

Cultuur onweerstaanbaar maken voor de jeugd

Even voorstellen

Ik ben Eva van den Bergh, 18 jaar en het uitwerken van concepten vind ik ontzettend leuk. Mijn (filosofische) profielwerkstuk, dat ik recent afgerond heb, ging niet voor niets over **nieuwe methodes om tot creatieve ideeën te komen**. Bij *brainstormen* loop je namelijk al snel vast, maar met de methodes die ik ontwikkeld heb, kom je razendsnel op goede, relevante ideeën. Dit leek me hét perfecte moment om mijn eigen creativiteitsmethodes in de praktijk te brengen.



Een allesomvattend plan

Het plan bestaat uit:

1. Het culturele cursusaanbod vernieuwen: hoe kun je inspelen op trends? (YouTube, Netflix)
2. Jongeren bereiken via social media: het bereik van artiesten inzetten om via winacties precies de juiste doelgroep (goedkoop) te bereiken.
3. Samenwerkingen aangaan: met fietswinkels, tassenwinkels, Hema en huiswerkinstituten.



Deel 1:

Hoe stimuleren we 12-15 jarigen om mee te doen met het jeugdculturaanbod?

1. Vernieuw het cursusaanbod (ken je doelgroep: wat willen zij?)

Het is belangrijk om andersom te denken. Denk dus niet: 'hoe kunnen we het beste *ons* cursusaanbod onder de aandacht van jongeren brengen?' maar wel: 'welke cursussen zou de jeugd willen volgen?' Ontwikkel dus iets wat jongeren aantrekt zonder al te veel marketing.

Dit is het huidige aanbod:

- **Popunie:** Optredens van artiesten & Wedstrijd Kunstbende
- **Het Jeugdtheaterhuis:** lessen toneel en musical & Workshop met je klas & Voorstelling in 1 dag
- **Stichting Educatieve Orkest Projecten (SEOP):** educatieve concerten en orkestprojecten

Een kort overzicht van mijn ideeën voor het toekomstige aanbod:

- **Popunie:** De optredens & de wedstrijd 'Kunstbende' sluiten redelijk goed aan op de doelgroep. Toch iets vernieuwends zoals "The Voice of Popunie" ook veel jongeren aantrekken. Zo zorg je voor *herkenning*, zodat jongeren zich eerder zullen aanmelden.
- **Het Jeugdtheaterhuis:** hoe kun je de lessen acteren veranderen naar iets wat de jongeren van 12-15 aanspreekt? Veel jongeren hebben een "Ik wil later YouTuber worden"-instelling. Je kunt daarop inspelen door het cursusaanbod te verrijken met vloglessen. Zo'n vlogcursus willen vast veel jongeren volgen, want ze kijken allemaal op tegen grote YouTubers. Een andere grote hobby van jongeren: NETFLIX. Organiseer eens een project bij het Jeugdtheaterhuis waarbij je een netflixserie



naspeelt. Of waarbij je 'stage fighting' leert, gebaseerd op de film "Fighting with my Family" die 14 februari 2019 uitkomt.

- **Stichting Educatieve Orkest Projecten (SEOP):** Welke muziek vindt de doelgroep leuk? Organiseer projecten waarin jongeren hun favoriete liedjes leren spelen. Of wat dacht je van een Top-2000 project rondom Kerstmis 2019, met een afsluitend concert? Je kunt het programma afstemmen op de top-10 festivals voor jongeren. Liedjes van Douwe Bob (Appelpop) zijn bijvoorbeeld geweldig om op de gitaar te leren! Je kunt ook projecten per seizoen verzinnen: leer een serenade spelen voorafgaand aan Valentijn, leer kampvuurliedjes voorafgaand aan de zomervakantie. Een ander idee is zanglessen op basis van een populaire playlist op Spotify.

APPELPOP 2019



Deze ideeën werk ik later uit, verderop in dit document.

2. Haal de "nee ik kan niet naar het theater"-factoren weg

Je hebt de volgende problemen wat betreft de huidige situatie van jongeren van 12-15 jaar:

- Jongeren hebben geen tijd
- Jongeren vinden andere dingen zoals Netflix leuker

Die problemen moet je dus zien weg te halen. Hoe doe je dat? Je kunt bijvoorbeeld meer tijd creëren bij jongeren. Dat kun je doen door een huiswerkbegeleiding aan te bieden. Als 'unique selling point' mogen de jongeren aan het einde van elke week naar een voorstelling of een acteercursus.

Is het starten van een huiswerkinstituut te ver out-of-the-box? Dan kun je natuurlijk simpelweg samenwerken met een al bestaand huiswerkinstituut in de buurt. Leg uit dat het een unique selling point zou zijn wanneer je de huiswerkbegeleiding ondersteunt met extrinsieke motivaties zoals een gratis voorstelling of acteercursus aan het einde van de week.



Deel 2:

Hoe kunnen we het beste het cursusaanbod onder aandacht van de jongeren brengen?

1. Bereik de jongeren (via social media van artiesten & winacties)

Jongeren hangen vooral rond op social media. Hoe zorg je er voor dat jongeren van 12-15 jaar het social media account van Popunie, Het Jeugdtheaterhuis of SEOP gaan volgen?

- Aantrekkelijke, humoristische content zoals Coolblue (doen ze geweldig!)
- **PopUnie:** bij letterlijk ieder optreden kun je aan de artiest vragen of hij of zij een aantal verloten via een winactie. De voorwaarden om mee te kunnen doen? Je moet zowel PopUnie als de artiest volgen. Zo trekt de doelgroep naar het account van PopUnie toe.
- **Het Jeugdtheaterhuis:** ook cursussen en proefflessen (toneel & musical) kun je natuurlijk weggeven via social media.
- **Stichting Educatieve Orkest Projecten (SEOP):** je kunt meet & greets met artiesten verloten bij een winactie, waarna workshops volgen met die artiest. Oftewel: de winactie voor de aandacht, maar voor de educatieve workshop met diezelfde artiest moet je wel betalen.



Extra tip voor Het Jeugdtheaterhuis:

Instagram is veel populairder dan Facebook onder jongeren. Maar wil je de écht jonge tieners bereiken, die toevallig óók nog van acteren houden? Check dan de app 'TikTok'. Voorheen heette dat 'Musical.ly'. Bij TikTok is het de bedoeling dat de tieners een liedje uitbeelden en playbacken. Wanneer je dus relevante campagnes maakt om te adverteren via TikTok, kom je bij precies de juiste doelgroep terecht: jong (80% onder de 18) en waarschijnlijk geïnteresseerd in theater.

<https://www.emerce.nl/achtergrond/tiktok-zet-760-miljoen-dansende-tieners-merk>



2. Nieuwe fiets, nieuwe schooltas, nieuwe schoolspullen, nieuw boekenpakket, nieuw... abonnement op acteerlessen

“Het is vooral belangrijk om aan het begin van de middelbare schooltijd jongeren te betrekken bij het culturele cursusaanbod.” Op dat moment koopt de jeugd altijd een nieuwe fiets en een nieuwe schooltas, en elk jaar weer nieuwe schoolspullen en schoolboeken. Daar kun je slim op inspelen:

- Samenwerken met plaatselijke fietswinkels: ze delen **flyers** uit aan 12- tot 15-jarigen die een nieuwe fiets kopen. Op die flyer staat dat ze proeflessen of cursussen mogen volgen.
- Samenwerken met plaatselijke tassenwinkels
- Samenwerken met Hema en andere winkels waar schoolspullen worden verkocht.
- Samenwerken met bedrijven die de schoolboeken opsturen, zoals vandijk.nl

Zo kun je precies de juiste doelgroep in één keer bereiken, elk jaar opnieuw!



Uitwerking van mijn ideeën

1. Vlogcursussen bij Het Jeugdtheaterhuis

Op dit moment worden er lessen gegeven om te leren acteren. Ik kan me voorstellen dat je met die lessen een relatief kleine doelgroep aanspreekt – niet iedereen wil acteur worden natuurlijk.

Waar 12- tot 15-jarigen wél mee bezig zijn? YouTube. Daarom kun je lessen organiseren waarin je leert te presenteren, vloggen, etc. Ontwikkel een traject waarbij de jongeren het volgende leren:

1. Hoe leer te spreken zodat mensen echt willen luisteren? (Zie deze TED-talk: <https://www.youtube.com/watch?v=elho2S0ZahI>)
2. Leer dingen over verschillende soorten content: simpele praatvideo's, presentatievideo's (<https://www.youtube.com/watch?v=YfvI3aFt6yA>), interviews, dagelijkse vlogs, etc.
3. Alles over mimiek, (hand)gebaren en het gebruik van je stem
4. Storytelling: hoe doe je dat?
5. Algemene presentatieskills



Als toevoeging kun je ook cursussen over 'TikTok' (voorheen: Musical.ly) geven.

Of je leert 12- tot 15-jarigen hoe ze moeten spreken tijdens een spreekbeurt / presentatie.

2. Netflixseries naspelen bij Het Jeugdtheaterhuis

Je kunt het programma van toneel & musical actueel houden door de trends van Netflix te volgen. Ik ben zelf op de volgende ideeën gekomen:

- Series zoals Riverdale naspelen in de acteerlessen. Of juist populaire films.
- Of een cursus waarbij je 'stage fighting' leert, gebaseerd op de film "Fighting with my Family" die op 14 februari 2019 uitkomt.



De grote voordelen: niet alleen trekt dit mensen aan die willen acteren, maar ook zorgt dit ervoor dat hun vrienden bij de voorstelling willen komen kijken!

3. Filmmakercursus bij het Jeugdtheaterhuis

Je wilt natuurlijk méér mensen aantrekken dan alleen degenen die van zingen, dansen of acteren houden. Je kunt bijvoorbeeld jaarlijks een toernooi voor jonge filmmakers organiseren.

4. SEOP: Seizoensprojecten (The Voice, Top-2000, festivals)

Willen jongeren de muziek van Beethoven, Mozart of Vivaldi leren spelen? Ik denk dat we daar niet meteen van moeten uitgaan. *Bovendien: laat jongeren éérs muziek ontdekken, voordat je aankomt met klassieke muziek.* Kijk wat jongeren bezighoudt en pas daar je programma's op aan:

- Leer de liedjes van de populairste kandidaten van The Voice
- Leer een serenade spelen voorafgaand aan Valentijn (14 februari)
- Leer kampvuurliedjes voorafgaand aan de zomervakantie
- Of wat dacht je van een Top-2000 project rondom Kerstmis, met een afsluitend concert?
- Je kunt het programma afstemmen op liedjes van de top-10 festivals voor jongeren. Denk aan Lowlands, Pinkpop, etc.



5. SEOP: muziekworkshops door artiesten

Je kunt educatieve muziekworkshops organiseren waarbij een artiest aanwezig is. VOL = VOL natuurlijk, en ik denk dat je hier veel winst op kunt maken.

6. SEOP: online muzieklessen (videocursus met leeninstrument)

Sommige jongeren zijn niet achter hun telefoon of computer weg te halen. Waarom zou je daar geen gebruik van maken? Ontwikkel leuke videocursussen en bied een leeninstrument aan. Op die manier kun je óók de jongeren binnenhalen die ouders hebben met een laag inkomen. In Zuid-Holland zijn de contrasten namelijk groot: er wonen veel mensen met een hoog inkomen, maar ook juist veel niet-westerse allochtonen met een laag inkomen. <https://www.cbs.nl/nl-nl/achtergrond/2016/23/interactieve-kaart-hoge-en-lage-inkomens>

7. Popunie: elke maand een wedstrijd (Kunstbende)

Probeer elke maand alvast de doelgroep warm te maken voor Kunstbende, in de categorieën Muziek, DJ, Fashion, Theater, Film, Dans, Taal en Expo. Waarom? Dit maakt de drempel om mee te doen aan Kunstbende een stuk lager. Die deelnemers aan de wedstrijd kun je weer opnieuw benaderen wanneer Kunstbende begint.