



## Inschrijvingsformulier

Digitaal opsturen naar [info@thuisindestad.be](mailto:info@thuisindestad.be)  
U krijgt een ontvangstmelding

### Waarvoor dient dit formulier?

Met dit formulier dingt u mee naar de *Thuis in de Stad*-prijs 2012, U kunt per stad één, twee of drie projecten indienen. Gebruik voor ieder ingediend stadsproject een nieuw formulier.

### Aan wie bezorgt u dit formulier?

Verstuur dit formulier voor 10 september 2012 om 17.00 uur online naar [info@thuisindestad.be](mailto:info@thuisindestad.be)

### Waar vindt u meer informatie?

U vindt meer informatie op onze website [thuisindestad.be](http://thuisindestad.be).

## Gegevens van de stad die het project indient

### 1 Vul hieronder de naam in van de stad die het project indient en het bankrekeningnummer

Stad Aalst

## Gegevens van de contactpersoon van het project

### 2 Vul hieronder de gegevens in van de contactpersoon van het project.

voornaam en achternaam Arnoud Van Der Straeten

functie cultuurbeleidscoördinator

straat en nummer Oude Vismarkt 13

postnummer en gemeente 9300 Aalst

telefoon 053 73 23 38

faxnummer

e-mailadres Arnoud.vanderstraeten@aalst.be

## Gegevens van het project

### 3 Vul hieronder de gegevens in van het project.

naam Cirk! Aalst

startdatum dag 1 7 maand 0 8 jaar 2 0 1 2

einddatum dag 1 9 maand 0 8 jaar 2 0 1 2

naam van de partners Cultuurcentrum De Werf / Erfgoedcel Aalst / Circusplaneet / dienst Integratie / Mensen voor Mensen / Steunpunt Welzijn / Kringloopwinkel / Wereldhuis / Jojo Productiehuis / 't Gasthuys Stedelijk Museum / lokaal netwerk vrijetijdsparticipatie / scholen

naam van de coördinator Stad Aalst – dienst cultuur

budget 175.000 euro

#### 4 Geef hieronder een korte beschrijving van het project.

Het project moet al gerealiseerd zijn of moet zo ver gevorderd zijn dat het op zijn waarde en effectiviteit beoordeeld kan worden. Het mag op 10 september 2012 niet meer dan twee jaar geleden gerealiseerd zijn.

Cirk! Aalst is een laagdrempelig, gratis openluchtfestival dat inzet op circus en straattheater als aanloop naar het nieuwe cultuurseizoen. De Aalsterse zomer was voor de komst van Cirk! in 2009 een culturele leemte. Cirk! is een overbrugging tussen het seizoen einde en de daarop volgende start van het nieuwe cultuurseizoen.

Dit jaar liep Cirk! Van 17 tot 19 augustus 2012. Aalst kent met uitzondering van het carnaval geen culturele openluchthappening. Cirk! wil uitgroeien tot de de culturele tegenhanger van het vastenavondgebeuren. Het is een bewuste keuze om net zoals dat het geval is tijdens de carnavaldriedaagse de toeschouwer te bereiken op straat. Circus op de stoep. Het programma wordt elk jaar zo evenwichtig en gevarieerd mogelijk samengesteld. Het is de bedoeling een goeie mix aan te bieden van de diverse circusdisciplines. Komen zeker aan bod: acrobatie en luchacrobatie, evenwicht, jonglerie, circustheater, humor, goochelen en performance maar ook straattheater, muziek en openluchtfilm.

Tijdens de prospectie en de samenstelling van het programma wordt er nauw toegezien dat er een gezonde mix ontstaat tussen nationale en internationale, beginnende en ervaren artiesten.

Cirk! kent een stevige lokale verankering. Met de lokale afdeling van de circusschool gecoördineerd door de Circusplaneet bestaat een wisselwerking. Jonge aspirant circusartiesten krijgen de kans om tijdens het festival in een beschermde omgeving hun eerste stappen op het podium te zetten. Circusplaneet voorziet ook workshops.

Samen met Circusplaneet werd in 2011 ook een circusbuurtwerking in Gent en Aalst op touw gezet. De gloednieuwe tent van Circusplaneet werd opgeslagen in de Watertorenwijk. Gedurende de week voorafgaand aan Cirk! werd een intensieve circusworkshop (6uur/dag) gegeven aan kinderen uit die specifieke buurt. Doelgroep waren de 6- tot 12-jarigen. Aan het einde van de circusweek volgde een toonmoment in en voor de buurt. Gezien het grote succes en enthousiasme van dit eerste buurtproject wordt in 2012 geopteerd voor een herneming in dezelfde buurt. Er zijn ook plannen om andere buurten op te nemen in de circusbuurtwerking.

Cirk! kent ook een sociaal-artistiek luik. In de loop van 4 edities werd er samengewerkt met personen met een verstandelijke beperking, kansarmen en maatschappelijk kwetsbare doelgroepen. Telkens onder professionele begeleiding werd er maanden vooraf toegeleefd en gewerkt naar een toonmoment tijdens het festival.

In 2010 ontstond Gusta, een sociaal-artistiek project met als specifieke doelgroep mensen met heel veel goesting in cultuur die daar tot nu toe onvoldoende kansen toe kregen. Aan de hand van vijf kunst disciplines en onder leiding van 5 kunstenaars vertelden 25 deelnemers hun verhaal, een verhaal over de strijd van een mens om graag te kunnen zien. Kansarmen proberen uit hun isolement halen en hen weer perspectief bieden, dat was de uiteindelijke opzet. Ook het creëren van een succeservaring bij mensen voor wie dit geen vanzelfsprekendheid is.

Eenzelfde intentie ligt aan de basis van de oprichting van de straatfanfare GustaFa in 2011. Dit project richtte zich tot dezelfde doelgroep en spreekt zowel mensen aan die al een instrument bespelen als complete leken. Er werd gewerkt met bestaande én zelf gemaakte muziekinstrumenten. Het creëren van een visuele herkenbaarheid van de fanfare en het al dan niet ontwikkelen van nieuwe instrumenten laat ook toe andere disciplines dan muziek aan bod te laten komen.

Voorwaarden voor het slagen van dit initiatief waren laagdrempeligheid, flexibiliteit en professionele begeleiding door één of meerdere muzikanten met ruime ervaring in sociaal-artistieke trajecten. Kris Carlier (verantwoordelijke muzikant Gustaf 1) en Guido Schiffer stonden in voor de muzikale begeleiding van de workshops/repetities. Max Vandervorst werd ingeschakeld als begeleider voor het maken van eigen muziekinstrumenten.

Partners en trekkers zijn Steunpunt Welzijn en de Vierdewereldgroep Aalst - Mensen voor Mensen, vereniging waar armen het woord nemen. Daarnaast worden allerlei organisaties binnen het werkveld aangesproken om een zo groot mogelijke participatie te realiseren en het draagvlak te optimaliseren.

Cirk! heeft oog voor het (lokale) circusverleden. Vroegere Aalsterse circusfamilies, maar ook nog rondtrekkende Vlaamse circusfamilies worden in beeld gebracht. Verhalen en interviews worden geregistreerd. In de pijplijn zit het prestigieuze Barnumproject. Het Amerikaanse Circus Barnum dat in 1901 per trein Europa rondtrok wordt door de steden waar het gezelschap zijn tenten opsloeg herdacht met een per trein reizende circusexpo.

#### 5. Beschrijf de rol van de stad in de realisatie van het ingediende project?

De stad staat in voor de programmatie (cultuurcentrum De Werf), de communicatie en de organisatie (cultuurdienst) van het festival. Tijdens de prospectieronde worden doorheen het seizoen andere festivals bezocht ter voorbereiding van de eigen affiche.

Gezien de vele betrokken partners, neemt de stad de rol op als brugfiguur. We brengen de verschillende partners samen en gaan in overleg. Waar mogelijk ondersteunen we de organisaties met advies, mankracht en materiële ondersteuning. (Rol van stad als samenwerker benadrukken)

De sociaal-artistieke werking, vrijwilligerswerking, logistieke, technische en praktische voorbereidingen worden gemaakt door de cultuurdienst. Alsook het opstellen van subsidiedossiers en sponsorwerving.

## 6 Kruis hieronder de hoofdaspecten aan waarop het project betrekking heeft.

- de huisvesting in de stad
- x de stedelijke ruimte
- de mobiliteit in de stad
- het leefmilieu in de stad
- de plaatselijke economie
- x de sociale cohesie in de stad
- x de cultuurbeleving in de stad
- het democratisch besturen van de stad
- andere, namelijk:

## 7 Geef kort de karakteristieken weer, indien het project zich uitdrukkelijk richt tot een bepaalde buurt of doelgroep.

Cirk! richt zich tot een heel breed publiek: jong, oud, families met kinderen, gerichte bezoeker of toevallige passant, erfgoedliefhebber. Ook de meerwaardezoeker vindt intussen zijn gading op de circusdriedaagse.

Daarnaast richt Cirk! zich ook tot maatschappelijk kwetsbare groepen (personen met een beperking, kansarmen) door een actieve cultuurparticipatie te voorzien door middel van sociaal-artistieke projecten.

Cirk! zet ook in op een buurtwerking door zijn tenten op te slaan in kwetsbare buurten.

## 8 Wat zijn de beoogde effecten van het project?

Gemeenschapsvorming is het eerste beoogde neveneffect. Cirk! slaagt erin om net zoals tijdens carnaval tijdens de circusdriedaagse de mensen dichterbij elkaar te brengen. Gemeenschapsvorming bereiken we door artistieke hoogstandjes te presenteren, maar eveneens door sociaal-artistieke werking en/of buurtwerking. We slaan de tent letterlijk op in de buurt en bereiken op deze manier de mensen die leven in maatschappelijke kwetsbare buurten.

Deze gemeenschapsvorming situeert zich niet enkel op buurtniveau. Door een stadsbreed evenement te organiseren, gratis toegankelijk in het stadscentrum, creëren we sfeer in de stad.

Citymarketing is ook geen onbelangrijk beoogd effect. Cirk! wenst Aalst en intussen ook ver buiten de stadsgrenzen publiek te verrassen. Het aantal bezoekers (7500 bezoekers in 2012) is daar een duidelijke manifestatie van.

## 9 In welke mate zijn de beoogde effecten van het project gerealiseerd?

Cirk! is intussen doorgesijpeld bij alle Aalstenaars. Ook in de ruime regio wint Cirk! aan naamsbekendheid. Pers en media pikken Cirk! op. Maar we zijn misschien wel het meest opgezet met het feit dat Cirk! kan gelden als inspiratiebron voor menig carnavalisten om hun praalwagens en kostuums in te kleden in kader van Cirk!

Tot op heden werden de verwachtingen rond het project sociaal-artistiek project Gustafa nog niet ingelost. Het project kent geen makkelijk te bereiken doelgroep en de gewenste toeleiding moet permanent gebeuren. Er wordt verder ingezet op Gustafa met de ambitie een huisfanfare uit te bouwen.

Cirk! laat Aalst ver buiten de stadsgrenzen over de tongen gaan. Qua citymarketing komt Cirk! naast Carnaval en het jaarlijkse criterium te staan. En dat na slechts 4 edities.

## 10 Op welke manier werden diverse beleidsdomeinen in het project geïntegreerd?

Cirk! zet in op verschillende disciplines. Het circusgenre kent namelijk tal van varianten en kan iedereen verwonderen. Het is een laagdrempelig initiatief waarbij specifieke doelgroepen kunnen worden betrokken zowel actief als passief.

Cirk! zet met de buurtwerking in op multiculturele wijken. In samenwerking met de dienst integratie krijgt de circusdiscipline een andere dimensie. Het wordt als middel ingezet om de gemeenschapsvorming in de buurt te vergroten. Er wordt op een speelse manier contact gemaakt met de bewoners in de buurt. Circus breekt in de wijk in om er in volgende contacten bijvoorbeeld integratie-initiatieven te organiseren.

De sociaal-artistieke werking maakt de brug naar mensen met een beperking en kansarmen. Via OCMW en het lokale netwerk in kader van het participatiedecreet worden verenigingen en hun achterban geactiveerd om actief deel te nemen aan Cirk!. Toeleiding vanuit de verenigingen door professionals en vrijwilligers is daarbij van groot belang.

## 11 In welke mate is het project innovierend en draagt het bij tot stedelijkheid?

Cirk! is een festival op maat van de stad Aalst. Een stad die op vlak van ruimtelijke ordening jarenlang bleef steken in een grijze status quo en die nu een langzame facelift ondergaat. Een stad die zich opnieuw naar de Dender keert en licht en ruimte opzoekt, met nieuw opgetrokken kantoorcomplexen, bruggen, esplanades en pleinen in aanleg. Bij de herinrichting van de openbare ruimte kiezen bestuur en bewoners vaak voor leefbaarheid, wat soms haaks staat op de praktische bruikbaarheid van de pleinen voor evenementen. Het inplannen van openluchtacts legt de beperkingen van de openbare ruimte bloot, maar dwingt ook tot nadenken over de manier waarop het festival in het stedelijk weefsel kan doordringen.

Cirk! dringt zich gedurende drie dagen manifest op aan de stad, herdefinieert de ruimte, lokt publiek naar verscholen hoeken en plekken. Tegelijkertijd dwingt de stad het festival tot een bepaalde mix, met voldoende ruimte voor kleine en middelgrote acts, maar eerder beperkte mogelijkheden voor grote spektakels. In dit kader proberen we een goed festival te maken, met veel aandacht voor de artistieke kwaliteit van de acts die jaar na jaar in stijgende lijn moet gaan en waarin het publiek kan meegroeien. De Aalstenaar is niet rap content, zoals iedereen weet, maar door Cirk! laat hij zich makkelijk meeslepen en zet hij zijn rol van criticaster vlot aan de kant.

## 12 Beschrijf waarom en op welke wijze dit project inspirerend kan zijn voor andere projecten?

Cirk! werd opgezet vanuit het Aalsters verleden en de eigenheid als stad Aalst. Aalst is een carnavalsstad met een circusverleden. Dit verleden heeft inspiratie geleverd om een hedendaags meerdaags festival op poten te zetten.

Cirk! slaagt erin om maatschappelijke kwetsbare groepen naar het festival te lokken door de laagdrempelige aanpak.

## 13 Op welke wijze werd de bevolking betrokken bij de voorbereiding en de realisatie van het project?

De doelgroepenwerking betreft op actieve wijze specifieke lagen van de bevolking bij het project.

## 14 Wie waren de betrokken partners en wat was hun rol en aandeel in het project?

Geef aan of het om een horizontaal ( publiek – publiek; publiek – privé) of verticaal (federale, regionale, lokale overheden) partnerschap gaat.

Horizontale partnerschappen:

- sociale organisaties, buurtwerkingen, verenigingen waar armen het woord nemen in functie van de sociaal-artistieke werking
- cc De Werf / Erfgoedcel / Circusplaneet .. in functie van de programmatie

Verticale partnerschappen: Provincie Oost-Vlaanderen en de Vlaamse Gemeenschap als subsidiënten

## 15 Hoe werd het project bekendgemaakt?

Om de herkenbaarheid te bevorderen werd in samenwerking met het externe communicatiebureau Comm'sa ([www.commsa.be](http://www.commsa.be)) een eigen logo/beeld en stijl ontwikkeld. De samenwerking met Comm'sa werd in 2011 verder gezet en uitgebreid met Stans ([www.stans.be](http://www.stans.be)) voor de ontwikkeling van een visueel aantrekkelijke en praktische website. [cirkaalst.be](http://cirkaalst.be) brengt toeschouwers nog beter en sneller op de hoogte van het programma en eventuele last minute wijzigingen, aanvullingen of annuleringen. Er is ook ruimte voorzien voor een artiesten ABC, foto- en filmverslagen... De nieuwe internetpagina wordt uiteraard ook voorzien van de meeste frequent gebruikte web 2.0 tools.

De lancering van de website in 2011 kende veel bijval, een heleboel hits en een stijgend surfgedrag naarmate het festival naderde. Via Google Analytics kon worden nagegaan dat de website ook internationaal goed begint te scoren. Een Engelstalige versie van de website dient overwogen te worden.

Er werd nagegaan om een Cirk! - applicatie uit te laten bouwen om het programma makkelijk raadpleegbaar te maken voor smartphones en tablets. Gezien de hoge productiekost is dit momenteel helaas geen prioriteit. Het drukwerk voorziet vanaf 2012 wel een digitale ontsluiting met behulp van QR-codes.

Het immense bereik via Facebook en Twitter, de digitale mond-tot-mond reclame is van onschatbare waarde. Cirk! verdiept zich dan ook verder in de sociale media.

In 2012 werd er voor de eerste keer beroep gedaan op een pers- en communicatiespecialist met als opdracht Cirk! onder de aandacht van pers en media te brengen.

Sinds 2010 is er een samenwerkingsverband met de lokale krant Passe-Partout. Oorspronkelijk werd enkel de lokale editie van Passe-Partout ingezet ter ondersteuning van Cirk!. Sinds 2011 werd de overeenkomst grondig uitgebreid met redactionele aandacht en advertenties en dit in de edities Brabant, Oost- en West - Vlaanderen en een aantal Waalse edities.

Het oorspronkelijke campagnebeeld, de koorddanseres op een gestreepte achtergrond met sterren her en der, is een creatie van de cartoonist en tekenaar Randall Casaer. De equilibriste heeft voor de eerste twee edities haar werk goed volbracht. Publiek en artiesten connoteren de koorddanseres in een oogopslag met het festival. Intussen is er ook een variant aangemaakt voor het kinderfestival Curieuze Neuze.

De ranke koorddanseres maakte in 2011 plaats voor een iets volumineuzere gewichtheffer. Daarmee werd er bewust voor gekozen om de typische stijl van Randall Casaer als uithangbord van het festival verder te hanteren.

Het campagnebeeld wordt tweejaarlijks gewijzigd en helemaal vernieuwd.

In 2013, het jaar waarin Cirk! zijn lustrum viert, is het de beurt aan weer een andere blikvanger in typische, onvervalste, eigen Randall-stijl.

De bekendmaking van het festival gebeurt aan de hand van:

- persoonlijke uitnodigingen
- www.cirkaalst.be
- affiches (1000 exemplaren)
- spandoeken op strategische plaatsen in de binnenstad en op de invalswegen
- beach flags
- festivalkrant (1500 exemplaren) en ingeclusterd in stadsinfobrochure (42.000 postbussen)
- uitgebreid programma in Werfmagezien (jaarlijkse seizoensbrochure cultuurcentrum De Werf - 19.000 exemplaren)
- aankondiging en programma-overzicht in CircusMagazine
- advertenties in lokale pers (Het Laatste Nieuws - Nieuwsblad)
- persconferentie en persmap
- programmavermelding in audio-visuele media
- promotour met flyeracties in Aalst en op diverse grote circusactiviteiten in Vlaanderen
- 18 planimeters Groot-Aalst
- publiciteitsborden op eventpleinen
- publiciteitsborden op de invalswegen van Aalst
- visibiliteit op promovoertuig en circussecretariaatswagens
- promokledij
- gadgets
- visibiliteit op stadswagens
- aanwezigheid op (gespecialiseerde) online media: [straattheater.net](http://straattheater.net) / [circuscentrum](http://circuscentrum.be) / [uitinaalst.be](http://uitinaalst.be) / [facebook](https://www.facebook.com/cirklaalst) /

De bekendmaking van de buurtwerking en de sociaal-artistieke projecten verloopt respectievelijk via gerichte communicatie in de buurten en via verenigingen waar armen het woord nemen.

## 16 Vermeld hieronder eventuele andere elementen die uw kandidatuur kunnen ondersteunen, bijvoorbeeld een onafhankelijke evaluatie van het project.

De commissie circuskunsten evalueert Cirk! in kader van het circusdecreet als zeer gunstig en is van mening dat het jonge festival als voorbeeld kan staan voor andere. Enkele fragmenten uit het advies:

### Publieksbereik

Het festival 'Cirklaalst' wil op een laagdrempelige manier een heel breed publiek bereiken. Toevallige passanten, gezinnen met kinderen maar ook de meer ervaren toeschouwers worden aangetrokken. Een gerichte publiekswerking wil naast de circusliefhebber ook anderen introduceren en overtuigen.

### Gemeenschapsvorming

Circus wordt gezien als vertrekpunt voor een gemeenschapsvormend project. De bevolking wordt optimaal betrokken.

### Verbreiding en groei

Het nog jonge festival streeft zowel naar kwalitatieve als kwantitatieve groei.

De organisator gaat ook op zoek naar groei in de breedte. Deze groei uit zich in:

- de originaliteit van de programmatie
- de samenwerking met partners
- het overstijgen van het lokale karakter
- het opnemen van een erfgoedluik

### **Vernieuwing en ontwikkeling**

De Stad Aalst ziet het als haar verantwoordelijkheid het hedendaagse circus te hanteren en aan te bieden als volwaardige kunstdiscipline.

### **Actieve participatie**

Het festival neemt een belangrijke sociale rol op d.m.v. een sociaal-artistiek project dat actieve participatie beoogt. Er wordt gestreefd naar een blijvende plek voor dit sociaal-artistieke luik in het festival.

### **Samenwerking**

De festivalorganisator heeft volgende partners:

- de lokale circusschool
- scholen
- verschillende stadsdiensten (cultuurcentrum, museum)
- de plaatselijke erfgoedcel
- lokale sociale organisaties
- een pool van vrijwilligers

### **Programmatie**

Er wordt gezocht naar een gezonde mix van nationale en internationale, beginnende en ervaren artiesten, solo-optredens en grotere (tent)voorstellingen.

De speelplekken worden gekozen in functie van de voorstellingen en de noden van artiesten.

De programmatie is breed op vlak van aangeboden genres.

Naast toegankelijke voorstellingen wordt ruimte voorzien voor de meer experimentele, intiemere voorstelling.

### **Netwerking en prospectie**

De organisator van 'Cirklaalst' zoekt toenadering tot buitenlandse netwerken met het oog op uitwisseling en samenwerking.

Er wordt heel intensief geprospecteerd in binnen- en buitenland.

De kwalitatieve en originele programmatie lokt andere programmatoren naar 'Cirklaalst'.

### **Communicatie**

Er wordt een uitgebreide communicatie gevoerd door gebruik te maken van zoveel mogelijk kanalen en middelen.

### **Meting en evaluatie**

Tijdens het festival worden metingen uitgevoerd naar inhoud en aantallen.

Respons en resultaten worden grondig besproken met de partners.

---

---

## **17 Omschrijf hieronder waarvoor u de geldprijs eventueel zult gebruiken.**

---

De geldprijs kan worden ingezet op deels artistieke kosten, maar ook zeker sociaal-artistiek.

---

De buurtwerking en sociaal-artistieke projecten vereisen permanente toeleiding en opvolging. Om continuïteit te kunnen garanderen dient er op dit vlak meer te worden geïnvesteerd.

---

---

---

---