Wat: | Kindermuziekweek 2021 |
| Wanneer: | 9 t/m 18 april 2021 |
| Waar: | In heel Nederland - online met een uitgebreid programma voor alle leeftijden via onze sociale mediakanalen; maar ook in theaters en concertzalen, op scholen, op muziekscholen, in bibliotheken, buurtcentra, op straat, in kinderopvang, bij gezinnen thuis |
| Voor wie: | Alle kinderen in Nederland van 0-12 jaar |
| Waarom: | Om kinderen in aanraking te brengen met (live) muziek, hen te stimuleren muziek mee te maken en zelf te gaan maken. Muzikale ontwikkeling draagt bij aan de algemene cognitieve en emotionele ontwikkeling van kinderen. Muziek verbindt, van muziek word je blij! |
| Hoe: | Met live concerten op scholen en in concertzalen, met workshops, open dagen, online tutorials, challenges, openbare repetities, met meedoe-filmpjes, open podia, bekende ambassadeurs, met straatoptredens, op internet, op radio en televisie; met verrassing en verwondering, en met open oren en armen. |
| Door wie: | Bands en orkesten, duo's en trio's, ensembles, fanfares, jazzcombo's, djembe-spelers, DJ's, singer-songwriters, strijkkwartetten, stralende sopranen en rappe rappers, saz-helden en darbuka-virtuozen, jonglerende zangers en zingende dansers. Kortom, door iedereen die graag muziek maakt voor én met kinderen! |
| Financieringsmix: | Eigen bijdragen partners en deelnemers, fondsen (35-65%) |
| Gevraagde bijdrage: | |

Organisatie:

Stichting Kindermuziekweek
 Postbus 972
 3000 AZ Rotterdam
info@kindermuziekweek.nl
www.kindermuziekweek.nl
 KVK 72086807
 BTWnr NL858980277B01

INHOUD

| | |
|--|----|
| Samenvatting | 2 |
| Inhoudsopgave | 3 |
| 1. Inleiding | 4 |
| 2. Opzet Kindermuziekweek | 4 |
| 3. Terugblik edities 2019 en 2020 | 5 |
| 4. Doelstelling voor de edities van 2021 | 7 |
| 5. Hoe gaan we dat doen? | 8 |
| 6. Begroting en dekkingsplan | 12 |
| Bijlagen: | |
| 1. Overzicht deelnemers en Partners | 1 |
| 2. Marketing en Communicatieplan | 3 |
| 3. Factsheet | 4 |
| 4. Organisatie | 6 |

1. INLEIDING

Voor u ligt het projectplan van Stichting Kindermuziekweek voor de derde landelijke editie van de **Kindermuziekweek in 2021**.

De Kindermuziekweek heeft als doel elk kind in Nederland (van 0-12 jaar) in aanraking te brengen met livemuziek. Dat doen wij door met zoveel mogelijk verschillende organisaties op het gebied van muziek voor kinderen, elk voorjaar 10 dagen lang, samen te werken om zoveel mogelijk muzikale activiteiten te organiseren om zo heel Nederland in het teken van muziek voor kinderen te zetten. De Nederlandse muzieksector heeft de handen ineengeslagen om deze al langer gekoesterde wens te realiseren.

Kinderen op jonge leeftijd kennis laten maken met muziek draagt sterk bij aan hun ontwikkeling. Uit onderzoek blijkt dat door gewenning aan muziek op jonge leeftijd de kans op een breed muzikaal smaakpatroon sterk wordt vergroot. 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. Met de jaarlijkse Kindermuziekweek willen wij de waarde van muziek doorgeven aan volgende generaties. Want muziek verbindt, van muziek word je blij, en muziek maken kan altijd!

Of je nou fysiek een concert bezoekt of online thuis met muziek aan de slag gaat; iedereen kan op zijn eigen manier van zijn eigen favoriete muziek genieten. Wij hopen dat zoveel mogelijk kinderen enthousiast worden en ervaren hoe leuk het is om muziek te ervaren en te maken. Daarmee draagt de Kindermuziekweek ook bij aan het publiek van de toekomst.

2. OPZET KINDERMUZIEKWEEK

De Kindermuziekweek versterkt de activiteiten die door de deelnemende partijen tijdens de Kindermuziekweek worden georganiseerd. Iedere deelnemer stelt zelf een inhoudelijk programma samen en kan zo naar eigen inzicht invulling geven aan het programma. Hierdoor is gewaarborgd dat het programma een palet is van zeer uiteenlopende activiteiten uit verschillende genres die verspreid zijn door het hele land. Bijvoorbeeld schoolconcerten, workshops DJ'en, familieconcerten, straatoptredens, open dagen van muziekscholen, muzikale voorleesprogramma's in bibliotheken, muziek voor baby's en nog veel meer. Denk ook aan online concerten, uitdagende [meedoe-filmpjes met percussie](#), radioprogramma's, bliksembezoekjes door Kindermuziekweek-ambassadeurs, tutorials om zelf een instrument te knutselen en bijvoorbeeld challenges rond samen zingen of met een [voorwerp in je huis muziek te maken](#).

- Jaarlijkse periode: eerste week april inclusief twee weekenden (waarbij rekening gehouden wordt met de schoolvakanties en Pasen)
- Duur: tien dagen
- De deelnemers 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..

- Naast live-activiteiten ook veel onlineactiviteiten van deelnemers, een goede manier om nieuw publiek te bereiken en scholen content te bieden
- Doelgroep: kinderen van 0 tot en met 12 jaar, met hun familie, in schoolverband of opvang, met ouders, grootouders, leerkrachten als indirecte doelgroepen
- Muziek in alle genres, 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.

3. TERUGBLIK EDITIES 2019 EN 2020

Inmiddels heeft de Kindermuziekweek twee edities achter de rug. De eerste editie was een *soft launch* en in korte tijd opgetuigd. Het succes was onverwacht groot: Nederland is klaar voor een landelijke Kindermuziekweek (met eenzelfde vanzelfsprekendheid als de Kinderboekenweek). In 2019 werden in 31 plaatsen 180 voorstellingen en concerten gegeven (waarvan 40 gratis toegankelijk) voor circa 25.000 kinderen en ouders (direct bereik) en een mediabereik van ruim 13,5 miljoen. Voor een korte terugblik zie [hier](#) de aftermovie.

Bij de eerste editie is veel aandacht besteed aan de infrastructuur, organisatie en het leggen van een basis voor landelijke marketing van de activiteiten. Bij de tweede editie is de infrastructuur verstevigd. De website is verbeterd met een persoonlijke inlog en aanmeldformulier.

Er waren voor editie 2020 meer dan 200 activiteiten gepland in meer dan 60 plaatsen. Tot ons grote verdriet kon de tweede editie te elfder ure alleen in een onlineversie doorgaan vanwege COVID-19. Onze organisatie heeft in razendsnel tempo binnen twee weken de Kindermuziekweek omgebouwd tot een stevig online festival.

In de online editie van de Kindermuziekweek 2020 van 27 maart t/m 5 april:

- werden er 160 activiteiten georganiseerd
- bereikten wij 6,9 miljoen mensen
- ontvingen wij ruim 100.000 unieke bezoekers op ons YouTube-kanaal, website en social mediakanalen
- is er voor meer dan 1230 uur aan video-content bekeken.

Voor een korte terugblik naar de editie van 2020 zie hier een paar uitgelichte video's:



4. DOELSTELLINGEN VOOR DE EDITIE VAN 2021

Onze inhoudelijke doelstellingen blijven onverkort van kracht. Vanwege COVID-19 valt op dit moment moeilijk te voorspellen in hoeverre fysieke activiteiten tijdens de Kindermuziekweek 2021 kunnen plaatsvinden. Wij hopen op een combinatie van live mogelijkheden en online activiteiten.

De eerste online editie is goed ontvangen door het publiek. Door deze goede ervaringen zullen wij onze online plannen verder ontwikkelen, omdat die in alle gevallen van meerwaarde zijn. Kinderen kunnen met behulp van onlineactivatie thuis livemuziek gaan maken. Zo bereiken we niet alleen meer verschillende doelgroepen, maar ook meer kinderen én ouders die we offline niet zo snel zouden bereiken. In de komende editie willen we nog beter inspelen op de verschillende doelgroepen en gericht gaan segmenteren op onder meer leeftijd, families en scholen.

De deelnemende organisaties streven er uiteraard naar om live activiteiten te organiseren met inachtneming van de overheidsrichtlijnen die tegen die tijd gelden. Wanneer er in voorjaar 2021 vanwege COVID-19 geen of weinig fysieke activiteiten kunnen plaatsvinden zal de Kindermuziek kunnen doorgaan als volledige online editie, vergelijkbaar met die van 2020, maar dan nog strakker uitgevoerd en vormgegeven.

In 2021 heeft de Kindermuziekweek een viertal speerpunten:

- a. Focus op **diversiteit** in
 - doelgroepen,
 - muzikale genres,
 - deelnemers en
 - spreiding over Nederland.

- b. Verfijnen en positioneren van **online** Kindermuziekweek

In 2020 hebben we vanwege de COVID-19-crisis in twee weken tijd van een fysiek en landelijk evenement een complete online Kindermuziekweek kunnen maken met social media kanalen als promotiekanalen. De social media kanalen vormden samen het digitale platform en waren drager van de online Kindermuziekweek.

- c. **Naamsbekendheid** vergroten

In 2020 hebben we weer een flinke stap gemaakt in het vergroten van onze naams-bekendheid. Dit zal een de focus blijven voor de komende jaren (zowel richting bezoekers als deelnemende organisaties).

d. **Samenwerking** met landelijke koepelorganisaties versterken

Door (strategische) samenwerkingen aan te gaan met bijvoorbeeld gemeenten, landelijke bibliotheken, diverse mediakanalen en bekende merken creëren we een nog breder draagvlak en realiseren we een evenrediger spreiding van activiteiten over het land.

5. HOE GAAN WE DAT DOEN?

De kracht van de Kindermuziekweek zit in het brede maatschappelijk draagvlak. In Nederland vinden we het belangrijk dat kinderen op jonge leeftijd in aanraking komen met muziek.

(a) Focus op (culturele) diversiteit in doelgroepen, deelnemers, genres en spreiding

Op 1 mei 2020 had 24,4 procent van de bevolking een migratie-achtergrond¹. Bevolkingsgroepen uit andere landen nemen hun muziek mee naar Nederland. Deze muziek maakt deel uit van de Nederlandse muziekcultuur. De Kindermuziekweek stelt vast dat de samenwerking met organisaties die actief zijn in deze muzieksoorten nog niet de vorm heeft die wij zouden willen. Wij willen alle kinderen in Nederland bereiken en dus in het aanbod alle muzikale interesses vertegenwoordigd zien, van het Nederlandstalig lied tot Arabische Raï-muziek.

Diversiteit deelnemers, bezoekers en genres

De Kindermuziekweek wil zo veel mogelijk organisaties vanuit alle muziekgenres en culturen bereiken om in samenwerking met deze organisaties verder te werken aan vergroting van het bereik van doelgroepen binnen de diverse muziekgenres. Door het aangaan van verbindingen met doelgroepen in de Nederlandse samenleving die wij nu nog niet goed weten te bereiken zal ook de diversiteit in muziekgenres toenemen.

We gaan in kaart brengen welke organisaties zich toeleggen op muziekstijlen die nog niet vertegenwoordigd zijn door de huidige deelnemers. Wij zijn ons ervan bewust dat het tijd gaat kosten om deze groepen bij de Kindermuziekweek te betrekken. Pogingen om groepen enthousiast uit te nodigen bleken niet de juiste strategie te zijn. Na het in kaart brengen van deze organisaties zullen wij contact gaan leggen en onderzoeken op welke wijze wij elkaar kunnen versterken.

Scholen

Op de basisscholen in Nederland zit een dwarsdoorsnede van de Nederlandse bevolking. Basisscholen zijn dan ook een voor de hand liggend middel om alle kinderen van Nederland te bereiken. Samen met onze partner Meer Muziek in de Klas wordt een plan ontwikkeld om de Kindermuziekweek breder te implementeren op scholen. Ook zijn er goede contacten met organisaties als Young Crowds (De Dag Vandaag) en Kidsweek, die zich richten op basisscholen. Daarnaast zoeken wij contact met koepelorganisaties zoals bijvoorbeeld de Branchorganisatie Kinderopvang.

¹ Bron: CBS

Aanbod per leeftijdscategorie

Diversiteit in het aanbod is ook belangrijk als we kijken naar de leeftijden. Er is bijvoorbeeld relatief weinig content voor de allerkleinsten. Uit onderzoek blijkt dat juist ouders van zeer jonge kinderen steeds op zoek zijn naar leuke activiteiten. Bovendien is een jonge fan een 'ambassador for life'. Voor 2021 willen we dan ook in samenwerking met onze partners een programma vormgeven waarmee alle leeftijdscategorieën tussen 0 en 12 jaar evenredig worden bediend.

Geografische spreiding

Wij constateren dat wij weliswaar in editie 2020 een betere geografische spreiding over Nederland hadden dan in de eerste editie, maar er zijn nog delen van het land waar meer activiteiten tijdens de KMW kunnen plaatsvinden. Voor editie 2021 willen wij een betere landelijke spreiding, en daarom ligt bij werving van deelnemers daarop de nadruk.

Voor het bereiken van al deze doelen werken wij vanuit de centrale organisatie nauw samen met deelnemers in het hele land.

(b) Verfijnen en positioneren van online Kindermuziekweek

De online Kindermuziekweek is in de eerste plaats een aanvulling op het fysieke aanbod voor kinderen (en verzorgers) die niet zo makkelijk livemuziek kunnen ervaren of niet de middelen hebben om naar voorstellingen of concerten te gaan. De fysieke Kindermuziekweek en de online editie versterken elkaar en zorgen samen voor een groter bereik en meer diversiteit.

In 2020 hebben we vanwege de COVID-19-crisis in twee weken tijd van een fysiek en landelijk evenement een complete online Kindermuziekweek kunnen maken met social media kanalen als promotiekanalen. In de editie van 2021 willen we dit online aanbod verder verbeteren, verfijnen en aanvullen met meer content. De kanalen waar we ons op richten zijn de website, Facebook, Instagram en YouTube. Met name het YouTube kanaal zal worden uitgebouwd.

Meerwaarde online editie

Met meer dan 100.000 online bezoekers hebben we een absolute meerwaarde gevonden in de combinatie van een fysieke en een online editie. Niet alleen in het bereiken van een veel bredere doelgroep, maar ook in de intensivering van de samenwerking met deelnemers en de mooie initiatieven die hieruit kunnen ontstaan.

Online platform

Voor 2021 gaan we er vooralsnog vanuit dat de Kindermuziekweek zowel online als fysiek plaats zal vinden. Het online aanbod zien wij als aanvullend op het fysieke programma. Online zal worden ingezet voor marketing, verdieping, achtergrondinformatie en lesmateriaal.

Voor online ligt er een grote focus op het professioneler en breder opzetten hiervan, ter ondersteuning van het fysieke programma van de deelnemers. De juiste opzet, het aanbod, de doelgroepen en de kanalen zelf vormen de basis. De social media kanalen gaan een prominentere rol spelen met een contentkalender die het hele jaar door gevuld is. De doelgroepen zullen via de social media kanalen continu activiteiten van deelnemers kunnen

vinden, waarop ze mee kunnen doen aan leuke winacties, waar diverse content gratis aangeboden wordt aan bijv. scholen, waar promotie wordt gemaakt voor de Kindermuziekweek zelf en nog veel meer. Om dit te bereiken is het belangrijk dat geïnvesteerd wordt in groei van de social media kanalen en in de website van de Kindermuziekweek. De website is in zijn huidige vorm voornamelijk gericht op een offline Kindermuziekweek, dus dit vraagt om aanpassingen.

Online content

Met de editie van 2020 is veel mooie muzikale content beschikbaar gekomen, waarvan een deel speciaal voor de Kindermuziekweek is ontwikkeld. We bekijken of we deze content kunnen aanbieden aan scholen of kunnen laten opnemen in lesmateriaal. Daarmee komt de content beter beschikbaar voor kinderen.

Google Grants beurs

Een grote rol in het vergroten van de online zichtbaarheid is de aanvraag van de beurs 'Google Grants'. Google biedt non-profit organisaties deze beurs aan ter waarde van \$120.000 per jaar. Dit bedrag kan worden ingezet om te adverteren op Google ter vergroting van het aantal deelnemers en het bereik van de social media kanalen. Op dit moment vinden gesprekken plaats met een onlinemarketingbureau dat ons kan helpen bij de aanvraag en de opzet van de Google advertising campagnes.

Kwaliteit online aanbod

Het is belangrijk om ook naar de kwaliteit van het online aanbod te kijken. De kwaliteit van het aanbod en de richtlijnen hieromtrent bespreken we in overleg met de deelnemers.

(c) Naamsbekendheid vergroten

Wij streven naar een grotere naamsbekendheid in 2021 op de volgende manieren:

Het hele jaar door online aanwezig zijn

Door de inzet van de eigen social media kanalen is het veel makkelijker om het hele jaar door zichtbaar te zijn, in plaats van enkel in de periode rondom de Kindermuziekweek zelf. Dit willen wij bereiken door een contentkalender te maken en zo de social media kanalen te voorzien van nieuws.

Mediapartnerschappen

- In 2020 is aandacht besteed aan de Kindermuziekweek bij Zapp live, de KidsTop20, Jinek en via Radio4. Voor de derde editie wordt op dit moment gesproken met een landelijke omroep als mediapartner om zo ook via tv en radio nog meer bekendheid te genereren.
- Er wordt gekeken naar een vervolg voor een samenwerking met Kidsweek, Young Crowds, Go Kids en Kidsproof
- Contact leggen met partijen als Schooltv en Zapplive
- Bekijken van samenwerkingsmogelijkheden met nieuwe (ook online) mediapartners

(d) Samenwerking met landelijke koepelorganisaties versterken

Landelijke opening

Voor de editie 2021 heeft het Wilminktheater zich aangesloten als partner van de Kindermuziekweek. De uitreiking van de Willem Wilminkprijs voor “het beste kinderlied” wordt tijdens de Kindermuziekweek georganiseerd. De winnaar van de editie van dat jaar wordt gevraagd om het Kindermuziekweeklied te schrijven voor het jaar erop. Tijdens de landelijke opening komen Kindermuziekweek-ambassadeurs op scholen voor een verrassingsconcert en het zingen van het Kindermuziekweeklied, met alle kinderen van Nederland. De landelijke opening wordt uitgewerkt in een apart plan, in samenwerking met onze mediapartners.

Ambassadeurs en influencers

In 2021 werken we verder met landelijke en regionale ambassadeurs met nog meer aandacht voor diversiteit in genres en publieksdoelgroepen. We maken een plan voor iedere ambassadeur met een omschrijving van acties, gekoppeld aan de doelstellingen en activiteiten van de Kindermuziekweek met inbegrip van een landelijke opening. Ambassadeurs ontvangen alleen een onkostenvergoeding. We bekijken daarnaast samenwerkingsmogelijkheden met online influencers in de muziekwereld, maar ook bijvoorbeeld mombloggers/-vloggers en leerkrachten die op social media veel volgers hebben.

Samenwerking externe organisaties

- Samenwerkingen met andere culturele en educatieve organisaties. Dit kan variëren van een vermelding in een Kinderkrant tot een social media post van een organisatie die ‘aanhaakt’ bij de Kindermuziekweek.
- Samenwerking met commerciële organisaties. Zo zijn er uitgewerkte voorstellen over een samenwerking met een landelijke supermarkt.

Buma Cultuur en Sony Media

Vanuit BUMA Cultuur en Sony Media is de behoefte gekomen samen te werken met de Kindermuziekweek. We willen deze contacten verder onderzoeken én zien hoe we een interessanter samenwerking kunnen genereren.

Gemeenten en provincies

In 2020 is contact gelegd met de Raad van Twaalf. Er is een lijst met penvoerders van alle provincies samengesteld. Voor de editie 2021 gaan we dit contact intensiveren om op die manier nog meer organisaties te enthousiasmeren voor de deelname aan de Kindermuziekweek. Zowel op provinciaal als gemeentelijk niveau.

Bibliotheken

In 2020 zijn de eerste contacten gelegd met bibliotheken om de Kindermuziekweek te omarmen. We hadden afgelopen jaar ook een aantal cultureel actieve bibliotheken in ons deelnemersbestand. Bibliotheken hebben in de meeste gemeenten een centrale functie. Samenwerking ligt voor de hand.

6. BEGROTING EN DEKKINGSPLAN

Onderstaand is de begroting voor de editie 2021 weergegeven. De ontwikkeling van de website als basisinfrastructuur, de projectleider, de marketeer en de gezamenlijke marketingactiviteiten vormen de belangrijkste out-of-pocket posten.

Er wordt onderscheid gemaakt tussen Deelnemers en Partners. Deelnemers betalen minimaal 100,- om mee te draaien met de centrale marketing en publiciteit, en om een *toolkit* te ontvangen om de eigen activiteiten te promoten. Partners zijn de *founding fathers* van de Kindermuziekweek en nemen hieraan uiteraard ook deel. Zij dragen € 2.000 bij en hebben een actieve rol bij het bepalen van de koers van de organisatie. Zij hebben een grote stem in programma en marketing, in het leggen van accenten, en worden door de organisatie intensief betrokken bij de besluitvorming.

| KOSTEN | |
|---|------------------|
| Projectmanagement | € 59.000 |
| projectleider | € 26.000 |
| marketeer | € 26.000 |
| dtp / online beheer | € 4.000 |
| PR | PM |
| Secretariaat/boekhouding | € 3.000 |
| Website | € 6.000 |
| Doorontwikkelen website + hosting | € 6.000 |
| Communicatie, PR, Marketing | € 27.000 |
| Ambassadeurs/influencers | € 5.000 |
| Media content (teaser, aftermovie, e.d) | € 10.000 |
| (Social) advertisements | € 4.500 |
| Ontwikkelen promotiemateriaal toolkit | € 3.000 |
| Landelijke opening | € 4.500 |
| Overig | € 3.250 |
| Merkregistratie | € 1.250 |
| Relatiebeheer | € 1.000 |
| Kantoorkosten | € 1.000 |
| Onvoorzien | € 4.750 |
| Totaal | € 100.000 |

| BATEN | |
|--|------------------|
| partners (13) | € 26.000 |
| deelnemers (100) | € 10.000 |
| stichting STAP | € 10.000 |
| Prins Bernhard Cultuurfonds * | € 10.000 |
| Fonds 1999 * | € 15.000 |
| Triodos Foundation * | € 5.000 |
| Hendrik Muller Fonds * | € 5.000 |
| stichting De Weille Ogier * | € 4.000 |
| gevraagde ondersteuning Turing Foundation | € 15.000 |
| Totaal | € 100.000 |

* in aanvraag

BIJLAGE 1 – PARTNERS EN DEELNEMERS

Partners 2020:

| | |
|--|----------------------------------|
| Bureau Vanaf 2 | Philharmonie zuidnederland |
| De Doelen | Prinses Christina Concours |
| Het Concertgebouw | Rotterdams Philharmonisch Orkest |
| Klassieke Zaken | SKVR |
| Meer muziek in de klas | TivoliVredenburg |
| Muziekgebouw Eindhoven | |
| Nationale Opera en Ballet | |
| Orkest van het Oosten / Het Gelders Orkest | |

Deelnemers 2020:

| | |
|---|-----------------------------------|
| 013 Poppodium | Muziekpakhuis |
| Astarte Music Events / Bibl. Leidscheveen | Muziekschool Amsterdam |
| Bachschool Soest | Muziekschool De Kromme Rijn |
| BIMHUIS | Muziekschool Katwijk |
| BNN Vara | Muziekschool Oost-Gelderland |
| Centrum voor de Kunsten Beverwijk | Muziekvereniging Armonia |
| Cultuurbedrijf Noordoostpolder | Muziekvoorstelling |
| De Bibliotheek Z-O-U-T | Nationaal Muziekinstrumentenfonds |
| De Brede School Gouda | Oorkaan |
| De Muzen | Paradiso |
| De Nieuwe Muziekschool Druten | Phoenix Cultuur |
| De Veerensmederij | Platform C Amstelveen |
| De Vuurvogel | Poppodium de Pul |
| DJ Producer | Poppodium Grenswerk |
| Doelen Ensemble | Scholen in de Kunst Amersfoort |
| DONS | Slagwerk Den Haag |
| DUMS | SPOT Groningen |
| Factorium Podiumkunsten | Stadkamer Zwolle |
| Hedon Zwolle | Stadsschouwburg Nijmegen en |
| Het Cultuurgebouw Haarlemmermeer | Concertgebouw de Vereniging |
| Jeroen Schipper | Stadsschouwburg Velsen |
| Jonge Strijkers & Blazers Nederland | Stg. Britten Strijkorkest |
| Koninklijk Conservatorium | Stichting Divertimento |
| Kresko tra la Muziko | Stichting Gilat |
| Kunstencentrum Venlo | Stichting Hexagon Ensemble |
| KunstenHuis | Stichting Liszt Concours |
| Metropool St. Poppodium | Stichting Muziek Opmeer |
| Muziekgebouw aan 't IJ | Stichting Schunck |
| | Theater City of Wesopa |

Theater de Stoomfabriek
Vocaal Theatraal Podium / Stichting
Kleynkoor

Spreiding partners en deelnemers Kindermuziekweek 2020 in Nederland



Bereikte targets 2019 & 2020

| | 2019 | 2020 |
|---|--------------|---------------|
| Totaal aantal direct bereikte kinderen | 25.000 | 100.000* |
| Indirecte bereikcijfers (kinderen en volwassenen) via TV en andere (online en offline media) kanalen | 13,5 miljoen | 6,9 miljoen** |
| Aantal direct bereikte scholen | 100 | 299 |
| Aantal deelnemende organisaties | 37 | 70 |
| Aantal bezoekers website | 16.527 | 30.123 |
| Volgers Facebook | 638 | 3.944 |
| Volgers Instagram | 319 | 707 |
| Volgers YouTube | 0 | 992 |

* Dit getal is gebaseerd op het aantal views en is uiteraard niet hetzelfde als “bezoeken aan een live evenement” maar toont wel de grote betrokkenheid.

** Het indirecte bereik in 2019 was relatief hoog. Dit betreft de nieuws waarde van de allereerste landelijke Kindermuziekweek in 2019 waardoor de KMW onderdeel was van vier tv programma’s met landelijke zichtbaarheid. In 2020 ging veel aandacht en tijd naar het ontwikkelen en implementeren van de online muziekweek en minder naar het proactief benaderen van de media. Het was lastig om dit jaar in de landelijke pers te verschijnen doordat Corona het nieuws domineerde en de online-initiatieven om kinderen te vermaken overal als paddenstoelen uit de grond schoten. Ook hebben we dit jaar vanwege de kosten geen indirect bereikcijfer rapport opgevraagd. Het is mogelijk dat het totale indirecte bereik voor dit jaar hoger ligt dan nu aangegeven.

BIJLAGE 3 – FACTSHEET

kinder muziek week

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.

HOE DAN?

Met concerten, workshops en voorstellingen in de bibliotheek, bso, crèche, school en 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!

VRIJHEID

Deelnemers kiezen zelf met welk programma ze meedoen, er is geen artistiek-inhoudelijke redactie. Van de djembéspeler tot het harmonieorkest, van de muziekschool tot de grote concert- of theaterzaal: iedereen doet op z'n eigen manier mee en betreft zo zijn/haar omgeving. Als je meedoet, plakken we er een sticker "Kindermuziekweek" op en het hoort er bij.

WAT WILLEN WE BEREIKEN?

- Nog meer diversiteit in activiteiten en deelnemende organisaties
- Meer kinderen die meedoen!
- Nog meer landelijke spreiding van deelnemers die activiteiten organiseren
- Een groot online platform waar kinderen laagdrempelig kennis maken met allerlei soorten muziek
- Groot draagvlak en breed aanbod op alle vlakken

WHAT'S IN IT FOR YOU?

Naast het feit dat wij je dankbaar zijn dat je bijdraagt aan ons gedachtegoed om zoveel mogelijk kinderen tussen de 0-12 jaar in aanraking te laten komen met muziek:

- Krijg je een Kindermuziekweek-marketingpakket met gebruik van het logo, flyers, vlaggetjes en meer
- Kun je je programma promoten op de landelijke website en word je opgenomen in de social media contentkalender waarbij exclusieve berichten worden ingepland op de diverse social media kanalen
- Draai je mee in de landelijke on- en offline marketingcampagne
- Vergroot je niet alleen je netwerk in je eigen omgeving, maar ook landelijk
- Bereik je kinderen tot 12 jaar op een unieke wijze en investeer je zo in je publiek van de toekomst

kinder- muziek week

ORGANISATIE

Onze organisatie bestaat uit een paar actieve bestuursleden, een betaalde projectleider én marketeer die in totaal ongeveer 3 dagen per week aan de Kindermuziekweek werken. Daarnaast zijn de partners belangrijk in de ondersteuning.

KOSTEN

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

EDITIE 2020

Er stonden begin maart al ruim 200 activiteiten op de rol in meer dan 60 steden. Helaas ging alles anders en werden activiteiten op locatie afgelast. Maar de Kindermuziekweek ging door! In korte tijd werd er een online Kindermuziekweek in elkaar gedraaid met zo'n 160 activiteiten. Het programma, samengevoegd in een flashy blokkenschema bestond uit nieuwe content (o.a. Percussie met Percossa en ArteZ huiskamersessies) en uit bestaande content van de deelnemers. Hiernaast waren er dagelijks leuke challenges die werden aangekondigd door onze ambassadeurs.

Alle activiteiten en challenges gedurende 10 dagen op gezette tijden in première. Zo werden kinderen thuis gestimuleerd om zelf muziek te maken. Want muziek verbindt. En al helemaal in de Corona-periode.

In 10 dagen tijd bereikten we maar liefst 6,9 miljoen mensen en hadden we 100.000 unieke gebruikers op onze website en social media kanalen. En nog steeds loopt de teller door: het Kindermuziekweek YouTube kanaal wordt goed bezocht.

DEELNEMERS 2020

In 2020 deden er 70 organisaties mee uit het hele land. Van Zeeland tot Groningen, van Dirk Scheele tot het Rotterdams Philharmonisch Orkest. Kijk op www.kindermuziekweek.nl/deelnemers voor de complete lijst.

EN 2021?

In 2021 hopen we weer veel live activiteiten te hebben om de kinderen te inspireren en stimuleren muziek te ervaren en luisteren. Daarnaast zullen we dit aanvullen met gratis online content. Dus doe mee, en sluit aan: elke creatieve live muziek activiteit en organisatie of individu is welkom!

MELD JE AAN

Meer informatie
www.kindermuziekweek.nl

SAVE THE DATES

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

BIJLAGE 4 – ORGANISATIE

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 en 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, Peter Lanting (Bureau Vanaf2) en, Miriam Duiker (de Doelen - penningmeester). Het bestuur is onbezoldigd en neemt de Governance Code Cultuur tot uitgangspunt voor haar beleid en handelen.

Organisatie

Er zijn werkgroepen ingesteld waarin partners zitting hebben. Met de partnerorganisaties is veel kennis in huis. Van alle partners wordt verwacht dat inhoudelijke ondersteuning 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 en Diversiteit. Deelnemers nemen niet deel aan de werkgroepen. Zij nemen uitsluitend marketingproducten van de Kindermuziekweek af en betalen daarvoor een laagdrempelige bijdrage.