

Stichting Graphic Design Festival Breda

Inhoudelijk jaarverslag 2018 - concept

januari 2019

Inhoudsopgave

Inleiding	1
1. Graphic Matters	2
2. Blind Walls Gallery	5
3. SPACE	8
4. Projects	10
Bestuursverslag	bijlage
Financieel jaarverslag	bijlage

Inleiding

"Wij laten je kijken, jij gaat het zien".

Grafische beelden zijn alomtegenwoordig in onze fysieke en digitale omgeving. Ze bepalen mede hoe we de wereld zien en hoe we ons gedragen. Grafische vormgeving is alomtegenwoordig en doet er toe. Onze projecten laten je stilstaan bij het belang van beeldcultuur in onze maatschappij. We hebben de ambitie je op bijzondere wijze altijd en overal te bereiken met actuele inhoud.

Met Graphic Matters, Blind Walls Gallery, 3sec.gallery, reizende exposities, workshops, rondleidingen en lezingen laten we je door opvallende presentaties met interactieve uitleg zien hoe ontwerpers omgaan met hedendaagse maatschappelijke ontwikkelingen. Je ontdekt de verhalen en de ontwerpers achter het beeld.
(missie in Meerjarenplan 2017-2020)

Op basis van het meerjarenbeleidsplan 2017-2020 werkten we in 2018 aan:

1. ontwikkeling thema, lokatie, programma, communicatie en marketing Graphic Matters 2019;
2. uitbreiding omvang en naamsbekendheid Blind Walls Gallery;
3. opzet doorlopend presentatie programma; met of zonder vaste presentatieruimte SPACE;
4. oprichting van een R&D afdeling: Graphic Matters Studio. Dit initiatief valt onder 'projects', een verzamelnaam voor incidentele werkzaamheden aan (reizende) tentoonstellingen en opdrachten van derden.

Dit inhoudelijk jaarverslag geeft weer welke doelstellingen gerealiseerd zijn en geeft inzicht in concrete resultaten op basis van deliverables opgenomen in het 'Activiteitenplan 2018'. Voor alle ondernomen activiteiten was het uitgangspunt dat ze moesten bijdragen aan de continuïteit van de organisatie en onze zichtbaarheid vergroten zowel in de stad als daarbuiten.

1. GRAPHIC MATTERS

In 2018, een jaar zonder festival, wilden we Graphic Matters doorlopend profileren als toonaangevend festival onder Bredanaars, onze professionele doelgroep en social media volgers door aanwezigheid in de stad, bij partner events, inspirerende avonden voor vakpubliek en sterke online aanwezigheid.

Tegelijkertijd werkten we aan voor het aankomende festival: we ontwikkelden een nieuwe marketing strategie, bedachten een nieuw thema en implementeerden een (tijdelijke) nieuwe website. Ook stond het werven van nieuwe (media) partners op de agenda.



Boven: Interventie 'Summer of Like' door Dadara in park Valkenberg. Foto's: Edwin Wiekens

1.1 Aanwezigheid in de stad

Om onze aanwezigheid in de stad te vergroten ontwikkelden we een nieuw presentatie concept. Dit gaat uit van presentaties op onverwachte locaties, waarbij slim gebruik wordt gemaakt van de kansen die de stad te bieden heeft.

Het concept kreeg de naam 'RePublieke Ruimte'. Tijdens de ontwikkeling is besloten dit concept pas vanaf 2020 uit te rollen ivm toename werkzaamheden Blind Walls Gallery en Graphic Matters. De plannen voor deze onderdelen zijn ambitieus. Gezien de omvang van de organisatie het is niet realistisch te verwachten dat 'RePubliekeRuimte' eerder succesvol van start kan. Wel is besloten in opmaat naar de realisatie te werken aan pilots in 2018 en 2019.

In 2018 wilden we een doorlopende vlaggen expositie in het Valkenbergpark introduceren. Hiervoor kregen we helaas niet alle betrokken afdelingen van de gemeente enthousiast. In de periode juni-september is wel de expositie 'Summer of Like' van Dadara gerealiseerd. Het project is benadert als pilot voor 'RePubliekeRuimte'. Dadara ontwierp een fictief festival bestaande uit vlaggen, interventies en posters dat mensen in het park opriep om onderling te verbinden ipv met hun smart phone. Het project kreeg de nodige aandacht in de lokale pers en is eind augustus deels herhaald tijdens het evenement 'Kaapstad' in Tilburg.

1.2 Partner events

Om zichtbaarheid te genereren werkten we samen met:

1. Playgrounds Blend (april)

We programmeerden 2 sprekers tijdens deze conferentie: Mr. Bingo en Cool Shit. panGenerator en Jan Bajtlik spraken tijdens Playgrounds Sessions in oktober. Een goede samenwerking die in 2019 voortgezet wordt;

2. Fiets Fiesta (juni)

we presenteerden de expositie 'Velocipedia' van de Italiaanse ontwerper Gianluca Gimini bij Pier15 en gaven een pechakucha presentatie over 'fietsen in de kunst';

3. Pannen op het Dak (juni)

we presenteerden de expositie "Community Service Announcement" van de Australische illustrator Jeremyville (ook Graphic Matters 2017) op het dak van de Concordia Garage;

4. De Affiche Galerij (juli-augustus)

Voor de vierde keer organiseerden we samen met De Affiche Galerij uit Den Haag een poster competitie voor eerstejaarsstudenten van de academies in Breda, Rotterdam, Arnhem, Utrecht. Na een kick-off in februari en jurering in mei waren de winnende posters in de zomer te zien in Den Haag en Breda;

5. Kaapstad (augustus)

De uit Breda verbannen verkeersborden van het 'Summer of Like' project van Dadara waren hier te zien. Een goede kennismaking en opmaat voor samenwerking in 2019.

6. Tilburg Fietst Festival (september)

we presenteerden de expositie 'Velocipedia' van de Italiaanse ontwerper Gianluca Gimini in de Koepelhal en gaven een pechakucha presentatie over 'fietsen in de kunst';

7. Maand van Geschiedenis (oktober)

Samen met Stadsarchief Breda en Stedelijk Museum Breda boden we in de herfstvakantie de kinderworkshop Demoji (ook Graphic Matters 2017) aan in het museum;

8. Dutch Design Week (oktober)

ism Playgrounds en TAC presenteerden we een expositie van de Poolse studio panGenerator;

9. Polish Design Week (oktober)

de expositie tijdens DDW werd gerealiseerd ism de Polish Design Week. Deze samenwerking maakte ook de komst van ontwerper Jan Bajtlik naar Eindhoven en Breda mogelijk. Hij gaf hier lezingen en een workshop op basisschool De Boomgaard;

10. NONF (november)

We presenteerden een selectie posters langs de Belcrumweg tijdens dit literaire evenement georganiseerd door TILT in Electron.

Deze projecten zorgden voor nieuwe contacten, social media content en persaandacht. De frequentie lag vrij hoog, waardoor strategische werkzaamheden op de langere termijn vertraging opliepen. Waaronder het onderzoek naar samenwerking met muziek festivals. Dit blijft een aandachtspunt voor de toekomst.



Boven: 'Velocipedia' door Gianluca Gimini bij Pier15 tijdens FietsFiesta
Links: 'APPARATUM' door panGenerator in TAC tijdens Dutch Design Week

1.3 Inspiratie avonden

Onder de titel 'Overwerk' presenteerden we regelmatig inspirerende lezingen en workshops voor de lokale makers. De sfeer op deze avonden was bewust informeel; beperkt aantal plaatsen, lage entree prijs, hospitality bar en bijzondere internationale gasten. De avonden werden georganiseerd in samenwerking met De Watermaker en andere incidentele partners.

feb	Vermibus/Mirko Ilic - lezing - 62 bezoekers
apr	Coolshit - workshop - 29 deelnemers
juni	Jan Hamstra - lezing - 24 bezoekers
aug	Dadara - lezing - 32 bezoekers
okt	Jan Bajtlik/PanGenerator - lezing - 48 bezoekers

Verzorgden we meer dan 10 lezingen over Graphic Matters op diverse hogescholen als AKV|St.Joost Breda, AKV|St.Joost Den Bosch, KABK Den Haag, HKU Utrecht, Willem de Kooning Rotterdam, Artez Arnhem en BUAS (NHTV) Breda.



Boven: 'Mirko Ilic tijdens Overwerk §13
Links: Danger Dave tijdens Overwerk §14

1.4 Online aanwezigheid

Door de activiteiten hebben we gedurende het jaar voldoende content kunnen maken om onze eigen kanalen relevant te houden.

De samenwerking met DUDE is voortgezet en er verschenen drie artikelen in dit magazine. De werving van nieuwe media partners is verzet naar 2019 omdat dan de inhoud van Graphic Matters meer vorm heeft.

De gewenste groei van Facebook volgers is niet bereikt. Facebook heeft in 2018 algoritmes aangepast en veel inactieve accounts verwijderd. Statistieken kunnen de exacte toename van volgers niet aantonen, noch inzichtelijk maken hoeveel accounts verwijderd zijn. Per saldo is het aantal volgers niet gegroeid, we weten dus wel dat de volgers die we nu hebben 'echt' zijn.

De gewenste groei van Instagram volgers kon door beperkte advertentie mogelijkheden ook niet behaald worden. Wel was er een organische groei van meer dan 500 volgers.

Deliverables

Activiteiten

- 5x Overwerk ✓
- 4x lezing op academie ✓
- 1x vlaggen expo Park Valkenberg ✓
- 2 sprekers op Playgrounds Blend ✓
- 2 sprekers op Playgrounds Sessions ✓
- 2x programma ism lokaal festival ✓
- 1x programma ism nationaal festival ✓

Marketing doelstellingen

- communicatie strategie 2018-2021 ✓
- projectplan Graphic Matters 2019 ✓
- nieuwe website ✓
- 6x online column/video ✓
- 2x nieuwe mediapartner (2019)
- groei Facebook 23K > 28K volgers ✗
- groei Instagram 4K > 7K volgers ✗
- subsidie Brabant C (2019)

2. BLIND WALLS GALLERY

In 2018 is de collectie van Blind Walls Gallery verder uitgebouwd. Letterlijk en figuurlijk hoogtepunt was de schildering van de Franse kunstenaar Mantra op de kopgevel aan de Tuinzigtlaan. Sinds onze start in 2015 stond een dergelijke schildering op ons verlanglijstje. Echter was het moeilijk woningcorporaties te overtuigen van de meerwaarde. Na samenwerking aan eerdere projecten durfde Alwel het aan ook op deze schaal samen te werken met een overweldigend resultaat met een enorm bereik in (social) media.

Daarnaast is veel aandacht besteed aan het formuleren van een toekomst scenario met bijbehorend projectplan 'Groter dan de Grote Kerk'. Om de ambitie van dit plan waar te maken is een forse investering nodig in communicatie activiteiten. Hiervoor is in september 2018 een Impulsgelden aanvraag gedaan bij Kunstloc. De aanvraag is unaniem toegekend door de jury. De middelen zijn vanaf 2019 inzetbaar.

In 2018 bleek meerdere malen dat de stad BWG omarmd heeft. Er was veel pers aandacht en steeds vaker worden we benadert door particuliere huiseigenaren die hun muren aanbieden. Ultieme vorm van erkenning was de vermelding in het bestuursakkoord 'Lef & Liefde' waarin de gemeente Breda de ambitie uitspreekt om in 2021 honderd zichtbare muurschilderingen te hebben.

De rondleidingen voor groepen en individuele bezoekers waren een zeer groot succes. Ruim 1.900 bezoekers gingen mee, een ruime verdubbeling ten opzichte van de geplande 800. Dit succes leverde een positieve bijdrage aan de uitstraling van de stad, we bereikten toeristen, bedrijfsuitjes, familie feesten en Bredanaars. De enorme belangstelling voor tours had wel tot gevolg dat het team (die ook de rondleiders zijn) minder tijd had voor lange termijn activiteiten. Naast de 5 beroepskrachten is er 1 vrijwillige gids ingezet. Dit aantal wordt vanaf 2019 verhoogd naar 4.



muurschildering Mantra, Tuinzigtlaan

Uitgevoerde schilderingen

Sticky Fingers	Gasthuisvelden ism De Teruggave en Cultuurnacht
Zenk One	Ahormstraat ism bewoners Tuinzigt, Wonen Breburg, Gemeente Breda
Studio Octovidu	Magnoliastraat ism bewoners Tuinzigt en AKV St.Joost
Jonno Vaes & Nick van Steen	Gielis Beijsstraat ism Princenhage 75
Nasepop	Doornboslaan
BoonieM	Mols parking (AR toepassing door Apvis)
Mantra	Tuinzigtlaan ism Alwel
Alfalfa	Dijklaan
Colectivo Licuado	Vestkant ism Wonen Breburg
Hedof	Mols parking ism Greenpeace
Joren Joshua	Terheijdenseweg ism Van Gogh Murals Brabant (Zuidlijn/Van Gogh Brabant)
Sam van der Wijden*	Pasbaan
P. Winkel & Bruce TMC	Haveneiland ism Pier15, Belcrum Beach en STEK
Studio Slurp	Markendaalseweg ism Stadsarchief en BN/DeStem
Hansje van Halem	Gasthuisvelden (binnen) ism De Teruggave
Jaune**	Ginnekenstraat en Adriaan van Bergenstraat ism afvalservice Breda
Gummy Gue*	Odilia van Solmstraat ism Gemeente Breda

* oplevering in 2019

** meerdere locaties volgen in 2019

Uitgevoerd door partners/ontsloten via BWG website

Maaïke Canne	Haveneiland (binnen) ism Pier 15
Tom de Meer	jongerencentrum Galaxy Haagse Beemden ism Surplus

2.1 Uitstraling van de stad

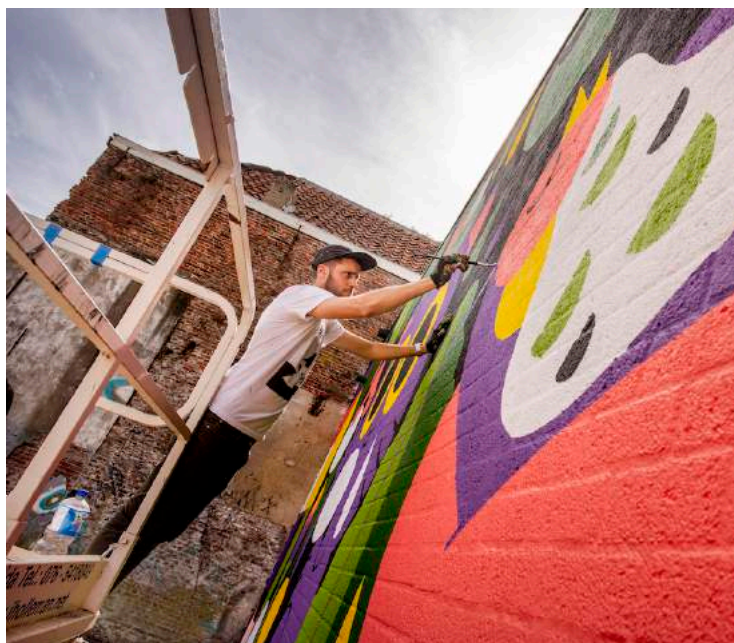
We werkten samen met de nieuwe city marketing organisatie en Visit Brabant aan influencer bijeenkomsten en internationale campagnes. Dit resulteerde aan diverse internationale artikelen door bloggers, volgers en reismedia. Er was aandacht in nationale media als de Telegraaf en meerdere tijdschriften. Op De Correspondent verscheen een zeer uitgebreid artikel over onze werkwijze, gezien vanuit een international perspectief.

Regionale media als BN/DeStem en Omroep Brabant publiceerden meerdere items over diverse muren.

Burgemeester Paul Depla gaf zijn vertrekkend collega in zusterstad Wroclaw (PL) een muurschildering door Robin Nas cadeau. Blind Walls Gallery realiseert deze schildering in 2019.

In 2017 wonnen we de Brabantse Erfgoed Prijs, een deel van het geldbedrag is besteed aan een studiereis naar Philadelphia. Hier hadden we een werksessie met Mural Arts Project, een organisatie met ruim 30 jaar ervaring met het maken van muurschilderingen vanuit een maatschappelijk perspectief. We wisselden ervaringen uit en deden inspiratie op.

Helaas was er niet voldoende capaciteit voor het maken van de alternatieve stadsplattegrond. Dit concept is geïntegreerd in het plan waarvoor Kunstloc subsidie heeft verleend en wordt in 2019 verder ontwikkeld en uitgevoerd.



muurschildering Hedof, Mols Parking

Bijzonder was de samenwerking met Greenpeace. Ze benaderden de Bredase illustrator voor een muurschildering in het kader van de wereldwijde campagne #wingsofparadise. We legden een inhoudelijk verband met onze collectie en zorgden voor de productie van de schildering aan de Mols Parking.

2.2 Draagvlak in de stad

In overleg met Erfgoed Brabant en de Cultuurwinkel ontwikkelden we nieuw educatief concept voor Bredase PO scholen in de vorm van een kinderboek met aanvullende verwerkingslessen. Om tot realisatie te komen is samen met de Nutsscholen Breda en het Stadsarchief een subsidie aanvraag ingediend bij Fonds Cultuur Participatie. Uitslag volgt in 2019. Implementatie gepland vanaf 2020.

Voor het OLV lyceum en Kellebeek college ontwikkelden we educatieve workshops die passen bij het niveau van de leerlingen en goed te integreren zijn in het lesaanbod. Zo gingen 200 Kellebeek leerlingen mee op tour om vervolgens een eigen street art stencil te maken. Meer dan 240 OLV-ers gingen mee met rondleidingen. 160 van hen volgden een workshop waarin ze een concept voor een muurschildering ontwikkelden inclusief historisch en artistiek research.

Voor lokale evenementen als Cultuurnacht (januari), FietsFiesta (mei), Pannen op het Dak (juli), Urban Trail Run (augustus), Cultour (introductie studenten St.Joost, september), Open Monumentendag (september) en NONF (november) ontwikkelden we speciale mini of thema tour formats. Dit leverde meer dan 800 bezoekers op. Ook was er Alley Cat-race (maart) en organiseerden we een nachtelijke fietstour onder de naam Nightride (september).

Bij de realisatie van schilderingen werkten we samen met woningbouwcorporaties, fysiek- en sociaal wijkbeheerders en georganiseerde bewoners. Het initiatief hiertoe kwam vanuit beiden. Steeds vaker weten bewoners ons te vinden en doen ze een beroep op subsidiegelden van de regeling Wijkimpuls om samen een muurschildering te realiseren.

Naar aanleiding van de schildering door Mantra is met woningcorporatie Alwel gesproken over het afstemmen van onderhoud en het plannen (en mede financieren) van toekomstige schilderingen.

Met Zuid-Lijn is een regionale samenwerking opgezet in de spoorzones van de B5-steden onder de titel Van Gogh murals worden 5 muurschilderingen gerealiseerd.

Het aantal volgers op social media groeide iets minder dan verwacht. De toename in volgers op Facebook (4,5K) bestaat grotendeels uit lokale volgers. Voor Instagram (2,5K) betreft het een internationaal bereik. Dit zijn gunstige uitgangspunten voor de geplande campagnes in 2019.



muurschildering Joren Joshua, onderdeel Van Gogh-murals, Terheijdensestraat

Deliverables

Activiteiten

- 16x muurschildering (19) ✓
- 800 bezoekers bij rondleidingen (> 1.900!) ✓
- ontwikkeling educatief programma ✓
- alternatieve stadsplattegrond oplage 5.000 (2019)
- 5x samenwerking lokaal festival ✓

Marketing doelstellingen

- samenwerking woningbouw ✓
- nieuwe website (2019)
- 10 lokale artikelen ✓
- 2 nationale artikelen ✓
- 1 influencer meeting ✓
- 4 influencer tours ism Visit Brabant ✓
- groei Facebook van 3K naar 6K volgers ✗
- groei Instagram van 1K naar 3K volgers ✗
- BKKC impuls geld subsidie ✓

3. SPACE

In ons meerjarenbeleidsplan beschrijven we de ambitie tot de ontwikkeling van een eigen presentatieruimte met een doorlopend programma. Elk plek waar we werk van internationaal aansprekende makers vanuit een artistiek inhoudelijke benadering kunnen tonen. Een dergelijke ruimte draagt bij aan de zichtbaarheid in de stad, doorlopende bereik van (vak)publiek en de samenwerking met internationale partners.

Tot op heden hebben we nog geen ruimte gevonden die past bij de ambitie. We zetten de zoektocht voort en zijn goed geïnformeerd over ontwikkelingen als KlaversJansen en Gasthuisvelden. Zolang er geen ruimte gevonden is, zetten we in op de ontwikkeling van het concept RePubliekeRuimte.

3.1 RePubliekeRuimte

Graphic Matters, Blind Walls Gallery, 3sec.gallery gebruiken ze de stad als medium. Door slim gebruik te maken van bestaande structuren en publieksstromen kunnen we bijzondere ontwerp projecten in de openbare ruimte presenteren. Vanaf 2020 zetten we hier verder op in. Dit vergroot niet alleen onze kennis over presenteren in de openbare ruimte, het zorgt voor een nog intensiever contact met stakeholders en legt de lat voor Graphic Matters weer hoger.

De stad biedt tal van mogelijkheden om te exposeren. Een deel hiervan is reeds commercieel in gebruik, wij willen een alternatief bieden dat de stad tot een unieke ervaring maakt in plaats van een generieke ervaring met dezelfde reclame als in andere steden. Wanneer we hierin slagen versterken we de band tussen de organisatie en de stad tot een in Nederland ongeëvenaard concept.

De op te richten RePubliekeRuimte (werktitel) bestaat uit een serie vaste en tijdelijke presentatie plekken verdeeld over de stad. Deze varieert van mupi's door de stad tot vlaggen in het park en bouwhekken van projectontwikkelaars, of vitrines op het station tot...

Tot de realisatie van RePubliekeRuimte experimenteren we met diverse formats.





'Dogsmix' door Jan Bajtlik (PL)

3.2 3sec.gallery

Vooraf was gepland dat de bestaande 3sec.gallery vast onderdeel zou worden van het te ontwikkelen concept rondom presentaties in de openbare ruimte. Gezien de ontwikkelingen op dit vlak is besloten 3sec.gallery als zelfstandig merk te laten voortbestaan.

De 3sec.gallery bestaat sinds 2014. De exposities worden gefinancierd door het parkeerbedrijf van de gemeente Breda. In de financiële verantwoording vallen de kosten en opbrengsten dan ook onder 'projecten'.

In 2018 is meer tijd gestoken in de communicatie van de 3sec.gallery exposities via social media en persbenadering. Dit resulteerde in meer interactie en enkele artikelen. Inhoudelijk is er aansluiting gezocht met het Overwerk programma, Mirko Ilic sprak namens de School of Visual Arts en de komst van Jan Bajtlik is mogelijk gemaakt door de Polish Design Week. Om publiek en vakpers beter van informatie te voorzien is een nieuwe website ontwikkeld.



Poster Sale

Na meer dan 20 exposities bevat ons archief een enorme collectie posters. Om toekomstige activiteiten (anders dan activiteiten) vanuit 3sec.gallery mogelijk te maken is besloten jaarlijks een poster sale te organiseren. De eerste editie vond plaats op 22 en 23 september bij de uitgang van de Chassé Parking. De belangstelling was groot, de omzet van € 5.000 was 100% meer dan verwacht.

Het programma bestond uit 5 exposities.

jan - apr	'Underground Images' ism School of Visual Arts uit New York
mei	'Speak Up!', internationale selectie Graphic Matters 2017
juni	'Een mooi affiche' nav WK voetbal ism Welformat (CH)
jul - aug	'Reclaim the Streets!' ism De Affiche Galerij Den Haag en div. NL kunstacademies
sep - okt	'Beyond Curie' door Amanda Phingbodhipakkiya
nov - dec	'Dogsmix' door Jan Bajtlik (PL) ism Polish Design Week

3.3 Overige locaties

In het activiteitenplan 2018 zijn plannen opgenomen voor een doorlopende vlaggen expositie in Park Valkenberg en exposities in mupi's verspreid in de stad.

De doorlopende expositie in Park Valkenberg is niet gerealiseerd omdat niet alle stakeholders hier akkoord mee zijn. Wel zijn incidentele exposities mogelijk, zoals in de periode juni-september 2018 is uitgevoerd.

De exposities in mui-zuilen zijn afhankelijk van de planning gemaakt door de gemeente Breda. In 2018 hebben we geen periode toegekend gekregen en is derhalve geen expositie uitgevoerd met de Spaanse kunstenaar Vermibus. Ivm ontwikkeling van RePubliekeRuimte is deze expositie verplaatst naar voorjaar 2020.

De expositie van A0-frames is gecombineerd met het 'Summer of Like'-project door Dadara. Jordan Seiler wordt ook in 2020 uitgenodigd voor een expositie in Breda.

Deliverables

Activiteiten

- 5x expo 3sec.gallery ✓
- 1x mupi expo Vermibus (2020)
- 1x A0 frames expo Jordan Seiler (2020)

Marketing doelstellingen

- projectplan RePubliekeRuimte ✓
- samenwerkings stakeholders ✗
- ontwikkeling identiteit ✗

4. Projects

Onder de noemer Projects vallen alle activiteiten die we in opdracht van derden realiseerden. Dit zijn bv. reizende tentoonstellingen, lezingen, workshops of muurschilderingen anders dan de Blind Walls Gallery.

4.1 Opdrachten

Geplande opdrachten in Tilburg en Waalwijk gingen niet door. De exposities in opdracht van Playgrounds zijn als co-productie uitgevoerd zodat we hier meer PR uit konden halen.

4.2 Graphic Matters Studio

De subsidie aanvraag voor Graphic Matters Studio is gepitcht voor de BKKC Impulsgelden, maar helaas niet toegekend. Hoewel de behoefte aan een dergelijk R&D/opleidingstraject blijft bestaan, hebben we besloten voorlopig geen andere fondsen te werven voor dit plan.

4.3 Educatie

De workshop Picto Machine (groep 1-2) is in 2018 door ruim 1.150 leerlingen gevolgd. Dit zijn ± 46 klassen. Daarnaast waren er diverse workshops op middelbare scholen in het kader van Blind Walls Gallery.

Deliverables

Activiteiten

- start Graphic Matters Studio ✗
- muurschilderingen Tilburg ✗
- muurschilderingen Waalwijk ✗
- 2x Playgrounds expo (ovb) ✓
- ± 50 workshops op Bredase scholen ✓

Marketing doelstellingen

- BKKC impuls geld subsidie ✗
- werving Studiogenoten ✗
- ontwikkeling nieuw educatie aanbod ✓