

PROJECTPLAN KINDERMUZIEKWEEK 2022



SAMENVATTING

Wat:	Kindermuziekweek 2022
Wanneer:	1 t/m 10 april 2022
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
 p/a Bureau Vanaf 2
 Zamenhofstraat 150 Unit 110,
 1022 AG Amsterdam
 info@kindermuziekweek.nl
 www.kindermuziekweek.nl
 KVK 72086807
 BTWnr NL858980277B01

INHOUD

Samenvatting	3
Inhoudsopgave	4
1. Inleiding	5
2. Opzet Kindermuziekweek	5
3. Terugblik vorige edities	6
4. Doelstellingen editie 2022	7
5. Begroting	11
 Bijlagen:	
1. Overzicht deelnemers en Partners	12
2. Marketing- en Communicatiecijfers	14
3. Factsheet	15
4. Organisatie	17

1. Inleiding

Voor u ligt het projectplan van Stichting Kindermuziekweek voor de vierde landelijke editie van de **Kindermuziekweek in 2022**.

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 beleven 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, gelegenhedsorkesten, workshops, randprogramma's, open dagen, meet & greets, jamsessies, open podia, etc.

3. Terugblik vorige edities

Inmiddels heeft de landelijke Kindermuziekweek drie 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 dezelfde 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.

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 totaal werden er online 160 activiteiten georganiseerd, bereikten we 6,9 miljoen mensen en ontvingen we ruim 100.000 unieke bezoekers op ons YouTube-kanaal, website en social mediakanalen. De compilatie van deze editie is [hier](#) te zien.

Ook in 2021 waren we genoodzaakt een onlineversie van de Kindermuziekweek aan te bieden. Doordat we dit eerder aan zagen komen was er meer aandacht dan de voorgaande edities voor diversiteit (in genres en cultuur) en werden er veel meer interactieve programmaonderdelen aangeboden, maar ook livestreams, inspiratiesessies en online *Zoom*concerten. Daarnaast lag de focus op het vergroten van de zichtbaarheid van de Kindermuziekweek door onder meer het aangaan van bijzondere samenwerkingen (Jeugdfonds Cultuur, Sony, diverse muziekonderwijsmethodes).

Gelukkig waren de basisscholen wel open, waardoor het eerste **Kindermuziekweeklied** door maar liefst 4.700 basisscholen ingestudeerd werd.

Er werden ruim 250 (online) activiteiten georganiseerd door ca. 100 deelnemende organisaties uit heel Nederland. Uiteindelijk hebben we dit jaar een mediabereik gerealiseerd van 9,6 miljoen mensen waaronder een direct bereik van 795.000 kinderen. Dit laatste is bijna 8x meer dan de editie van 2020!

Zie hier de [aftermovie](#) van de online editie van 2021.



4. Doelstellingen voor de editie van 2022

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. Onze inhoudelijke doelstellingen blijven dan ook onverkort van kracht. We gaan ervan uit dat er in 2022 eindelijk weer een fysieke editie van de Kindermuziekweek kan plaatsvinden, aangevuld met en ondersteund door online-activiteiten, waarmee we een doelgroep bereiken die minder snel de deur uit gaat om live muziek te ervaren.

De Kindermuziekweek is op weg de komende jaren een vast onderdeel te worden van de culturele infrastructuur van Nederland.

In 2022 heeft de Kindermuziekweek **vijf** speerpunten:

- a. Focus op **diversiteit** en **inclusie** in
 - doelgroepen,
 - muzikale genres,
 - deelnemers,
 - spreiding over Nederland,
 - binnen de organisatie.
- b. **Naamsbekendheid** vergroten, gericht op live activiteiten.
Het eerste Kindermuziekweeklied heeft voor een sterke positionering op scholen gezorgd. Online hadden we een groot bereik, maar nu we – bijna zeker – weer live mogen in 2022 gaat daar de focus op liggen: hoe zorgen we dat al die live evenementen onder de aandacht worden gebracht.
- c. **Samenwerking** met organisaties op regionaal en landelijk niveau vergroten.
Samenwerken is het toverwoord. Dat de doelstellingen van de Kindermuziekweek breed gedragen worden, is duidelijk. Nu is het zaak ons netwerk nog verder te vergroten en samen te werken met organisaties die al een brede achterban (kinderen/ouders/verzorgers) hebben. Samen staan we sterk.
- d. Verankeren van de Kindermuziekweek op **basisscholen**.
Op de basisscholen zit een groot deel van onze doelgroep, ook als dwarsdoorsnede van onze samenleving. De deelname door basisscholen was in 2021 groot, maar we zetten in op het bereiken van nog veel meer basisscholen, inclusief speciaal onderwijs.
- e. **Organisatieontwikkeling**.
De Kindermuziekweek groeit rap. Het streven om de Kindermuziek een vast onderdeel te maken van de culturele infrastructuur in Nederland vergt een bredere organisatie.

HOE GAAN WE DAT DOEN?

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

Op 1 juni 2021 had 24,8 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. Wij willen uitstralen dat alle kinderen in Nederland zich thuis kunnen voelen bij de Kindermuziekweek en daarbij helpt het als in het aanbod alle muzikale interesses vertegenwoordigd zijn, van het Nederlandstalig lied tot Arabische Raï-muziek.

>> Diversiteit deelnemende organisaties en bezoekers: cultureel en geografisch

Wij blijven nieuwe influencers en inspiratoren in allerlei muziekstijlen bij de Kindermuziekweek betrekken om zo nieuwe doelgroepen te bereiken. Daarmee creëren wij een breder en interessanter aanbod voor alle doelgroepen die wij willen bereiken.

Voor een optimale landelijke geografische spreiding zoeken wij naar deelnemende organisaties in alle delen van het land.

>> Verandering binnen de organisatie / het bestuur

Ook onze eigen organisatie, marketingstrategie en uitstraling moeten in lijn zijn met onze diversiteitsdoelstellingen. In september '21 houden staf en bestuur hierover een sessie met strategisch adviseur [Astrid Elburg](#).

>> Scholen en Kinderopvang

Scholen vormen een dwarsdoorsnede van de Nederlandse samenleving. Samen met partner Méér muziek in de Klas en educatieve partners maken we een plan om scholen kennis te laten nemen van de komst van de Kindermuziekweek en het Kindermuziekweeklied.

>> Aanbod per leeftijdscategorie

In 2022 streven we in samenwerking met onze partners actief naar een gevarieerder en nog meer toegesneden aanbod voor alle leeftijdscategorieën.

>> Landelijke Opening

De Landelijke Opening is het publicitaire visitekaartje van de Kindermuziekweek. Dat vraagt om diversiteit in genre, cultuur en spreiding. De keuze van zowel de plaats als de muzikale inhoud van de landelijke opening zal dit in 2022 weerspiegelen.

b. Naamsbekendheid vergroten, met focus op live evenementen.

In 2021 hebben we opnieuw een flinke stap gemaakt in het vergroten van onze naamsbekendheid, en dit zal de focus blijven voor de komende jaren (zowel richting bezoekers als deelnemende organisaties). In 2022 hopen we vooral een sterke *boost* te kunnen geven aan de Kindermuziekweek rond live activiteiten, aangezien de afgelopen twee edities volledig online hebben plaatsgevonden.

>> Mediapartnerschappen intensiveren

In 2021 is er veel tijd geïnvesteerd in de samenwerking met partners zoals AVROTROS, Sony, Zapp, Kidsweek, Young Crowds, Kidsproof en ClassicNL. Hiermee is extra bekendheid gegenereerd via tv en radio. Ook in 2022 zetten wij deze koers voort en willen wij nieuwe (online) mediapartners aan ons verbinden.

¹ Bron: CBS

>> Landelijke opening

Een landelijke opening van de Kindermuziekweek blijkt de naamsbekendheid veel goed te doen met aandacht op tv en in de pers.

>> Kindermuziekweeklied

Met het eerste Kindermuziekweeklied (in 2021) hebben wij 417.000 basisschoolkinderen bereikt. Het grootste deel kwam via onze samenwerkingspartner 123ZING! als aanbieder van een grote landelijke muziekmethode voor het basisonderwijs. Wij streven naar samenwerking met andere muziekmethodes. Het is de bedoeling dat het volgende Kindermuziekweeklied wordt geschreven door de laatste winnaar van de Willem Wilmink Prijs voor het beste kinderlied; Typhoon en de Kindermuziekweek zijn hierover in gesprek.

>> Het hele jaar door aanwezig zijn

Door de inzet van de eigen social mediakanalen is het veel makkelijker om het hele jaar door zichtbaar te zijn, in plaats van enkel in de periode rondom de Kindermuziekweek zelf. Daarbij maken wij gebruik van het Google Grants-programma, dat ons gratis advertentieruimte op Google verschaft.

c. Samenwerking op landelijk en regionaal niveau vergroten

Naast landelijke samenwerkingen willen we in 2022 ook regionaal verbindingen zoeken en zo de Kindermuziekweek nog breder onder de aandacht brengen, samen met alle partners waarmee we nu al samenwerken.

>> Regionale samenwerkingen

Er komt een korte video die het belang van de Kindermuziekweek voor potentiële deelnemende instellingen tot uitdrukking brengt, die wij actief in alle regio's zullen verspreiden via provinciale en gemeentelijke bemiddelingsorganisaties. Met deze videopitch en de factsheet wordt ook aan onze huidige samenwerkingspartners gevraagd in de eigen regio extra aandacht te vragen voor de Kindermuziekweek.

>> Samenwerking Muziekhelden en muziekprofessionals

De inzet van Muziekhelden zetten we voort in 2022. We zijn jaarlijks op zoek naar nieuwe bekende muzikale BN'ers die een lans willen breken voor de Kindermuziekweek. Typhoon (winnaar Willem Wilminkprijs 2021) en winnaars van Nederlands Junior Eurovisie Songfestival worden hiervoor benaderd. Ook blijven we influencers op sociale media inzetten.

d. Verankeren van Kindermuziekweek op scholen

Ons Kindermuziekweeklied blijkt een schot in de roos te zijn en bij uitstek geschikt om basisscholen bij de Kindermuziekweek te betrekken. De Kindermuziekweek heeft zijn eerste stappen gezet om onderdeel te worden van het vaste jaarprogramma van basisscholen. In 2021 bereikten we al 4.700 basisscholen en dat aantal breiden we jaarlijks uit.

>> Thema

We onderzoeken of we een thema kunnen koppelen aan de Opening, het Kindermuziekweeklied en bijbehorend lesmateriaal. Scholen geven aan het erg fijn te vinden om met een thema te werken en haken zo ook eerder aan.

>> Schoolplatforms

Er zijn diverse platforms waar scholen informatie vandaan halen en informatie ophalen (oa Kidsweek

en Nieuwsbegrip). Wij onderzoeken op welke platforms de Kindermuziekweek het beste kan worden gepositioneerd.

>> **Speciaal onderwijs**

Een aantal deelnemers heeft nauwe contacten met speciaal onderwijs en biedt daarvoor muzikale programma's aan. Zo bereiken wij ook gestaag meer scholen voor speciaal onderwijs.

e. Interne **organisatieontwikkeling**

Bij het streven om de Kindermuziekweek, die een enorme groei doormaakt, structureel onderdeel te maken van de culturele infrastructuur in Nederland, past een organisatie met een meerjarige financiering en meer ruimte voor het uitbouwen van de relaties met de culturele instellingen, fondsen en het bedrijfsleven. In de begroting is daarvoor ruimte opgenomen.

Begroting en dekkingsplan

Onderstaand is de begroting voor de editie 2022 weergegeven. De free-lance staf 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* deelnemers van de Kindermuziekweek. Zij dragen € 2.000,- bij en hebben een actieve rol bij het bepalen van de koers van de organisatie, een grote stem in programma en marketing en het leggen van accenten, en zijn intensief betrokken bij de besluitvorming.

KOSTEN	
Projectmanagement	€ 77.000
projectcoördinatie en marketing	€ 70.000
dtp / online beheer / overig	€ 3.500
Secretariaat / boekhouding / kantoorkosten	€ 3.500
Website	€ 6.000
Doorontwikkelen website, CRM + hosting	€ 6.000
Kindermuziekweeklied	€ 6.000
Honoraria tekst & muziek	€ 2.000
Bijdrage productie lied	€ 4.000
Communicatie, PR, Marketing	€ 24.500
Ambassadeurs / Muziekhelden / influencers	€ 5.000
Ontwikkelen online content	€ 2.000
Media content (teaser, aftermovie, e.d)	€ 6.000
(Social) advertisements	€ 6.000
Ontwikkelen promotiemateriaal toolkit	€ 2.000
Landelijke opening	€ 3.500
Diversiteit en inclusie	€ 1.500
Trainingen en cursussen	€ 1.500
Onvoorzien	€ 5.000
Totaal	€ 120.000
BATEN	
partners (13)	€ 26.000
deelnemers (80)	€ 8.000
stichting STAP	€ 10.000
Stichting De Weille Ogier	€ 5.000
Janivo stichting	€ 5.000
Prins Bernhard Cultuurfonds	€ 10.000
Triodos Foundation	€ 8.500
Hendrik Muller Fonds	€ 5.000
BNG Cultuurfonds	€ 10.000
stichting Dioraphte	€ 10.000
M.A.O.C Gravin van Bylandtstichting	€ 7.500
stichting Zabawas	€ 8.000
diverse kleinere fondsen	€ 7.000
Totaal	€ 120.000

BIJLAGE 1 – PARTNERS EN DEELNEMERS

Partners 2021

Rotterdams Philharmonisch Orkest	Willem Wilmink Theater
De Doelen	Philharmonie zuidnederland
TivoliVredenburg	Noord Nederlands Orkest
Het Concertgebouw	Muziekgebouw Eindhoven
Meer muziek in de klas	Nationale Opera en Ballet
Prinses Christina Concours	SKVR
Bureau Vanaf2	

Deelnemers 2021

De Veerensmederij	KunstenHuis
Doelen Ensemble	Stichting Schunck
Muziekschool Amsterdam	Muziekvereniging Armonia
Frisse Oren	Jeroen Schipper
Koninklijk Conservatorium	Cultuurbedrijf Noordoostpolder
Vocaal Theatraal Podium / Stichting	Stg. Britten Strijkorkest
Kleynkoor	Hedon Zwolle
Theater de Stoomfabriek	Stadkamer Zwolle
De Muzen	De Vuurvogel
Stichting Muziek OpmeerStichting	Het Cultuurgebouw Haarlemmermeer
Divertimento	Muziekschool Oost-Gelderland
DJ Producer	Kunstencentrum Venlo
Muziekgebouw aan 't IJ	013 Poppodium
Poppodium Grenswerk	De Nieuwe Muziekschool Druten
De Bibliotheek Z-O-U-T	DUMS
Slagwerk Den Haag	Muziekschool De Kromme Rijn
Metropool St. Poppodium	Leerorkest
Poppodium de Pul	Nederlands Philharmonisch Orkest
De Brede School Gouda	Nederlands Kamerorkest
Stadsschouwburg Nijmegen en	Het Concertgebouworkest
concertgebouw de Vereeniging	Martijn Verberne
Stichting Liszt Concours	Aslan Muziekcentrum
Paradiso	Saraswati Art
SPOT Groningen	Ritmiek
BNN Vara	Rick Raakt
Oorkaan	Kunstwerk Liemers!
Phoenix Cultuur	Poppodium de Meester
DONS Productiehuis	Muzehof Centrum voor de Kunsten
BIMHUIS	Muziekcentrum de Bosuil
Factorium Podiumkunsten	NBE
Nationaal Muziekinstrumentenfonds	Cultuurplein Noord Veluwe
Stichting Hexagon Ensemble	Rotterdams Hellendaal Instituut
Muziekpakhuis	Muziek op School

Spreiding 2020



2021



BIJLAGE 2 – MARKETING EN COMMUNICATIE

Bereikte targets 2020 en 2021

	2020	2021
Totaal aantal direct bereikte kinderen	100.000	795.000
Indirecte bereikcijfers (kinderen en volwassenen) via TV en andere (online en offline media) kanalen	6,9 miljoen	9,6 miljoen
Aantal direct bereikte scholen	299	4.700
Aantal deelnemende organisaties	70	82*
Aantal bezoekers website	3.0123	46.000
Volgers Facebook	3.944	6.500
Volgers Instagram	707	1.300
Volgers YouTube	997	1.110

* Door COVID-19 was een aantal deelnemers (ca. 10) genoodzaakt af te haken, maar er hebben zich ook weer nieuwe organisaties aangesloten.



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 uit proberen, 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!

MUZIEK KAN OVERAL
EN ALTIJD

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 de nabije 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



EDITIE 2021

Hoewel de online Kindermuziekweek een aanvulling op het live aanbod zou moeten worden, was ook 2021 het jaar met een louter online Kindermuziekweek met interactieve muzieklessen en livestreams tot aan toffe muziekworkshops, inspiratiesessies en zelfs complete online concerten.

- Ruim 250 online activiteiten
- Ca. 100 deelnemende muziekorganisaties
- 9,6 miljoen publieksbereik
- 795.000 direct bereikte kinderen
- 4700 deelnemende scholen

Extra bijzonder dit jaar was de landelijke opening in Het Concertgebouw en de lancering van het jaarlijkse Kindermuziekweeklied in samenwerking met 123ZING.

2021 was ook het jaar van de Muziekhelden. Tonky en Jack (0-6) en UNITY (6+) benadrukten met hun inzet het belang van muziek voor en door kinderen! Daarnaast waren we blij met de steun van onze ambassadeurs Fernando Halman, Lavinia Meyer, Evelien Bosch, Remy van Kesteren, Kim Spierenburg, Dirk Scheele en Floris Kortie.

EN 2022?

In 2022 hopen we weer veel live activiteiten te hebben om de kinderen te inspireren en stimuleren muziek te ervaren en luisteren. Daarnaast bieden we de gehele week een compleet online gratis programma aan. Dus doe mee, en sluit aan: elke creatieve live muziek activiteit en organisatie of individu is welkom!

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

SAVE THE DATES

2022	1 t/m 10 april
2023	24 maart t/m 2 april
2024	5 t/m 14 april
2025	4 t/m 13 april
2026	20 t/m 29 maart

MELD JE AAN

Meer informatie op
www.kindermuziekweek.nl

PARTNERS



DEELNEMERS



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 als postadres gehuisvest bij één van de partnerorganisaties maar opereert als zelfstandige organisatie zonder kantoor. De organisatie wordt zo licht mogelijk opgezet.

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 is onbezoldigd en neemt de Governance Code Cultuur tot uitgangspunt voor haar beleid en handelen.

Organisatie

De staf van de organisatie wordt gevormd door een freelance projectleider en marketeer. Zij werken aanvullend op inhoud en expertise.

Er zijn werkgroepen ingesteld waarin partners zitting hebben. Met de partnerorganisaties is veel kennis in huis. Van alle partners wordt verwacht dat zij inhoudelijke ondersteuning bieden op het gebied van planontwikkeling en marketing.

Deelnemers nemen niet deel aan de werkgroepen. Zij nemen uitsluitend marketingproducten van de Kindermuziekweek af.