

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 317
van **MARIUS MEREMANS**
datum: 16 augustus 2018

aan **SVEN GATZ**
VLAAMS MINISTER VAN CULTUUR, MEDIA, JEUGD EN BRUSSEL

Kunstendag voor Kinderen - Aanbod en promotie

Op 18 november 2018 is er een nieuwe editie van Kunstendag voor Kinderen, een initiatief dat de minister van Cultuur ondersteunt. Het initiatief wil het draagvlak voor de kunsten verbreden door in te zetten op kinderen als nieuw publiek. In de voorbije jaren is gebleken dat deze formule een succes is en haar doel bereikt.

Het opzet is eenvoudig: kunst- en cultuurhuizen bieden op die dag activiteiten aan die kinderen tot 12 jaar (en hun familie) confronteren met kunst en/of met kunstenaars. Het departement Cultuur, Jeugd en Media zorgt voor een promotiecampagne. Het verstuurt promomateriaal naar alle organisaties die meewerken. Daarenboven is er een landelijke campagne in de media en in kleuter- en basisscholen.

Organisaties konden zich tot 10 juni inschrijven via de website als zij activiteiten willen aanbieden in het kader van de kunstendag. Het departement staat in voor de promotiecampagne.

1. Waar zullen op 18 november kinderen terechtkunnen voor de kunstendag? Welke organisaties schreven zich in en hebben een aanbod die dag?
2. Welke bijzondere initiatieven werden genomen om dit te promoten aan diverse kunst- en cultuurhuizen?
3. Is de minister tevreden met het aanbod?
4. Welke specifieke initiatieven zullen genomen worden om de kunstendag naar het doelpubliek te promoten?

SVEN GATZ

VLAAMS MINISTER VAN CULTUUR, MEDIA, JEUGD EN BRUSSEL

ANTWOORD

op vraag nr. 317 van 16 augustus 2018

van **MARIUS MEREMANS**

1. Op 18 november nemen 175 individuele kunstenaars, kunstorganisaties, musea, cultuur- en gemeenschapscentra, bibliotheken en dko's deel aan Kunstendag voor Kinderen. Het aantal is als volgt verdeeld over Vlaamse provincies en het Brussel Hoofdstedelijk Gewest: 14x BHG, 48x Antwerpen, 19x Vlaams Brabant, 16x Limburg, 35x West-Vlaanderen en 42x Oost-Vlaanderen. Sterkhouders die al jaren meewerken zijn onder meer: Kaaitheater, Kunsthuis Opera Ballet Vlaanderen, M HkA, CC de Warande (Turnhout), CC Zwaneberg (Heist op den Berg), CC Asse, CC Hasselt, Bibliotheek Hasselt, CC het LOO (Tessenderlo), MSKGent, Muziekclub N9, Mu.Zee, Concertgebouw Brugge. Er zijn ook verschillende organisaties die voor het eerst meewerken: Brussels Chamber Choir, Walpurgis, Circus Atelier Salto, CC De Adelberg (Lommel), CC De Brouckere (Torhout), Ultima Thule.
2. Via een mailing met uitleg over het event werden de volgende organisaties uitgenodigd om mee te werken aan KvK2018: structureel gesubsidieerde organisaties Kunsten, kunstorganisaties Cultureel Erfgoed, organisaties cultuureducatie Jeugd, circusorganisaties, cultuur- en gemeenschapscentra, bibliotheken, organisaties die meewerkten aan KvK2017, geïnteresseerden, Instellingen Kunsten en Cultureel Erfgoed, cultuurbeleidscoördinatoren en jeugddiensten. Die mailing werd 6 weken nadien nog eens herhaald. In het bericht worden mogelijke deelnemers ook verwezen naar de [website voor organisaties van KvK](#). Op die website staat alle info voor organisaties over het evenement.
3. Ik ben zeer tevreden met het steeds toenemende aantal organisaties dat deelneemt en met het kwalitatief hoogstaande programma dat wordt aangeboden.
4. Vanaf september tot en met 18 november wordt het evenement op de volgende manier gepromoot:

PERS

De persberichten worden op maat van het medium opgemaakt. Aan die persberichten wordt ook altijd een (gepaste) greep uit de activiteiten toegevoegd. Er worden persberichten verstuurd naar cultuurkalenders, tijdschriften & magazines, kranten en online nieuwssites. Zo kunnen we een gedifferentieerd publiek aanspreken. Van de organisaties die deelnemen aan KvK2018 verwachten wij dat zij de plaatselijke pers aanspreken.

PARTNERS

Kunstendag voor Kinderen wordt georganiseerd samen met kunst- en cultuurorganisaties. Al deze organisaties worden mee ingeschakeld in de promotiecampagne. Iedereen krijgt tekst- en beeldmateriaal voor opname in seizoensbrochures en (digitale) nieuwsbrieven, op websites, op schermen, sociale media.

MEDIASPONSORS

publiq/Vlieg, Kidsgazette, Ketnet, Radio 2 en CANON Cultuurcel hebben toegezegd om mee te werken aan Kunstendag voor Kinderen. Hierbij wordt gemikt op zowel print (advertentieruimte) en online visibiliteit (banners/nieuwsbrieven/acties).

PRINT

- Folder, postkaart/kleurplaat van affichebeeld
Verspreiding via alle Nederlandstalige kleuter- en lagere scholen in Vlaanderen en Brussel, studenten lerarenopleiding, deelnemers Cultuurdagen en colloquium KleinKunst, organisaties die meewerken aan het event.
- Affiches
Verspreiding van de affiches (A2-formaat) via alle deelnemende cultuurhuizen, outdoor affichecampagne één week voor het event in Brussel, Antwerpen, Mechelen, Leuven, Hasselt, Gent, Aalst, Kortrijk en Oostende.

ONLINE

- Website kunstendagvoorkinderen.be
Inhoud: programma, overzicht locaties, praktische informatie, enz. Op de homepage staat een blog met inhoudelijke info over activiteiten, de illustrator, good practices, kunst voor kinderen, enzovoort. Die blog blijft ook staan na Kunstendag voor Kinderen. De berichten van een jaar worden bijgehouden in een archief.
- Kunstendag voor Kinderen wordt als festival ingegeven in de UiTdatabank (output naar UiTinVlaanderen.be, verschillende media en online cultuurkalenders). Het programma wordt rechtstreeks in de UiTdatabank ingevoerd door de deelnemers en ism publiek geëxporteerd naar de website van Kunstendag voor Kinderen.
- Sociale netwerken: Facebook, Twitter en Instagram
Via de Facebookpagina van Kunstendag voor Kinderen wordt het publiek op de hoogte gebracht van en uitgenodigd voor Kunstendag voor Kinderen. De deelnemende cultuurhuizen, partnerorganisaties en kunstenaars worden gestimuleerd om mee actieve promotie te voeren (onder meer door posten van nieuws, reacties en filmpjes).
- Het Departement CJM engageert een videomaker om filmpjes te maken waarin kunstenaars het publiek aanmoedigen om samen met hun kinderen te participeren aan kunst- en cultuur.

SPECIFIEKE DOELGROEPEN

- Gezinnen met kinderen vormen de belangrijkste doelgroep van Kunstendag voor Kinderen. N.a.v. het colloquium voor de allerkleinsten begin oktober hebben we dit jaar extra aandacht voor ouders met baby's, peuters en/of kleuters.
- Mensen met een handicap wordt aangeraden om eerst contact op te nemen met het huis waar ze graag een activiteit zouden bijwonen. Om hen rechtstreeks aan te spreken wordt samengewerkt met verschillende verenigingen.
- In samenwerking met het Fonds voor Vrijetijdsparticipatie wordt getracht een aangepast prijsbeleid en gerichte communicatie op te zetten naar mensen die leven in (kans)armoede.
- Leerkrachten worden via folders (alle Nederlandstalige kleuter- en basisscholen en Vlaanderen en Brussel) aangesproken.