

## Memo van de gedeputeerde

H.A.J.M. Swinkels

Gedeputeerde Leefbaarheid en Cultuur

### Onderwerp

toegezegde informatie over de cultuur campagne

### Datum

15 januari 2018

### Documentnummer

### Aan

Provinciale Staten van  
Noord-Brabant

### Kopie aan

-

### Van

### Telefoon

(073) 681 28 50

### Email

hswinkels@brabant.nl

### Bijlage(n)

-

Geachte Statenleden,

Via deze memo wil ik u graag informeren over de campagne Brabant Cultuur die vandaag van start gaat. Deze informatie heb ik u toegezegd tijdens de behandeling van de [Begrotingswijziging 2018 - 2019 Uitvoeringsprogramma Cultuur](#) op 15 december 2017.

### Brabant Cultuur

De campagne is een uitwerking van de doelstelling uit het uitvoeringsprogramma cultuur: 'het actief uitdragen en organiseren van goede zichtbaarheid van Het Verhaal van Brabant' en een gezamenlijk initiatief van provincie Noord-Brabant en de uitvoeringsorganisaties bkcc, Brabant C, Cubiss en Kunstbalie. De campagne loopt tot eind 2019. Tijdens de campagne komen meerdere provinciale cultuurthema's aan bod. Per campagnethema kijkt de provincie met welke uitvoeringsorganisatie invulling gegeven wordt aan de campagne. In totaal is er voor de campagne 200.000 euro gereserveerd voor 2018 en 2019.

### Eerste thema: talentontwikkeling

Het eerste campagnethema, uitgevoerd in nauwe samenwerking met bkcc, is talentontwikkeling. De Brabantse aanpak van talentontwikkeling is uniek en dat willen we graag zichtbaar maken. Dat doen we met een publieksprijs voor de drie grootste culturele talenten van Brabant en een Brabant-brede campagne met de drie winnaars in de hoofdrol. Met de publieksprijs en de Brabant-brede campagne maakt een breed publiek kennis met de vele talentvolle makers die Brabant rijk is.

Belangrijk uitgangspunt van de campagne is dat deze samen met het culturele veld en het publiek wordt vormgegeven, dus niet van bovenaf wordt opgelegd. Voor het thema talentontwikkeling heeft die aanpak geleid tot een publieksprijs voor de grootste Brabantse culturele talenten.

### Publieksprijs

Om tot de 30 genomineerden voor de publieksprijs te komen, is de culturele sector van Brabant via e-mail, nieuwsbrief en sociale media opgeroepen om de grootste culturele talenten van Brabant aan te dragen. De oproep luidde: 'op welke talentvolle Brabantse makers en creatief ondernemers uit de kunst- en cultuursector ben jij het meest trots? Van welke makers moet heel Brabant weten wie ze zijn en wat ze maken? En belangrijker nog: het werk van welke makers moet heel Brabant bezoeken, beluisteren en bekijken omdat ze het verdienen én omdat ze Brabants

zijn?’ Criteria om op de groslijst te komen waren dat talenten 1) een uitzonderlijke prestatie hebben geleverd, nationaal of internationaal 2) afkomstig zijn uit Brabant en/of wonen en/of werken in Brabant en 3) de potentie en ambitie hebben om een groot publiek te bereiken.

**Datum**

15 januari 2018

**Stuknummer**

De lijst met genomineerden is op dinsdag 16 januari bekend gemaakt op de campagnewebsite [www.brabancultuur.nl](http://www.brabancultuur.nl). Tot en met 20 februari kunnen bezoekers van de website 1 keer stemmen. Daarbij moet iedere stemmer 3 favoriete talenten selecteren om te voorkomen dat talenten met de grootste fanbase of marketingbudget per definitie winnen.

Eind februari worden de drie winnaars bekend gemaakt die ieder 2.500 euro winnen en het gezicht worden van de Brabant-brede campagne om cultureel talent onder de aandacht te brengen. Die Brabant-brede campagne loopt in maart en april 2018.

### **Campagnemiddelen**

We brengen de publieksprijs via verschillende kanalen bij het publiek onder de aandacht. Alle organisaties die betrokken zijn bij Brabant Cultuur besteden via hun eigen communicatiekanalen aandacht aan de publieksprijs. We gaan ervan uit dat genomineerden om stemmen te winnen campagne voeren richting hun eigen achterban. Daarbij worden ze door Brabant Cultuur ondersteund met gepersonaliseerde campagnematerialen, zoals campagnefoto's en online banners. We zetten in op vrije publiciteit via lokale en regionale media en vragen culturele organisaties in Brabant om aandacht te besteden aan de publieksprijs. Daarnaast maken we gebruik van het online cultuurplatform mestmag.nl. Tot slot adverteren we in de stemperiode van 16 januari tot en met 20 februari via social media.

Na de bekendmaking van de drie winnaars start een Brabant-brede campagne. Ook daar zetten we in op vrije publiciteit en communiceren we via de communicatiekanalen van de organisaties achter Brabant Cultuur. Via een online en social media campagne brengen we de drie winnaars onder de aandacht van het grote publiek. In overleg met de drie winnaars zullen we ook (op bescheiden schaal) offline communicatiemiddelen inzetten. We denken bijvoorbeeld aan een postercampagne in de woon en/of werkplaats van de uiteindelijke winnaars, of in de regio waar publiek het werk van de talenten kan bezoeken.

### **Vervolg van de campagne**

In maart 2018 wordt besloten wat het volgende campagnethema wordt en op welke manier dat thema onder de aandacht van het grote publiek wordt gebracht. De start van de uitvoering wordt medio 2018 verwacht. Thema's waar voor komend jaar aan gedacht worden zijn 'Festivals' en 'Cultuureducatie'.