

### III. Activiteitenplan

#### Gegevens met betrekking tot de activiteiten 2017 -2020

##### 1. Kwaliteit en belang

##### **Artistieke en professionele visie**

###### **Inleiding**

Het Poëziepaleis is uniek in het verzorgen van poëzie-educatie en poëtische activiteiten door het hele land. Het Poëziepaleis werkt laagdrempelig om zoveel mogelijk kinderen en jongeren van 6 – 18 jaar te activeren. Onze grootste activiteiten zijn twee landelijke dichtwedstrijden: Kinderen en Poëzie voor basisscholen en Doe Maar Dicht Maar voor middelbare scholen. Net als bij andere talentenjachten komen uit onze dichtwedstrijden echte toppers naar voren: jongeren die aangespoord door hun succes bij Doe Maar Dicht Maar professioneel met schrijven bezig gaan. We koesteren deze talenten en ontwikkelen nieuwe activiteiten om winnaars meer begeleiding te geven en podia te creëren om hun talent tot uitdrukking te brengen. Het vervult ons met trots als we zien dat Else Kemps, een voormalig winnaar van Doe Maar Dicht Maar, de Turingprijs wint of als Philip Rozema, die zowel bij Kinderen en Poëzie als Doe Maar Dicht Maar in de bundels stond, RUGdichter wordt.

De wedstrijden zijn een uitgelezen vorm om kinderen uit te dagen actief met het schrijven van poëzie bezig te gaan. Ze zijn uniek in hun formule en bereik. Om kwaliteit te waarborgen, benaderen we onze doelgroep via hun school. Alle scholen in het hele land ontvangen in september de aankondiging van onze wedstrijden. Het educatieve aspect vinden we erg belangrijk. Jaarlijks ontwikkelen we daarom lesmateriaal om docenten te helpen een brug te slaan tussen de poëzie die in de taalmethode wordt aangeboden en een manier om hun leerlingen aan te zetten tot creatief schrijven. Leerlingen kunnen ook individueel insturen, zowel digitaal als per post.

Daarnaast zijn er wedstrijden op lokaal niveau: de Kinderdichter van ... (Groningen, Vlagtwedde, Zuidhorn etc.), talenttrajecten als de Jonge Dichter des Vaderlands en projecten als Dichter bij 4 mei.

###### **Visie**

De visie van het Poëziepaleis is kennis, kunde, enthousiasme en bezieling samenbrengen om zo een groter draagvlak voor poëzie te creëren onder kinderen, jongeren en docenten. Educatie, inspiratie en creatie zijn de kernwaarden van het Poëziepaleis.

###### **Missie**

Het Poëziepaleis wil zoveel mogelijk kinderen en jongeren in aanraking laten komen met poëzie. Docenten handvatten aanreiken en schrijftalent begeleiden en uitdagingen bieden, dat is waar de stichting belang aan hecht. De landelijk werkende, vanuit de stad Groningen opererende stichting is ervan overtuigd dat door leerlingen met poëzie in aanraking te brengen, docenten veel meer doen dan werken aan taalvaardigheid. Poëzie draagt bij aan taalontwikkeling, maar ook aan kennis van de wereld. Het is goed voor zelfreflectie en intellectuele vorming. Het is voor veel kinderen en jongeren

een geweldige uitlaatklep als ze worstelen met sociaal-emotionele problemen. Poëzie maakt lenig in het hoofd. Er is poëzie voor elke leeftijd en voor elke culturele achtergrond.

### **Doelgroep**

Het Poëziepaleis organiseert allerlei dichtwedstrijden via scholen - op schoolniveau, lokaal, regionaal of landelijk. Voor elke leerling van 6 - 18 jaar zijn activiteiten en ondersteunende materialen beschikbaar, onderverdeeld naar leeftijd/opleidingsniveau. Ook kinderen in het speciaal onderwijs en met taalachterstanden of leerproblemen worden niet vergeten. Voor dyslectische kinderen en jongeren met taal/leerproblemen is poëzie te behappen, in tegenstelling tot langere teksten.

Door de speelse wijze waarop we kinderen kennis laten maken met poëzie, door het aanbod van gedifferentieerd (gratis beschikbaar) lesmateriaal, workshops en masterclasses, de wedstrijden en de publicatie van een groot aantal winnaars in de jaarlijkse dichtbundels boren we overal – soms onvermoed - talent aan.

Vrij nieuw is het idee dat jongeren toegerust moeten worden met '21th Century Skills': creativiteit, samenwerken, informatievaardigheden en sociale en culturele vaardigheden. Poëzie-educatie heeft veel van deze vaardigheden in zich.

### **Kwaliteit**

Het aanbod van lesmateriaal en workshops onderscheidt zich doordat ze samengesteld zijn en gegeven worden door deskundigen op het gebied van Nederlandse taal, (taal)onderwijs, poëzie en cultuureducatie. Ook biedt het Poëziepaleis workshops voor deskundigheidsbevordering van leerkrachten, docenten en cultuurcoördinatoren.

Enkele jaren geleden heeft de stichting de *Poëziegids* gepubliceerd, een doorlopende leerlijn met lesideeën voor het voortgezet onderwijs. Momenteel wordt gewerkt aan een Doorlopende Leerlijn Poëzie voor de basisschool.

### **Positie**

Het Poëziepaleis schaakt op meerdere borden tegelijk; ze organiseert grote landelijke dichtwedstrijden en lokale Kinderdichterprojecten, geeft bundels uit, en werkt veel samen met andere culturele (en onderwijs) instellingen zowel binnen als buiten de letterenketen, en over de grens met Vlaamse en (vanaf 2016) Duitse organisaties. Door het kwalitatief onderscheidende aanbod en de vele connecties, zowel lokaal en regionaal als nationaal en internationaal, is het Poëziepaleis een veelgevraagde samenwerkingspartner.

Het Poëziepaleis werkt met beperkte bezetting en richt zich vooral op haar kernactiviteiten: de landelijke dichtwedstrijden Kinderen en Poëzie en Doe Maar Dicht Maar, en het uitgeven van de twee dichtbundels (primair onderwijs en voortgezet onderwijs) en lesmaterialen. Verder organiseert zij in inmiddels zes gemeenten een juniorversie van de stadsdichter, de Kinderdichter van ... (Groningen, Grootegast etc.), en landelijk een juniorversie van de Dichter des Vaderlands, De Jonge Dichter des

Vaderlands. Ten slotte organiseert ze regionaal Dichter bij 4 mei en verzorgt ze naast poëzieworkshops voor leerlingen workshops deskundigheidsbevordering voor ICC-ers.

## **De kwaliteit en het belang van de literair-educatieve activiteiten**

Het Poëziepaleis richt zich op kwalitatief hoogstaande en laagdrempelige poëzie-activiteiten voor het primair en voortgezet onderwijs. Voor kinderen en jongeren, 6 t/m 18 jaar, organiseert zij dichtwedstrijden en ontwikkelt zij lesmateriaal. In 2014/2015 is er een Doorlopende Leerlijn Poëzie voor het primair onderwijs ontwikkeld, die in 2016 in de praktijk getest wordt en daarna bijgewerkt wordt en vervolgens uitgegeven.

### **Activiteiten 2017 – 2020**

In de periode 2017 – 2020 gaat het Poëziepaleis door met de organisatie van de landelijke wedstrijden Kinderen en Poëzie en Doe Maar Dicht Maar. Er wordt een nieuwe editie van de Jonge Dichter des Vaderlands uitgeschreven. In opdracht van het Nationaal Comité 4 en 5 mei organiseert zij nieuwe edities van Dichter bij 4 mei. Ook met de Kinderdichter gaat ze door. Dat project breidt ze uit als een olievlek: vanuit de provincie Groningen naar Drenthe en Friesland in het kader van het Noordelijk Convenant en Leeuwarden Culturele Hoofdstad. Uiteraard kan het project op aanvraag ook elders in een gemeente of stadsdeel uitgevoerd worden, al dan niet in samenwerking. Momenteel zijn er gesprekken met randstedelijke instellingen.

De speerpunten voor de komende periode zullen zijn:

- Toename van 10% van het aantal deelnemers aan de grote landelijke wedstrijden;
- Herinvoering finale Kinderen en Poëzie i.s.m. collega-instanties;
- Uitbreiding van het project de Kinderdichter en koppeling aan andere culturele activiteiten;
- Internationalisering van de Kinderdichter (Altonale in Hamburg);
- Nieuwe crossover-activiteiten poëzie/muziek (met Rijdende Popschool en Buma Music Academy);
- Meer inzet op digitale en interactieve media;
- Publicatie Doorlopende Leerlijn Poëzie voor basisscholen en aanpassing van lesmaterialen aan recente ontwikkelingen in het onderwijs en (digitale) media.

Samenwerking met andere organisaties speelt ook in deze periode een grote rol. We werken zowel lokaal als landelijk en willen daarmee doorgaan.

### **Financiën**

De jaren 2013-2016 stonden vooral in het teken van de bezuinigingen in de cultuursector. Voor het Poëziepaleis was het belangrijk de kernactiviteiten te behouden. Alle activiteiten moesten uitgevoerd worden met een minimaal budget. Er is veel samengewerkt met andere organisaties om kosten te drukken en activiteiten vonden enigszins uitgediepte plaats (bijvoorbeeld door het niet uitvoeren van het festival als onderdeel van wedstrijden). Er was een minimale bezetting van 1,95 fte. Met zo'n beperkte bemensing moet er veel geschakeld worden tussen werknemers over de verschillende

projecten, wat extra tijd in beslag nam en de organisatie kwetsbaar maakte. Ook het overleg met alle noodzakelijke samenwerkingspartners vergde veel tijd. Er werd bespaard op het activiteitenbudget maar de beheerlasten stegen hierdoor verhoudingsgewijs. In de periode 2017-2020 wordt ernaar gestreefd de festivals terug te brengen, met name voor de landelijke wedstrijd Kinderen en Poëzie, en het aantal fte's iets te verhogen (om de festivals uit te voeren en om aan marketing, PR en fondsenwerving te werken). Hierdoor gaan de activiteitenlasten behoorlijk omhoog en stijgen ook de beheerlasten iets.

De strategie bij tegenvallende inkomsten is noodgedwongen al ontwikkeld in de afgelopen periode. Er is gericht op de kernactiviteiten, en besloten zelf geen festivals meer te organiseren. Ook heeft het Poëziepaleis weinig kunnen inzetten op marketing, PR en fondsenwerving. Dit alles heeft de organisatie kwetsbaar gemaakt. In 2017-2020 wil het Poëziepaleis deze kwetsbaarheid verminderen.

### **Laagdrempeligheid**

Zoveel mogelijk kinderen en jongeren met poëzie in aanraking laten komen is de drijfveer van het Poëziepaleis. Laagdrempeligheid is daarbij heel belangrijk. Dit brengt met zich mee dat onze lesmaterialen en wedstrijden gratis zijn, en dat er voor festivals of workshops in het kader van onze wedstrijden slechts een kleine vergoeding wordt gevraagd. Zakelijke workshops en dichtbundels worden aangeboden tegen marktconform tarief. De dichters en docenten worden marktconform tarief betaald. Dit heeft voor de financieringsmix als gevolg dat er weinig eigen inkomsten worden gegenereerd, en dat het Poëziepaleis altijd afhankelijk is van subsidies, fondsen en sponsoring. Het ingewikkelde is dat het werven van (en rapporteren aan) fondsen en sponsors veel tijd vergt, maar het aantal beschikbare fte's daarvoor tot nu toe beperkt is en afhangt van overheidssubsidies en -fondsen.

### **Landelijk belang**

De activiteiten van het Poëziepaleis zijn voor een groot publiek geschikt. De activiteiten zijn laagdrempelig en brengen veel kinderen en jongeren uit allerlei milieus in aanraking met poëzie. Kennis van poëzie is niet nodig. Deelname aan de meeste activiteiten is gratis.

De activiteiten lopen van groep 3 in het primair onderwijs tot het eind van het voortgezet onderwijs. Kinderen kunnen dus hun hele schoolcarrière van 6 t/m 19 jaar meedoen aan onze activiteiten en krijgen mede hierdoor een stevige basis in de letteren – en hopelijk een levenslange liefde voor taal. Het lesmateriaal is ontwikkeld door deskundigen, en voor iedereen toegankelijk en gratis te downloaden vanaf de website. Onze workshops worden door professionele dichters gegeven tegen een zeer aantrekkelijk tarief.

Er zijn geen concurrenten die vergelijkbare wedstrijden aanbieden; ze zijn dus uniek in hun unieke formule en omvang.

De wedstrijden Jonge Dichter des Vaderlands en De Kinderdichter zijn unieke talentontwikkelingstrajecten. De winnaars worden tijdens hun benoeming gecoacht door professionele

dichters (zoals de Dichter des Vaderlands en de stadsdichter), treden op tijdens evenementen, en publiceren regelmatig in verschillende media.

Het Poëziepaleis heeft een uitgebreid netwerk. Bij veel activiteiten werkt de stichting samen met andere organisaties (binnen en buiten de letterenketen). Dit maakt interessante kruisbestuivingen mogelijk.

### **Spreiding over het land**

De meeste activiteiten zijn landelijk. Nieuwe activiteiten worden ontwikkeld met een zwaartepunt in Groningen. De inzenders van onze wedstrijden komen uit het hele land. De spreiding is goed. Workshops worden ook door het hele land gegeven, met een zwaartepunt in de noordelijke regio, met name door de ontwikkeling van het Kinderdichterproject (dat eerst in Groningen, Drenthe en Friesland wordt uitgerold).

### **Vergroting van het bereik**

In 2016 start het Poëziepaleis een interactief online platform, dat openstaat voor leerlingen van het voortgezet onderwijs uit het hele land.

Het Poëziepaleis wil ook in de nieuwe cultuurperiode meer inzetten op brede mailingen naar de scholen en meer (online) PR/marketingactiviteiten.

Ook gaat ze door met haar 'Poëzie geeft kracht'-tour langs verschillende kindziekenhuizen in het land.

De stichting is nog op zoek naar een vaste mediapartner om regelmatig in de media te komen, en zo de zichtbaarheid te vergroten en nog meer mensen op de hoogte te kunnen brengen van haar activiteiten.

De stichting wil gaan werken met ambassadeurs. Dit zijn bekende Nederlanders die bijvoorbeeld plaatsnemen in de jury's van de wedstrijden (zoals Arie Boomsma) en die de activiteiten van het Poëziepaleis onder de aandacht brengen bij een groter publiek.

Het Kinderdichterproject zal in de komende cultuurperiode verder uitgerold worden over andere provincies. De finales van de landelijke wedstrijden vinden verspreid door heel Nederland plaats, afhankelijk van de samenwerkingspartner..

Ook nieuwe samenwerkingsprojecten (al dan niet crossover met muziek) kunnen zorgen voor nieuwe ingangen en een nieuw publiek.

### **Educatie - kwaliteit en effectiviteit**

Zoals al eerder genoemd wordt ons materiaal ontwikkeld door deskundigen en worden de workshops gegeven door professionele dichters. Geregeld houden we door middel van evaluaties en enquêtes onder deelnemers onze producten tegen het licht. Stagiaires Communicatie doen uitgebreid onderzoek en lichten de website door. Door hun aanbevelingen op te volgen, streven we naar een vergroting van ons bereik, met name naar het deelname aan wedstrijden, downloads van lesmateriaal en bestellingen van bundels betreft. Vrijwilligers en bestuur evalueren jaarlijks de activiteiten. Met

projecten voor externe opdrachtgevers als het Nationaal Comité 4 en 5 mei vindt ook jaarlijks een evaluatie plaats.

### **Inspelen op digitale ontwikkelingen**

Voor alle wedstrijden kunnen deelnemers zowel per post als digitaal deelnemen. Lesmateriaal is gratis te downloaden via onze website. Social media spelen een belangrijke rol bij de promotie van al onze activiteiten. Het Poëziepaleis is actief op Facebook en Twitter en op digitale fora voor docenten. Onze nieuwsbrief wordt digitaal verspreid. Animatiefilmpjes van winnende gedichten zijn te vinden op Youtube.

Voor het bekendmaken van nieuwe activiteiten en werven van deelnemers spelen digitale kanalen een steeds grotere rol. Ook via de digitale nieuwsbrief, de website, Facebook en Twitter wordt nieuws over activiteiten verspreid. Via Facebook winacties hoopt het Poëziepaleis nieuwe volgers te bereiken. Via Google Analytics houden we onze digitale bezoekers in het oog. Eventueel stellen we onze aanpak bij. Op incidentele basis leggen we met een communicatiestrategie onze uitingen onder de loep.

Onze digitale nieuwsbrief heeft inmiddels 2300 abonnees. Dit is een belangrijk communicatiemiddel naar docenten. Verder nodigen we onze voormalig winnaars met digitale flyers om uit wederom deel te nemen aan de wedstrijden.

In 2016 lanceren we een nieuwe website inclusief een online platform. Deze website sluit beter aan bij de behoefte van onze doelgroepen. We zetten in op intensivering van contacten met online media, zodat we zo effectief en efficiënt mogelijk onze doelgroepen bereiken. Door meer ervaring op te doen met digitale (social) media, verwachten we een toename van het aantal deelnemers. Verder worden social media ingezet voor naamsbekendheid en klantenbinding. Voor de Jonge Dichter des Vaderlands is er een overeenkomst met scholieren.com voor publicatie. Nieuw is dat we ook poëtische dvd's van Beeldlijn gaan verspreiden.

### **Innoverende activiteiten**

Het nieuwe interactieve online forum dat in 2016 op de vernieuwde website in gebruik wordt genomen is innoverend. Op dit platform kunnen jongeren gedichten plaatsen en op elkaars gedichten reageren. In de nieuwe cultuurperiode willen we graag een app ontwikkelen en webinars geven. Nieuwe digitale mogelijkheden zullen verder worden uitgewerkt. Zo werkten we mee aan een MOOC in Brabant en zouden we dat graag breder trekken. Dat boort een nieuw publiek aan voor onze eigen activiteiten maar biedt ook de kans meer aandacht te genereren voor poëzieprojecten van anderen ter ondersteuning van nieuwe samenwerkingsverbanden. Interdisciplinaire projecten (bijvoorbeeld poëzie / muziek) spelen een grote rol. Veel poëzieprojecten kunnen gecombineerd worden met muziek (gedichten op muziek zetten) en musea- of monumentenbezoek (poëzie inzetten als verwerkingsopdracht).

### **Deskundigheidsbevordering**

Het Poëziepaleis biedt via steuninstellingen workshops deskundigheidbevordering aan voor ICC-ers en docenten. Door scholen en instellingen kunnen workshops op maat aangevraagd worden.

### **Lesmateriaal – ontwikkeling en evaluatie**

Het Poëziepaleis ontwikkelt jaarlijks lesmateriaal, in samenwerking met deskundigen, voor zowel primair als voortgezet onderwijs. Het is gratis te downloaden van onze website. Deels zijn dit lessen rond actuele thema's als pesten of de Kinderboekenweek. Er is verder een doorlopende leerlijn voor het voortgezet onderwijs, en in 2016 wordt de net ontwikkelde doorlopende leerlijn voor het primair onderwijs getest en uitgezet. Met ingang van 2016 kunnen we het aantal downloads per les bekijken. 'Loopt' een les niet, dan vervangen we die. Ook opmerkingen van docenten verwerken we, bijvoorbeeld over de moeilijkheidsgraad.

### **Samenwerking met onderwijsorganisaties of andere maatschappelijke instellingen**

Door haar activiteiten veelal via scholen aan te bieden, werkt het Poëziepaleis laagdrempelig en heeft de stichting een groot bereik. Alle kinderen en jongeren, ongeacht schoolniveau of achtergrond, kunnen deelnemen aan onze wedstrijden, via school of individueel. Zo laten we zoveel mogelijk kinderen en jongeren kennismaken met creatief schrijven.

Met Academie Minerva wordt samengewerkt voor illustraties, posters en animatiefilmpjes. Die worden door studenten gemaakt. Met ArteZ zijn we in gesprek om studenten creative writing in te zetten voor het geven van workshops en het maken van lesmateriaal.

Het Poëziepaleis werkt met verschillende maatschappelijke instellingen samen. Sinds 2004 organiseert het Poëziepaleis voor het Nationaal Comité 4 en 5 mei steeds in een andere provincie het project Dichter bij 4 mei. Deze dichtwedstrijd draait om het herdenken van de Tweede Wereldoorlog. De winnaar mag voordragen tijdens de Nationale Herdenking op de Dam.

Dichters van het Poëziepaleis geven les op de IMC Weekendschool in Groningen, en verzorgen workshops in kinderziekenhuizen in het hele land. Het Poëziepaleis werkt regelmatig samen met Special Arts, de stichting die kunstzinnige activiteiten organiseert voor lichamelijk en geestelijk gehandicapten. Het Poëziepaleis doneert overgebleven dichtbundels aan ziekenhuizen, scholen, de Voedselbank etc.

Naast deze maatschappelijke samenwerkingsverbanden, werkt het Poëziepaleis samen met een keur aan organisaties:

#### Alle niveaus:

leerkrachten/cultuurcoördinatoren, docenten Nederlands en mediathecarissen, educatief medewerkers van culturele instellingen en bibliotheken. Ingezet voor werving van deelnemers.

#### Lokaal/standplaats:

Groninger Forum Bibliotheek, SLAG Groningen, Bureau 05, Kunstbende, VRIJDAG, Urban House, de stadsdichter, Hanzehogeschool, de Jeugd Theaterschool, Beeldlijn, Scheepvaartmuseum, boekhandels en uitgeverijen, lokale pers.

Hierbij gaat het om illustratoren en animatiefilmers (Minerva), webbouwers, podia voor activiteiten, medewerking voor acts en docenten en dergelijke.

Regionaal: Cultuurclick, Kunst & Cultuur Drenthe, ICO Assen, Biblionet Groningen, Rijdende Popschool, Winterwelvaart.

Landelijk: het Poëziepaleis heeft goede contacten met festivals en literaire organisaties als Wintertuin, Passionate Bulkboek, Poetry International, School der Poëzie, de Stichting Lezen, Stichting Lezen & Schrijven, Cultuurnetwerk, Kunstfactor en de Buma Music Academy.

Het Poëziepaleis is altijd aanwezig bij de Dag van de Literatuureducatie, Dag van de Literatuur, Conferentie Het Schoolvak Nederlands.

Internationaal: Ook met de Vlaamse organisaties Jeugd en Poëzie en het Poëziecentrum Gent wordt samengewerkt. Recentelijk is er contact geweest met het Hamburgse festival Altonale, dat geïnteresseerd is in het concept van de Kinderdichter.

Door middel van deze samenwerkingen versterken alle partners hun eigen positie, ontstaan interessante kruisbestuivingen, wordt het bereik (vaak voor alle betrokken partijen) vergroot, en wordt er op materiaal en/of arbeid bespaard. Soms wordt er een podium aangeboden, soms een gezamenlijke activiteit uitgezet. Vaak worden kennis en netwerk gedeeld en maken we gebruik van elkaars pr-kanalen.

### **Buitenschoolse activiteiten**

Buitenschoolse activiteiten worden incidenteel ontwikkeld, bijvoorbeeld voor de naschoolse opvang of workshops tijdens een cultureel evenement. Met de Kunstbende worden gegevens van talentvolle jongeren uitgewisseld. Inzenden voor de wedstrijden mag natuurlijk op individuele basis, dus dat kan buitenschools zijn.

### **Activiteiten in opdracht van derden**

Voor het Nationaal Comité 4 en 5 mei wordt sinds 2004 Dichter bij 4 mei uitgevoerd. Een deel van de winnaars staat in de bundel van Doe Maar Dicht Maar, omdat de leeftijdscategorie hetzelfde is. Maar het project is veel kleinschaliger (steeds een andere provincie) en heeft een sterk sturend thema. PR-matig versterkt dit project Doe Maar Dicht Maar en vice versa.

### **Activiteiten buiten Nederland**

Zoals hierboven genoemd wordt er wel met de Vlaamse organisaties Jeugd en Poëzie en het Poëziecentrum Gent samengewerkt. De activiteiten zijn echter niet structureel. Vlaamse scholieren sturen wel elk jaar gedichten in voor Kinderen en Poëzie en Doe Maar Dicht Maar. Recentelijk is er contact geweest met het Hamburgse festival Altonale, dat geïnteresseerd is in het concept van de Kinderdichter. De intentie is om deze Hamburgse versie van de Kinderdichter in de volgende cultuurperiode te ontwikkelen.



## 2. Maatschappelijke waarde

### **Publieksbereik**

#### **Deelnemers**

We zetten in 2017-2020 in op een toename van 10% van het aantal deelnemers aan de wedstrijden. Door nieuwe projecten als de Kinderdichter breder uit te rollen, genereren we ook een nieuwe markt voor de landelijke wedstrijden. We zetten in op een toename van het aantal workshops, zowel binnen- als buitenschools als voor zakelijke doeleinden. Met behulp van Google Analytics krijgen we inzicht in de gebruikers van onze website.

#### **Doelgroepen / soorten deelnemers**

Zoals hierboven beschreven zijn er voor elke leerling van 6 - 18 jaar activiteiten en ondersteunende materialen beschikbaar, onderverdeeld naar opleidingsniveau. Voor leerkrachten en docenten ontwikkelt het Poëziepaleis lesmateriaal en workshops. De docenten zijn de intemediars – voor ons zeer belangrijk. Veel basisscholen sturen klassikaal in.

De dichtwedstrijden zijn zeer toegankelijk: iedereen uit de doelgroep kan meedoen, er is geen financiële of andere drempel. Beide landelijke wedstrijden kennen een vrij stabiel aantal inzenders van circa 4000. Voor beide wedstrijden is de landelijke spreiding goed; kinderen en jongeren uit heel Nederland nemen deel.

Onze wedstrijden zijn verdeeld in subcategorieën: middenbouw/bovenbouw van de basisschool en 12 t/m 14 jaar en 15 t/m 18 jaar en vmbo resp . havo/vwo in het voortgezet onderwijs. Zo kunnen we vrij concreet monitoren welke categorie goed loopt en welke minder, en daarop nieuw lesmateriaal aanpassen. Ook de landelijke spreiding wordt in het oog gehouden.

#### **Nieuwe deelnemers en meer diverse groepen deelnemers bereiken**

Door samen te werken wordt een nieuw publieksgroep bereikt: door crossover-verbanden met bijvoorbeeld muziek worden jongeren bereikt die spelenderwijs ontdekken dat ze meer met poëzie kunnen dan ze dachten. We zetten in op meer samenwerking met de Rijdende Popschool (primair onderwijs) en de Buma Music Academy (voortgezet onderwijs).

We willen materiaal op maat ontwikkelen voor kinderen van vluchtelingen. We zijn op zoek naar professionals die dit kunnen.

Door de Kinderdichterprojecten in de diverse gemeenten bereiken we veel kinderen uit gezinnen waar literatuur en creatief schrijven niet vanzelfsprekend zijn. Alle kinderen vinden het leuk om wat te schrijven over hun eigen straat of buurt of dorp. Op die manier kunnen we veel kinderen een uitdaging bieden en een aantal van hen de ervaring van een optreden en jurybekroning meegeven.

Door een interactief forum voor pubers te lanceren, hopen we die doelgroep ook uit te breiden.

Door de wedstrijden via scholen uit te schrijven, bereiken we een groot publiek. Wervingsposters voor de landelijke wedstrijden worden zo breed mogelijk verspreid.

Lokale of regionale projecten worden met behulp van steunfunctie-instellingen uitgezet. Verder werken we samen met vaste contacten op scholen en in bibliotheken.

Voor alle wedstrijden kunnen deelnemers zowel per post als digitaal deelnemen. Deelname aan alle wedstrijden is gratis. Lesmateriaal is gratis te downloaden via de website. Social media spelen een belangrijke rol bij de promotie van onze activiteiten. We zijn actief op Facebook en Twitter en op digitale fora voor docenten. Onze nieuwsbrief wordt digitaal verspreid. Animatiefilmpjes van winnende gedichten zijn te vinden op Youtube.

De finales van onze wedstrijden vinden bij voorkeur plaats in bibliotheken of andere openbare ruimtes die goed bereikbaar zijn met het openbaar vervoer. We houden de entree zo laag mogelijk om geen drempels op te werpen. Boekjes met winnende gedichten zijn te koop in onze webshop en te bestellen via boekhandels (ook online).

Ons streven is om meer met poëzie in de openbare ruimte te doen, zodat meer mensen (ook buiten de doelgroep) in aanraking komen met gedichten van kinderen en jongeren. Momenteel bieden we een poster van het winnende gedicht van de Kinderdichters aan de burgemeester van de betreffende gemeente, de bibliotheek en de school van het kind. Sommige gemeenten (en scholen) plaatsen winnende gedichten op hun website. Uiteraard schakelen we ook zoveel mogelijk media in met persberichten en nieuws over winnaars. Zo is de Kinderdichter Vlagtwedde vier maal per jaar te horen op Radio 2 en treedt de Jonge Dichter des Vaderlands geregeld op bij activiteiten van collega-instellingen.

### **Deelnemers uit standplaats/regio en daarbuiten**

Aangezien de grote wedstrijden landelijk zijn en deelnemers digitaal insturen, komen alle inzendingen per categorie in een bak terecht en niet per regio. We hebben de exacte cijfers daarom niet paraat. Maar we schatten in dat 15-20 % van de inzendingen uit het noorden komt.

### **Waar vinden de activiteiten in het kader van de manifestatie(s) plaats? Onderscheid: In en buiten de standplaats.**

Buiten de standplaats: Zoals hierboven beschreven vinden de finales van de landelijke wedstrijden door het hele land verspreid plaats, op wisselende locaties, vaak afhankelijk van de samenwerkingspartner (Bijv. Poetry, Passionate Bulkboek, Wintertuin). De finales van Doe Maar Dicht Maar waren de afgelopen jaren te vinden in Arnhem en Den Bosch. De finale van de Jonge Dichter des Vaderlands in Rotterdam. Voor Kinderen en Poëzie zijn we in gesprek met Poetry International (Rotterdam). Ook de workshops vinden door het land verspreid plaats.

Binnen de standplaats/regio: De workshops en finales van het Kinderdichterproject zijn meer lokaal georiënteerd. Momenteel in Groningen, Tynaarlo, Grootegast, Ten Boer, Vlagtwedde en Zuidhorn.

### **Klanttevredenheid**

Naar tips omtrent Doe Maar Dicht Maar en Kinderen en Poëzie gaat een stagiaire onderzoek doen. De uitslagen van de enquêtes/evaluaties bij Dichter bij 4 mei en de Kinderdichter zijn over het algemeen positief. Bij kritische opmerkingen proberen we e.e.a. aan te passen.

### **Klantenbinding / duurzame relatie met de (onderwijs)instellingen**

Docenten kunnen zich inschrijven voor een digitale nieuwsbrief en zodoende goed op de hoogte blijven van onze activiteiten. De scholen waarop de winnaars zitten, worden achterin de bundels vermeld, wat eervol is. In ons jubileumjaar stuurden we de leerkrachten en docenten van de 100 winnaars van Kinderen en Poëzie en Doe Maar Dicht Maar een gratis dichtbundel toe, naast een brief met felicitaties. Leerkrachten en docenten worden altijd uitgenodigd voor finales van hun leerlingen. Winnaars krijgen de volgende jaargang een wervingsposter op hun huisadres.

### **Online bereik (social media)**

De digitale nieuwsbrief heeft ruim 2300 abonnees. Op Twitter (waar we niet heel actief zijn) hebben we 819 volgers. Op Facebook 1426 likes. Daar komen er elke week meer bij.

### **Code Culturele Diversiteit**

De code heeft de aandacht van het Poëziepaleis. Qua programma, publiek en partners zijn we goed op weg. We komen op alle scholen, zonder onderscheid.

## **b. Ondernemerschap**

### **Reflectie op financiële positie 2013-2016 in relatie tot de begroting 2017-2020**

De jaren 2013-2016 stonden vooral in het teken van de bezuinigingen in de cultuursector. Het was belangrijk de kernactiviteiten te behouden en alle activiteiten uit te kunnen voeren met een minimaal budget. Consequenties hiervan waren dat we nog meer dan voorheen op zoek moesten gaan naar samenwerkingspartners, dat activiteiten enigszins uitgekleeft plaatsvonden, en dat er met een zo klein mogelijke bezetting (1,95 fte) werd gewerkt.

Voor het organiseren van de festivals werken we zoveel mogelijk samen met andere organisaties maar voor onze wedstrijd Kinderen en Poëzie is het niet gelukt de prijsuitreiking ergens anders onder te brengen (inmiddels zijn we in gesprek).

Zo'n beperkte bemensing maakt de organisatie kwetsbaar. Ook het overleg met alle noodzakelijke samenwerkingspartners vergde veel tijd. Er werd bespaard op het activiteitenbudget maar de beheerslasten zijn hierdoor hoger. Verder was er weinig geld en tijd te besteden aan marketing- en PR-activiteiten. Daarvoor werden stagiaires ingezet.

Voor 2017-2020 is er meer geld begroot om

- 1) het aantal fte's uit te kunnen breiden;
- 2) het festival voor Kinderen en Poëzie terug te kunnen brengen.

Ad. 1) Door het aantal fte's uit te breiden komt er wat meer lucht, hoeft er minder geschakeld te worden tussen werknemers en samenwerkingspartners, en is er meer tijd voor marketing- en PR-activiteiten. Dat laatste is belangrijk gebleken voor het vergroten van het bereik en bij het werven van fondsen en sponsors.

Het Poëziepaleis maakt veel gebruik van stagiaires om de kosten laag te houden. Stagevergoedingen zijn met ingang van 2016 belastbaar; als er meerdere stagiaires werkzaam zijn (ter vervanging van 'reguliere' dure werknemers), gaan de loonkosten omhoog.

Ad. 2) De wedstrijd Kinderen en Poëzie bestaat al 30 jaar maar heeft de laatste jaren geen feestelijke festivalafsluiting meer. Deze wedstrijd is voor een 'unieke doelgroep' in de letterenketen (6-12 jarigen). Het festival bleek niet onder te brengen bij bestaande festivals, zoals gedaan voor de Doe Maar Dicht Maar (12-18 jaar). Dit is spijtig want het Poëziepaleis ziet haar activiteiten voor deze doelgroep niet alleen als belangrijk voor de taal- en algemene ontwikkeling van kinderen, maar ook als een kans om hen al jong te enthousiasmeren voor creatief schrijven en literatuur. We blijven daarom zoeken naar een mogelijkheid om een feestelijke afsluiting van de wedstrijd te organiseren.

### **Personeelsbeleid en goed werkgeverschap**

De artistiek/algemeen leider heeft een vaste aanstelling (0,77 fte). Twee medewerkers werken ieder 0,44 fte met een tijdelijk contract. Voor sommige projecten wordt gewerkt met een oproepkracht. Het bestuur streeft naar een sociaal acceptabel beloningsbeleid, voor zover de stichting daartoe in staat wordt gesteld door de subsidiënten. Er wordt geen cao toegepast. Er worden geen overeenkomsten aangegaan met beloningen hoger dan de norm Wet Normering Topinkomens.

Naast deze werknemers verricht een team van circa 25 vrijwilligers werkzaamheden voor de stichting. Letterenstudenten, leerkrachten en docenten Nederlands maken deel uit van onze redacties van vrijwilligers en hebben zo een actieve rol bij de selectie van de duizenden gedichten. Vrijwilligers ontvangen hiervoor een vergoeding naar inzet van maximaal € 4,50 per uur en een kleinigheidje met kerst. Vrijwilligers blijven vaak jarenlang werkzaam voor de stichting.

Jaarlijks wordt een jaarrekening met bestuursverslag opgesteld, vergezeld door een controleverklaring van een accountant.

### **Financieringsmix en strategie bij tegenvallende inkomsten**

De strategie bij tegenvallende inkomsten is noodgedwongen al ontwikkeld in de periode 2013-2016 door de bezuinigingen in de cultuursector. Er is gericht op de kernactiviteiten, en besloten zelf geen festivals meer te organiseren. Er is veel samengewerkt met andere organisaties om kosten te drukken en activiteiten vonden enigszins uitgekleeft plaats (bijvoorbeeld het sober of niet uitvoeren van het festival). Er was een minimale bezetting van 1,95 fte, wat de organisatie kwetsbaar maakte. In de periode 2017-2020 streven we naar een terugkeer van het festival voor Kinderen en Poëzie, en het

aantal fte's iets te verhogen om meer in te zetten op marketing, PR en fondsenwerving. In 2017-2020 wil de stichting haar kwetsbaarheid verminderen.

### **Andere inkomstenbronnen en strategie 2017-2020**

Bij het project Kinderdichter in diverse gemeenten zagen we dat het effect van de poëzie veel groter is dan literatuureducatie alleen. De gedichten zijn heel geschikt voor publicatie in de openbare ruimte en hebben ook een functie voor marketing van de gemeente, toerisme en leefbaarheid. Voor dat project proberen we dus ook geld aan te vragen buiten de literatuureducatieve potjes om. In de provincie Groningen proberen we een leefbaarheidsfonds aan te spreken, of een aardbevingsfonds. We kijken ook naar Leeuwarden 2018 en andere incidentele bronnen. Voor de nieuwe editie van de Jonge Dichter des Vaderlands schrijven we een groot fonds aan.

Het lastige is dat we voor het binnenhalen van fondsen eerst tijd en geld moeten investeren, dus bij bezuinigingen wordt onze kwetsbaarheid groter. Een stabiele basis is een voorwaarde voor het voortbestaan en uitbouwen van projecten.

### **Code Cultural Governance**

Het bestuur bestaat uit zes leden. Er wordt gestreefd naar een evenwichtige samenstelling naar leeftijd en geslacht. De selectie van nieuwe leden gebeurt door middel van netwerkwerwing, op basis van een door het bestuur vastgesteld profiel van kwaliteiten en competenties.

Het bestuur volgt de richtlijnen van de Code Cultural Governance en controleert de punten jaarlijks. De bestuursleden verrichten hun werkzaamheden onbezoldigd. Gemaakte onkosten in het kader van het werk voor de stichting kunnen worden gedeclareerd.

## **Marketingmix en mediagebruik**

### **Positionering van de activiteiten in de markt**

Het Poëziepaleis bekleedt een unieke positie in de letterenketen. We brengen onze doelgroep, 6-18 jarigen, via school in aanraking met poëzie. Winnaars van de afgelopen editie krijgen ook een poster van de nieuwe wedstrijd toegezonden.

Lokale projecten als de Kinderdichter worden gecommuniceerd via onze vaste contacten of via steunfunctie-instellingen.

Aan het begin van het schooljaar worden posters met de aankondiging van de wedstrijd naar alle scholen en bibliotheken in het hele land gestuurd.

We werken mee aan informatieavonden van bibliotheken over de Kinderboekenweek om onze eigen activiteiten te laten zien. We proberen zoveel mogelijk aanwezig te zijn bij studiedagen en conferenties waar onze intermediairs (leerkrachten/docenten) aanwezig zijn.

### **Marketinginstrumenten en reflectie op effectiviteit marketingstrategie**

We investeren in contacten met allerhande media om aan klantenbinding te doen. Uiteraard versturen we persberichten bij events en nieuws.

We werken veel samen met collega-instellingen om de kosten te beperken en om van elkaars marketingkanalen gebruik te maken en om te zorgen dat onze activiteiten niet te veel overlappen. Via Google Analytics houden we onze digitale bezoekers in het oog. Eventueel stellen we onze aanpak bij. Op incidentele basis leggen we met een communicatiestrategie onze uitingen onder de loep.

Voor het bekendmaken van nieuwe activiteiten en werven van deelnemers spelen digitale kanalen een steeds grotere rol. Onze digitale nieuwsbrief heeft inmiddels 2300 abonnees. Dit is een belangrijk communicatiemiddel naar de docenten. Verder nodigen we onze voormalig winnaars uit om wederom deel te nemen aan de wedstrijden. Ook via onze website, Facebook en Twitter wordt nieuws over activiteiten verspreid..

Medewerkers van het Poëziepaleis hebben geregeld zitting in jury's van andere projecten of van scholen (zoals Kunstbende of Voorleeswedstrijd). Steunfunctie-instellingen maken melding van onze activiteiten op hun websites en in hun nieuwsbrieven naar het onderwijs. Het Kinderdichterproject staat in de online projectenbank van Cultuureducatie met Kwaliteit.

In 2016 lanceren we een nieuwe website inclusief een online interactief platform. Deze website sluit beter aan bij de behoefte van onze doelgroepen, en is gericht op het creëren van interesse voor onze projecten. We zetten in op intensivering van contacten met online media, zodat we zo effectief en efficiënt mogelijk onze doelgroepen bereiken. Door meer ervaring op te doen met digitale (social) media, verwachten we een toename van het aantal deelnemers. Verder worden de social media ingezet voor naamsbekendheid en klantenbinding. Communicatiestagiaires helpen ons bij het ontwikkelen van een strategie.

### **Promotieactiviteiten voor specifieke doelgroepen en onderwijsinstellingen**

Zoals hiervoor al beschreven, sturen we posters naar scholen en bibliotheken, krijgen ex-winnaars rechtstreeks bericht, gebruiken we onze website, Facebook en Twitter en proberen we zoveel mogelijk berichten op digitale fora voor docenten en andere geïnteresseerden geplaatst te krijgen.

Ook een website als Leesplein besteedt geregeld aandacht aan onze uitingen.

Via Facebook-winacties hopen we nieuwe volgers te bereiken. We zijn aanwezig bij de Conferentie Het Schoolvak Nederlands of laten posters in de persmap stoppen. We zijn aanwezig bij de Dag van de Literatuur en de Dag van het Literatuuronderwijs en werken mee aan voorlichting van bibliotheken over bijvoorbeeld de Kinderboekenweek. We hebben zitting in jury's van collega-instellingen om onze eigen activiteiten ook onder de aandacht te brengen.

Met ons beperkte budget kunnen we echter minder doen dan we graag zouden willen en komt het erop neer dat er geregeld stagiaires ingezet moeten worden.

**Op welke wijze maakt u de activiteiten kenbaar aan potentieel publiek?**

Voor alle grote wedstrijden stuurde het Poëziepaleis in het verleden via een mailingbureau alle scholen van het primair en voortgezet onderwijs een poster met aankondiging en reglement. In de periode 2013-2016 stapten we in verband met kostenbesparing over tot het gratis meesturen van posters met het tijdschrift Lezen van de Stichting Lezen, maar uit onderzoek bleek dat we daardoor toch een groot deel van de doelgroep misliepen. We stappen dus graag weer over op een mailingbureau.

Ook op de website en social media van het Poëziepaleis worden oproepen en aankondigingen voor alle activiteiten gedaan. Op Facebook heeft het Poëziepaleis af en toe like- en winacties om jongeren te trekken. Voor kleinere activiteiten ontvangen onderwijsinstellingen meestal een brief met informatie. Regelmatig bezoeken medewerkers netwerkactiviteiten van cultuurorganisaties en onderwijsinstellingen en conferenties om contact te leggen met docenten. Via digitale nieuwsbrieven en stukjes op websites als Leesplein kondigen we alle activiteiten verder aan bij docenten. Met andere cultuurinstellingen maakt het Poëziepaleis vaak afspraken voor het promoten van elkaars activiteiten.

Het Poëziepaleis werkt graag mee aan openbaar toegankelijke optredens, zoals Dichters in het Donker, Dichters in de Prinsentuin of een Amnestybijeenkomst, om zoveel mogelijk mensen in aanraking te laten komen met poëzie door kinderen en jongeren.

We werken aan het zichtbaar maken van poëzie in de openbare ruimte, bijvoorbeeld door winnende gedichten van Kinderdichters tentoon te stellen of te vereeuwigen in stoeptegels.

Het project van de Kinderdichter heeft een bijzondere reikwijdte. Poëzie in de openbare ruimte kan een positief effect hebben op het toerisme. Ook voor de leefbaarheid in een gemeente is het een prachtig project. Kinderen kunnen optreden tijdens feestdagen, in bejaardencentra etc.

### **Webmarketing en online PR**

In 2016 wordt onze website vernieuwd, inclusief een interactief forum. Door meer ervaring op te doen met digitale (social) media, verwachten we een toename van het aantal deelnemers. Verder worden social media ingezet voor naamsbekendheid en klantenbinding (nieuwsbrieven, like-en-winacties). Voor de Jonge Dichter des Vaderlands is er een overeenkomst gesloten met scholieren.com voor publicatie. Nieuw is dat we ook poëtische dvd's van Beeldlijn gaan verspreiden.

Verder zullen nieuwe digitale mogelijkheden verder worden uitgewerkt, bijvoorbeeld Facebookadvertenties. Samenwerkingsverbanden boren nieuw publiek aan voor onze eigen activiteiten maar bieden ook de kans meer aandacht te genereren voor poëzieprojecten van anderen ter ondersteuning van nieuwe projecten. Interdisciplinaire projecten (bijv. poëzie in combinatie met muziek) spelen een grote rol.

Het Poëziepaleis is al enkele jaren op zoek naar een vaste mediapartner. Maar dat blijkt lastig voor de doelgroep kinderen en jongeren. Wel werkt het Poëziepaleis voor de Jonge Dichter des Vaderlands

samen met scholieren.com. Leesplein is ons ook gunstig gezind. Persberichten worden goed opgepikt door (lokale) media, de Jonge Dichter des Vaderlands heeft in diverse media gepubliceerd, en de Kinderdichter van Vlagtwedde is periodiek te horen op Radio 2.

### **Prijsstrategie**

Zoveel mogelijk kinderen en jongeren met poëzie in aanraking laten komen is de drijfveer van het Poëziepaleis. Laagdrempeligheid is daarbij heel belangrijk. Daardoor zijn onze festivals, lesmaterialen en activiteiten zoveel mogelijk gratis, en wordt voor workshops in het kader van onze wedstrijden slechts een beperkte vergoeding gevraagd. Andere workshops (bijvoorbeeld voor bedrijven) en bundels worden aangeboden tegen marktconform tarief. De dichters en docenten worden marktconform tarief betaald. Dit heeft voor de financieringsmix als gevolg dat er weinig eigen inkomsten worden gegenereerd, en dat het Poëziepaleis altijd afhankelijk is van subsidies, fondsen en sponsoring. Het ingewikkelde is dat voor het werven van (en rapporteren aan) fondsen en sponsors veel tijd nodig is, maar het aantal beschikbare fte's tot nu toe beperkt is (en afhangt van overheidssubsidies en –fondsen).