

Pilot Luster Marketingplan

Fundament slaagt er bij ieder project opnieuw in om met beperkte publiciteitsbudgetten een groot en gevarieerd publiek te bereiken. Publieksbereik bij exposities in park De Oude Warande zijn zeer hoog door de combinatie van kwalitatief hoogstaande kunst, een natuurlijke omgeving die ruimte biedt voor contemplatie en de toegankelijkheid van de locatie.

Doelgroepen

Een van de doelstellingen van Fundament is het bevorderen en verbreden van de publieke belangstelling voor hedendaagse sculptuur in de openbare ruimte. Hieruit vloeit een breed doelgroepenbeleid voort:

Het professionele hedendaagse kunstpubliek (conservatoren, curatoren, kunstenaars, critici, kunstkeners, verzamelaars) en het algemene kunstkenende en kunstminnende publiek uit binnen- en buitenland

Uiteraard spreekt het belang om deze doelgroep te bereiken voor zich. De exposities van Fundament in het algemeen en de eerste editie van *Luster* in het bijzonder vertegenwoordigen immers belangrijke bijdragen aan de ontwikkeling en presentatie van internationale hedendaagse sculptuur in Nederland.

De volgende middelen worden ingezet om deze doelgroep te bereiken:

- website. Voor de expositie wordt een tijdelijke domeinnaam gecreëerd: www.luster16.nl;
- direct-mailing over de expositie en public program;
- een vakgerichte persbenadering (radio en tv, landelijke en regionale dagbladen, opinietijdschriften, vakbladen en online media en vakmedia inclusief digitale etalage VisitBrabant, media voor leisure en lifestyle). Er vinden drie persrondes en een perspreview plaats;
- advertenties en banners in vakmedia;
- de inzet van social media;
- het versturen van flyers en affiches naar beeldende kunstinstellingen in Nederland en de omliggende landen;
- het aanbieden van een public program: lezingen door of interviews met deelnemend kunstenaars en rondleidingen;
- gids (NL/E) met achtergrondinformatie over de deelnemende kunstenaars, de nieuwe werken, plattegrond van de locatie, interviews met deelnemende kunstenaars en met professionals uit het keramische ambacht. Deze gids wordt aan betalende bezoekers uitgereikt;
- de plaatsing van vaandels op strategische plekken in Tilburg.

Het brede publiek van 20 - 90 jaar uit binnen- en buitenland

De tentoonstellingslocatie kent al een grote en gevarieerde bezoekerssamenstelling. Ervaring heeft uitgewezen dat tijdens expositieperiodes niet alleen het reguliere parkpubliek maar een veel breder algemeen publiek naar het park komt om de expositie te bezoeken. Dit brede publiek staat open voor de doelstelling om nader kennis te maken met hedendaagse sculptuur in de openbare ruimte, mits het voldoende begeleid wordt. Op deze wijze brengen de projecten van Fundament een inhoudelijke verdieping bij het brede publiek tot stand.

De volgende middelen worden ingezet om deze doelgroep te bereiken:

- website. Voor de expositie wordt een tijdelijke domeinnaam gecreëerd: www.luster16.nl;
- een zo breed mogelijke persbenadering (radio en tv, landelijke en regionale dagbladen, huis-aan-huisbladen, online media inclusief digitale etalage VisitBrabant, media voor leisure en lifestyle). Er vinden drie persrondes en een perspreview plaats;
- de inzet van social media;
- direct mailing over de exposities en public program;
- de verspreiding van flyers en affiches op publieke locaties in Nederland en Vlaanderen;
- de plaatsing van een informatie-unit bij de hoofdingang van de tentoonstellingslocatie;

- gids (NL/E) met achtergrondinformatie over de deelnemende kunstenaars, de nieuwe werken, plattegrond van de locatie, interviews met deelnemende kunstenaars en met professionals uit het keramische ambacht. Deze gids wordt aan betalende bezoekers uitgereikt;
- het aanbieden van een public program: lezingen door of interviews met deelnemend kunstenaars en rondleidingen;
- de plaatsing van vaandels op strategische plekken in Tilburg.

Studenten en docenten van het professionele kunstonderwijs in binnen- en buitenland

Fundament vindt het belangrijk dat jonge mensen die in opleiding zijn voor het kunstenaarschap en hun docenten de expositie bezoeken. Het bezoeken van actuele exposities is immers een essentieel onderdeel van het curriculum. Ervaring heeft uitgewezen dat deze doelgroep relatief eenvoudig te mobiliseren is.

De volgende middelen worden ingezet om deze doelgroep te bereiken:

- website. Voor de expositie wordt een tijdelijke domeinnaam gecreëerd: www.luster16.nl;
- een zo breed mogelijke persbenadering (radio en tv, landelijke en regionale dagbladen, vakbladen en online media en vakmedia inclusief digitale etalage VisitBrabant, huis-aan-huisbladen, media voor leisure en lifestyle). Er vinden drie persrondes en een perspreview plaats;
- de inzet van social media;
- direct-mailing over expositie en public program aan de opleidingen;
- het versturen van affiches en flyers naar academies in Nederland, Vlaanderen en Duitsland;
- het aanbieden van specifiek op de doelgroep toegespitste rondleidingen;
- het algemene public program van lezingen/interviews en rondleidingen;
- eerstejaars studenten van opleidingen en masterstudenten met Educatie als specialisatie maken ook vaak gebruik van het educatief product dat bij ieder project voor het voortgezet onderwijs ontwikkeld wordt;
- de plaatsing van een informatie-unit bij de hoofdingang van de tentoonstellingslocatie;
- beschikbaarheid van publieksinformatie in het centraal gelegen paviljoen Grotto;
- gids (NL/E) met achtergrondinformatie over de deelnemende kunstenaars, de nieuwe werken, plattegrond van de locatie, interviews met deelnemende kunstenaars en met professionals uit het keramische ambacht. Deze gids wordt aan betalende bezoekers uitgereikt;
- de plaatsing van vaandels op strategische plekken in Tilburg.
- voor studenten en docenten van de Academie voor Beeldende Vorming in Tilburg geldt bovendien dat er een aantal masterclasses verzorgd zullen worden door kunstenaars die aan de pilot van *Luster* deelnemen.

Leerlingen (12 – 19 jaar) en docenten van het voortgezet onderwijs in Nederland en België

Fundament vindt het van groot belang dat deze doelgroep kennis neemt van hedendaagse kunst in het publieke domein. Het betreft hier immers de toekomst en ervaring heeft uitgewezen dat deze leeftijdsgroep erg gevoelig is voor de wijze waarop hedendaagse kunst de wereld duidt. Niet alleen wordt er daarom naar gestreefd om deze doelgroep kennis te laten nemen van de expositie maar wordt er tevens een kunsteducatief product voor deze doelgroep ontwikkeld dat zowel bij als los van de expositie te gebruiken is. Dit product wordt in nauwe samenwerking met docenten en leerlingen van het Theresialyceum ontwikkeld. Deze aanpak garandeert zowel diepgang als aansluiting bij de leefwereld van de doelgroep. Sinds 2011 worden deze producten in aantrekkelijke grafische vormgeving online aangeboden op de website van Fundament, waar ze te downloaden zijn. De producten worden inmiddels in het gehele Nederlandse taalgebied afgezet en de exposities van Fundament worden massaal door deze leeftijdsgroep bezocht.

In het kader van de pilot van Luster wordt het product Down to Earth ontwikkeld. Dit product zal vanaf einde augustus door scholen gedownload kunnen worden tegen een betaling van 150 € per school.

Via het mailingbestand van Fundament (135 scholen) en via een nieuwsbrief van het Landelijk Expertisecentrum Kunsttheorie (700 abonnees) zal het product onder de aandacht gebracht worden van docenten, educatiemedewerkers van instellingen en beleidsmedewerkers. Daarnaast zal er via nieuwsbrieven van Kunstbalie, Cist, de LKCA-website en de CKV-gids aandacht gevraagd worden voor het product.

Naast dit educatieve product worden de volgende middelen ingezet om deze doelgroep te bereiken:

- website. Voor de expositie wordt een tijdelijke domeinnaam gecreëerd: www.luster16.nl;

- een zo breed mogelijke persbenadering (radio en tv, landelijke en regionale dagbladen, vakbladen en online media en vakmedia inclusief digitale etalage VisitBrabant, huis-aan-huisbladen, tijdschriften voor leisure en lifestyle). Er vinden drie persrondes en een perspreview plaats;
- de inzet van social media;
- het aanbieden van specifiek op deze doelgroep toegesneden rondleidingen;
- vakdocenten worden over het educatieve product en over de expositie geïnformeerd via direct mailing en via nieuwsbrieven van educatieplatforms;
- de plaatsing van vaandels op strategische plekken in Tilburg.

Zichtbaarheid

- website: de expositie wordt aangekondigd en naderhand gearhiveerd op de site van Fundament. Er wordt tevens een tijdelijke domeinnaam gecreëerd (www.luster16.nl);
- persberichten (NL/EN): er worden ca. 2.500 persberichten (NL/E) verzonden naar buitenlandse, landelijke en regionale dagbladen, vaktijdschriften en online media en vakmedia, huis-aan-huis bladen, radio & tv en media voor leisure en lifestyle. Er vinden drie persrondes plaats;
- de inzet van social media;
- direct mailing: uitnodiging (gedrukt en digitaal) en nieuwsbrieven naar de afzonderlijke doelgroepen, zowel voor expositie, public program als educatieve projecten;
- advertenties & banners: er worden advertenties geplaatst in de belangrijkste Nederlandse, Vlaamse, Duitse en Engelse kunsttijdschriften. Op de websites van deze tijdschriften worden banners geplaatst;
- affiche en flyer: Fundament beschikt over een (inter-)nationaal affiche- en flyerbestand van 600 adressen. Dit betreft beeldende kunstinstellingen en kunstopleidingen. Daarnaast wordt in samenwerking met de Cubiss eenzelfde mailing verspreid over alle bibliotheken en Uitpunten in Brabant (270 stuks). In totaal worden er 1.000 affiches en 11.000 flyers verspreid;
- mupi-campagne in de grote Brabantse steden;
- informatie-unit bij de hoofdingang van de tentoonstellingslocatie;
- vaandels op strategische plekken in Tilburg;
- lezingen door/interviews met deelnemende kunstenaars bij De Pont Museum;
- masterclasses voor het professionele kunstonderwijs;
- een educatief product voor het voortgezet onderwijs;
- rondleidingen voor het publiek.

Publieksbereik

Aangezien *Luster – Clay in Sculpture Today* plaatsvindt in openbare ruimte kan er geen verplichte entree geheven worden. Mede doordat de locatie acht verschillende toegangen kent, zijn er daarom letterlijk geen drempels. De combinatie van drempelloze toegang, de rust van een natuurlijke en toch besloten omgeving en de hoge kwaliteit van de kunstwerken zorgen ervoor dat exposities van Fundament in De Oude Warande een zeer breed publiek en zeer hoge bezoekersaantallen kennen. Edities van *Lustwarande* trekken sinds 2008 in drie maanden tijd gemiddeld 100.000 bezoekers. Deze aantallen zijn gebaseerd op steekproefsgewijze telling en extrapolatie. De vijfde editie van *Lustwarande* in 2015 trok in twee maanden tijd rond de 65.000 bezoekers. Hoewel de eerste editie van *Luster* kleiner van opzet en inhoudelijk specifiek is dan edities van *Lustwarande*, valt er te verwachten dat deze expositie rond de 50.000 bezoekers zal trekken.

Voor de pilot van *Luster* zal er voor het eerst geëxperimenteerd worden met het verwerven van entree. Bezoekers een verplichte entree opleggen is in de openbare ruimte niet toegestaan. Publiek zal echter nadrukkelijk verzocht worden entree te betalen. Dit gebeurt door in publicitaire middelen (website, digitale en gedrukte uitnodigingen, nieuwsbrieven, persberichten, flyers en affiches) te communiceren dat toegang niet gratis is. Ook wordt er een billboard bij de hoofdingang geplaatst, waarop bezoekers die voor de expositie komen nadrukkelijk verzocht worden om een bijdrage te leveren in de vorm van entree, indien zij het wenselijk achten dat er ook in de toekomst nog exposities op deze locatie kunnen plaatsvinden.

Aangezien deze nieuwe opzet voor het eerst wordt toegepast, is het aantal betalende bezoekers voorzichtigheidshalve op 6.000 gesteld (5.000 volwassenen à 5,00 € en 1.000 studenten à 4,00 €).