

Actieplan Prospekta 2018

Wegwijs in het Actieplan

De werking van Prospekta is complex en divers. Daarom tracht het Actieplan een overzichtelijk en helder geheel te creëren, met aandacht voor de specifieke acties.

Op pagina 2 leest u kort de algemene opdracht van Prospekta en op pagina 3 is er een gebald overzicht van het werkingsjaar 2018. Op pagina 4 vindt u de verschillende focussen die als een rode draad doorheen de werking lopen en vervolgens geven we een overzicht van de disciplines waarin de activiteiten ingebed zijn. Vanaf pagina 5 duiken we in de activiteiten met als basisindeling de hoofdstukken (A) Collectieve marketingactiviteiten, (B) Overkoepelende dienstverlening en een platform voor overleg, ervaringsuitwisseling en samenwerking en (C) Ontsluiting van culturele informatie en ticketverkoop.

De activiteiten hebben ieder een aparte fiche volgens een vast stramien.

Om voeling te krijgen met de activiteit worden eerst een aantal kernwoorden opgesomd.

Vervolgens wordt onder format de actie kort omschreven. Omdat samenwerken met het culturele veld en talrijke partners cruciaal is, worden de partnerships & rolverdeling nader toegelicht.

Dan volgen doelstelling, doelpubliek en locatie. Ook centen zijn belangrijk. Meer daarover leest u bij financieel. De structurele steun die Prospekta ontvangt van provincie en stad wordt niet apart per actie opgesplitst. Daarvoor is de werking te zeer verweven.

Wat we in 2016 precies willen bewerkstelligen, leest u bij na te streven. Tenslotte sluiten we iedere fiche af met een korte historiek.

Algemene opdracht

Prospekta is een expertisecentrum voor cultuurcommunicatie.

Missie

Prospekta draagt, in de provincie Antwerpen maar ook daarbuiten, bij tot een hoogwaardigere samenleving en doet dit hoofdzakelijk door zich actief in te zetten op het vlak van cultuurcommunicatie.

De missie is vertaald in 3 strategische doelstellingen.

- 1) Cultuurparticipatie, cultuurbeleving en cultuurspreiding promoten door het aanbod van de sector naar een ruim publiek te communiceren.
- 2) Tussen de culturele actoren de wisselwerking, de informatie-uitwisseling en de samenwerking verbeteren.
- 3) Een laboratoriumfunctie vervullen in het ontwikkelen van nieuwe ideeën en communicatie-initiatieven.

De strategische doelstellingen zijn geconcretiseerd in 3 operationele gebieden.

- A) **Collectieve marketingactiviteiten.** Naast het toeleiden van het publiek naar cultuur zorgen de collectieve marketingactiviteiten mee voor de uitstraling van het cultuurbeleid van de stad en de provincie.
- B) Prospekta organiseert voor het culturele veld een **overkoepelende dienstverlening** en is het aanspreekpunt en **platform voor overleg, ervaringsuitwisseling en samenwerking** tussen stedelijke en niet-stedelijke actoren.
- C) Middels een balie, websites en publicaties kan Prospekta **culturele informatie ontsluiten & tickets verkopen**.

Werkingsjaar 2018 in een notendop

A. De werking van Prospekta heeft tot doel cultuurparticipatie, cultuurbeleving en cultuurspreiding te ondersteunen en te bevorderen. Dat vertaalt zich onder meer in de organisatie van collectieve marketingactiviteiten.

In 2018 staan op de agenda:

A.1	22 april	Erfgoeddag	18de, voor Prospekta: 9de editie
A.2	4 augustus	Museumnacht	14de, voor Prospekta: 9de editie
A.3	26 augustus	Cultuurmarkt Vlaanderen	23ste editie

B. Prospekta organiseert voor het culturele veld een overkoepelende dienstverlening en is het aanspreekpunt en platform voor overleg, ervaringsuitwisseling en samenwerking tussen stedelijke en niet-stedelijke actoren. De acties van Prospekta worden steeds geflankeerd door overleg met het culturele veld en partners. Bovendien zijn er een aantal gespecialiseerde platformen:

- B.1 Greentrack Antwerpen
- B.2 Regionale coördinatie UiTdatabank
- B.3 Platform Cultuur-Economie
- B.4 Zakelijke dienstverlening

C. De ontsluiting van culturele informatie en ticketverkoop gebeurt middels

- C.1 100% CULTUUR op ATV & TV Plus
- C.2 100% EXPO
- C.3 Info Cultuur
- C.4 Groepsboekingen en gidsentoewijzingen
- C.5 Last Minute Ticket Shop
- C.6 Website www.InfoCultuur.be

D. Actiefiche Algemene en zakelijke werking

TRANSVERSALE DOSSIERS

Maatschappelijk geëngageerde thema's lopen als transversale assen door alle activiteiten van Propekta. Bij elke actie is er aandacht voor:

- duurzaamheid, ecologie en maatschappelijk verantwoord ondernemen
- diversiteit: participatie- en communicatiedrempels voor mensen van andere origine, mensen in armoede, kinderen, senioren, personen met een handicap ... worden weggewerkt

Vanuit haar dagelijkse werking ontwikkelt Propekta expertise aangaande deze thema's. Deze is voedingsbodem voor Greentrack, Urban Track en andere specialisaties.

THEMATISCHE ASSEN DOORHEEN DE WERKING

Propekta voert een overkoepelende cultuurcommunicatie, over de grenzen van disciplines heen, en focust daarnaast vooral op de disciplines beeldende kunsten en podium (theater, muziek ...). De diverse activiteiten van Propekta richten zich tot uiteenlopende doelpublieken. Hierdoor spreekt de totale werking een brede laag van de bevolking aan.

OVERKOEPELENDE CULTUURCOMMUNICATIE OVER DE GRENZEN VAN DISCIPLINES HEEN

- Cultuurmarkt van Vlaanderen
- Info- en ticketbalie Info Cultuur
- Cultuurmagazine 100% CULTUUR op ATV & TV Plus
- Website www.InfoCultuur.be
- Facebookpagina Info Cultuur
- Regionale coördinatie UiTdatabank

OVERKOEPELENDE CULTUURCOMMUNICATIE GERICHT OP DE BEELDENE KUNSTEN

- Museumnacht Antwerpen
- Lokale coördinatie Erfgoeddag
- Apart plein voor het aanbod van de musea op de Cultuurmarkt van Vlaanderen
- Beeldende kunsten hebben een focus in het programma 100% CULTUUR op ATV & TV Plus
- Driemaandelijks magazine 100% EXPO
- Beeldende kunsten krijgen een focus op de website www.InfoCultuur.be
- Infobalie Info Cultuur
- Gecentraliseerde gidsenboekingen en boekingen voor vakantieateliers

OVERKOEPELENDE CULTUURCOMMUNICATIE GERICHT OP PODIUMACTIVITEITEN

- Apart plein voor het aanbod van de podiumkunstensector op de Cultuurmarkt van Vlaanderen
- Podiumaanbod krijgt een focus in 100% CULTUUR op ATV & TV Plus
- Last Minute Ticket Shop
- Ticketservice voor grote en kleinere organisatoren
- Info- en ticketbalie Info Cultuur
- Podiumaanbod krijgt een focus op de website www.InfoCultuur.be

A. Collectieve marketingactiviteiten

A.1 - Erfgoeddag

KERNWOORDEN

erfgoed, verenigingen, thema 'Kiezen', Vlaanderen, gratis

FORMAT

Erfgoeddag is een gratis evenement dat het rijke en verscheiden erfgoedaanbod van Vlaanderen toont. Erfgoeddag focust op het roerend (voorwerpen) en immaterieel (verhalen, technieken en vaardigheden) cultureel erfgoed en onderscheidt zich zo van Open Monumentendag, die zich op het onroerend erfgoed toespitst. De deelnemende organisaties organiseren geleide bezoeken, filmvoorstellingen, tentoonstellingen, proeverijen ...

PARTNERSHIPS & ROLVERDELING

FARO (Vlaams steunpunt voor cultureel erfgoed) coördineert Erfgoeddag. Het evenement wordt ingevuld door musea, archieven, documentatiecentra, bewaarbibliotheken, erfgoedcellen ... maar ook door culturele verenigingen, academies ... In Antwerpen neemt Prospekta de rol op van lokale coördinator. Prospekta motiveert de lokale (erfgoed)verenigingen tot deelname, bevordert overleg en samenwerking tussen de erfgoedzorgers en stroomlijnt het lokale programma. De Antwerpse Stuurgroep Open Monumentendag/Erfgoeddag is hierbij de natuurlijke en inhoudelijke partner. Prospekta maakt voor Antwerpen een wervende programmabrochure, aanvullend op de nationale communicatiecampagne.

DOELSTELLING

- Publiek, sector, pers en beleid sensibiliseren rond cultureel erfgoed
- Cultureel erfgoed inzichtelijk en aantrekkelijk maken en op die manier een omslag realiseren in de publieke perceptie en benadering van erfgoed
- De erfgoedsector zo goed mogelijk laten samenwerken
- Reflectie over erfgoedontsluiting, publiekswerking en duurzaamheid stimuleren
- Erfgoeddag is een platform voor collectieve marketing voor de Antwerpse erfgoedsector

DOELPUBLIEK

- Cultuurgeïnteresseerd publiek
- Gerichtte acties met verbreding van het publiek als doelstelling
- Focus op gezinnen

TIMING

Zondag 22 april 2018 (wederkerend: jaarlijks op de eerste zondag na de paasvakantie).
De deelnemende instellingen zijn toegankelijk tussen 10.00 en 18.00 uur.

LOCATIE

Vlaanderen. Prospekta coördineert Erfgoeddag voor de stad Antwerpen.

FINANCIEEL

Projectsubsidie Musea & Erfgoed Stad Antwerpen.

NA TE STREVEN

- 40 deelnemende locaties in Antwerpen
- Erfgoedorganisaties begeleiden zodat zij hun aanbod optimaal kunnen presenteren tijdens Erfgoeddag
- 10.000 bezoekers in Antwerpen (belangrijk: bezoekcijfers opvragen bij deelnemers)
- Opmaken van een aantrekkelijke, toegankelijke brochure met het Antwerpse aanbod
- Een wervende regionale campagne voor Erfgoeddag, aanvullend op de nationale campagne van FARO

HISTORIEK

In 2001 vond het eerste Erfgoedweekend plaats. Prospekta coördineert Erfgoeddag Antwerpen sinds 2010.

A.2 - Museumnacht

KERNWOORDEN

Antwerpse musea, nacht, evenement, expo's, optredens, sfeer, pendelbus, polsbandje

FORMAT

Museumnacht is een jaarlijks evenement van de Antwerpse musea waarop je de mogelijkheid krijgt om de musea 's nachts te bezoeken. Bezoekers genieten van de permanente collectie, bezoeken de lopende expo's en pikken exclusieve extra's mee zoals workshops, rondleidingen, optredens of fotoshoots. Met 1 polsbandje kan je alle musea bezoeken en gebruikmaken van pendelbussen.

PARTNERSHIPS & ROLVERDELING

De organisatie, coördinatie en promotiecampagne van Museumnacht is in handen van Prospekta. Er wordt regelmatig overlegd met de communicatie- en publieksmedewerkers van de (Vlaamse, stedelijke, provinciale, OCMW- en privé-) musea. De musea stellen een artistiek en wervend programma samen. Prospekta organiseert de ticketverkoop, de afterparty en vrijwilligerswerking en zet partnerships op met onder meer AmuseeVous, Fameus, De Lijn, Velo, Gazet van Antwerpen en Radio 2.

DOELSTELLING

- Publiekswerving en -verbreding
- Antwerpse musea op een verfrissende manier in de kijker zetten
- Samenwerking tussen de musea stimuleren
- Een platform voor collectieve marketing voor de Antwerpse musea

DOELPUBLIEK

Museumnacht mikt op een breed, cultuurgeïnteresseerd publiek uit de provincie Antwerpen. Naast trouwe museumbezoekers bereikt Museumnacht ook minder evidente doelgroepen die aangesproken worden door het evenementiële karakter. Er wordt extra ingezet op het bereiken van jongeren, door samenwerking met AmuseeVous en Fameus, de afterparty en door de toegangsprijs laag te houden.

TIMING

Zaterdag 4 augustus 2018 (telkens eerste zaterdag van augustus) van 19.00 tot 01.00 uur.

LOCATIE

De musea op het grondgebied van de stad Antwerpen, over de grenzen van beleidsniveaus heen.

FINANCIEEL

Het collectief van de musea investeert een gedeelte van de inkomsten in Museumnacht om een brede communicatiecampagne op te zetten en busvervoer tussen de locaties te voorzien. De overige inkomsten worden met een verdeelsleutel onder de musea verdeeld.

NA TE STREVEN

- Alle musea in Antwerpen doen mee
- 11.000 bezoekers
- Museumnacht meer zichtbaarheid in de stad geven
- Actief doelgroepenbeleid met gerichte communicatie. Focus ligt op geografische verbreding (meer bezoekers van buiten stad en provincie Antwerpen) en bereiken van jongeren (o.m. door traject met AmuseeVous en Fameus)
- Individueel overleg met de musea om het aanbod fris houden en te waken over de kwaliteit
- Zorgen dat bezoekers na Museumnacht vlot naar P&R en naar huis raken
- Kwalitatieve afterparty organiseren
- Korting voor A-kaartpunten en VT-kaarthouders uitbreiden naar alle UiTpassen

HISTORIEK

In 2005 organiseerden de Antwerpse musea voor de eerste maal Zomernachten. In 2006 werd dit project na evaluatie herleid tot 1 avond waarin alle musea geopend waren. Prospekta organiseert

Museumnacht sinds 2010. In 2018 vindt de 14de editie plaats. Bij Museumnacht 2017 bezochten zo'n 10.000 mensen de musea.

A.3 - Cultuurmarkt van Vlaanderen

KERNWOORDEN

infomarkt, live optredens, artiesten, standhouders, kraampjes, promotieplatform, feest, muziek, theater, circus, dans, informeren, vrijwilligers, seizoenstart, Vlaanderen, gratis, laagdrempelig

FORMAT

Een infomarkt met een 170-tal infostands en live optredens uit verschillende disciplines: muziek, dans, theater, circus, comedy, literatuur ... De Cultuurmarkt van Vlaanderen is een overkoepelend initiatief dat de energie van cultureel Vlaanderen bundelt en het aanbod van het nieuwe seizoen feestelijk voorstelt. Het publiek wordt op 1 dag en op 1 plaats geïnformeerd over het culturele aanbod. Het is een gratis evenement.

PARTNERSHIPS & ROLVERDELING

Prospekta organiseert en coördineert het evenement, zet de communicatiecampagne op, stelt programmatoren aan en brengt partners samen. Individuele culturele instellingen presenteren zich op de infomarkt, artiesten uit heel Vlaanderen treden gratis op, locaties en organisaties zetten een aanvullende programmering op, CultuurNet Vlaanderen organiseert de Vliegrouete ...

DOELSTELLING

Publieksverruiming en het stimuleren van de cultuurparticipatie bij een zo groot mogelijk deel van de bevolking. De Cultuurmarkt van Vlaanderen ...

- ... is een platform voor collectieve marketing voor cultuur in Vlaanderen
- ... ondersteunt de individuele promotie van instellingen & 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

DOELPUBLIEK

Met de Cultuurmarkt bereikt Prospekta verschillende doelpublieken. Actieradius is Vlaanderen.

- Kerngroep is het cultuurgeïnteresseerde publiek. Dit publiek is loyaal en komt jaar na jaar terug. Deze groep wil zich degelijk informeren en is geïnteresseerd in de inhoud van het programma.
- Er wordt ingezet op het verlagen van drempels voor enkele specifieke doelgroepen:
 - jonge gezinnen met kinderen
 - mensen met een handicap
 - mensen in armoede
 - mensen van andere etnisch-culturele origine
- Het evententiële karakter van de Cultuurmarkt trekt ook dagjesmensen en toevallige passanten. Opdracht is om deze mensen bij een eerste kennismaking met cultuur te begeleiden.
- Zo'n 170 culturele instellingen uit Vlaanderen en 600 optredende artiesten presenteren zich op de Cultuurmarkt. De cultuursector is dus ruim vertegenwoordigd. Bovendien is de Cultuurmarkt een trekpleister en ontmoetingsplek voor organisatoren, intermediairen, toeleveranciers en partners uit het culturele veld.

TIMING

Zondag 26 augustus 2018 (jaarlijks de laatste zondag van augustus), van 11.00 tot 18.00 uur.

LOCATIE

Een 25-tal pleinen en zalen in het Antwerpse stadscentrum, van aan het station tot aan de Schelde.

FINANCIEEL

Projectsubsidie Vlaamse overheid (financieel) wordt aangevraagd.

We kijken uit naar herbevestiging van de hoofdsponsors van 2016: KBC (sinds 1996) en De Standaard (sinds 2006), mediapartners Radio 2 en UiT in Vlaanderen. Trouwe naturasponsors zijn ondermeer Opel en Aeolus. De standhouders op de infomarkt betalen een deelnameprijs. Prospekta werft bijkomende inkomsten uit de verkoop van advertenties in de programmakrant en door sampling toe

te laten op het terrein.

NA TE STREVEN

- 150.000 bezoekers
- Blijven inzetten op duurzaamheid om de ecologische voetafdruk van het evenement beperkt te houden
- Actief doelgroepenbeleid voeren i.o.m. Samenlevingsopbouw
- 24 locaties
- 190 optredens of activiteiten
- 170 infostands
- 600 à 700 artiesten
- Onderzoeken hoe we disciplines die geen of weinig aandacht krijgen op de Cultuurmarkt meer op de kaart kunnen zetten
- Vrijwilligers 'warm' houden door hen kerst- en verjaardagskaart en nieuwsbrief te sturen
- Vrijwilligers, presentatoren, artiesten ... soigneren, kwalitatieve ontvangst bezorgen, voldoende catering in backstage voorzien ...

HISTORIEK

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 2017 presenteerden 171 instellingen het nieuwe aanbod aan 150.000 bezoekers. In 2018 vindt de 23ste editie plaats. Uit publieksonderzoek blijkt dat de economische impact van de Cultuurmarkt van Vlaanderen wordt geraamd op € 3.450.000. Meer dan de helft van de bevroegde bezoekers zegt vaker een museum te bezoeken of een theater- of concertvoorstelling bij te wonen door hun bezoek aan de Cultuurmarkt.

B. Overkoepelende dienstverlening en platform voor overleg, ervaringsuitwisseling en samenwerking

B.1 - Greentrack

KERNWOORDEN

Maatschappelijk engagement, ecologie, duurzaam, praktijkvoorbeelden, transitie, sociaal-rechtvaardig, stedelijkheid, superdiversiteit, uitwisseling

FORMAT

Greentrack is een netwerk van culturele instellingen die streven naar een duurzame en inclusieve samenleving. Greentrack-leden bouwen samen aan een toekomst met respect voor mens & milieu.

PARTNERSHIPS & ROLVERDELING

Prospekta faciliteert het transitienetwerk, organiseert expertise-uitwisseling & workshops en coördineert gemeenschappelijke acties. Er wordt nauw samengewerkt met de milieudienst van Stad Antwerpen en stadslab2050. Externe partners zijn Pulse - Transitienetwerk Cultuur en Greentrack Gent, Brussel, Brugge & Kortrijk.

DOELSTELLING

- Opstarten en versterken van een duurzaam beleid met extra aandacht voor interne milieuzorg & ecologisch bewustzijn bij de deelnemende cultuurpartners
- Meer diversiteit in het stedelijke landschap brengen
- Organisaties delen kennis, inspireren elkaar en ontwikkelen gemeenschappelijke waarden
- Culturele organisaties dragen de gemeenschappelijke waarden uit naar het publiek en stimuleren hen tot duurzame cultuurparticipatie
- Organisaties inspireren toeleveranciers tot aanbieden van duurzame diensten & producten

DOELPUBLIEK

- Directies en medewerkers van culturele organisaties in stad en provincie Antwerpen
- Culturele toeleveranciers en het publiek

TIMING

Jaarwerking met individuele begeleiding en ontmoetingsmomenten met het culturele veld.

LOCATIE

Antwerpen

FINANCIEEL

De personeelsinbreng wordt voorzien vanuit de structurele werking van Prospekta. De werkingskost wordt betaald met de vrije bijdragen die de Greentrack-leden betalen.

NA TE STREVEN

- 4 nieuwe Greentrack-partners ondertekenen in 2018 het charter
- 7 thematische ontmoetingsmomenten met Greentrack-partners
- Online kenniscentrum uitbouwen voor de Greentrack-partners
- Regelmatig een digitale nieuwsbrief met inhoudelijke tips & tricks versturen
- 30 individuele gesprekken met de huidige Greentrack-partners en nieuwkomers
- Registratie van verbruiksgegevens faciliteren

HISTORIEK

In 2013 werden de eerste verkenningsgesprekken gepland om Greentrack in Antwerpen te installeren. De officiële lancering van het netwerk volgde in 2014. Waar het netwerk initieel vooral gefocust was op ecologische duurzaamheid verruimd dit gaandeweg en wordt ook het menselijk en stedelijk verhaal belangrijker. Eind 2017 telt het netwerk 30 leden.

B.2 - Regionale coördinatie UiTdatabank

KERNWOORDEN

cultuurcommunicatie, Publiq, UiTnetwerk, regiowerking, intergemeentelijke samenwerking, participatiedrempels

FORMAT

In samenwerking met Publiq staat Prospekta in voor de coördinatie van het UiTnetwerk. Dit is de begeleiding van lokale besturen in de provincie Antwerpen bij het verzamelen en ontsluiten van hun cultuur- en vrijetijdsaanbod. Centrale ruggengraat is de UiTdatabank. Communicatie van het lokale cultuur- en vrijetijdsaanbod gebeurt via de gemeentelijke communicatiekanalen en onder de noemer UiT. Er wordt actief ingezet op het stimuleren en begeleiden van intergemeentelijke samenwerking. In samenwerking met de Agentschappen Inburgering worden bovendien taaliconen verzameld en ontsloten via de UiTdatabank, om cultuuraanbod als taal oefenkans te promoten naar anderstaligen.

PARTNERSHIPS & ROLVERDELING

De ondersteuning van de clusters van steden en gemeenten van de provincie Antwerpen omvat het informeren van de betrokken lokale besturen en het op weg zetten met behulp van agendatools (online en print), communicatieplanning, opleiding, tussentijdse evaluaties en promotiecampagnes.

DOELSTELLING

- Meer mensen meer goesting in meer cultuur doen krijgen
- Regionale cultuurcommunicatie ondersteunen
- Kennis- en expertisenetwerk van lokale besturen en cultuurhuizen uitbouwen
- In kaart brengen van het volledige cultuuraanbod in de provincie Antwerpen
- Contentverzameling voor toepassing in de eigen werking
- Recurrente kwaliteitscontrole door het aftoetsen van de data voor eigen gebruik
- Cultuuraanbod als taal oefenkans promoten naar anderstaligen

DOELPUBLIEK

Alle inwoners van de provincie Antwerpen, met een bijzondere focus op de net-nieters, de mensen die om diverse redenen net niet of weinig aan het cultuurleven deelnemen.

TIMING

Doorlopend.

LOCATIE

In meer dan 60 steden en gemeenten in de provincie Antwerpen.

FINANCIEEL

Prospekta deelt de loonkost van een medewerker met Publiq voor de coördinatie van het UiTnetwerk in de stad Antwerpen en in de provincie Antwerpen.

NA TE STREVEN

- Verdere uitbouw van het netwerk met een focus op verdieping van de samenwerking met de huidige UiTpartners (ondersteuning en optimaliseren lokale UiTcommunicatie, inhoudelijke begeleiding rond o.m. publiekscommunicatiestrategie, inzetten op regionale communicatie & intergemeentelijke samenwerking)
- Proberen om UiTPAS hierin te verankeren, als hefboom voor lokale & regionale cultuurparticipatie
- Intern overleg opzetten voor afstemming UiT, Urban Track, Cultuurmarkt, Museumpas ... m.b.t. contacten met diverse verenigingen
- Stimuleren van invoer in UiTdatabank bij instellingen in Antwerpen en gesprek heropenen rond integratie A-kaart & UiTPAS
- Opleiding rond publiekscommunicatie en UiTdatabank voor de cultuursector organiseren

HISTORIEK

Het UiTnetwerk en de samenwerking hierrond tussen Prospekta en CultuurNet Vlaanderen startte in 2008. Sinds 2009 is een gedeelde medewerker actief voor de uitbouw van het netwerk in de provincie Antwerpen. Jaarlijks komen er UiTgemeenten en lokale UiTagenda's bij. Prospekta neemt een actieve rol op in het verzamelen van het bovenlokale cultuuraanbod. In samenwerking met de Provincie Antwerpen worden aanvullende communicatieproducten ontwikkeld.

B.3 Platform Cultuur-Economie

KERNWOORDEN

bedrijfsleven, samenwerkingsmodellen, win-win, maatschappelijk project, verbinden

FORMAT

Een overlegplatform waarbij cultuursector en bedrijfswereld elkaar ontmoeten. Er wordt een traject met bedrijfsleiders afgelegd om hen actief en op een hedendaagse wijze bij het Antwerpse kunstleven en bij Museumnacht te betrekken.

PARTNERSHIPS & ROLVERDELING

Prospekta neemt een intermediaire rol op tussen het culturele veld en het bedrijfsleven

DOELSTELLING

- Culturele actoren met bedrijfsleiders in dialoog laten gaan
- Op Museumnacht in samenwerking met het bedrijfsleven een breder draagvlak creëren voor de musea in Antwerpen
- In samenwerking met bedrijfsleiders het culturele leven intrinsiek ondersteunen en het bedrijfsleven een culturele injectie geven
- Samen warme samenwerkingsmodellen ontwikkelen die een gedeeld maatschappelijk project vorm geven
- Meerwaarde van een structurele samenwerking valoriseren
- Kosten besparen door samen te werken

DOELPUBLIEK

Bedrijfsleiders en directieleden uit het culturele veld. In een eerste fase met focus op museumdirecteurs.

TIMING

4 keer per jaar een ontbijtoverleg. Jaarlijks een collectieve actie zoals de expo Ongezien Talent

LOCATIE

Wisselend, in de musea in Antwerpen

FINANCIEEL

Na 2 jaar investeren en focus op overleg, moet het platform vanaf 2017 een verdienmodel worden.

NA TE STREVEN

- Verbinder en initiator zijn van het Platform Cultuur-Economie
- Drie ontbijtsessies en een speeddate organiseren met bedrijfsleiders en museumdirecteurs
- Individuele evaluatiegesprekken met bedrijfsleiders over het afgelegde traject
- Inkomsten genereren om kosten van het Platform Cultuur-Economie te dekken
- Onderzoeken of uitbreiding naar andere sectoren haalbaar is

HISTORIEK

Op Museumnacht 2015 waren 7 bedrijfsleiders Kopstuk in diverse musea. Vanuit een groot enthousiasme werd beslist een structurele samenwerking te onderzoeken.

B.4 Zakelijke dienstverlening

KERNWOORDEN

kennis, praktijk, expert, financieel

FORMAT

Prospekta stelt haar zakelijke en financiële expertise ter beschikking van cultuurhuizen die hier nood aan hebben.

PARTNERSHIPS & ROLVERDELING

(Kleinere) cultuurhuizen die willen besparen door zakelijke diensten uit te besteden. Zo wordt op dit moment reeds structureel samengewerkt met Rasa vzw.

DOELSTELLING

- Ondersteuning van organisaties uit het culturele veld
- Financiële inkomsten voor Prospekta genereren
- Kennisdeling op zakelijk gebied

DOELPUBLIEK

Cultuurhuizen in Vlaanderen.

TIMING

Doorlopend.

LOCATIE

Afhankelijk van vraag.

FINANCIEEL

Culturele instellingen betalen een vooraf afgesproken uurloon.

NA TE STREVEN

- Genereren van extra inkomsten voor Prospekta
- Kwalitatieve zakelijke dienstverlening aanbieden

HISTORIEK

- Gestart in 2017. Op vraag van Rasa verzorgt Prospekta de uitgaande facturatie van de vzw.

C. Ontsluiting van culturele informatie en ticketverkoop

C.1 - 100% CULTUUR op ATV & TV Plus

KERNWOORDEN

provincie, televisie, cultuur, beleving, agenda, UiTdatabank, wegwijzer, aankondiging, toegankelijk, cultuurspreiding, regiowerking

FORMAT

100% CULTUUR is een toegankelijk televisieprogramma met aankondigende reportages over cultuuractiviteiten in de provincie Antwerpen. Het informeert en geeft een brede kijk op cultuur. De originele reportages, vlotte presentatie en een creatieve & speelse grafiek geven de kijker zin om op stap te gaan.

PARTNERSHIPS & ROLVERDELING

Voor het ontwikkelen van het format en het uitwerken van de reportages werkt Prospekta samen met een extern productiehuis in opdracht van ATV. De input wordt gehaald uit de UiTdatabank. Een stuurgroep, met vertegenwoordiging van de Provincie, regionale zenders ATV en TV PLUS, Prospekta en de 3 provinciale arrondissementen, zet de lijnen uit en evalueert.

DOELSTELLING

- Verhogen van cultuurparticipatie door informatie actief naar een ruim publiek te brengen
- Een wegwijzer bieden door een selectie te maken uit het aanbod
- Door redactionele ingrepen de beschikbare informatie toegankelijker en makkelijker verteerbaar maken
- Focus op de beleving van het cultuuraanbod, meer nog dan op het aanbod zelf
- Nieuwsgierigheid opwekken

DOELPUBLIEK

- De kijkers van ATV & TV Plus, met een bijzondere focus op de net-nieters, de mensen die om diverse redenen net niet of weinig aan cultuurbeleving doen
- Een kansrijk publiek dat potentieel geïnteresseerd is, maar vaak niet aan participeren toekomt

TIMING

Het programma start en loopt van begin oktober tot eind april. Het wordt iedere woensdag uitgezonden op ATV, tussen het journaal en het weerbericht, en zit mee in de herhalingslus. Het programma wordt ook uitgezonden op TV Plus op zaterdag.

LOCATIE

100% CULTUUR wordt uitgezonden op de regionale televisiezenders ATV & TV Plus.

FINANCIEEL

De Provincie Antwerpen voorziet een projectsubsidie van € 150.000 voor ATV.

NA TE STREVEN

- Een kwalitatief programma maken
- Een gevarieerd aanbod tonen (mix van disciplines, regio's, voor kinderen ...)
- Minimum 1 keer per jaar evaluatie houden met reporters
- Filmpjes consequent publiceren, zelf gebruiken op website Info Cultuur, delen op Facebook en bezorgen aan gezelschappen
- 1 stuurgroep samenroepen met ATV, RTV, vertegenwoordiging uit arrondissementen Antwerpen, Mechelen en Turnhout.

HISTORIEK

Het programma 100% CULTUUR ging begin oktober 2013 voor het eerst op antenne.

C.2 - 100% EXPO

KERNWOORDEN

magazine, abonnee, expo & erfgoed, musea, interview, regiowerking, kunstenaars

FORMAT

100% EXPO is een driemaandelijks cultuurmagazine over beeldende kunsten in de provincie Antwerpen. Het magazine wordt gedrukt op 15.000 exemplaren en wordt verspreid binnen maar ondertussen ook buiten de grenzen van de provincie Antwerpen.

PARTNERSHIPS & ROLVERDELING

Prospekta bewaakt het concept, coördineert, schrijft artikels en rubrieken. Prospekta beheert het adresbestand en organiseert de verzending. Er worden opdrachten gegeven aan freelance fotografen en redacteurs. Prospekta doet de eindredactie. Het magazine komt tot stand in samenwerking met een inspiratiegroep, tipgevers en partners uit de tentoonstellingswereld.

DOELSTELLING

- 100% EXPO wil de bewoner en bezoeker aan de provincie Antwerpen wegwijs maken in de wereld van de beeldende kunsten in al zijn facetten
- De lezers op een toegankelijke manier informeren over het bovenlokale tentoonstellingsaanbod in de provincie Antwerpen en via diverse invalshoeken en cross-overs laten kennismaken met de wereld van de beeldende kunsten.
- Er ligt een bijzondere focus op het lanceren van jong talent
- De lezer zin doen krijgen om musea en tentoonstellingen te bezoeken

DOELPUBLIEK

Het magazine richt zich op een cultuurgeïnteresseerd publiek en wil zowel de expobezoeker als de net-nieters aanspreken die een duwtje in de rug nodig hebben om een tentoonstelling te bezoeken.

TIMING

100% EXPO is een driemaandelijks magazine en verschijnt in september (periode september-november), december (periode december-februari), maart (periode maart-mei) en juni (periode juni-augustus).

LOCATIE

Geïnteresseerden kunnen zich abonneren en krijgen 100% EXPO gratis toegestuurd. Het magazine is ook beschikbaar bij Info Cultuur, diensten van toerisme, bibliotheken, musea en galeries.

FINANCIEEL

Provincie Antwerpen financiert de distributie van 100% EXPO. Via advertentiewerving worden bijkomende middelen gezocht.

NA TE STREVEN

- 4 kwaliteitsvolle magazines per jaar produceren
- Het adresbestand up-to-date houden en door gerichte acties verder uitbouwen
- Focusgroep samenbrengen om potentiële lezers te bevragen over magazine en mogelijkheden voor lezersonderzoek bekijken
- Mailing naar redacteurs en geïnterviewden met Issuu-link als magazine online staat
- Bekijken of vakantie-ateliers een plek kunnen krijgen in 100% EXPO

HISTORIEK

Het eerste nummer van 100% EXPO verscheen in 2012. Het aantal abonnees groeit continu. Voor het laatste nummer van 2017 waren er 7.193 abonnees.

C.3 - Info Cultuur

KERNWOORDEN

bezoekerscentrum, informatie, tickets, wegwijzer voor cultuur, cadeaubon, balie, LMTS

FORMAT

Info Cultuur leidt mensen toe naar cultuur. Bezoekers ontdekken er gratis folders, brochures en info over evenementen, theater, film, muziek, dans, expo, opera, workshops en rondleidingen. Men krijgt er een antwoord op alle vragen over cultuur en het is dé plaats om tickets te kopen: van voorstellingen in de Arenbergsschouwburg, deFilharmonie, deSingel en Opera Ballet Vlaanderen tot vakantieateliers voor kinderen en workshops in de Antwerpse musea.

DOELSTELLING

- Publiek informeren en toeleiden naar het culturele aanbod
- Wegwijzer voor cultuur
- Voorverkooppunt voor Antwerpse cultuurhuizen
- Kleinere of tijdelijke culturele evenementen ondersteunen bij kaartverkoop

PARTNERSHIPS & ROLVERDELING

- Regelmatige communicatie met alle cultuurhuizen met het oog op distributie van hun promotiemateriaal (affiches & folders) in de balieruimte van Info Cultuur
- Exclusief voorverkooppunt voor deFilharmonie
- Intense samenwerking met cultuurhuizen waarvoor tickets in voorverkoop verkocht worden
- Permanente samenwerking en wisselwerking met balie Toerisme Antwerpen en Stadswinkel binnen concept bezoekerscentrum

DOELPUBLIEK

Cultuurgeïnteresseerde inwoner van Antwerpen, bezoeker aan Antwerpen en toevallige passant

TIMING

Info Cultuur is bereikbaar:

- 7 op 7 via www.infocultuur.be
- 5 op 7 telefonisch
- 2 op 7 aan de info- en ticketbalie

LOCATIE

Wisselstraat 12, 2000 Antwerpen. De boekingen gebeuren telefonisch, via mail of aan de balie.

FINANCIEEL

Prospekta maakt contractuele afspraken met haar partners. Per verkocht ticket wordt een reservatie- en administratieve kost doorgerekend.

NA TE STREVEN

- Toekomst werking en locatie balie Info Cultuur bekijken
- Opleiding SRO voor baliemedewerkers bij verschillende ticketpartners (o.m. Arenberg, Opera ...)
- Onderzoeken of Info Cultuur verkooppunt van nationale Museumpas kan worden
- Last Minute Ticket Shop-partners informeren over servicemogelijkheden Info Cultuur
- Bekijken hoe Info Cultuur een rol kan spelen in de gewijzigde zoektocht van mensen naar informatie en tickets

HISTORIEK

Info Cultuur startte in 1996 onder de naam Culturele Infobalie Antwerpen. Het ticketaanbod breidde in de loop der jaren uit. Sinds 2013 maakt Info Cultuur deel uit van het Bezoekerscentrum, samen met Antwerpen Toerisme & Congres en de Stadswinkel. In 2014 leidde een besparingsopdracht tot het inkrimpen van de openingsuren van de infobalie.

C.4 - Groepsboekingen en gidsentoewijzingen

KERNWOORDEN

musea, gidsen, scholen, groepen, rondleidingen, workshops, vakantieateliers, boekingen

FORMAT

Er wordt samengewerkt met de provinciale musea en externe partners. Hun themarondleidingen en geleide bezoeken aan tijdelijke tentoonstellingen voor (school)groepen worden via Info Cultuur verkocht. Via Info Cultuur worden tevens de vakantieateliers en workshops verkocht voor de stedelijke musea.

PARTNERSHIPS & ROLVERDELING

Prospekta speelt een intermediaire rol tussen musea, externe partners, (school)groepen en gidsen. In 2016 wordt er structureel samengewerkt met het MoMu.

DOELSTELLING

- Scholen en groepen volwassenen zo efficiënt mogelijk wegwijs maken in het aanbod van de musea, de juiste rondleiding koppelen aan het juiste doelpubliek, gidsen boeken en de boekingen administratief afhandelen.
- Meerwaarde valoriseren van rol als centraal boekingskantoor voor de provinciale musea en externe partners.
- Klantvriendelijk zijn door een centraal aanspreekpunt te creëren voor publiek en scholen
- Kosten besparen door geïntegreerd te werken

DOELPUBLIEK

Info Cultuur organiseert de gidsenboekingen op vraag van de provinciale musea en externe partners. Het doelpubliek situeert zich voornamelijk in het brede onderwijsveld en het verenigingsleven.

TIMING

Het hele jaar door.

LOCATIE

De boekingen gebeuren bij Info Cultuur, meestal telefonisch of via mail, sporadisch ook rechtstreeks aan de balie.

FINANCIEEL

Er wordt een forfaitaire vergoeding gevraagd aan de organisator en een administratiekost aan de klant.

NA TE STREVEN

- Inzake gidsenboekingen en -toewijzingen een efficiënte service bieden aan publiek, onderwijs en musea. Prospekta volgt de boekingen op van A tot Z.
- Aanbod trachten uit te breiden, o.m. door sector te informeren over servicemogelijkheden Info Cultuur en door persoonlijk overleg met musea

HISTORIEK

Sinds 1998 is Info Cultuur betrokken bij de gidsenwerking van de Antwerpse musea, met name voor de boekingen van MuseJa!-pakketten en workshops/ateliers voor scholen. Bij de opening van het MAS in 2011 breidde het takenpakket fors uit, omdat Info Cultuur voor alle rondleidingen ook de gidsen toeweest. Wegens centralisatie van deze dienstverlening voor de stedelijke musea bij Antwerpen Toerisme & Congres is de tussenkomst van Info Cultuur vanaf 2014 niet meer van toepassing voor de stedelijke musea, behalve het boeken van de vakantieateliers. In 2013 startte Info Cultuur met de gidsenboekingen voor het ModeMuseum.

C.5 - Last Minute Ticket Shop

KERNWOORDEN

50%, tickets, korting, smaakmaker voor cultuur, laagdrempelig, toerist, podiumliefhebber

FORMAT

Iedere vrijdag en zaterdag biedt Last Minute Ticket Shop voorstellingen en concerten in Antwerpse theaters en concertzalen tegen halve prijs. Zowel dans, theater, musical, popconcerten, comedy als opera en klassieke concerten zitten in het aanbod, dat elke keer anders is.

PARTNERSHIPS & ROLVERDELING

Last Minute Ticket Shop is een initiatief van Prospekta, waarbij intens wordt samengewerkt met cultuurhuizen in Antwerpen. Er is een partnership met Gazet van Antwerpen.

DOELSTELLING

- (Nieuw) publiek toeleiden naar het culturele aanbod
- Podiumkunstensector deelt zijn publiek
- Nieuw publiek bereiken bij Info Cultuur
- Bezoekers aan Antwerpen een leuk avondje uit bezorgen
- Toeleiden naar cultuur: mensen tegen een zacht prijsje iets nieuws laten ontdekken

DOELPUBLIEK

- Mensen die anders nooit korting krijgen (26-60 jaar) en die zich laten prikkelen om eens iets anders te proberen
- Late beslissers
- Toeristen die concept Last Minute Ticket Shop al kennen van uit het buitenland

TIMING

Last Minute Ticket Shop is 2 dagen per week open, op vrijdag en zaterdag, en loopt van eind september tot eind mei.

LOCATIE

Last Minute Ticket Shop maakt deel uit van Info Cultuur (Wisselstraat 12, hoek Grote Markt) in Antwerpen.

FINANCIEEL

De ticketinkomsten worden doorgestort aan de cultuurhuizen. Prospekta ontvangt administratie- en reservatiekosten. Gazet van Antwerpen biedt mediaruimte aan.

NA TE STREVEN

- 90 partners die op regelmatige basis deelnemen
- 2.400 tickets per jaar verkopen
- Stijging van abonneebestand op online nieuwsbrief met 10% t.o.v. 2017
- Communicatieplan uitwerken en overleg met Toerisme Antwerpen inplannen
- Last Minute Ticket Shop uitdragen naar andere steden
- Werkwijze andere Last Minute Ticket Shops screenen
- Publieksonderzoek houden (zowel via Facebook poll, oproep in nieuwsbrief als bevraging in balie zelf)

HISTORIEK

Last Minute Ticket Shop startte op 28 september 2012. In 2016 werden 2.175 tickets verkocht, voor 373 voorstellingen. In totaal werken nu 61 partners samen met Last Minute Ticket Shop.

C.6 - Website www.InfoCultuur.be

KERNWOORDEN

website, gebruiksvriendelijk, cultuurtips, wegwijzer voor cultuur

FORMAT

Een toegankelijke website met aankondigende artikels en reportages over cultuuractiviteiten. De cultuurtips geven de bezoeker zin om op stap te gaan.

DOELSTELLING

- Publiek een wegwijzer bieden en toeleiden naar het culturele aanbod door een selectie te maken uit het aanbod
- Verdieping bieden, aanvullend op de andere communicatiekanalen van Prospekta

PARTNERSHIPS & ROLVERDELING

Prospekta beheert en onderhoudt de site. Een redactieraad met de verantwoordelijken van 100% CULTUUR op ATV & TV PLUS, 100% EXPO, Last Minute Ticket Shop, UiTdatabank en website selecteert items en reportages. Externe fotografen en redacteurs kunnen bijdragen leveren.

DOELPUBLIEK

De website richt zich op een cultuurgeïnteresseerd publiek. Prospekta wil zowel voor bestaande participanten een gids zijn door het brede aanbod, als net-nieters een duwtje in de rug geven om te participeren.

TIMING

Wekelijks worden nieuwe cultuurtips online geplaatst.

LOCATIE

www.InfoCultuur.be

FINANCIEEL

Prospekta zorgt voor personeelsinzet voor aanmaak en onderhoud van de website. Er kan bannerruimte verkocht worden, eventueel in combinatie met advertenties in bijvoorbeeld 100% EXPO.

NA TE STREVEN

- Teller op website voorzien
- Een divers aanbod tonen (mix disciplines, regio's ...)
- De site wordt geflankeerd door een continue aanwezigheid op sociale media en andere communicatie-acties
- Afstemming op intern content-overleg
- Advertentiemogelijkheden bekijken

HISTORIEK

De publieksbalie Info Cultuur heeft reeds lange tijd een eigen website. Eind 2017 werd de nieuwe site gelanceerd.

D. Algemene en zakelijke werking Prospekta

KERNWOORDEN

toekomst, overkoepelende cultuurcommunicatie, bovenlokale opdracht, bruggenbouwer, regiowerking, platformwerking, collectieve marketing, personeel

FORMAT

Prospekta tekent in samenwerking met de Vlaamse Gemeenschap, Stad Antwerpen en Provincie Antwerpen haar toekomstige werking uit.

PARTNERSHIPS & ROLVERDELING

Na individuele gesprekken met politici en administraties van Vlaanderen, Stad Antwerpen en Provincie Antwerpen, nodigt Prospekta vertegenwoordigers van deze beleidsniveaus uit om het toekomstige juridische model en de gedifferentieerde inkomstenstructuur van Prospekta vorm te geven.

DOELSTELLING

In het kader van de interne staatshervorming een nieuwe juridische structuur uitwerken voor Prospekta vzw zodat Prospekta haar opdracht optimaal kan blijven realiseren.

TIMING

Tot eind 2017.

NA TE STREVEN

- Beleidsplan schrijven voor langetermijntoekomst, in overleg met verschillende externe partners
- 3 interne overlegmomenten met personeel inplannen
- Werken aan een gestructureerd archief (zowel papier als digitaal)
- Opstellen & opvolgen van een actieplan duurzaamheid 2018-2019 voor Prospekta
- Statuten aanpassen en nieuwe Raad van Bestuur samenstellen

JURIDISCHE GESCHIEDENIS

In zitting van 13 april 1995 keurde de bestendige deputatie van de provincie Antwerpen de principiële opties goed voor de oprichting van vzw Prospekta, zoals besproken met verschillende actoren uit het (socio-)culturele veld: de 6de en 8ste directie van het provinciebestuur, de cultuurdirectie van de stad Antwerpen en talrijke theater- en museumdirecties. Deze opties werden geconcretiseerd in een beleidsplan dat werd toegelicht aan de raadscommissie voor cultuur in het najaar van 1995. De bestendige deputatie van 8 februari 1996 ondertekende de statuten van de vzw.

Op 28 februari 1996 besliste het Antwerpse college (jaarnummer 2602) dat het stadsbestuur wenste toe te treden tot de nieuw op te richten vzw Prospekta. De gemeenteraad van 4 maart 1996 (jaarnummer 379) gaf zijn goedkeuring aan de statuten van de vzw. Diezelfde dag noteren we de stichtingsvergadering. Op 17 oktober 1996 werden de statuten gepubliceerd in het Staatsblad. Het stadsbestuur en het provinciebestuur werken sindsdien nauw samen binnen de vzw Prospekta. De opdracht van Prospekta is een overkoepelende aanpak van cultuurcommunicatie- en marketing te ontwikkelen.

In 2013 werd in samenspraak met provincie en stad Antwerpen beslist Prospekta vzw om te vormen tot een provinciale EVAP (Extern Verzelfstandigd Agentschap Privaat). Deze transitie zou plaats vinden in de loop van 2014 en de nodige voorbereidingen werden hiervoor opgestart. Het regeerakkoord van juli 2014 bepaalt echter dat persoonsgebonden materies (waaronder cultuur) geen bevoegdheid blijven van de provincies. Hiermede werden alle plannen voor de omvorming van Prospekta bevroren.

De betrokken partijen kijken er naar uit om intensief (te blijven) samenwerken. Maar extra is dat in de nota van 17 juli 2015 van minister Sven Gatz staat dat de bovenlokale werking van Prospekta behouden blijft.

In de nota “Beleidskeuzes in het kader van de overdracht bevoegdheden cultuur en jeugd van de provincies naar de Vlaamse overheid” van 27 juni 2017 licht minister Gatz toe dat de werkingsmiddelen voor 2018 en 2019 worden gecontinueerd.

In 2018 zullen de statuten van Prospekta aangepast worden en zal ook de samenstelling van de Raad van Bestuur wijzigen.