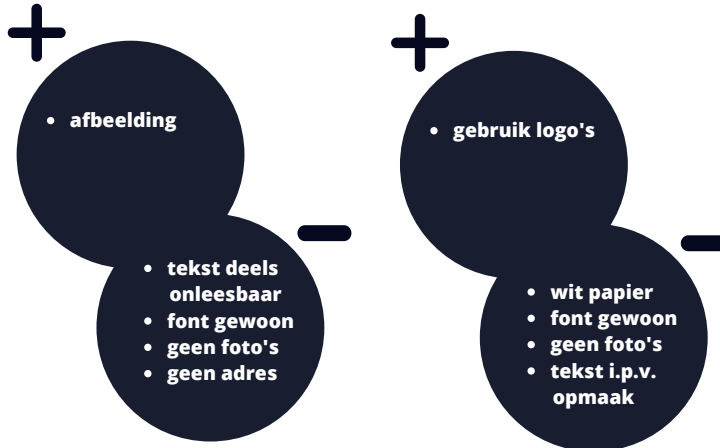


Posters



Almelose Mannenkoren

Almelo's Christelijk Mannenkoor / Almelo's Mannenkoor

Zondag
18
december
2022

CONCERT in *Kerstsfeer* St. Georgiusbasiliek Almelo



Medewerking van

Martijn Sanders (solist)
Armanda ten Brink (solist)
Miriam Koetsier (solist)
Elianne den Bakker (violist)
Han Kolthof (vleugel)
Henk Linker (vleugel | orgel)

Muzikale leiding

Nick Moritz (AMK) en
Frank den Bakker (ACM)

basiliek open vanaf

15.30 uur

Aanvang concert

16.00 uur

Gratis entree



- foto's met kader
- achtergrond
- blokjes datum en prijs

- wie bij welke foto?
- tekst bovenin onleesbaar
- openingstijden plek

Lettertype

Kies een duidelijk, evt speels font (lettertype). Let op dat dit past bij het logo en/of de huisstijl. Kies een font dat steeds terug kan komen in PR-materiaal. Speel met de grootte van de letters om de titel/boodschap op te laten vallen.

Kleuren

- Kies kleuren die bij elkaar passen
- Houd rekening met kleuren in het logo en/of de huisstijl
- Kies thematische kleuren (lente, Kerst, Valentijnsdag)
- Ga niet voor te licht/donker in verband met leesbaarheid

Afbeelding

Kies een of meer opvallende, prikkelende afbeeldingen. De afbeelding kan tekst vervangen indien informatief genoeg. Bijv een solist of dirigent.

Let op:

- copyright (niet zonder toestemming van internet kopiëren)
- bij gebruik stockfoto's, geen watermerk laten staan



Tips voor een wervende en informatieve POSTER voor mannenkoren



datum
tijd - uur

GRATIS
entree

Geen toegevoegde
waarde?
Weglaten!

Tekst

Schrijf korte, krachtige teksten. Zo min mogelijk (lange) zinnen. Een poster moet op afstand opvallen en in het langslopen of -rijden te lezen en te begrijpen zijn.

Belangrijke info

Laat belangrijke informatie extra opvallen. Bijvoorbeeld met een kader. En check of alle informatie er op staat! (tijden, locatie, adres, kosten)

Een QR code naar de website of een filmpje o.i.d. zet aan tot actie. Er zijn online gratis QR-code generators.



Dit document is gemaakt op verzoek van de KNZV voor de aangesloten mannenkoren.



By the Hand - communicatie & organisatie advies
Gonneke Bennes - gonneke@bythehand.nl - 06 48 266 477

Vergroot of verklein een afbeelding vanuit de hoek (niet vanaf de zijkanten).



Vraag (doorzichtige) vectorbestanden op, zodat logo's op een gekleurde achtergrond ook goed overkomen.

Poster ontwerpen

Zet eerst op een rij:

- wat is het doel en de boodschap van de poster?
- welke informatie MOET er op?

(nog) Niet handig met ontwerpen?

Canva is een gebruiksvriendelijk, gratis online ontwerptool voor PR-materiaal.

Niet zo creatief? In Canva staan voorbeelden en sjablonen die naar wens zijn aan te passen.

Canva

Tips voor beter en betrokken bereik via

SOCIALE MEDIA

voor mannenkoren



Sociale media

Via sociale media is met relatief weinig inspanning een groot publiek te bereiken en te betrekken.

Alleen berichten plaatsen (posten) en zenden, maakt online communicatie afstandelijk. Sociale media draait juist om in contact komen met mensen met gemeenschappelijke interesses en raakvlakken. Anders dan in een offline situatie komen dialoog en interactie online tot stand door in een keer een gerichte groep aan te spreken.

Leuk Opmerking plaatsen Delen

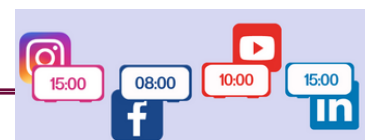
Mensen van 40 t/m 64 jaar zijn gemiddeld 1,5 uur per dag actief op sociale media



Publiek bereiken

Om een specifiek publiek of doelgroep te bereiken:

- Voeg een locatie toe aan het bericht (*inchecken*)
- Gebruik # hashtags (*veelgebruikte trefwoorden*)
- Tag mensen (*vergroot het bereik via hun netwerk*)
- Post (plaats) het bericht op strategische tijden (*moment met de meeste interactie per platform*)



Publiek betrekken

Betrokkenheid uit zich in:

- liken = 'vind ik leuk'
- sharen = delen van berichten met anderen
- comments = reacties



Een 'call to action' helpt om de betrokkenheid te vergroten.

Bijvoorbeeld:

- 'Dit lied opnemen in ons repertoire?' LIKE dit bericht!
- 'Kom je naar ons optreden?' DEEL dit met je vrienden

Reageren op een bericht wordt ook gezien door diegene zijn netwerk, waardoor het bereik indirect nog groter is.

Creer interactie en dialoog door zelf ook te reageren.

Via advertenties op sociale media is publiek op diverse kenmerken te 'targeten'

Gebruik statistieken en analyses voor inzicht in bereik (Google Analytics)



Tips voor beter en betrokken bereik via

SOCIALE MEDIA

voor mannenkoren



Content

Mensen willen op sociale media informatie vinden, leuke foto's en filmpjes zien en reageren op wat vrienden online delen.

Sluit content (inhoud) aan bij de interesses en behoeften van de doelgroep.

Speel in op inhaakmomenten (Valentijnsdag, int. Dag van het Koor).

Houd de posts laagdrempelig en gebruik zoveel mogelijk spreektaal.

Ken de doelgroep:

- leeftijd
- levensfase (qua carrière en gezinsleven)
- vrije tijdsbesteding
- noodzakelijke en favoriete locaties

Voorbeeld:

- vijftiger
- carrière gemaakt, kinderen studeren
- weer een beetje tijd voor hobbies
- komt veel bij de voetbalvereniging

✗ "Kom je ons koor versterken?"

✓ "Zin om voor de 3e helft met ons mee te doen?"

Contentmix

Maak het contact en de beleving persoonlijk en dichtbij door te vertellen en te inspireren. Storytelling boeit. Maak ze onderdeel van het verhaal.

Maak hierin een afwisselende mix op inhoud over:

- koor (*dirigent, bestuurszaken, leuke weetjes*)
- acties (*optredens, opnames, cd verkoop*)
- achtergrondinformatie (*repertoire, componist*)

Wissel af en combineer in vorm:

- tekst
- foto/film + geluidsfragmenten

Gebruik altijd aantrekkelijk en kwalitatief goed beeld- en geluidsmateriaal

Goed van start

Om goed van start te gaan op een sociale media platform, is minimaal nodig:

- duidelijke, goede profielfoto (en omslagfoto)
- korte biografie of omschrijving
- contactgegevens
- locatie/omgeving
- uitnodigen tot volgen binnen eigen netwerk
- introductiebericht

Frequentie

Post regelmatig op sociale media, om de betrokkenheid continue te voeden. Een keer in de week of om de week.

Regelmaat bevordert de betrokkenheid.

Met een contentkalender en tools als Hootsuite en Meta Business Suite (gratis) kunnen posts vooraf bedacht, ingepland en klaargemaakt worden.

Ook handig voor beheer en onderhouden van meerdere platforms in een overzichtelijke tool.





Tips voor beter en betrokken bereik via

SOCIALE MEDIA

voor mannenkoren

YouTube, Facebook, Instagram en LinkedIn zijn de meest gebruikte sociale media platforms.

YouTube

Creer een YouTube kanaal voor het koor, om film-materiaal en opnames op te publiceren.

- plaats alleen goede beeld- en geluidskwaliteit
- schrijf pakkende titels
- zet trefwoorden bij de publicatie
- vraag mensen lid te worden van het account
- vraag mensen de video's te liken
- link op andere platforms naar een YouTube video of het -kanaal

Houd rekening met auteursrecht (BUMA STEMRA) bij het publiceren

LinkedIn

LinkedIn heeft een zakelijke insteek en richt zich op uiteenlopende vakgebieden.

Voor het bereiken van de vijftiger die carrière heeft gemaakt en meer tijd en behoefte heeft voor een hobby, kan dit platform een interessante vindplaats zijn.

Vanuit het kooraccount kunnen eigen leden worden voorzien van wervende posts.

Instagram

Instagram is voor het publiceren van foto's en korte video's. Kies alleen voor een Instagramaccount wanneer er voldoende afwisselend en aantrekkelijk beeldmateriaal is om het publiek te blijven inspireren en te boeien.

- verzin een #hashtag voor het koor en laat deze onder elke post terugkomen
- reageer en like posts van andere (relevante) accounts
- vraag om actie (*like, share, comment*)

Koppel het Instagramaccount aan het Facebookaccount om minder tijd kwijt te zijn met posten.

Wanneer sociale media sterk strategisch wordt ingericht en ingezet, wordt het koppelen van de accounts afgeraden. Omdat elk platform op een andere doelgroep is gericht met een eigen manier van communiceren.

TikTok

Op TikTok worden korte video's gedeeld, die opvallend en flitsend (moeten) zijn. Jongeren zijn de hoofddoelgroep. Via TikTok is het mogelijk in korte tijd een groot aantal views (kijkers) te genereren. Het bijhouden vraagt constante continuïteit en creativiteit om het publiek te blijven verrassen en boeien.

Twitter

Via Twitter kunnen gebruikers berichten plaatsen van maximaal 280 tekens. Er kunnen ook GIFs, filmpjes en foto's worden toegevoegd. Twitter is een bron van informatie over diverse interesses, maar wordt steeds meer een discussieplatform.



Tips voor beter en betrokken bereik via

SOCIALE MEDIA

voor mannenkoren



Facebook

Facebook bereikt een hele brede en diverse doelgroep; van 10 tot 99+ jaar. 32% van de gebruikers is tussen 45 en 64 jaar.

Het platform biedt diverse mogelijkheden om via tekst en beeld informatie met anderen te delen.



Wees zelf ook betrokken bij en reageer actief op andere koren, dirigenten, koorleden etc.

Boeien

Facebook posts moeten boeiend zijn. Eerder interesse wekken en prikkelen, dan verkopen of promoten. Op persoonlijke en inhoudelijk informatieve content is betere interactie dan heel commerciële content.

Maak berichten die nieuwsgierig maken en vragen oproepen, waarna een gesprek op gang komt.

Door gebruik te maken van scherpe, korte teksten en ondersteunend beeldmateriaal.

Niet altijd die foto van het hele koor, maar eens de handen van de pianist, de enthousiaste dirigent of een stemsoort uitgelicht.

Plaats (ook) soundbites, stukjes van een lied.

Call to action

Zonder call to action (oproep tot een actie) lezen mensen het bericht wel, maar gebeurt er verder weinig op de Facebookpagina.

Baseer de call to action op het doel van je bericht.

Klik hier voor een opname van ons nieuwe lied
Kans maken op concerttickets incl. een hapje en een drankje? *Tag* dan je vrienden!

Check de video van onze dirigent in actie

doel: Bekendheid
(meer volgers/paginabezoeken/bereik berichten)

- laten delen door mensen met groot netwerk
- actie vragen van andere doelgroepen (trots kleinkind, voetballende buurman)

doel: Betrokkenheid
(interactie op content: share/like/comment)

- laat volgers anderen taggen voor een winactie

Creëer berichten die anderen willen delen op hun eigen pagina.

Extra opties

Met LingoJam, zijn andere lettertypes te gebruiken. Typ de tekst in LingoJam, kopieer en plak in de Facebook post.

Maak een tekst aantrekkelijker door tekst te vervangen door emoticons.

'Let's fall in ♥'

--> in plaats van foto credits

Voor meer en gericht bereik kan ingezet Meta Business Suite worden voor advertenties.

Op basis van:

- doelstelling
- doelgroep
- weergave (waar te zien)
- budget



Tips, ideeën en inspiratie bij

UITDAGINGEN

voor mannenkoren



Koninklijk
 Nederlands
Zangersverbond
FLOW OF VOICES



UITDAGINGEN



Haarlems mannenkoor Zang en Vriendschap snakt naar nieuwe aanwas: 'Voorkomen dat we omvallen'

Mannenkoor Lelystad stopt: 'We zijn al even niet met onze tijd meegegaan'

Slotakkoord voor mannenkoor Excelsior uit Tegelen: 'We stoppen liever een dag te vroeg, dan een dag te laat'

Roemrijk Emmens Mannenkoor stopt na zeventig jaar: 'Spijtig genoeg valt nu definitief het doek'

'Als we niets doen, gaat het helemaal mis'

Mannenkoor de Karawanken geeft nog één keer een concert en houdt er dan mee op

Koren flink in de problemen door corona: 14.000 zangers gestopt (maar er gloort hoop)

Vergrijzing slaat toe: mannenkoor Geulklank Valkenburg stopt na 71 jaar

Uitdagingen

Mannenkoren staan voor een flinke uitdaging. De koren worden steeds kleiner en de gemiddelde leeftijd steeds hoger.

Kleinere koren hebben minder mogelijkheden (bijv. 4-stemmige zang) en de kwaliteit van het koor en het enthousiasme van de overblijvende leden komen onder druk te staan.

Als er geen actie wordt ondernomen, zullen steeds meer koren stoppen.

- Stoffig imago
 - Inspiratie: repertoire
- Verbreden
 - Inspiratie: (projecten)
 - Inspiratie: (samenwerken)
- Verjongen
 - Inspiratie: (in 1 dag)
 - Inspiratie: (scholing)
- Zichtbaarheid
 - Inspiratie: (verrassingselement)
- PR & Communicatie

incl. praktische oplossingsrichtingen, tips, ideeën en inspiratie

Nasleep corona

Corona lijkt intussen ver weg, maar de nasleep ervan is nog steeds merkbaar. Waar koren het voor de pandemie al moeilijk hadden om nieuwe, jongere leden te werven; de noodstop van maart 2020 tot in 2022 heeft het koren extra moeilijk gemaakt.

Tijdens de lockdowns werd er niet samen gezongen en gerepeteerd (contact via een scherm is geen garantie voor een kwalitatief goede repetitie).

De steeds veranderende regelgeving leidde tot angst, onrust en onzekerheid. Oudere, kwetsbare leden, maar ook leden met oudere, kwetsbare familieleden bleven uit voorzorg thuis.

Zingen is een ademsport. Tijdens corona juist de reden niet meer samen te zingen. Nu het sociale leven weer volop bruist, zou dit juist de reden moeten zijn om conditie en longcapaciteit weer te verbeteren.



Stoffig IMAGO



Mannenkoren hebben vaak een stoffig imago, vanuit een gegeneraliseerd beeld:

- oude(re), grijze mannen
- in kostuum met stropdas of strik
- niet bewegend
- met een map voor hun gezicht
- klassieke muziek zingend

Positieve associaties

Het is zeker niet allemaal negatief!
Want mensen zien ook vaak:

- enthousiaste, genietende mannen
- die eenheid uitstralen
- en een krachtige, herkenbare sound laten horen



Karakter

Toen er nog een overvloed was aan zangers, werden koren samengesteld op basis van leeftijd, geslacht en/of genre.

Jarenlang hielden deze koren vast aan hun oorsprong en karakter. Een hechte groep mensen, met vaak jubilarissen die vanaf de oprichting lid zijn van het koor.

Verandering en flexibiliteit worden dan lastiger. Maar vergrijzing en de veranderende samenleving vragen daar wel om.

Valkuilen

Voor vaste leden is het vaak belangrijk dicht bij de traditionele waarden en kenmerken van het koor te blijven.

Om hen bij het koor te behouden, is het essentieel vernieuwing en verandering niet te snel of te radicaal door te voeren. Betrek en informeer de leden en sta open voor behoeften en wensen. Dit levert misschien wel verfrissende input op.

Wek geen valse verwachtingen door potentiële leden te enthousiasmeren (en lokken) met modern repertoire, maar dit vervolgens niet te integreren in het vaste repertoire.

Weet wat er leeft onder de beoogde doelgroep en sluit aan op de wensen en belevingswereld van deze mannen (of publiek). Besef qua repertoirekeuze bijvoorbeeld dat de jeugd van een veertiger zich afspeelde in de jaren '90.

Kleine aanpassingen

Met soms maar kleine aanpassingen en aandacht voor detail, kan het imago van een koor opgefrist worden. Door deze kleine aanpassingen blijft het koor dicht bij het eigen karakter, waar de huidige leden zich prettig bij (blijven) voelen:

- kleding
- podiumpresentatie / choreografie
- uit het hoofd zingen
- repertoire





Kleren maken de man

Een ander effect met kleding, kan al met:

- een gilet i.p.v. een jasje
- een andere kleur(combinatie)
- een andere stijl



Zingen is vertellen

Maak contact met het publiek en vertel het verhaal van het lied. De dirigent is vanuit een ooghoek ook te volgen. Door uit het hoofd te zingen, is er meer interactie met het publiek. Het is ook prettiger om naar te kijken. Leer lichaam en mimiek gebruiken om het verhaal kracht bij te zetten.

Repertoire

Zorg voor een veelzijdig repertoire met daarin voor ieder (zangers en publiek) wat wils. Klassiekers letterlijk vanuit de klassieke muziek en populaire popklassiekers die (bijna) iedereen kent. Maar zeker ook muziek en artiesten van nu.

Lichte (pop)muziek is door ritme, timing, en uitspraak niet altijd makkelijk te zingen voor mannenkoren. Hiervan zijn steeds vaker geschikte arrangementen beschikbaar of te creëren.

Meezingen

van traditioneel naar modern



Slavenkoor (Verdi)
Sanctus - Gounod
Wolgalied (Franz Lehar)
Climb ev'ry mountain (Sound of Music)
Bring him home (Les Miserables)

Morning has broken (Cat Stevens)
You'll never walk alone (Rogers/Hammerstein)
Blowin' in the wind (Bob Dylan)
A Hard Day's Night (Beatles)
Stay with me till the morning (Vicki Brown)

You raise me up (Josh Groban)
Fields of gold (Sting)
Somebody to love (Queen)
Angels (Robbie Williams)
Wake me up (Avici)

De dirigent:

- kent de mogelijkheden en grenzen van een koor
- weet welke muziek goed in het gehoor ligt
- kan arrangeren voor (meerstemmige) mannenkoren



INSPIRATIE

Integreer het bijzondere repertoire in het vaste repertoire.

WENSCONCERT

Bij het wensconcert, kiest het publiek wat er wordt gezongen.

Publiek kan kiezen uit een lijst met nummers en stemmen via de website en sociale media van het koor.

De lijst met nummers is het huidige repertoire, eventueel aangevuld met nieuw, potentieel repertoire en ruimte voor suggesties.

Een indiener heeft ook de mogelijkheid het gekozen lied mee te zingen door 3 keer mee te repeteren (en daarmee te ervaren hoe het zingt tussen de andere mannen).

Randstedelijk Mannenkoor
Spijkenisse

TOP2000

Na 10 weken repeteren (met een buddy voor zingen in een koor en hulp bij het noten lezen) meedoen met een concert met liedjes uit de Top2000.



Mannenkoor Sweikhuizen
Westlands Mannenkoor

POP ONTMOET KLASSIEK

Een combinatie van popmuziek en klassieke muziek.

Het Westlands Mannenkoor deed dit met een benefietconcert in samenwerking met rockband The Clarks en bekende sopraan Jacqueline Meijer.



BEKENDE MUSICALS EN FILMMUZIEK

Een betoverende avond (Some Enchanted Evening) met muziek uit bekende musicals en films.

Bepaal vooraf welke (delen van) nummers het publiek mee mag zingen.

> Een regionale samenwerking tussen een mannenkoor en groot gemengd koor <

Zeister Mannenkoor

SING-A-LONG

Een soort karaoke, omdat de tekst meeloopt in beeld.

Repertoire van een sing-a-long is vaak musical of filmmuziek, maar ook van een specifiek genre of artiest.

BUCKETLIST CONCERT

Muziekstukken die iemand gehoord moet hebben (bucketlist), maar dan zonder er uren voor stil te hoeven zitten, door toepassing in films en games.



VERBREDEN



Om als koor de moed erin te houden en vooruit te kijken, is een proactieve en positieve aanpak essentieel, waarbij de behoeften van potentiële nieuwe leden en publiek medebepalend zijn.

Samenwerken

Wanneer een koor te klein dreigt te worden om als volwaardig koor verder te kunnen, is het verkennen van samenwerking interessant.

Samenwerking kent verschillende vormen:

- partnerschap
 - > met (mannen)koren binnen dorp of stad of in de regio
 - > bijv. samen repeteren, arrangementen uitwisselen
 - > met een orkest of band
- alliantie
 - > strategische samenwerking met hetzelfde doel
- fusie
 - > kleinere koren gaan samen, of een kleiner koor wordt opgenomen door een ander koor
- op projectbasis
 - > tijdelijk, elkaars PR versterken, kosten delen

Verlies de eigen identiteit niet uit het oog.

Leidsekoren.nl

Lidmaatschap

Mensen leggen zich tegenwoordig minder snel vast en worden dan ook minder snel lid van een vereniging. Verplichtingen als wekelijkse repetities en contributie betalen staan tegen wanneer de meerwaarde van een lidmaatschap niet duidelijk (merkbaar) zijn.

Het is goed te weten wat een (potentieel) lid verwacht van de vereniging en waar hun wensen en behoeften liggen.

Lid worden interessanter maken:

- ledenniveaus met extra's per niveau (maar ook verschil in contributie)
- gratis workshops of tegen gereduceerd tarief

Stapje voor stapje

Nieuwe manieren van samenwerken en leden werven hebben draagvlak en tijd nodig.

Leden moeten betrokken en geïnformeerd worden. Maak vooral gebruik van de expertise van de eigen leden.

Nodig:

- enthousiaste kartrekker
- draagvlak bestuur en koor



INSPIRATIE

DO YOU REMEMBER?

Een projectkoor dat muziek uit de jaren '60/'70 zingt met een concert ter afsluiting.

Mooie herinneringen door repertoire van The Beatles, ABBA, Charles Aznavour, Queen.

De deelnemer krijgt:

- 10 repetities
- gratis deelname projectkoor
- buddy voor ondersteuning (bijv. noten leren lezen)

Nodig:

- minimaal 20 mannen om projectkoor te vormen of met het eigen koor te mixen
- muzikale begeleiding door een (cover)band
- presentatie/beelden van artiesten tijdens concert

Landgraafs Mannenkoor
Hengelo's Mannenkoor



QUEEN PROJECT

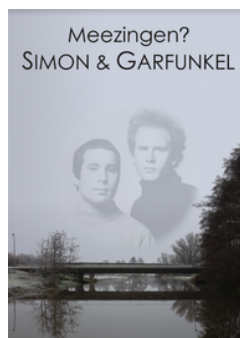


De grootste hits van Queen door een groot (gemengd) koor uit Heerenveen met een 6-koppige band. Een aantal nummers door solisten gezongen (met bijpassende outfits).

Bij elk lied wordt iets verteld over de achtergrond of over de band. Het publiek mag op aanwijzing (deels) meezingen.

SIMON & GARFUNKEL

In een projectkoor de liedjes van het duo Simon & Garfunkel vertolken. In 10 weken de nummers repeteren en dan laten horen tijdens het Voorjaarsconcert.



Nijverdals Mannenkoor

THE MAESTRO LIVE

Mannenkoor met aanvullend projectkoor doet mee met de 2 openluchtconcerten van Maestro Guido Dieteren en zijn European Pop Orchestra.

Landgraafs Mannenkoor
St. Joseph

Enthousiast?
Zoek contact met het koor voor arrangementen, oefenmateriaal, draaiboeken en tips.

INSPIRATIE

SAMENWERKEN

MET DE MUZIEKSCHOOL

Het jongenskoor van de muziekschool bezoekt elk jaar de scholen van het basisonderwijs om zingen in een jongenskoor te promoten. In het jongenskoor wordt de basis gelegd voor zingen in een mannenkoor (met een middenkoor als tussenstap).

Stadsjongenskoor Oldenzaal
Boys, Keep on Singing

Kansen om jongeren te betrekken en samen te werken zijn interessant (ondanks focus op 45+)

Onderhoud contact met zang- en muziekdocenten voor projecten.

MET DANS

Dans (individueel of in een groep en op professioneel of amateur niveau) kan worden ingezet als ondersteuning van het kooroptreden en/of afwisselend met de zang.

MET HET ONDERWIJS

Laat (examen)leerlingen voor een cijfer meedoen in een projectkoor.

Laat conservatoriumstudenten een arrangement schrijven als studieopdracht.

MET BEKENDE (LOKALE) ARTIESTEN

Kies iemand die nu bekend en populair is en aansluit bij de muzikale interesses van de beoogde doelgroep.

MET ANDERE KOREN

- vrouwenkoor
- gemengd koor
- kinderkoor
- koor met ander genre
- koor uit de buurt of uit de regio
- bekend koor

(T-Sing, Men2B, Koorbazen, DeKoor)

MET HARMONIE / ORKEST / (BIG) BAND

Versterk elkaars
PR en publieksbereik



VERJONGEN



Vergrijzing

De mannenkoorwereld vergrijst en er is te weinig jongere aanwas om de gemiddelde leeftijd van vaak boven de 70 te verlagen. Koren zullen daarom beter moeten aansluiten en inspelen op de behoeften en kansen binnen een jongere doelgroep. Jonger met een leeftijd tussen de 45 en 60 jaar.

Veertigers

Dertigers tot mid-veertigers leven meestal in de spitsuurfase van gezin en carrière.
Millenials / Y-generatie (1980-1999)

Vanaf een jaar of 45 begint hun leven zich (gemiddeld genomen) te stabiliseren en is er meer ruimte voor henzelf en hun dromen en uitdagingen.

Pragmatische (tussen)generatie (1970-1980)

Vijftigers/Zestigters

Mannen die voor hun studie en gezinsoprichting actief waren in het verenigingsleven, zijn een interessante doelgroep.

Als de kinderen ouder worden en de carrière staat, is er waarschijnlijk meer tijd voor andere dingen.

Ze wachten niet met nieuwe dingen tot na het pensioen, omdat ze niet willen vastroesten en zinloos wachten.

Verloren / Nix / X-generatie (1955-1970)

Druk, druk, druk

Iedereen is druk (ook pensionado's). Voor de nodige ontspanning is het belangrijk tijd vrij te maken. Laat daarom zien en ervaren, dat zingen in een koor veel voordelen heeft.

- onderdeel zijn van een geheel
- nieuwe ervaringen opdoen
- passie hebben naast het werk
- ontmoeting / kameraadschap
- het is stressverlagend / het geeft energie



Ledenwerving

Werk een ledenwervingscampagne uit en betrek daar vaste leden bij.

Ledenwerving is meer dan de buurman steeds opnieuw (tevergeefs) te vragen mee te gaan naar het koor.

Veel mannenkorenwebsites hebben wel een pagina over ledenwerving. Maar hoe komt dit bij een potentieel nieuw lid onder de aandacht zonder een mix van PR & Communicatie?

Idee:
Beloon leden die nieuwe leden aandragen.

Val op:
Doe een oproep voor mannen die niet kunnen zingen

Vertel vooral steeds hoe leuk zingen het is om te zingen in een koor. Teveel nadruk op ledenwerving en tekorten kan averechts werken.

INSPIRATIE

in 1 dag

Om mannen te enthousiasmeren (leden te werven), zonder veel van hun tijd te vragen, zijn activiteiten in 1 dag interessant.

OPEN REPETITIE

+ minimeezingconcert

Tijdens een open repetitie studeren belangstellende mannen met het koor een nieuw lied in. Het koor heeft dit lied in eerdere repetities al in de steigers gezet om de gastzangers beter te kunnen coachen. Aan het eind van de repetitie geeft het koor een (mini)concert van hun vaste repertoire. Het laatste nummer is het ingestudeerde nieuwe lied, waarbij de gastzangers meezingen.

Na een open repetitie de enthousiaste mannen gratis laten meerepeteren tot aan een voorjaars- of najaarsconcert. Zo ervaren de mannen het repeteren, instuderen en het voorbereiden op en deelnemen aan een optreden.

Haarlemmermeers Mannenkoor
"Zang en Vriendschap"

Zoetermeers
Mannenkoor

Ettens Mannenkoor

Zorg ervoor dat de nieuwe liedjes onderdeel worden van het vaste repertoire. Want dat is waar de mannen op af zijn gekomen en eerder voor willen blijven.

Ettens Mannenkoor

De Meulezengers
uit Venlo

(KLEIN)ZONENDAG

Een middag of avond waarop de leden hun zoons en/of kleinzoons meenemen.

Samen optrekken door samen te zingen, nieuwe dingen leren en misschien een gemeenschappelijke passie te vinden.



FROM SCRATCH

From scratch betekent 'met niets beginnen'. In 1 dag een muziekstuk (Messiah, Bohemian Rhapsody) of een aantal nummers van een artiest of specifiek thema instuderen en aan het eind van de dag uitvoeren voor publiek.

Elster Mannenkoor

ACTIEDAG

De mannenkoren van 's-Hertogenbosch, Rosmalen, Vlijmen en Vught hebben tijdelijk hun krachten gebundeld en voor de actiemiddag: "Echte mannen zingen in koor".

Samen vissen in de kleine vijver van jongere mannen.

INSPIRATIE

Voor mannen die hun enthousiasme voor zingen onderdrukken door onzekerheid over hun stem, doordat ze geen noten kunnen lezen of het spannend vinden buiten de eigen vertrouwde omgeving (of badkamer) te zingen, bieden koren motiverende en ondersteunende (scholings)activiteiten aan.

NOTENSCHRIFTCURSUS

Nieuwe leden worden opgevangen en gecoacht door een mentor. Nieuwe stukken worden per stemsoort opgenomen op MP3 en hiervan worden oefenpartijen beschikbaar gesteld.

Orpheus
Vlaardings Mannenkoor

KOORSCHOLING

Ontdek je stem en leer zingen en zangtechniek met behulp van een professional, zoals van bariton Sef Thissen in Limburg.



Sittards Mannenkoor
Si-Tard

ZANGCLINIC

In combinatie met vernieuwing en modernisering van het repertoire, biedt dit koor jaarlijks een zangclinic onder leiding van een professional (hier ook bariton Sef Thissen).

Reuvers Mannenkoor

BUDDY

Steeds vaker zorgen koren voor een buddy, maatje of coach die nieuwe leden wegwijs maakt in het koor. Door te helpen met het lezen van een partituur en noten, het ervaren van meerstemmigheid, het horen van de muziekstructuur etc.

Aantrekkelijke aanbod van
Tilburgs Mannenkoor - La Renaissance

- 6 koorrepetities
- bij lidmaatschap
 - mentor in de beginperiode
 - koorscholing van een zangpedagoog



ZICHTBAARHEID



Zichtbaarheid

Zichtbaar (en hoorbaar) zijn als koor is essentieel voor voortbestaan en nieuwe aanwas. Als mensen het koor niet (goed) kennen, komen ze er ook niet gauw op af.

Zichtbaar zijn is niet alleen aankondigen dat er binnenkort een concert is, maar is continu aanwezig zijn. De kracht van herhaling in print, online en live.

Organiseer eens een brainstorm met bestuur en leden om inzichtelijk te krijgen waar en hoe de zichtbaarheid van het koor vergroot kan worden.

Brainstorm

Waar mogen posters opgehangen worden?
Zijn er ook digitale schermen?

Kunnen flyers meegestuurd met een goed gelezen krant of meegegeven worden bij iets opvallends (zoals op een pizzadoos)? Uitdelen op straat heeft vaak weinig effect.

Welke leden zijn online actief en hebben zelf of via (klein)kinderen een grote achterban?

Op welke plekken komen veel mannen of bij welke evenementen kan worden aangesloten?

Beeldmateriaal

Zorg dat er voor zichtbaarheid en PR divers en goed beeldmateriaal is.

Koorfoto's, maar wel variatie naast de standaardfoto van mannen in opstelling in kostuum of tijdens de repetitie met open mond en map in de hand:

- in andere opstelling/houding
- met andere kleding
- van specifieke onderdelen (alleen bassen/tenoren, enthousiaste dirigent, vingers pianist)



Creatief in crisis

Noodgedwongen werden koren in coronatijd heel creatief om zichtbaar en hoorbaar te zijn. Met spontane filmpjes, regelmatige online aanwezigheid en creatieve kerstwensen.

Veel koren lijken deze aantrekkelijke PR na de beperkende maatregelen weer te hebben losgelaten.

Opvallen, maar niet overdrijven

Om zichtbaar te zijn is een stap zetten buiten het vertrouwde en de comfort zone eigenlijk een must.

Het moet wel goed voelen en passen bij het karakter van het koor en de mensen.

Zorg daarom vooraf voor draagvlak vanuit bestuur en het koor.



Zorg voor vlotte sprekers en goede zang- en geluidskwaliteit.

INSPIRATIE

Zichtbaarheid heeft langer en meer effect wanneer er een verrassingselement aan zit. Aansluiten bij andere activiteiten en evenementen en daarbij onderscheidend zijn werkt ook goed. En ook door zichtbaar te zijn rondom een actueel thema of speciale dag.

FLASHMOB

met popclassics

Bij een flashmob beginnen de koorzangers op een drukke plek onverwacht te zingen, waarna ze uit elkaar gaan alsof ze niet bij elkaar horen. Dit kan starten met 1 zanger waarna zich steeds meer zangers aansluiten of er wordt gestart als groep of stemsoort.

Vaak worden flashmobs gedaan in drukke winkelcentra of op het station. Bedenk waar veel mannen komen en organiseer een 'spontaan optreden'. Zoals in een bouwmarkt of bij de stort.

Deel daarna een aantrekkelijke flyer uit om eens mee te komen zingen.

Haarlems Mannenkoor
Zang en Vriendschap

POTGRONDCONCERT

Verkoop begin voorjaar zakken potgrond voor het spekken van de verenigingskas. Kopers van de potgrond krijgen een entreekaartje voor een informeel concert tijdens een repetitie eind voorjaar.

Informeel; dus in de repetitieruimte, zonder dresscode en vanuit het vaste repertoire. Maar wel met publiek.

Geef tijdens een korendag nieuwsgierige mannen een opvallende ansichtkaart met uitnodiging voor een reeds geplande open repetitie.

Of zet een winactie op de kaart om mannen naar de website te lokken. Bedenk steeds hoe mannen te boeien.

Asser Mannenkoor

Of verkoop
Moederdagchocolade,
voorjaarsbloeijs,
Kerstbroden etc.

MOEDERDAGCONCERT KERSTCONCERT

ANDERE IDEEËN

- Repeteer eens op een andere plek
- Treed op als 'afterparty' na een theatervoorstelling
- Geef een koffieconcert in een ondernemershuis
- Zing Kerst in Dickensstijl voor de deur van een hotel of restaurant

Treed afwisselend op met andere koren uit de regio en laat elk de eigen sound horen en sfeer proeven. Ga daarna in gesprek met toehoorders en geef ze informatie mee. Zo deden 4 koren dat in Brabant in het Provinciehuis. > of met verschillende koren uit de stad in het gemeentehuis <

Jubileum:
Maak een echte
videoclip met een
producer
en script.

PR & COMMUNICATIE



Herhalen, onderscheiden en opvallen

Acties en projecten zijn pas succesvol als er mensen/mannen op af komen en aan deelnemen. Enkel een poster of een bericht op sociale media zal weinig helpen. Ken het beoogde publiek en creëer betrokkenheid (wat boeit deze mensen en hoe gaan ze in de actiestand). Met storytelling (verhalend en beeldend communiceren) worden nieuwsgierigheid vergroot en betrokkenheid verhoogd.

Denk in campagnes met een periode van aankondiging, moment zelf en verslaglegging achteraf. Vanuit een totaalaanpak van diverse mediakanalen. In PR geldt de kracht van herhaling en onderscheidend en opvallend vermogen.

binnenkort per onderdeel praktische tips op www.knzv.nl

Communicatiemix van



Posters

Een goede poster heeft:

- zo min mogelijk tekst (of volzinnen)
- passend aantrekkelijk beeldmateriaal ter ondersteuning en vervanging van tekst
- opvallende belangrijke informatie in een apart kader
- contactgegevens en sociale media links

Canva
gebruiksvriendelijk
k ontwerpen



Free publicity

Free publicity is gratis publiciteit, zoals een persbericht.

- ken de mediamogelijkheden met lokale, regionale en online pers
- maak gebruik van de kunst- en cultuurpagina in de lokale krant
- maak gebruik van stedelijke promotie van lokale kunst- en cultuur organisaties en activiteiten

Website

Een goede website heeft:

- een duidelijke menustructuur
- actuele up-to-date informatie
- relevante, korte teksten
- een rustige, aantrekkelijke uitstraling
- uitnodigend beeldmateriaal
- goede kwaliteit video- en geluidsmateriaal

Generatie X
doet veel met
Facebook

Sociale media heeft met een groot bereik en directere betrokkenheid dan print. Voorwaarde is wel dat er met regelmaat een bericht geplaatst wordt.

Platforms die vooral geschikt zijn voor mannenkoren:

- Facebook
--> ideaal voor storytelling door een combinatie van tekst en beeld en diversiteit aan inhoud (contentmix)
- Instagram
--> voorwaarde is diversiteit aan beeldmateriaal
- YouTube
--> voorwaarde is kwalitatief goed geluidsmateriaal

In het totaal plaatje hoort ook onder andere :

- presentatie
- toegangskaartjes / programmaboekjes
- roll-up banner
- visitekaartjes (en ander flyer materiaal)



Tips, ideeën en inspiratie bij

UITDAGINGEN

voor mannenkoren



*Kijk op www.KNZV.nl
voor meer praktische tips en inspiratie
omtrent PR & Communicatie (incl. gebruiksvriendelijke tools)*

Dit document is gemaakt op verzoek van de KNZV voor de aangesloten mannenkoren.



By the Hand - communicatie & organisatie advies
Gonneke Bennes - gonneke@bythehand.nl - 06 48 266 477



Tips voor een aantrekkelijke en duidelijke

WEBSITE

voor mannenkoren



Basis

- Kies als dat kan een domeinnaam met de koornaam erin, evt. met de plaatsnaam.
- Kies een gebruiksvriendelijk CMS (*) (ook als iemand anders de website bouwt).
- Maak de website 'responsive', zodat deze ook op bijv. telefoon goed te bekijken is.

(*) Content Management System
--> voor het bijhouden van de website

CMS
> Wordpress <
> Joomla <

Favicon
voor betere
vindbaarheid

Favicon =
icoontje in tabblad



Inhoud

Zorg dat de informatie op de website altijd actueel en up-to-date is. Dan blijven de bezoekers nieuwsgierig en terugkomen.

Verdeel de informatie in logische hoofdstukken en daarmee pagina's.

Wat wil het koor vertellen, wat willen de bezoekers weten, welke informatie is verder noodzakelijk en relevant.



het koor	nieuws	agenda	beeld /geluid	€€€	contact
sinds 1883	nieuwsbrief	jubiläum	foto's	donateurs	lid worden
dirigent	jubilarissen		geluidsvb	verkoop	repetities
muzikanten	ereleden				
repertoire					
bestuur					

Doel & Doelgroep

Een website vertelt, laat zien en laat horen. En dan alles volgens de 5 W's en de H: Wie, Wat, Waar, Wanneer, Waarom en Hoe.

Geschreven wordt naar de interesse van de bezoekers. Wat willen zij weten?

De doelgroep is vaak redelijk breed:

- familie en vrienden
- liefhebbers van koorzang
- nieuwsgierig, potentieel publiek/leden

Structuur & Opmaak

- een overzichtelijke menustructuur
- subpagina's voor aanverwante informatie
- duidelijke titels

- zorg voor rust en eenheid op de pagina's
- voorkom veel scrollen --> LEES VERDER
- gebruik rustige kleuren (uit logo)
- kies een duidelijk leesbaar lettertype
- gebruik steeds hetzelfde lettertype



Dit document is gemaakt op verzoek van de KNZV voor de aangesloten mannenkoren.

Tips voor een aantrekkelijke en duidelijke

WEBSITE

voor mannenkoren



Homepage

De Homepage is de pagina waar bezoekers de website binnenkomen. Hierop willen zij in een oogopslag zien wat zij op de site kunnen vinden en waar.

Opbouw van een prettige homepage:

- header (bovenkant): koor-naam/afbeelding/logo
- menuknoppen
- carroussel/slider met relevante foto's
- actueel nieuws en/of een oproep
- footer (onderkant): contact/social media/sponsors

Beeld- en geluidsmateriaal

- Plaats afbeeldingen met transparante achtergrond.^①
- Gebruik zo min mogelijk schaduw achter foto's.^②
- Plaats foto's van goede kwaliteit (niet korrelig).^③
- Vergroot of verklein een afbeelding vanuit de hoek (niet vanaf de zijkanten).^④
- Plaats liever 10 geselecteerde foto's dan een album van 100 foto's.
- Verzamel voor variatie diverse foto's (beeldbank).
- Maak een (gratis) YouTube account aan voor filmpjes.



Tekst

- Zet de belangrijkste informatie bovenaan
- Gebruik 'je' of 'u' consequent ('je' is minder afstandelijk)
- Schrijf korte zinnen in korte alinea's.
- Gebruik tussenkopjes
- Gebruik opsommingen i.p.v. lange teksten
- Vat lange tekst aantrekkelijk samen met een LEES VERDER knop

- Schrijf actief (geen beleidstaal)
- Call-to-action (vraag om actie)
- - volg ons op Facebook
- - bekijk ons filmpje op YouTube
- Schrijf voor betere vindbaarheid (SEO):
- kies logische zoekwoorden (*mannenkoor*)
- zet zoekwoorden in titels en kopjes
- gebruik synoniemen

Voorbeelden

baarnsmannenkoor.nl
beekerliedertafel.nl
dewieker-hofzangers.nl
eibergsmannenkoor.nl
landgraafsmannenkoor.nl
meppelermannenkoor.nl
schaffelaarkoor.nl
zoetermeersmannenkoor.nl
zv-oranje.nl



By the Hand - communicatie & organisatie advies
Gonneke Bennes - gonneke@bythehand.nl - 06 48 266 477