



BRIIK



Brabants internationaal

kinderfestival

Breda

Beleidsplan 2025-2028

Stichting Brabants Internationaal Kinderfestival

BELEIDSPLAN 2025-2028

‘Van biënnale naar een jaarlijks festival voor kinderen’

BRIK kinderfestival

Breda, januari 2024

VOORWOORD

Op de eerste rij zitten ze. Met open mond, of juist de lippen op elkaar. Ze volgen de bewegingen van degenen die zich op het podium bewegen. Jongens en meisjes uit verschillende delen van de stad en regio, ieder met een eigen achtergrond, soms de Nederlandse taal nog niet machtig. De non-verbale voorstelling blijkt een universele taal te spreken, die door elk kind wordt begrepen, maar ook voor elk kind een andere betekenis heeft. Ook voor ouders en begeleiders die samen deze voorstelling beleven. Een voorstelling die verbindt en zijn werk doet, ook na afloop.

Het is BRIK in een notendop. De festivalorganisatie kijkt uit naar de non-verbale verhalen die ze de komende periode op het podium mag brengen tijdens BRIK.

In 2025-2028

- maakt BRIK de stap van een biënnale naar een jaarlijks festival en sluit het aan bij het ritme van zijn partners;
- is het werken met gastcuratoren ingebed in de organisatie van het festival;
- is BRIK in Breda een vaste waarde als publieksfestival door het jaarlijks terugkerend karakter;
- deelt BRIK kennis over het programmeren voor een inclusief publiek met het Chassé Theater en Nieuwe Veste;
- is het relatiebeheer (care) met maatschappelijke partners belegd in de organisatie;
- maakt BRIK nieuwe plannen met Europese partners voor een netwerk dat zich richt op de presentatie van jeugdvoorstellingen in de grote zaal;
- zoekt BRIK aansluiting bij Verbeter Breda en de Rijke Schooldag met een buitenschools programma dat kanselijkheid ademt.

INHOUDSOPGAVE

VOORWOORD	2
TERUGBLIK	4
Onze geschiedenis	4
De recente edities	5
VISIE	7
MISSIE	7
PUBLIEKSVISIE	7
Publieksontwikkeling	8
FESTIVALPROFIEL	9
Artistieke positie	9
Programmeringsprofiel	9
Programmalijnen	10
Programmasamenstelling	12
Publieksfunctie	13
Publieksbenadering	13
INBEDDING	17
BEDRIJFSVOERING	18

TERUGBLIK

Onze geschiedenis

2011-2013

Het Brabants Internationaal Kinderfestival ontstaat in 2011 als Brabant zich kandidaat stelt als Brabant Culturele Hoofdstad 2018. Vanuit de Stille is er de wens om een pluriform podiumkunstenaanbod te bieden aan kinderen in West-Brabant. De provincie mist de titel Culturele Hoofdstad, maar de aanloop ernaartoe zorgt wel voor de geboorte van het tweejaarlijks jeugdandansfestival. Voorstellingen die het Bredase dansgezelschap de Stille ziet tijdens haar tournees worden overwogen in de programmering. Eigen internationale ervaringen vormen de basis van de opzet van het festival: persoonlijke begeleiding van gezelschappen en programmeurs, een hoge bezettingsgraad en een gegarandeerd publiek van schoolkinderen vanuit de ambitie om alle kinderen te bereiken. Goede kunst voor ieder kind.

In 2013 verruimt BRIK de programmering van dans naar non-verbaal theater en verrast het Bredase publiek met voorstellingen in het centrum van Breda. BRIK coproduceert met partners uit de stad en organiseert activiteiten voor vakgenoten.

In deze twee edities groeit het festival van 25 naar 41 speelbeurten en van 9.500 naar 14.000 bezoekers.

2015-17-19

In 2015, 2017 en 2019 krijgt het festival een impuls van het Brabant C-fonds. Voorwaarde is dat het festival onder de vlag van een autonome stichting wordt georganiseerd: Stichting Internationaal Stillefestival.

2015 is het laatste jaar dat de artistiek leider van de Stille Jack Timmermans het festival programmeert. Hij krijgt versterking van poppenspeelster Damiet van Dalsum als gastprogrammeur, die haar kennis en ervaring met podiumkunsten op alternatieve podia en in de openbare ruimte meebrengt. In dit jaar heeft BRIK samen met Possibilize (destijds Skyway) het festival toegankelijk gemaakt voor doven en slechthorenden, onder meer door in het programmaboek suggesties te doen voor deze doelgroep (met de vermelding geschikt!), te werken met gebarentolken en door muziek op verschillende manieren voelbaar te maken.

Met het aantrekken van Mohamed Elghawy als programmeur in 2017 wordt het scouten van voorstellingen in het buitenland geïntensiveerd. Elghawy spreekt de ambitie uit om te groeien tot een grootschalig festival dat internationale aansprekende gezelschappen en vakgenoten trekt.

In 2019 gaat het festival verder onder de huidige naam: het Brabants Internationaal Kinderfestival (BRIK). Het festival krijgt ook het Europese label Mapping, een samenwerkingsverband van achttien Europese gezelschappen uit zeventien landen. Dit samenwerkingsverband presenteert en onderzoekt voorstellingen voor baby's, dreumesen en peuters. In dit kader programmeert BRIK onder andere de performance-installatie Garden of Spirited Minds van Dalija Acin Thelander. In het auditorium van het Stedelijk Museum blijkt dit de ideale snoezelruimte, ook voor kinderen met een verstandelijke beperking.

We introduceren een festivalhart midden in de stad bij de entree van park Valkenberg. Hierdoor bereikt BRIK nieuw publiek voor wie non-verbaal theater onbekend is. Door gratis voorstellingen en voorstellingen met kindvriendelijke toegangsprijzen is het festival ook bereikbaar voor mensen met een kleine beurs. In lijn met de ambitie van Elghawy heeft deze editie een uitgebreid programma voor professionals.

BRIK groeit daardoor naar meer dan 20.000 bezoekers in 2019.

De recente edities

2022

Sinds de start in 2011 leunt BRIK sterk op de steun van private financiers. Om tijd in te ruimen voor fondsenwerving en om de organisatie aan te laten sluiten bij het saldo op de bankrekening wordt het festival een jaar uitgesteld. Vanaf 2022 is er weer een festival. In de editie van 2022 na de Covid-pandemie moet BRIK gedwongen kiezen voor vijf dagen in plaats van zeven, omdat theaters volgeboekt zijn met inhaalvoorstellingen. In 2022 telt het festival 40 speelbeurten voor 16.300 toeschouwers, met een zaalbezetting van 85 procent. Het randprogramma bestaat uit een internationaal bezoekersprogramma, met meer dan 150 professionals. Bijzonder is de samenwerking met Bamboozle Theatre: BRIK presenteert negen voorstellingen voor telkens zes kinderen met een autismespectrumstoornis.

Bij de invulling van de programmering blijft Mohamed Elghawy sterk leunen op de festivalorganisatie en de Stille. Door de gevolgen van de coronapandemie in aanloop naar deze editie, blijkt de afstand tussen zijn woonplaats Caïro en Breda te groot. Hierdoor krijgt Elghawy onvoldoende grip op de Bredase situatie en daarmee de inbedding van het festival in de Bredase samenleving. De wegen van BRIK en Elghawy scheiden na deze editie.

2023

In deze mini-BRIK-editie gaat het festival terug naar de basis van het gedachtegoed van de eerste edities: intiem, publieksfestival met kinderen op de eerste rij, met voorstellingen die tot de verbeelding spreken. Voor de jonge bezoekers moet een bezoek aan het festival voelen als thuiskomen. BRIK beschouwt deze mini-editie als een pilot voor terugkeer naar de intimiteit. Met vijftien speelbeurten enkel in het theater bereikt deze kleinschalige BRIK 1.700 bezoekers. Het Europese project BABEL mobiliseert makers en uitvoerenden in een uitgebreid randprogrammering.

2024

De opzet en de aanpak van het festival in 2023 sterkt BRIK in de gedachte jaarlijks een compacte editie te organiseren. Vanaf 2024 programmeert BRIK vijf dagen met vijftien gezelschappen en zo'n 25 speelbeurten, met een randprogramma dat de binding met kinderen uit alle lagen van de samenleving en theaterprofessionals in non-verbaal theater ondersteunt.



VISIE

Het Brabants Internationaal Kinderfestival is het enige festival in Europa dat zich exclusief richt op non-verbale voorstellingen voor kinderen van zes maanden tot 13 jaar. BRIK presenteert toegankelijke, gelaagde en meerduidige voorstellingen. Voorstellingen die tijd en ruimte nemen, durven te verstillen en een tegenwicht vormen voor de niet aflatende snelheid van de entertainmentindustrie. BRIK is niet een clubje dat zich enkel profileert in de eigen niche, maar een festival dat het woord *samen* in *samenleving* laat doorklinken in al zijn denken en doen.

Het festival verabsolueert noch vorm noch inhoud en wil grenzen opheffen tussen kunst en educatie, tussen jong en oud, traditie en vernieuwing, school en theater, deskundige en leek, danser en kind. Uiteindelijk gaat het BRIK om de compromisloze eigen beleving van de toeschouwer die niet gecategoriseerd kan worden. Door alle generaties te confronteren met niet alledaagse uitingsvormen verbreedt het festival het referentiekader van jong en oud.

Vanaf de eerste editie in 2011 zijn voorstellingen geselecteerd uit het gekende en ongekende circuit, is er geëxperimenteerd met locaties en doelgroepen, en is er geproduceerd met nieuwe makers in dans, muziek en beeld.

In 2025-2028 presenteert BRIK jaarlijks een vijfdaags festival met tien tot vijftien producties en 25 speelbeurten voor zeventuizend toeschouwers.

MISSIE

Onze missie is kraakhelder en is in drie kernzinnen samen te vatten:

BRIK staat voor non-verbaal theater voor iedereen

We streven naar een gemengd publiek, waarin alle achtergronden welkom én aanwezig zijn. BRIK staat voor inclusief en divers en wil alle kinderen - arm of rijk, religieus, niet-religieus, uit de stad en van het platteland - laten kennismaken met non-verbaal theater. Om dit te bereiken werkt het festival samen met scholen, kinderdagverblijven en maatschappelijke organisaties uit West-Brabant.

BRIK biedt een gemeenschappelijke kijkervaring

Door de manier waarop BRIK doelgroepen verleidt en prikkelt, heft het contrasten op en draagt het bij aan een inclusievere samenleving. Jong en oud, met of zonder beperking, nieuwe of geboren Nederlander: gezamenlijke ervaringen maken van alle individuele toeschouwers een samenhangende groep. Samen kijken is samen beleven.

BRIK staat voor publieksinteractie en co-creatie

In co-creatie met een publiek is elke voorstelling anders. Door samen een voorstelling tot je te laten komen, ontdekt het publiek dat iedereen een eigen invulling geeft aan het gebodene. Bewegingen en verhalen ontlokken reacties, maken iets los. Ze confronteren vaak nog jonge bezoekers met hun eigen blik op de wereld, ze maken dat het publiek zich verplaatst in de dansers en acteurs en zijn of haar wereld. Interactie maakt dat geen voorstelling hetzelfde is.

PUBLIEKSVISIE

Ouders en leraren voeden kinderen op. Daarbij denken ze vaak dat ze het beter weten dan de kinderen en stellen ze zich op als bewakers en beschermers. Dit staat bekend als het Guardian Syndrome. Kinderen kijken naar hun ouders en leraren, op zoek naar voorbeelden voor wat te doen en te denken. Een festival voor kinderen doorbreekt dat. BRIK doorbreekt dat. Goede (podium)kunst is een verrijking van de hechte band tussen ouders en kinderen, doordat het nieuwe stimulanzen, een

nieuwe dynamiek en nieuwe waarden brengt. BRIK neemt kinderen serieus als volwaardig toeschouwer en programmeert op maat voor specifieke doelgroepen en mixt publieksgroepen om meerstemmigheid te bevorderen.

Het Brabants Internationaal Kinderfestival afficheert zich als publieksfestival. BRIK levert een bijdrage aan het vanzelfsprekend maken van podiumkunst in het dagelijks leven van kinderen door een combinatie van schoolvoorstellingen, voorstellingen voor de kinderopvang, familievoorstellingen en werk in de openbare ruimte. Met wie en waar je een voorstelling ziet, is bepalend voor de beleving en de mate van ontvankelijkheid. Een kind dat een voorstelling ziet met ouders of met klasgenootjes, beleeft podiumkunst in een bredere context.

De **kernwaarden van BRIK** zijn helder. Als publieksfestival zijn **kinderen de hoofddoelgroep**. Vanuit de gedachte dat het festival **divers en vernieuwend** is, kijkt BRIK over de grenzen. Tegelijkertijd zorgt de samenwerking met lokale partners ervoor dat het festival is **geworteld in de eigen stad en regio**.

Het festival dankt zijn bestaan aan een gelukkig huwelijk van tegenstellingen. Het festival positioneert zich door:

- **'hoge' kunst toegankelijk te maken** voor een groot publiek, een publieksvriendelijk prijsbeleid en (gratis) toegankelijke activiteiten;
- **een schoolvriendelijke aanpak** met gratis busvervoer, logistieke service en uitgebreide educatie;
- **proactief en vroegtijdig allianties** te sluiten met maatschappelijke partijen;
- **kennisdeling** met het onderwijs en culturele partners om de infrastructuur voor jeugdpodiumkunsten te verstevigen;
- **distributie** van non-verbaaltheater te stimuleren en publiek te verleiden voor dit genre.

We mikken op een gemiddelde bezettingsgraad van 85%.

Publieksontwikkeling

BRIK is oorspronkelijk opgezet als biënnale. Door de nasleep van de coronapandemie kiest het festival in 2022 voor een compact programma: vijf in plaats van zeven dagen. Achteraf een gouden greep, die zich vertaalt in een grote publieke belangstelling. Vanaf 2025 presenteert BRIK een jaarlijks terugkerend evenement. Hiermee sluit het festival op organische wijze aan bij het jaarritme van partners. BRIK gebruikt dit om de banden met scholen, kinderdagverblijven, coproductanten, podia en maatschappelijke partners te doseren en structureel te maken. Uit de evaluatie van 2023 blijkt dat de zichtbaarheid bij een jaarlijks festival groter is en dat dit minder marketinginspanningen vraagt. In 2025 experimenteert BRIK met *pay-what-you-can* om drempels te verlagen voor families met een kleine beurs. In navolging van schoolvoorstellingen introduceert het festival een eigen busregeling vanuit krachtwijken naar het theater.

'Bovendien combineert het festival dans voor een groot publiek met artistiek experiment voor de liefhebber.' (**** Trouw, Anita Twaalfhoven).

Sinds de eerste editie combineert het festival schoolvoorstellingen met openbare voorstellingen. Schoolvoorstellingen zijn het startpunt voor het streven naar een divers publiek. In 2015 betreft BRIK het maatschappelijk domein met groepsbezoeken van families die gebruikmaken van de Voedselbank. Om drempels te verlagen introduceert het festival bij de tweede editie voorstellingen in de openbare ruimte. Hierdoor vangt BRIK ook niet-reguliere theaterbezoekers. Stap voor stap bindt BRIK zo de allerkleinsten aan het festival met programma's voor baby's, dreumesen en peuters.

Vanaf de derde editie (2015) versterkt BRIK de band met deze doelgroep door de relatie met de stedelijke organisatie Kober-kinderopvang. Kinderen uit alle delen van de stad bezoeken BRIK. In 2017 introduceert BRIK een internationaal bezoekersprogramma dat zich richt op internationale

festivalprogrammeurs. Om de dialoog van presentatie naar inspiratie te verleggen, betreft het festival vanaf de vijfde editie ook impresario's, makers en uitvoerenden bij het bezoekersprogramma.

Programma's in de openbare ruimte krijgen een vaste plek met een festivalhart in 2017. Dat zorgt voor meer zichtbaarheid, meer bezoek en een nog breder publiek dat kennismaakt met non-verbaal theater voor kinderen. Het verleden van BRIK spreekt boekdelen: het festival heeft zijn tentakels uitstaan in de stad. Sinds de start zoekt en vindt het festival telkens nieuwe publieksgroepen.

FESTIVALPROFIEL

In het festival zijn artistieke experimenten en publieksvriendelijke voorstellingen geen tegenstelling. Voorstellingen in een intieme setting, waarbij de maker in direct contact treedt met het publiek, maken de toeschouwer vertrouwd met het gebodene. In een gepolariseerde wereld ziet het festival voor zichzelf een taak weggelegd als promotor van de individuele ervaring. Een ervaring die als inzet fungeert voor dialoog. Universele thema's zijn tegelijk ultra persoonlijk: eenzaamheid, liefde, honger en dood beleven wij apart en in groten getale. Bij de organisatie van het festival hanteert en onderschrijft de organisatie de Fair Practice Code, Code Diversiteit & Inclusie en Governance Code Cultuur, BRIK onderschrijft bovendien [artikel 29 & 31](#) van de Verenigde Naties waarin de rechten van het kind op kunst en cultuur zijn vastgelegd.

Artistieke positie

BRIK neemt een unieke positie in binnen het festivallandschap. Het festival is onderscheidend als het gaat om doelgroep - (jonge) kinderen - en aanbod: non-verbaal theater en dans. BRIK wil non-verbaal theater voor kinderen een plek geven in de samenleving en een inspiratiebron zijn voor makers en producenten.

Het festival gaat uit van drie kernactiviteiten: een internationale programmering voor kinderen van 0 tot 12 jaar met openbare en schoolvoorstellingen in theaters en op locatie; voorstellingen van Nederlandse jeugdgezelschappen die non-verbale producties presenteren en die internationaal weggezet kunnen worden en een programma dat talentontwikkeling stimuleert door samenwerking binnen de Europese context.

Non-verbaal theater fungeert als blikopener: deze taal is universeel en sluit niemand uit. Kinderen die geen Nederlands spreken, spreken wel de taal van BRIK. Dans, muziek en beeld slaan een brug tussen de non-verbale taal van het lichaam en het gesproken woord. Met dit in het achterhoofd verdiept BRIK permanent zijn profiel. Dat brengt nieuwe publieksgroepen op het pad van BRIK: baby's, kinderen met een migratieachtergrond of kinderen met een mentale beperking.

Programmeringsprofiel

BRIK heeft door de jaren heen criteria opgesteld op basis waarvan het voorstellingen programmeert. Dit zijn de selectiecriteria:

- **kwetsbaar:** niet belerend, genuanceerd, meerduidig;
- **communicatief:** in dialoog tredend, open;
- **humoristisch:** relativerend, ontladend;
- **onderzoekend:** voorbij het gekende, vragen oproepend, verrassend;
- **eigenzinnig:** eigen signatuur, een eigen wereld naast de bestaande;
- **poëtisch:** eigen verbeelding voorop, verbijzonderen van het alledaagse, verwonderend;
- **ambachtelijk:** helder in vormgeving en dramatische structuur;
- **tijd nemend:** wit tussen de regels, publiek vult in.

Kunst voor kinderen is een eigen, zichzelf respecterend genre. De voorstellingen die BRIK programmeert en de gezelschappen die ze maken, leveren geen simpele versie van het

grotemensenwerk. Ze maken opzichzelfstaand werk voor een kinderpúblik, dat overtuigd moet worden door de voorstellingen. Kinderen laten zich niet verleiden door recensies en aanbevelingen met ronkende termen.

Programmaliñnen

In onze programmering hanteert BRIK vier liñnen:

1 Voorstellingen in theaters	2 Voorstellingen en installaties in de openbare ruimte	3 Onderzoek en uitwisseling binnen Europese context
Chassé Theater, Theater de Stilte en Nieuwe Veste	Grote Kerk, Grote Markt, Kasteelplein, park Valkenberg	In samenwerking met <u>BABEL TYA</u> , <u>ASSITEJ NL</u>
(Inter)nationale gezelschappen Nieuw werk van de Stilte	(Inter)nationale gezelschappen	Bezoekersprogramma Residenties Inspiratiedag(en)
4 Randprogramma		
verdieping educatie, workshops, lezingen		

Concrete beschrijving programma

Het Brabants Internationaal Kinderfestival presenteert een overzichtelijk programma van tien tot twaalf gezelschappen met verspreid over vijf dagen 25 tot 30 speelbeurten, waarvan acht tot tien schoolvoorstellingen, vier tot zes voorstellingen in de openbare ruimte en twaalf tot veertien openbare voorstellingen, plus een interactieve installatie.

Het festival programmeert op minstens vier podia (Chassé Theater, Theater de Stilte, centrum voor de kunsten en bibliotheek Nieuwe Veste en Grote Kerk) en biedt een buitenprogramma in het stadshart. In voorgaande edities waren er openbare voorstellingen op de Grote Markt, Kasteelplein en in park Valkenberg. Vanaf 2025 is het toekomstige nieuwe park Seelig-Zuid binnen de singels een overweging.

	woe	don	vrij	za	zon
Chassé Theater (KZ)					
Chassé Theater (MZ)					
Theater de Stilte					
Grote Kerk					
Nieuwe Veste					
Openbare ruimte	opening				
Installatie					

basisblokkenschema



Timing in het programma is een sleutel tot succes wat betreft bereik. Het festival maakt een vliegende start met een gratis openingsvoorstelling op woensdagmiddag in de openbare ruimte. De ervaring van zeven voorgaande edities leert dat deze opening fungeert als magneet voor zowel publiek als media en als aanjager voor de kaartverkoop in het weekend.

Van woensdag tot en met vrijdag biedt het festival een mix van voorstellingen voor kinderdagverblijven en scholen afgewisseld met openbare voorstellingen voor families in de avond. In het weekend alterneren vrije voorstellingen met gratis toegankelijke voorstellingen in de openbare ruimte.

BRIK volgt de volgende (inter)nationale gezelschappen voor de programmering:

Allerkleinsten	Families en onderwijs	Openbare ruimte	Installatie
<u>Frisse Oren</u> (NL)	<u>Cie Arcosm</u> (Fr)	<u>D'irque et Fien</u> (Bel)	<u>Schippers&Van Gucht</u> (NL)
<u>La Baracca</u> (I)	<u>Het Houten Huis</u> (NL)	<u>Theatre La Toupine</u> (Fr)	<u>Den Draad</u> (Bel)
<u>Helios Theater</u> (D)	<u>Theater De Spiegel</u> (Bel)	<u>Plan D</u> (NL)	<u>Tomb Creatius</u> (ES)
<u>Theatre La Guimbarde</u> (Bel)	<u>de Stilte</u> (NL)		
	<u>Theater Artemis</u> (NL)		
	<u>Bamboozle</u> (UK) (voor kinderen met autismspectrumstoornis)		
	<u>De Lachende Zon</u> (NL) (voor kinderen met een auditieve, visuele of verstandelijke beperking)		

BRIK is Europees georiënteerd: het festival programmeert gezelschappen uit de nabije Europese regio en verkleint daarmee de ecologische voetafdruk. Bijvangst bij deze aanpak zijn lagere lasten voor accommodaties en lagere reiskosten.

Randprogramma

Het randprogramma fungeert als centrifugale kracht voor het toegankelijk maken van voorstellingen. Hierin biedt BRIK een (inter)nationaal bezoekersprogramma om makers en uitvoerenden te verbinden aan het festival. Dat doet het festival in samenwerking met ASSITEJ NL, partners van het Europese samenwerkingsproject BABEL TYA en het internationale Small Size Network. Met workshops, lezingen en teamtrainingen draagt BRIK bij aan het ontvankelijk maken van een kinderpúblic.

Programmasamenstelling

Aanpak en werkwijze

De artistieke leiding is in handen van Gertien Bergstra. Haar taak is het samenstellen van een hoogwaardig programma van non-verbale voorstellingen voor een kinderpúblic. Sinds de start van het festival in 2011 is ze programma-adviseur en vanaf 2023 curator. Als artistiek coördinator vertegenwoordigt zij de Stilte in het internationale samenwerkingsverband BABEL TYA en was ze verbonden aan het Europese project Mapping als maker. Zo brengt ze een breed nationaal en internationaal netwerk in. Zij wordt jaarlijks bijgestaan door een externe co-curator uit de wereld van jeugdpodiumkunsten. In 2025 is dat Mojca Redjiko (voormalig artistiek leider poppentheater Maribor), in 2026 is dat Roberto Frabetti (van La Baracca Testoni Ragazzi, Bologna), voor 2027 hoopt BRIK Mirto Dimitriadou (voorheen artistiek leider van Toihaus Salzburg) aan zich te binden. De gastcuratoren werken blikverruimend en zorgen voor nieuwe inzichten en verrassende internationale

suggesties, ze kijken bovendien over de schouders mee naar de kwaliteit van de Nederlandse programmering.

Voor het tot stand komen van het programma is het (live) bezoeken van voorstellingen een beproefd onderdeel van de selectie. Juist omdat de wisselwerking tussen performers en publiek een gewichtig kwaliteitscriterium is in de samenstelling van het programma.

Voor de scouting bezoekt de artistieke leiding festivals uit het gekende en niet-gekende circuit, zoals Export/Import (Brussel), Festival Agora (Sankt Vith), Kitoks Festival (Vilnius), Aprilfestival (Denemarken), Elpetits (Catalonië), Baboró festival (Galway). In Nederland staan de presentatiedagen van STIP-producties, Vanaf2 en Makersdag Frontaal op het programma, net zoals een bezoek aan Festival de Betovering (Den Haag) en 2turvenhoog.

Publieksfunctie

Publieksgroepen

Het bereiken van een echt divers publiek beschouwt BRIK als een basisuitgangspunt: (toegang tot) cultuur is van groot belang in de ontwikkeling van met name jonge kinderen. Ieder kind verdient daarin gelijke kansen. Dat publiek trekt BRIK naar het festival door samenwerking met partners en door voor speciale doelgroepen plaatsen te reserveren. Op die manier doorbreekt BRIK barrières, faciliteert het ontmoetingen en creëert een optimale kijkervaring voor zijn publiek.

De non-verbale programmering is een artistieke keuze, dat heeft als grote voordeel dat BRIK niet *language no-problem* hoeft te programmeren, omdat het festival dat al is door zijn karakter.

Het festival onderscheidt vier publieksgroepen:

1. **families uit Breda e.o.** Kinderen vanaf een half jaar en hun familie (ouders, opa's, oma's, neefjes, nichtjes, broertjes, zusjes).
2. **kinderen uit het primair onderwijs en de kinderopvang in West-Brabant:** peuters en dreumesen van kinderdagverblijven en de voorschoolse educatie; leerlingen uit het primair onderwijs (regulier- en speciaal onderwijs); kinderen uit de buitenschoolse opvang.
3. **kinderen met afstand tot podiumkunst:** kinderen in kansarme omstandigheden; kinderen met een beperking; kinderen van nieuwkomers.
4. **professionals:** vakgenoten met nadruk op makers, maar ook impresario's en programmamakers; leerkrachten, pedagogisch medewerkers, cultuurcoördinatoren en schoolleiders;

Publieksbenadering

Strategie

De publieksbenadering van BRIK is erop gericht om kinderen en volwassenen uit alle lagen van de samenleving samen te brengen in iedere voorstelling die op het programma staat. BRIK creëert optimale omstandigheden, waardoor kinderen opgaan in de voorstelling en volwassenen zich kunnen verliezen in de verhaallijn die voor hen is bedoeld.

Uit terugkerend publieksonderzoek blijkt dat:

- reguliere bezoekers van jeugdvoorstellingen veelal vooraf kaarten reserveren. Het betreft in 2/3 van de gevallen hoogopgeleiden vrouwen (moeders) in de leeftijd van 25-45 jaar afkomstig uit Breda-Zuid;
- de bevoegenheid (en persoonlijke aanpak) van het management aanstekelijk werkt om in cocreatie met het onderwijs en maatschappelijke organisaties groepsbezoeken te realiseren bij (avond)voorstellingen. Er is een vertrouwensrelatie opgebouwd tussen het festival en deze organisaties;

- samenwerking met netwerkorganisaties bij de randprogrammering leidt tot een stevig bereik onder vakgenoten.

Strategisch raamwerk

BRIK heeft over de jaren heen, op basis van groeiend inzicht, een strategisch raamwerk ontwikkeld voor promotie om plaats, product en prijs (4 p's) in samenhang te laten renderen.

- **product:** schoolvoorstellingen, openbare voorstellingen, geschakelde programma's: workshops, expertprogramma's;

- **plaats:** centraal gelegen speelplekken in het stadshart en een ontmoetingsplek;

- **prijs:** gratis toegankelijke voorstellingen en (kind)vriendelijke toegangsprijzen.

Onze marketing is gebaseerd op het *Touch-Tell-Sell-care-model* waarbij de klantbeleving centraal staat: *customer journey*. Met *touch* speel BRIK in op behoeftes. BRIK enthousiasmeert zijn publiek met een gezamenlijke kijkervaring en verbinding. *Tell* houdt in dat het publiek het festival kent: de zichtbaarheid wordt vergroot met een festivalkrant en digitale billboards. *Sell* betekent dat festival en publiek meerdere malen met elkaar contact hebben. In 2022 is een eigen ticketsysteem geïmplementeerd waarin kennis over het familiepubliek is vastgelegd. Het overgrote deel van de bezoekers bereikt BRIK business-to-business, waardoor het festival niet afhankelijk is van impulsieve ticketaankopen, maar gedragen wordt door de in jaren opgebouwde relaties met partners in de stad (*care*). Relatiebeheer vormt daarmee de ruggengraat van de marketing voor het bereik.

Op basis van deze strategie mikt BRIK elke editie op 1.800 basisschoolleerlingen, 550 peuters en dreumesen van kinderdagverblijven, 300 kinderen via de buitenschoolse opvang, 1.750 familiebezoeken, 1.000 bezoeken via maatschappelijke organisaties, 1.600 toeschouwers bij voorstellingen en installaties in de open lucht en 50 vakgenoten

Doel			
Een publieksfestival met een divers en inclusief bereik			
generieke marketing			
Doelen focus op touch & tell			
zichtbaarheid vergroten	festivalsfeer creëren	enthousiasmeren	engageren (verbinden)
specifieke marketing focus op tell, sell en care			
Families uit Breda e.o. <i>business-to-consumer (B2C)</i>		Onderwijs, professionals, maatschappelijke organisaties <i>business-to-business (B2B)</i>	
Strategie		Strategie	
A	B	C	D
brede promotie van opening en locatievoorstellingen	collectieve marketingacties met podia uit de stad	persoonlijk contact met maatschappelijke organisaties	werving van professionals i.s.m. netwerkorganisaties
Resultaten		Resultaten	
stimuleren vervolgbezoeken en aantrekken van families met een kleine beurs	(regulier) 'bestaand' publiek activeren voor familiebezoek	aantrekken van publieksgroepen buiten de scope van het theater(publiek)	vergroten van de onderlinge verbondenheid (door kennisdeling)

Marketingmiddelen

BRIK heeft een aansprekende huisstijl. De tientallen vrijwilligers zijn tijdens het festival herkenbaar met een BRIK-shirt en fungeren als ambassadeur. De vrijwilligers flyeren tijdens het festival in het stadshart en na schoolvoorstellingen om publiek te mobiliseren. Het vrijwilligersbestand is deels zelflerend: ervaren vrijwilligers nemen nieuwe vrijwilligers bij de hand.

De festivalmascotte genaamd *BRIK* zorgt voor- en tijdens het festival voor een glimlach op de gezichten van kinderen en het kind in elke volwassene die het speelse beest ontmoet. Om de mascotte *BRIK* kun je niet heen: hij prijkt op vele publiciteitsuitingen als beeldbepalend handelsmerk en is fysiek aanwezig.

Programmabrochure: BRIK presenteert het programma in een aantrekkelijke brochure die tot stand komt in samenwerking met schrijver/journalist Wijnand Nijs. De brochure kent een oplage van 3.500 stuks. BRIK verspreidt deze over basisscholen, buitenschoolse opvang, huisartsenpraktijken, tandartspraktijken, buurthuizen, sportverenigingen, culturele instellingen en kinderdagverblijven in Breda e.o..

Festivalkrant: in samenwerking met mediapartner Uitgeverij de Bode maakt BRIK een zes pagina's tellende festivalkrant met een oplage van circa 55.000 exemplaren. De krant wordt twee weken voorafgaand aan het festival huis-aan-huis verspreid in groot Breda. De content van de festivalkrant vindt ook online zijn weg via BredaVandaag.nl. BredaVandaag.nl is dé nieuwssite van de stad en is verbonden aan de uitgeverij.

Website: op www.brikfestival.com komen programma, kaartverkoop, achtergrondinformatie, persvoorziening, bewegend beeld en nieuwsberichten samen. Met budget van *Google Grants* wordt de vindbaarheid van het evenement nog eenvoudiger door middel van (gratis) *Google Ads*. Vanaf 2019 beheert Afdeling Online online advertising en linkt het o.a. de volgende trefwoorden aan de BRIK-website: familie, kinderen, uitjes, activiteiten, avontuur, baby's, kunst en cultuur. Het CRM-systeem van BRIK is gekoppeld aan de website en segmenteert verschillende publieksgroepen. Bij de lancering van het programma, de festivalkrant en de start van het festival wordt een nieuwsflits afgevuurd op 3.500 mailboxen.

Mupi's en digitale billboards: BRIK zet in op een postercampagne van twee weken met 25 mupi's in Breda van JCDecaux. Ook lanceert BRIK een campagne van vijf dagen via de digitale billboards van BEREIK, te vinden langs drukbezochte toegangswegen van Breda. Uit publieksonderzoek komt naar voren dat deze zichtbaarheid bijdraagt aan het festivalgevoel.

Free publicity: bij de lancering van het programma en vlak voor de uitvoering van het festival worden (algemene) persberichten verspreid via de ANP Nieuwsservice. Daarnaast benadert de organisatie direct bekende mediarelaties gebruikmakend van het netwerk van de Stille. BRIK mikt op een mediawaarde van €75.000 waarbij minimaal een nationale krant, twee regionale kranten en de stedelijke tv-zender redactioneel aandacht besteden aan BRIK.

Socials: Facebook, Instagram, X (voorheen Twitter) gebruikt BRIK om op organische wijze content – info over voorstellingen, gezelschappen en locaties - deelbaar te maken en aan de man te brengen. Ook brengt BRIK publicaties over het festival onder de aandacht via de *socials*. BRIK kiest er bewust voor om geen betaalde promotie via de kanalen van deze mediagiganten uit te zetten, maar werkt *juist* samen met lokale partners als Kidsproof en Chatime: daar zit persoonlijke *drive* en affiniteit met het festival. *On the long run* is dit de enige trefzekere besteding van het begrensde (online)advertentiebudget.



INBEDDING

Door de jarenlange samenwerkingsverbanden met scholen, kinderdagverblijven en maatschappelijke partners in en om Breda heeft BRIK een vaste achterban opgebouwd.

Samenwerkingspartners

Culturele domein

Het Chassé Theater stelt het festival haar kleine en de middenzaal ter beschikking waardoor BRIK op hoog niveau kan programmeren. Als partner van het eerste uur onderschrijft het theater de meerwaarde van artistieke jeugdvoorstellingen aan het eind van het traditionele theaterseizoen. Het theater draagt bij aan de marketing - BRIK krijgt een plaats in de brochure, op de website, in programmaflyers en op digitale borden in het theater. Het theater ondersteunt bij de publieksbegeleiding. De coproductiebijdrage bedraagt €11.860. BRIK betaalt alleen de uren van de technisch medewerkers, Chassé schenkt zaalhuur en stelt materialen kosteloos ter beschikking. In de samenwerking neemt BRIK het voortouw in de dialoog over inclusief programmeren.

De **Grote Kerk** stelt haar locatie beschikbaar, verzorgt promotie en doet publieksbegeleiding. Enige voorwaarde is het delen van de recette. Om de samenwerking financieel inzichtelijk te maken, is de huur gekapitaliseerd in de begroting. Sinds 2022 is culturele programmering voor de Grote Kerk een belangrijke pijler in de stadspromotie. Door deze samenwerking heeft BRIK een prominente speelplek midden in het stadshart.

de Stilte is gastheer van het festival en verbonden als klankbord, educatie-expert en locatie. BRIK maakt ook gebruik van boekhoudpakket, server en kantoor van de Stilte (shared services).

Voorheen was **Dutch Performing Arts (DPA)** adviseur en financier van internationale bezoekersprogramma's. DPA is opgegaan in een fondsinitiatief van het **Fonds Podiumkunsten**. Samen met Anja Krans stemt BRIK internationale promotie van Nederlandse jeugdpodiumkunsten af. BRIK zet in op een mix van programmeurs, festivaldirecteuren, makers en impresariaten. Hiermee ligt niet alleen de nadruk op internationale afzet, maar zijn artistiek inhoudelijke gesprekken en uitwisseling ook speerpunt.

Andere samenwerkingspartners waarmee BRIK jaarlijks de bijdrage afstemt, zijn ASSITEJ NL (als verbinder met Nederlandse jeugdpodiumkunsten), Lutherse Kerk (slechtweersscenario) en Centrum voor Kunsten Nieuwe Veste (als locatie en bemiddelaar). In de samenwerking met de Nieuwe Verste neemt BRIK het initiatief in de dialoog over inclusief programmeren.

Onderwijs

In het onderwijsveld heeft BRIK langdurig relaties met **vijftien basisscholen** en **vijf scholen voor speciaal onderwijs** uit o.a. Breda, Gilze, Rijen, Molenschot, Baarle-Nassau en Waalwijk. Deze relaties zijn mede tot stand gekomen met hulp van de Stilte, Brabant Menu en Educatiewijzer Breda. **Brabant Menu** ondersteunt het festival bij de werving van nieuwe scholen en put uit een bestand van 24.000 leerlingen van 200 basisscholen uit zesentwintig gemeenten in de provincie. BRIK gebruikt het netwerk om scholen uit West-Brabant te enthousiasmeren om voorstellingsbezoek te doen. Juist scholen uit kleine kernen hebben een streepje voor. Het festival is een prima vehikel om theaterbezoek te introduceren bij deze doelgroep.

Binnen **Educatiewijzer** is het stedelijk cultuuraanbod voor scholen belegd bij Centrum voor de Kunsten Nieuwe Veste. BRIK heeft afspraken met Educatiewijzer om zeker duizend basisschoolleerlingen te ontvangen in het theater. Educatiewijzer cofinanciert scholen om voorstellingsbezoek te doen (middels een matchingsregeling). In overleg heeft BRIK vanaf 2025 de leerlingprijs verhoogd van € 6,50 naar € 8,50 per leerling.

Maatschappelijk

Spelendwijs is het kunstmenu voor Kober Kinderopvang. BRIK is onderdeel van het programma van Spelendwijs en programmeert voorstellingen voor zo'n vijfhonderd peuters en dreumesen.

De relatie met Kober maakt ook dat er bij openbare voorstellingen een publiekgarantie is vanuit de buitenschoolse opvang. Kober verzorgt namelijk beide: kinderopvang en buitenschoolse opvang. Jaarlijks bezoeken op deze manier ook zo'n 300 kinderen een openbare voorstelling. Binnen de kinderopvang is er verder samenwerking met **Altijd Lente Kinderopvang**. 50 kinderen van Altijd Lente bezoeken het festival en participeren in de verwerkende les.

Om kinderen en families met een kleine beurs te ontvangen in het theater, zijn er arrangementen met een **reeks aan partners**, waaronder de Zonnebloem Breda, Voedselbank Breda en Stichting de Vrolijkheid. Businessclub Breda sponsort groepsbezoeken van AZC Gilze, AZC de Koepel Breda en jongeren met een verstandelijke beperking van **ALEZ**. Om de integratie van expats te vergroten zijn met behulp van de Internationale School Breda en de afdeling economische zaken van de gemeente Breda, afspraken gemaakt met het **Expat Center South**. Het centrum reserveert zo'n honderd kaarten voor openbare voorstellingen.

Naast twintig vaste vrijwilligers werft BRIK samen met **Breda Actief** twintig extra vrijwilligers zodat het festival soepel verloopt.

Financieel

BRIK weet zich nu al verzekerd van meerjarensubsidie van de **Gemeente Breda**. In het begin 2024 aangenomen Cultuurbeleid *Stad van creatief talent* garandeert een begrotingspostsubsidie van 32.000 euro per editie. De **provincie Noord-Brabant** staat jaarlijks garant voor 50.000 euro. Het Ondernemersfonds **Breda** (winkeliersvereniging) sponsort het festival met €5000. Ook activeert het fonds ondernemers om rondom het festival campagnes te voeren. Bij vorige edities waren er BRIK-menu's en -hapjes voor kinderen en hun ouders. De ondernemers dragen door BRIK-posts op hun eigen social media bij aan de zichtbaarheid van het festival.

Met Hotel Keyser en het Leonardo Hotel zijn afspraken gemaakt over quantumkorting.

Om de begroting rond te maken doet het festival de aankomende vier jaar wisselend aanvragen bij **het VSB Fonds, Fonds21** en het **Cultuurfonds**. Op dit moment is BRIK met zijn Europese partners in gesprek over een nieuwe aanvraag bij **Creative Europe**, na twee eerdere succesvolle projecten. Nieuwsplatform **BredaVandaag** is als onderdeel van Uitgeverij De Bode mediapartner en besteedt online en met een wekelijkse huis-aan-huiskrant aandacht aan het festival. De uitgever verzorgt een festivalkrant (ca 55.000 exemplaren) en zorgt voor online zichtbaarheid van BRIK.

BEDRIJFSVOERING

BRIK schakelt geen exclusief bureau in en gebruikt geen dure systemen om het festival te organiseren, maar leunt op de bevlogen inzet van een klein team van zelfstandig ondernemers. De zakelijke leiding is in handen van Jan Baanstra. BRIK maakt gebruik van de faciliteiten van de Stilte, zoals het kantoor. De aanwezige collega's van de Stilte zijn tijdens informele ontmoetingen bij het koffieapparaat waardevolle sparringpartners van het BRIK-team.

BRIK onderschrijft de Fair Practice Code, Code Diversiteit & Inclusie en Governance Code Cultuur.

Het beloningsbeleid van BRIK is afgestemd op het loongebouw van de cao Toneel en Dans.

Afspraken met zzp'ers worden vastgelegd met behulp van modelovereenkomsten van **digiPACCT**. Bij de tariefstelling hanteert BRIK het *zij-aan-zijprincipe*, de leidraad **Tariefafspraken zzp'ers** van de Autoriteit Consument en Markt (ACM) en het opslagpercentage van 150% van het bruto uurloon dat de cao voorschrijft als bodem. In de visie van BRIK op fair practice is een tarief van €45 per uur voor zzp'ers de ondergrens. Bij het maximumtarief laat BRIK zich niet gek maken door 'marktdenken' op basis van vraag en aanbod: het loongebouw in de cao biedt houvast voor een gelijke beloning.

Met stimuleringsubsidie uit het programma Oog voor Impuls van Platform ACCT maken twee zzp'ers gebruik van de bijdrage voor een arbeidsongeschiktheidsverzekering.

De bestuursleden van BRIK zijn onafhankelijk. Er is geen sprake van tegenstrijdige belangen. Relevante nevenfuncties van de bestuursleden worden vooraf gemeld en gezamenlijk goedgekeurd. BRIK heeft gekozen is voor bestuursmodel met daarnaast een zakelijk en artistiek leider. Het bestuur kent een voorzitter en penningmeester. Werkaangelegenheden worden waar nodig met het bestuur besproken door de zakelijk leider. Dat geldt ook voor aangelegenheden met betrekking tot de goede omgang met externe partners, waaronder subsidiënten.

Het bestuur bestaat op dit moment uit vier leden: Hubert Koevoets, Huseyin Bahar, Anne-Rienke Hendrikse en Monique van den Hoed. Voor de rol van voorzitter loopt in het eerste kwartaal van 2024 een wervingsprocedure.

BRIK kinderfestival