

Cultuurmarkt XXL

Cultuurmarkt van Vlaanderen
zaterdag 29 en zondag 30 augustus 2009
Antwerpen



Een initiatief van **Prospekta** - centrum voor kunstcommunicatie

communicatie

Prospekta is een initiatief van:



Prospekta vzw

Grote Markt 13, 2000 Antwerpen

T 03 203 95 56 - F 03 203 95 97

info@prospekta.be - www.prospekta.be - www.infocultuur.be



1. Cultuurmarkt

De Cultuurmarkt van Vlaanderen is een overkoepelend initiatief dat de energie van cultureel Vlaanderen bundelt en het aanbod van het nieuwe seizoen feestelijk voorstelt.

Sinds 2008 is de Cultuurmarkt uitgebreid tot een tweedaagse. Het evenement vindt telkens plaats tijdens het laatste weekend van augustus. Op zaterdag is er een feestelijke opening en op zondag een ruime culturele infomarkt en live optredens.

De centrale doelstelling van de Cultuurmarkt van Vlaanderen is publieksverruiming en het stimuleren van de cultuurparticipatie bij een zo groot mogelijk deel van de bevolking. Het evenement is gratis voor de bezoeker.

Het publiek wordt geïnformeerd over het culturele aanbod van Vlaanderen. Het maakt kennis met een scala aan voorstellingen en optredens, kan experimenteren en ontdekt nieuwe waardevolle dingen. Er wordt ook geïnvesteerd in een voortraject waarbij er nauw wordt samengewerkt met nieuwe doelgroepen.

Mensen worden uitgenodigd - én krijgen zin - om (vaker) aan cultuur te participeren. De feestelijke sfeer van het evenement draagt hier toe bij.

De collectieve presentatie overstijgt de individuele promotiewerking van de culturele organisaties en prikkelt de nieuwsgierigheid van het publiek: 190.000 geïnteresseerden bezochten in 2008 de Cultuurmarkt.

De Cultuurmarkt van Vlaanderen

- ... is een platform voor collectieve marketing voor cultuur in Vlaanderen
- ... ondersteunt de individuele promotie van instellingen en organisaties
- ... promoot het culturele aanbod en de kunstenpraktijk in Vlaanderen
- ... ontsluit cultuur voor een breed publiek en maakt het wegwijs in het aanbod
- ... is een feest bij de start van het nieuwe seizoen
- ... werkt drempelverlagend en bevordert de participatie aan cultuur



foto: John Moussiaux – Cultuurmarkt van Vlaanderen 2008

Editie 2008 in de pers

- De Cultuurmarkt in de wolken (*Gazet van Antwerpen*)
- Zonder conditie kun je nooit de hele Cultuurmarkt verkennen (*De Morgen*)
- Cultuurmarkt op hoog niveau (*Het Laatste Nieuws*)
- Recordopkomst voor Cultuurmarkt van Vlaanderen (*Het Nieuwsblad*)
- Cultuurmarkt in Antwerpen: 200.000 bezoekers, 1 waaghals (*Gazet van Antwerpen*)
- Cultuur op wieltjes (*Zone 03/*)

Streefdoel 2009

Prospekta organiseerde op 1 september 1996 voor het eerst de Cultuurmarkt van Vlaanderen. 20.000 bezoekers konden toen kennismaken met 35 gezelschappen die hun producties voor het theaterseizoen 1996-1997 voorstelden.

Het evenement kende een exponentiële groei. Zowel qua deelnemende culturele instellingen als qua bezoekers. In 2008 presenteerden 210 instellingen het nieuwe aanbod aan 190.000 cultuurliefhebbers.

De Cultuurmarkt van Vlaanderen is in 2009 aan zijn 14^{de} editie toe.

Na te streven quota 2009:

- 190.000 bezoekers (zaterdag en zondag)
- 20 locaties
- 800 optredende artiesten (zaterdag en zondag)
- 210 infostands
- 80 vrijwilligers (zaterdag en zondag)
- 135.000 programmabrochures i.s.m. De Standaard

Prioriteit voor de Cultuurmarkt van Vlaanderen 2009 is niet groei, maar behoud van kwaliteit en de bestaande orde van grootte, gekoppeld aan verdieping en een grotere diversiteit in de publieksparticipatie.

2. Voortraject: evenementiële communicatie

In 2008 organiseerde Prospekta De karavaan, een feestelijke stoet met kunstige praalwagens en fanfares die van noord naar zuid door Antwerpen trok. Het voortraject van De karavaan, namelijk de samenwerking met verenigingen en de aanwezigheid op minder evidente plaatsen in de stad, werd positief geëvalueerd en is voor herhaling en uitdieping vatbaar. Zo bereikt Prospekta mensen die anders niet of weinig met culturele initiatieven in contact komen.

Aan scenografe Saskia Louwaard is gevraagd om een artistiek concept uit te tekenen waarbinnen mensen een persoonlijke bijdrage kunnen leveren. Hierbij worden verenigingen en buurtinitiatieven betrokken en de week voorafgaand aan de Cultuurmarkt wordt op drie pleinen in de stad intensief met de buurtbewoners samengewerkt.

Op deze pleinen wordt ook extra actie ondernomen om mensen op maat te informeren over de Cultuurmarkt.

De verschillende onderdelen worden geassembleerd tot 1 groot kunstwerk en tentoongesteld op de Cultuurmarkt. Deelnemers aan dit collectieve project kunnen hun eigen prestatie bewonderen en zijn als dusdanig betrokken partij bij een groter cultureel project. Op de Cultuurmarkt maken ze meteen ook kennis met het diverse culturele aanbod.



foto: Artur Eranosian –bouw wagen De karavaan bij Syntra, Cultuurmarkt 2008

3. CultuurMIX XL

De uitbreiding van de Cultuurmarkt naar een tweedaagse werd goed onthaald door pers en publiek. Voor 2009 staan daarom zaterdag 29 en zondag 30 augustus op de agenda.

Zaterdag 29 augustus is er een gratis feest op de Grote Markt onder de noemer CultuurMIX XL. Het wordt een reusachtig feest met uitvergroete elementen uit verschillende culturen, opdat zoveel mogelijk mensen zich aangesproken voelen.

Op het podium is een mix van muziek te horen. Programmator is Omar Ba.



foto: Artur Eranosian – Société Anonyme, Cultuurmarkt 2008

Omdat we op zaterdag een ander publiek bereiken, wordt die dag extra geïnvesteerd in toeleiding naar de Cultuurmarkt op zondag.

4. Cultuurmarkt XXL

4.1. Thema XXL

Het thema van de editie 2009 is 'XXL', een breed en toegankelijk thema dat vele mogelijkheden creëert. XXL betekent niet nog meer pleinen, infostands en optredens. Wat Prospekta betreft is de Cultuurmarkt nu reeds XXL. Zaak is om te investeren in de omkadering en kwaliteit van het evenement.

Bestaande elementen in het stadsbeeld en van het culturele leven zullen letterlijk en figuurlijk uitvergroot worden. Hiervoor wordt een samenwerking op het getouw gezet met Wesley Wolkman, een jong collectief van grafisch vormgevers.

4.2. Programma

De Cultuurmarkt geeft de bezoeker een kijk op wat seizoen 2009-2010 voor bijzonders aankondigt. Wat te zien is op de podia moet kwalitatief hoogstaand, verrassend en inspirerend zijn. Aanbod uit heel Vlaanderen voor mensen van alle leeftijden en alle culturen, met grote namen en nieuwe talenten, dat is de mix die Prospekta samenstelt.

Het programma geeft voorproevers. Kleine hapjes cultuur, die hopelijk smaken naar meer. Doordat de voorstellingen gemiddeld 20 à 30 minuten duren kan men op één dag tijd heel wat meemaken. En spreekt die ene act niet aan? Geen probleem, dan wandelt men langs de infomarkt verder naar een volgend optreden.

Op de buitenpodia blijven we resoluut kiezen voor een groot publiek. Daar is muziek te horen die gaat van fanfares over musical, pop, rock, kleinkunst en jazz tot klassieke muziek.

In de binnenlocaties zorgen we voor een fijnproeversprogramma. Vorige edities bewezen dat daar een trouw publiek voor is op de Cultuurmarkt. In de kapel van de Lessius Hogeschool staat klassieke muziek op het programma. Voor theater moet je in de Zwarte Zaal van het Fakkelteater zijn. Interviews zijn een inhoudelijke meerwaarde voor de Cultuurmarkt.



foto: Artur Eranosian –Cultuurmarkt 2008

Veerle Keuppens programmeert klassieke muziek, theater en de interviews. Liliane Defossez (Buster) stelt het programma van het jazzpodium samen. Jasper Cleymans neemt de andere muziekpodia voor zijn rekening.

Een aantal cultuurhuizen openen seizoen 2009-2010 in eigen huis. In de Rode Zaal van het Fakkelteater zien we vooral cabaret en comedy en in Podiumcafé Buster staat opnieuw stand-upcomedy op het programma. Filocafé Den Hopsack brengt een aanbod van muziek en poëzie. Succesvolle nieuwkomers in 2008 waren BAFF (het vroegere Raamtheater) met een theater- en muziekprogramma en de Stadsschouwburg met heel wat muziek- en musicalacts op het Theaterplein.

HETPALEIS, theaterhuis voor kinderen, jongeren en kunstenaars presenteert het Vlaamse kindertheater met lezingen, toonmomenten en spelfragmenten. De amateurtheatersector stelt zich voor in het Huis voor de Amateurkunsten (OPENDOEK) en op de Sint-Nicolaasplaats. Op de Meir presenteert Vlamo fanfares en brassbands.

Na het grote succes van de voorbije edities is het Vlaams Centrum voor Circuskunsten opnieuw van de partij met een gamma aan circusacts. Heel bijzonder in 2008 was de stunt van draadloper Michel Menin. Een massa mensen volgde met ingehouden adem zijn oversteek van de KBC-Toren naar De Kathedraal op 40 meter hoogte boven de Groenplaats.



foto: Wenke Mast – draadloper Michel Menin, Cultuurmarkt 2008

Net als bij de vorige edities kijkt Prospekta uit naar een goede samenwerking met culturele steunpunten en koepelorganisaties.

4.3. Infomarkt

Er wordt opnieuw ingezet op een gezellige en toegankelijke culturele infomarkt. Het is ontspannend om er een dag rond te kuieren. De structuur van de historische Antwerpse binnenstad leent er zich toe om het gratis massa-evenement toch een intimistische sfeer te geven.

De infomarkt wordt verdeeld over straten en pleinen. Meer dan 200 culturele instellingen en verenigingen presenteren er hun nieuwe seizoenen. De infostands worden zoveel mogelijk gegroepeerd per discipline.

Meir = literatuur & erfgoed
Groenplaats = podiumkunsten
Grote Markt = muziek
Handschoenmarkt = UiT in Vlaanderen
Suikerrui = cultuurcentra
Steenplein = vorming & circus
Veemarkt = dansscholen



foto: John Moussiaux – infomarkt Meir, Cultuurmarkt 2008

De Cultuurmarkt kijkt over de grenzen van disciplines heen. Ook geografisch worden grenzen van steden en gemeenten overschreden. Op de infomarkt op de Suikerrui staan cultuurcentra van Brugge, Antwerpen, Mechelen, Knokke-Heist en Turnhout zij aan zij. Op de Grote Markt staan dan weer muziekinstellingen als de Vooruit (Gent), Vlaamse Opera (Antwerpen en Gent), Festival van Vlaanderen en zo meer. Deze samenhang brengt een belangrijke dynamiek op gang en dit werkt als een magneet op de bezoekers.

4.4. Maatschappelijke betrokkenheid

Prospekta heeft aandacht voor verschillende maatschappelijke doelgroepen en voor het leefmilieu.

Verjonging: Vliegparcours voor kinderen

Het culturele aanbod voor kinderen krijgt bijzondere aandacht. Na het succes van de vorige edities werkt Prospekta ook in 2009 samen met CultuurNet Vlaanderen en theaterhuis HETPALEIS. Er wordt een kinderroute uitgestippeld. De coördinatie van de route is in handen van CultuurNet Vlaanderen. HETPALEIS programmeert en is de ganse dag podium voor het culturele kinderaanbod. Tenslotte gebeurt op ieder plein van de infomarkt iets extra voor kinderen.



foto: Sarah Bouwens – opbouw Vliegstand Grote Markt, Cultuurmarkt 2008

Kinderen herkennen hun parcours aan het kinderen-en-cultuuricoontje Vlieg. Niet enkel kinderen, maar de ganse familie wordt zo wegwijs gemaakt doorheen het aanbod.

Etnisch-culturele diversiteit

Prospekta wil met de Cultuurmarkt meer mensen van diverse etnisch-culturele origine bereiken, omdat zij nog te weinig participeren aan culturele initiatieven en voorstellingen.

Voor de Cultuurmarkt 2009 betekent dit dat Prospekta:

- een denktank samenstelt met mensen van diverse etnisch-culturele origine
- artiesten van allerlei origine uitnodigt op de podia
- toeleiding organiseert van culturele verenigingen van diverse etnisch-culturele origine naar de infomarkt
- samenwerkt met diverse gemeenschappen in het kader van CultuurMIX XL

- bij de werving van de vrijwilligers extra aandacht heeft voor het samenwerken met het verenigingsleven en met vrijwilligers van diverse origine
- inzet op een actieve doelgroepenwerking door middel van evenementiële communicatie

Toegankelijkheid voor mensen met een handicap

Samen met onder meer Intro (leidraad voor toegankelijke evenementen en projecten) en de Dienst Welzijn en Gezondheid van de provincie Antwerpen bestudeert Prospekta de mogelijkheden om - samen met de verschillende partners en locaties - de Cultuurmarkt beter toegankelijk te maken voor mensen met een handicap.

Milieu

Prospekta heeft aandacht voor haar leefomgeving. Het verspreiden van plastic zakjes is daarom niet toegestaan op de Cultuurmarkt. Een goed alternatief zijn de papieren draagtassen of de biologisch afbreekbare zakjes. We danken de culturele sector om mee te investeren in een duurzaam leefmilieu.

4.5. Promotiecampagne

Drukwerk

- * A2- en A0-affiches (6220 verdeelpunten) en postkaarten (1970 verdeelpunten); distributie via horeca- en winkelaffichage, netwerk van stad en provincie Antwerpen, KBC-kantoren en culturele instellingen in Vlaanderen en Brussel.
- * Promotiekrant op 14.000 exemplaren, verspreid in Antwerpen begin augustus.
- * Programmabrochure Cultuurmarkt; op 100.000 exemplaren als bijlage bij De Standaard. Een overdruk van 35.000 exemplaren wordt vanaf een week voor de Cultuurmarkt intensief uitgedeeld.
- * In het centrum van Antwerpen staan vanaf 26 augustus 60 triptieken met programmaoverzicht en locatieplan opgesteld.

Media

- * Verspreiden persberichten.
- * Persmoment op 21 augustus, met voorstelling van focussen 2009 en programma Cultuurmarkt.
- * Advertenties in De Standaard.
- * Spots op Canvas en Klara, tussen 15 en 30 augustus 2009.
- * Vermelding op lichtkranten in metro- en treinstations en op het Taxi Informatie Systeem, vanaf drie weken voor de Cultuurmarkt.

Digitaal

- * Website www.cultuurmarkt.be. Ook promotie via facebook en www.myspace.com/cultuurmarkt.
- * Cultuurmarkt op andere websites: uitinvlaanderen.be, KBC, Klara, culturele instellingen en artiesten.
- * Advertenties op standaard.be.