

PROJECTPLAN KINDERMUZIEKWEEK 2024



SAMENVATTING

Wat:	Kindermuziekweek 2024
Wanneer:	5 t/m 14 april 2024
Waar:	In heel Nederland - in theaters en concertzalen, op scholen, op muziekscholen, in buurtcentra, op straat, in kinderopvang, maar ook online met een uitgebreid programma voor alle leeftijden via onze (sociale) mediakanalen
Voor wie:	Alle kinderen in Nederland van 0-12 jaar
Waarom:	Om kinderen in aanraking te brengen met (live) muziek. 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, in theaters en concertzalen, met workshops, open dagen, online tutorials, challenges, openbare repetities, met Doe-Maar-Mee-Bands, 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, djembé-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%)

Organisatie:

Stichting Kindermuziekweek
Kerkplein 33
1391 GK Abcoude
info@kindermuziekweek.nl
www.kindermuziekweek.nl
KVK 72086807
BTWnr. NL858980277B01

Inhoud

1	Inleiding en opzet	4
1.1	<i>Inleiding</i>	4
1.2	<i>Opzet Kindermuziekweek.....</i>	4
1.3	<i>Terugblik vorige edities.....</i>	5
2	Editie 2024: speerpunten	5
3	Hoe brengen we deze speerpunten in de praktijk?.....	6
3.1	<i>De keten: lokale, regionale en landelijke samenwerkingen.....</i>	6
3.2	<i>Uitwisseling van kennis en programma's</i>	7
3.3	<i>Naamsbekendheid verder vergroten</i>	7
3.4	<i>Focus op diversiteit en inclusie in doelgroepen, deelnemers, genres, spreiding en organisatie</i>	8
3.5	<i>Interne organisatieontwikkeling</i>	9
Bijlage 1	Partners en deelnemers 2023	10
Bijlage 2	Marketing en communicatie.....	11

1 Inleiding en opzet

1.1 Inleiding

Voor u ligt het projectplan van Stichting Kindermuziekweek voor de zesde editie van de **Kindermuziekweek** die plaatsvindt van **5 t/m 14 april 2024**.

De stichting Kindermuziekweek heeft als doel elk kind in Nederland (van 0-12 jaar) in aanraking te brengen met livemuziek. Daarvoor werkt de stichting samen met zoveel mogelijk verschillende organisaties. De Nederlandse muzieksector heeft zeven jaar geleden de handen ineengeslagen om deze al langer gekoesterde wens te realiseren. De stichting maakt mogelijk dat ieder voorjaar - tien dagen lang - in samenwerking met organisaties in het hele land muzikale activiteiten worden georganiseerd met als doel om zoveel mogelijk kinderen te bereiken. De Kindermuziekweek brengt deze activiteiten samen en voert een uitgekiende nationale marketingcampagne. De Kindermuziekweek creëert *momentum*: voor inspirerende samenwerkingen, voor extra activiteiten die om een bijzondere aanleiding vragen, voor uitwisseling van kennis en programma's. De Kindermuziekweek draagt als initiatief ook bij aan de publieksontwikkeling van de toekomst: in 2023 is een direct bereik gerealiseerd van 1.000.780 kinderen.

De kracht van de Kindermuziekweek zit in het brede maatschappelijk draagvlak voor het belang van de combinatie kinderen & muziek. 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.

Met de jaarlijkse Kindermuziekweek wil de stichting 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 zelf 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.

1.2 Opzet Kindermuziekweek

De Kindermuziekweek bundelt en versterkt de activiteiten die door de deelnemende partijen jaarlijks tijdens de Kindermuziekweek worden georganiseerd. De Kindermuziekweek vormt dan de aanleiding voor een stralend spotlight op het fenomeen muziek voor kinderen.

Deelnemers zijn o.a. muziekscholen, orkesten, fanfares, bibliotheken, concertzalen en theaters, popzalen, buurthuizen, ensembles, DJ's, jazzcombo's, musea, muziekverenigingen, etc.. Iedere deelnemer stelt zelf een inhoudelijk programma samen en kan zo naar eigen inzicht bijdragen aan het totaalprogramma. Hierdoor is gewaarborgd dat de Kindermuziekweek een palet biedt van zeer uiteenlopende activiteiten uit verschillende genres die verspreid zijn door het hele land. Bijvoorbeeld schoolconcerten, workshops drummen of DJ'en, familieconcerten, het opzetten van een Doe Maar Mee Band – de grootste Band van Nederland, straatoptredens, het meedoen aan het Kindermuziekweeklied vanuit basisscholen, open dagen van muziekscholen, muzikale voorleesprogramma's in bibliotheken, muziek voor baby's en nog veel meer. Denk ook aan onlineconcerten, uitdagende bliksembezoekjes door Kindermuziekweek-ambassadeurs, tutorials om zelf een instrument te knutselen en bijvoorbeeld challenges rond samen zingen.

De meest in het oog springende kenmerken van de Kindermuziekweek op een rijtje:

- Jaarlijkse periode: eerste week april inclusief twee weekenden
- Duur: tien dagen
- Doelgroep: kinderen van 0 tot en met 12 jaar, met hun familie in de vrije tijd, in schoolverband of opvang door de week. Ouders, grootouders en leerkrachten zijn indirecte doelgroepen
- Muziek in alle genres, van pop tot klassiek, van jazz tot niet-Westerse muziek
- De deelnemers maken zelf hun (lokale of regionale) programma
- De stichting biedt uitwisseling van formats en goede voorbeelden van bijvoorbeeld laagdrempelige extra activiteiten naast een regulier programma
- De stichting stimuleert en faciliteert actief regionale en lokale samenwerkingen
- Het jaarlijkse eigen Kindermuziekweeklied wordt geschreven door de winnaar van de Willem Wilminkprijs van het jaar ervoor en geproduceerd door muziekmethodes 123ZING!, dat dit lied gratis beschikbaar stelt en vele muzikale extra's toevoegt
- Naast live-activiteiten zijn er ook veel onlineactiviteiten van deelnemers, een goede manier om nieuw publiek te bereiken en scholen content te bieden
- Verschillende (grote) optredens van Doe Maar Mee Bands door het hele land
- Er is extra aandacht voor het bereiken van kinderen die weinig met muziek in aanraking komen.

1.3 Terugblik vorige edities

Inmiddels heeft de landelijke Kindermuziekweek vijf edities achter de rug. De eerste editie in 2019 was een *soft launch* en in korte tijd opgetuigd. Het succes was onverwacht groot: Nederland was klaar voor een landelijke Kindermuziekweek. Er werden in 31 plaatsen 180 voorstellingen en concerten gegeven (waarvan 40 gratis toegankelijk).

In 2020 en 2021 waren we genoodzaakt een onlineversie van de Kindermuziekweek aan te bieden. Doordat we dit in 2021 eerder aan zagen komen dan in 2020 was er meer aandacht voor het inbedden van diversiteit (in genres en cultuur) en werden er naast interactieve programmaonderdelen ook livestreams, inspiratiesessies en online *Zoom*concerten aangeboden. Daarnaast lag de focus op het vergroten van de zichtbaarheid van de Kindermuziekweek door het aangaan van bijzondere samenwerkingen (Jeugdfonds Sport en Cultuur, Sony, diverse muziekonderwijsmethodes).

De online elementen hebben een duidelijke meerwaarde - in 2022 was de Kindermuziekweek dan ook voor het eerst een combinatie van een live en een online editie, met een landelijke opening in Muziekgebouw aan 't IJ die via een livestream te volgen was. In totaal werden er in 2022 ruim 300 activiteiten georganiseerd door ca. 100 deelnemende organisaties uit heel Nederland én dat jaar voor het eerst ook vanaf Bonaire en Curaçao.

In 2023 vierden wij de, toch wat magische, mijlpaal van meer dan één miljoen direct bereikte kinderen. Er deden ruim 110 organisaties mee met het programma waarin wederom meer dan 300 activiteiten plaatsvonden, zowel in heel Nederland als op Bonaire en Curaçao. De [Aftermovie Kindermuziekweek 2023](#) spreekt boekdelen.

Steeds duidelijker speelt de Kindermuziekweek een rol als katalysator voor samenwerkingen, zowel regionaal als landelijk. Zo gaat een aantal orkesten samen een voorstelling ontwikkelen voor de Kindermuziekweek van 2025.

2 Editie 2024: speerpunten

Tijdens editie 2024 van de Kindermuziekweek worden de vele live-activiteiten weer aangevuld en ondersteund door online-activiteiten, waarmee we ook doelgroepen bereiken die minder snel de

deur uit gaan om livemuziek te ervaren. Ook stimuleren we nog meer dan voorheen landelijke, regionale en lokale samenwerkingen en uitwisselingen, waardoor het nog laagdrempeliger wordt voor kinderen om deel te nemen.

De Kindermuziekweek wordt steeds duidelijker een vast onderdeel van de culturele infrastructuur van Nederland en vormt in toenemende mate de aanleiding voor het in gang zetten van (keten)samenwerkingen binnen de sector.

In 2024 heeft de Kindermuziekweek de volgende **speerpunten**:

- Een sterke functie als aanjager en ondersteuner van **regionale, lokale en landelijke** ketensamenwerkingen
- Slimme tools aanbieden om eenvoudig en snel kennis en programma's **uit te kunnen wisselen**, en het stimuleren van actief gebruik daarvan
- Het **merk** Kindermuziekweek verder versterken en de naamsbekendheid vergroten
- Onverminderd aandacht hebben voor **diversiteit, spreiding en inclusie** op het gebied van:
 - deelnemers
 - doelgroepen
 - muzikale genres
 - geografische spreiding
 - de eigen organisatie
- Interne **organisatieontwikkeling**.

3 Hoe brengen we deze speerpunten in de praktijk?

3.1 De keten: lokale, regionale en landelijke samenwerkingen

Uit evaluaties met onze partners blijkt telkens weer dat de Kindermuziekweek een welkome aanleiding is om allerlei lokale en regionale samenwerkingen aan te gaan, die zonder de Kindermuziekweek veel minder makkelijk tot stand komen. De Kindermuziekweek vormt bij uitstek een gelegenheid waarbij lokale partijen in een afgebakende periode met een concrete en vrolijke aanleiding kansen zien om samen te werken. Deze samenwerkingen gaan niet alleen over de geijkte tandems van aanbieders en programmeurs, maar juist ook over samenwerkingen die zonder een kader, een aanleiding als de Kindermuziekweek, niet van de grond zouden kunnen komen.

Een voorbeeld hiervan is de Doe Maar Mee Band. De Doe Maar Mee Band is een initiatief van Arend Nijhuis van Cultuur Oost en was al een groot succes in Gelderland. Door de bundeling van activiteiten tijdens de Kindermuziekweek ontstaat de mogelijkheid voor scholen, bands, muzikscholen, muziekverenigingen, orkesten etc. om in alle regio's in het land dit concept over te nemen en verder uit te bouwen. De Kindermuziekweek stimuleert dat de Doe Maar Mee Band ook wordt georganiseerd in andere provincies. Daarom streven wij naar samenwerking met alle provinciale cultuurmakelaars zodat die zich gaan inzetten om regionale Doe Maar Mee Bands tot een succes te maken binnen de eigen provincie.

Maar ook voor meer receptieve activiteiten die door verschillende partners samen georganiseerd worden fungeert de Kindermuziekweek als aanleiding. Een podium, een Kindermuziekweeklied, 300 scholieren die allemaal dat ene lied tegelijk ingestudeerd hebben, een lokale dampende funkband en een harmonie, desnoods een BN'er: dat breng je alleen maar samen tijdens de Kindermuziekweek!

Tenslotte is de Kindermuziekweek al een paar jaar de aanstichter van een prachtige landelijke ketensamenwerking: in het Wilminktheater wordt al sinds 2010 de Willem Wilminkprijs voor het beste Kinderlied uitgereikt. Sinds 2020 schrijft de winnaar (van de juryprijs of van de publieksprijs) een lied voor de Kindermuziekweek van het jaar erop, binnen het door ons vastgestelde thema. Dat

lied wordt met steun van BUMA Cultuur verder geproduceerd door muziekmethode 123ZING!, waar 3.000 basisscholen in Nederland bij aangesloten zijn. Bij 123ZING! komt, als het een goede match blijkt, de winnaar van het AVROTROS Junior Songfestival het lied inzingen. Daarna wordt het lied, voorzien van zeer compleet en uitgebreid lesmateriaal, uitgebracht op 3.000 basisscholen in het hele land, en gratis beschikbaar gesteld aan andere educatieve muziekmethodes met hun eigen scholen-achterban. Bovendien komt er uitvoeringsmateriaal voor alle denkbare samenstellingen van muzikanten, van harmonie en fanfare tot jeugdorkest en schoolband. En al dat (les)materiaal is gratis beschikbaar voor iedereen in Nederland.

3.2. Uitwisseling van kennis en programma's

Er worden voor de Kindermuziekweek door het hele land zo veel leuke nieuwe dingen bedacht als gratis extra's, randprogramma, workshops en heel veel meer, dat het jammer is als dat maar tijdens één editie op één plek te beleven valt. Daarom faciliteren wij actief kennisdeling en uitwisseling tussen deelnemers uit het hele land. Hiervoor denken wij aan het inrichten van een kennisplatform en het organiseren van speciale bijeenkomsten voor partners en deelnemers. Het ontwikkelen van het kennisplatform vergt inzet voor een langere termijn dan de komende editie. Daarnaast blijkt er bij de grotere concertzalen een duidelijke behoefte te zijn aan jeugdprogramma's die aanvullend zijn op het bestaande aanbod. Geen enkele zaal weet een nieuwe productie zelfstandig van de grond te trekken, maar in samenwerking is er ineens heel veel mogelijk. Een nieuwe productie kan in 10 dagen een aantal plaatsen langs, en het jaar erop andere zalen bedienen. De Kindermuziekweek biedt de aanleiding, het *momentum*, om deze samenwerking tussen zalen mogelijk en logisch te maken.

3.3 Naamsbekendheid verder vergroten

In 2023 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 2024 hopen we vooral een sterke *boost* te kunnen geven aan de naamsbekendheid door de stimulering van regionale/provinciale samenwerkingen.

>> Mediapartnerschappen intensiveren

In 2023 is er veel tijd geïnvesteerd in de samenwerking met partners zoals AVROTROS, Zapp, Kidsweek, Young Crowds, Kidsproof en MuziekKids. Hiermee is extra bekendheid gegenereerd. Ook in 2024 zetten wij deze koers voort en willen wij nieuwe (online) mediapartners aan ons verbinden. De winnaar(s) van het komende Junior Songfestival zullen weer het Kindermuziekweeklied 2024 gaan zingen. Ook worden we nauwer betrokken bij de speciale Zappelin afleveringen over muziek, die uitgezonden worden tijdens de Kindermuziekweek.

>> Professionalisering marketing, PR en communicatie

Er is een speciale marketinggroep opgezet vanuit de Kindermuziekweek met daarin diverse marketeers van onze grote partners. Deze groep overlegt tweemaandelijks en maakt een gezamenlijk communicatieplan met daarin alle sleutelmomenten van de Kindermuziekweek. Ook wordt er vanaf september 2023 weer dezelfde extra PR-specialist aangetrokken die voor editie '23 voor grote media-aandacht heeft gezorgd.

>> Kindermuziekweek op Bonaire en Curaçao

In 2022 was de Kindermuziekweek voor het eerst op Curaçao en Bonaire. We zijn verheugd dat de samenwerking inmiddels structureel is en hopen de samenwerking met de organiserende stichting Fundashon Béti Doran de komende jaren te intensiveren en zo de naamsbekendheid te vergroten.

>> **Kindermuziekweeklied**

Met het derde Kindermuziekweeklied 'Iedereen verstaat muziek' van Willem Wilminkprijs-finalist Robert Ramaker hebben wij in 2023 ruim 600.000 basisschoolkinderen bereikt. Het grootste deel kwam via onze samenwerkingspartner 123ZING! als aanbieder van een grote landelijke muziekmethode voor het basisonderwijs.

We werkten in 2023 voor de tweede keer met een landelijk thema: "De Wereld Rond." Dit werkte opnieuw uitstekend voor het promoten van het Kindermuziekweeklied en voor de landelijke opening. Ook de scholen werken heel graag met een thema. Voor 2024 is het thema "Energie!". Er wordt op dit moment al gewerkt aan een eerste opzet van het nieuwe Kindermuziekweeklied. Dit wordt geschreven door de winnaar van de Willem Wilmink Publieksprijs voor het Beste Kinderlied 2023, het trio Rob Janssen, Gijs Pouwels en Adriaan van de Polder, en wederom geproduceerd door educatief partner 123ZING!. Ook in 2024 maakt deze partner een compleet lespakket bij het Kindermuziekweeklied, dat gratis beschikbaar wordt gesteld. Wij promoten actief het gebruik van dat lied via andere muziekmethodes in het basisonderwijs, en zijn daarover voortdurend in gesprek met "de concurrenten" van 123ZING!.

>> **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. Er wordt in 2024 nog beter gekeken naar het consistent uitdragen van alle communicatie, ook via onze partners. Samen hebben we een groot bereik en kunnen we meer.

3.4 Focus op diversiteit en inclusie in doelgroepen, deelnemers, genres, spreiding en organisatie

Op 1 juni 2022 had 25,8% procent van de bevolking een migratieachtergrond¹ (CBS hanteert sindsdien een andere categorisering). Bevolkingsgroepen uit andere landen nemen hun muziek mee naar Nederland en verrijken daarmee 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 inspiratoren in allerlei muziekstijlen bij de Kindermuziekweek betrekken om zo nieuwe doelgroepen te bereiken. Daarmee creëren wij een breder en interessanter aanbod voor al onze doelgroepen. Voor een optimale landelijke geografische spreiding zoeken wij naar deelnemende organisaties in alle delen van Nederland, op Bonaire en Curaçao.

>> **Verandering binnen de organisatie / het bestuur**

Ook bij het bemensen van de kleine organisatie van de Kindermuziekweek proberen we diversiteit te stimuleren, met name bij aankomende wisselingen in de bestuurssamenstelling.

>> **Speciaal Onderwijs**

Scholen vormen een dwarsdoorsnede van de Nederlandse samenleving. Samen met educatief partner 123ZING! maken we het Kindermuziekweeklied ook voor speciaal onderwijs toegankelijk.

>> **Regionale openingen**

Om de Kindermuziekweek toegankelijker te maken en meer regionale bekendheid te geven werken we toe naar regionale openingen van de Kindermuziekweek in iedere provincie. Dit met als doel dat

¹ Bron: CBS

de opening vooral door en voor kinderen gemaakt en beleefd kan worden. Vanuit de Kindermuziekweek zetten wij ons in om bij de landelijke kick-off een goede en sprankelende weerspiegeling te krijgen van de diversiteit in genre, cultuur en spreiding waar de Kindermuziekweek voor staat. De Kindermuziekweek stimuleert partners tot uitwisseling van best practices voor regionale openingen en samenwerking.

Met alle provincies samen zorgen we voor een kort landelijk kick-off moment. De kick-off is het publicitaire visitekaartje van de Kindermuziekweek en we werken eraan dat dit ook op landelijke televisie uitgezonden kan worden.

3.5 Interne organisatieontwikkeling

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 opereert als zelfstandige organisatie zonder kantoor. De organisatie is 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. De Partners zijn de “*Founding Deelnemers*” van de organisatie en zij betalen een substantiële deelnamebijdrage. Met de partnerorganisaties is veel kennis in huis. Alle partners worden daarom uitgenodigd om structureel inhoudelijke input te leveren op het gebied van planontwikkeling en marketing. Deelnemers nemen niet deel aan de werkgroepen. Zij nemen uitsluitend marketingproducten van de Kindermuziekweek af. Zij betalen daarvoor een bescheiden bijdrage.

Bij het streven om de Kindermuziekweek, die gestaag een forse 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 culturele instellingen, fondsen en het bedrijfsleven. In de begroting is daarvoor ruimte opgenomen.

Bijlage 1 Partners en deelnemers 2023

Partners 2023

Rotterdams Philharmonisch Orkest	Wilminktheater & muziekcentrum Enschede
De Doelen	philharmonie zuidnederland
TivoliVredenburg	Noord Nederlands Orkest
Het Concertgebouw	Muziekgebouw Eindhoven
Méér Muziek in de Klas	Nationale Opera & Ballet
Prinses Christina Concours	SKVR
Bureau Vanaf2	Muziekgebouw aan 't IJ en Bimhuis

Deelnemers 2023

De Veerensmederij	Factorium Podiumkunsten
Doelen Ensemble	Nationaal Muziekinstrumentenfonds
Muziekschool Amsterdam	Muziekpakhuis
Frisse Oren	KunstenHuis
Koninklijk Conservatorium	Stichting Schunck
Theater de Stoomfabriek	Jeroen Schipper
De Muzen	Cultuurbedrijf Noordoostpolder
Stichting Divertimento	Centrum voor de Kunsten Beverwijk
Poppodium Grenswerk	Britten Strijkorkest
De Bibliotheek Z-O-U-T	Hedon Zwolle
Slagwerk Den Haag	Stadkamer Zwolle
Metropool St. Poppodium	Bibliotheek Cultuuranker Leidschenveen
Poppodium de Pul	De Vuurvogel
De Brede School Gouda	Stichting C.
Scholen in de kunst Amersfoort	Muziekschool Oost-Gelderland
Stadsschouwburg Nijmegen en	Co de Cultuurontwikkelaar
Concertgebouw de Vereniging	De Nieuwe Muziekschool Druten
Paradiso	DUMS
SPOT Groningen	Muziek op School
BNN Vara	Stichting CVK It Toanhus
Oorkaan	Muziekschool Zeeland
Phoenix Cultuur	Muziekschool Waterland
DONS Productiehuis	
Theater Flint	Jeugdkoor Spaarne
DJ School Internationaal Breda	V.O.F. Het Muziekkwartier
Leerorkest	Tijl Damen
NBE	Koninklijke Biltse Harmonie
Muziekcentrum de Bosuil	KVS Harmonie Asterius
Rick Raakt	Musis & Stadstheater Arnhem
Muzehof Centrum voor de Kunsten	Muziek op Schoot
Nederlands Philharmonisch Orkest Nederlands	Muziek- en Dansschool Heiloo
Kamerorkest	Stichting SMK Parkstad
Het Koninklijk Concertgebouworkest	Harmonieorkest Vleuten
Stichting In de knop	Muziekvereniging St. Caecilia
Echo der Duinen	Cultuur Oost
Rotterdams Hellendaal Instituut	Stichting Koorschool Viva la Musica
Kunstwerk Liemers!	Apollo Ensemble
Cultuurplein Noord-Veluwe	Muziqu
Poppodium Meester	De Lieve Vrouw
Saraswati ArtVrijdag	Be active and creative
Muziekschool Cultuurlocaal	Residentieorkest
Bamboefluitvereniging: Het Nederlandse Pijpersgilde	Parkstad Limburg Theaters

Myouthic
 Kunstform Velsen
 Heritage Sinfonietta
 De lachende Zon
 Singing Birds
 Blazen aan het Spui
 Muziekvereniging Ontwaakt Hattem
 Nederlandse Reisopera
 Podium Zuidhaege

Cultureel Centrum Jan van Besouw
 Accademia Filarmonica
 Muziekver. Sint Radboud & Bibliotheek Schiedam
 Stichting Muziek & Instrumenten Zwolle
 Muziekschool Collab Heuvelland
 Theatermakerij
 Hunebedcity Borger
 Haarlems Kinderkoo

Bijlage 2 Marketing en communicatie

De bereikte targets voor de jaren 2020 t/m 2023 zien er als volgt uit:

Bereikte targets	2020	2021	2022	2023
Totaal aantal direct bereikte kinderen	100.000	795.000	901.054	1.000.780
Indirect bereik in media print	3,9 miljoen	6,6 miljoen	3,9 miljoen	4,4 miljoen
Indirect bereik in media online	3 miljoen	2,8 miljoen	83 miljoen*	91 miljoen*
Aantal direct bereikte scholen	299	4700	5050	5300
Aantal deelnemende organisaties	70	100	102	110
Aantal bezoekers website	30.123	46.000	30.383	37.546
Volgers Facebook	3.944	6.500	7.007	7.332
Volgers Instagram	707	1.300	1600	2.615
Volgers YouTube	997	1.110	1200	1.300
Livestream opening kijkers			45.000	97.000

*Vanaf 2022 wordt er door het Mediabureau waar wij de bereikcijfers opvragen met een nieuwe rekentool gerekend, waardoor deze erg verschilt van vorig jaar, maar wel veel realistischer is.

Een uitgebreid en gedetailleerd **marketingplan** wordt vanaf zomer 2023 geschreven en uitgerold. Daarin wordt uitgebreid ingegaan op doelgroepen en deelnemers, doelstellingen en kernboodschap, en wordt per onderdeel een gedetailleerde marketingstrategie uitgewerkt. Ook wordt daarin ingegaan op mediapartnerschappen en de planning vanaf september 2023 t/m april 2024.