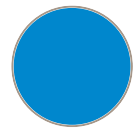


DESIGN REQUIREMENTS

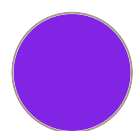
RELEVANT BLIJVEN VOOR JONGEREN
IN DE CULTURELE SECTOR



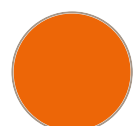
GEEF JONGEREN ECHTE AGENCY



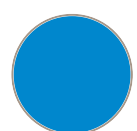
ZORG VOOR EEN VEILIGE EN OPEN OMGEVING



FOCUS OP COMMUNITIES, NIET ENKEL OP PUBLIEK



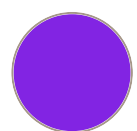
NEEM EEN ACTIEVE ONDERSTEUNENDE ROL OP



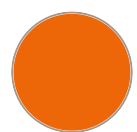
BEWAAK DE ARTISTIEKE IDENTITEIT VAN HET HUIS



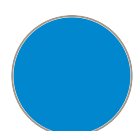
ZORG VOOR DUIDELIJKE KADERS EN VERWACHTINGEN



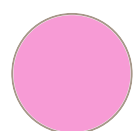
VERTREK VANUIT DE STERKTES VAN VIERNULVIER



BOUW AAN DUURZAME CONCEPTEN



HOUD HET FINANCIEEL EERLIJK ÉN TOEGANKELIJK



GEBRUIK TECHNOLOGIE ALS MIDDEL, NIET ALS DOEL

BRAINSTORM TOOLKIT

HANDLEIDING

Wat zit er in de toolkit?

- **Het Toekomstkompas:** Een draaibord met de 10 Design Requirements.
- **Cultuurstorm-kaarten:** Onverwachte randvoorwaarden en beperkingen uit het onderzoek.
- **De Cheat Sheet:** Een korte uitleg en 1 controlevraag per Design Requirement.

Kies jullie spelvorm:

- **Ideation (bedenken):** Start met een leeg concept in het midden, trek meteen Cultuurstorm-kaarten en bedenk *from scratch* een volledig nieuw idee.
- **Windtunneling (Testen):** Plaats een concept dat al bedacht werd in het midden, en test het kritisch op blinde vlekken voordat het gelanceerd wordt.

vierNulvier

BRAINSTORM TOOLKIT

HANDLEIDING

Hoe toepassen? (30-45 minuten)

Stap 1: De basis

- Leg het kompas op tafel.
- Schrijf jullie basisidee (of vraagteken bij *Ideation*) op een post-it en plak deze in het midden op '**Het Concept**'.

Stap 2: De Cultuurstorm

- Trek **1 of 2 Cultuurstorm-kaarten** en lees ze luidop voor.
- Dit is jullie nieuwe realiteit. Het concept in het midden moet vanaf nu aan deze onverwachte beperkingen voldoen.

Disclaimer: past de getrokken kaart echt niet bij jullie concept of idee, trek dan een nieuwe kaart. Maar wees toch kritisch, de bedoeling van de 'storm' is net dat het wat schuurt om jullie uit jullie comfortzone te halen.

BRAINSTORM TOOLKIT

HANDLEIDING

Stap 3: De 360° Brainstorm

- Start bij het eerste taartpunt en lees de bijhorende uitleg op de **Cheat Sheet**.
- **De uitdaging:** Hoe zorgen we ervoor dat ons concept aan deze Design Requirement voldoet, zelfs met de getrokken 'beperking' in het achterhoofd?
- Bedenk samen oplossingen, schrijf ze op bij de taartpunt.
- **Draai het kompas na 3 minuten door** naar de volgende requirement. Herhaal dit tot jullie de hele circkel rond zijn.

Stap 4: De finale Check

- Bekijk het volledige kompas.
- **De eindvraag:** Overleeft ons concept deze storm en blijft de artistieke identiteit van onze organisatie behouden?
- Zijn er lege taartpunten (zwakke plekken)? Stuur het concept dan gericht bij
vierNulvier

CHEAT SHEET

DR: Geef jongeren échte agency

- **Wat:** jongeren willen zelf keuzes maken, ideeën sturen en verantwoordelijkheid krijgen; participatie mag niet louter symbolisch zijn.
- **Checkvraag:** *Zitten jongeren zelf écht aan het stuur, of vullen ze enkel een door ons voorgekauwd format in?*

CHEAT SHEET

DR: Zorg voor een veilige open omgeving

- **Wat:** Een locatie moet zowel fysiek als mentaal laagdrempelig zijn, met aandacht voor prikkelarme zones, toegankelijkheid en duidelijke regels rond grensoverschrijdend gedrag.
- **Checkvraag:** *Voelt een jongere (ook uit een kwetsbare doelgroep) zich onmiddellijk veilig, welkom en om diens gemak binnen dit concept?*

CHEAT SHEET

**DR: Focus op communities,
niet enkel op publiek**

- **Wat:** Jongeren bewegen sneller in groepsverband dan alleen. Concepten moeten inspelen op bestaande collectieven, subculturen en vriendengroepen.
- **Checkvraag:** *Trekt dit idee geïsoleerde individuen aan, of brengt het bestaande netwerken en vriendengroepen samen?*

CHEAT SHEET

DR: Neem een actieve ondersteunende rol op

- **Wat:** VIERNULVIER is geen passieve zaalverhuurder. Het huis treedt op als mentor en facilitator door expertise, infrastructuur en het eigen netwerk actief te delen.
- **Checkvraag:** *Geven we de jongeren in dit concept de nodige begeleiding en coaching, of laten we hen zwemmen?*

vierNulvier

CHEAT SHEET

DR: Bewaak de artistieke identiteit van het huis.

- **Wat:** Een concept moet aansluiten bij het imago van VIERNULVIER; kunst, creativiteit en culturele beleving moeten altijd centraal blijven staan.
- **Checkvraag:** *Bezit dit idee nog een duidelijke artistieke kern, of is het gewoon een jeugdhuis-event geworden?*

CHEAT SHEET

DR: Zorg voor duidelijke kaders en verwachtingen

- **Wat:** transparante communicatie over wat praktisch en inhoudelijk wel of niet kan voorkomen frustraties bij zowel jongeren als de organisatie (expectation management)
- **Checkvraag:** *Is het voor alle deelnemers 100% helder wat de spelregels zijn en wat wij als organisatie niet kunnen waarmaken?*

CHEAT SHEET

DR: Vertrek vanuit de sterktes van VIERNULVIER

- **Wat:** Een sterk concept benut de unieke troeven van het huis, zoals de specifieke techniek, sfeer, geschiedenis of modulaire ruimtes.
- **Checkvraag:** *Benutten we écht de krachten van VIERNULVIER, of zou dit concept evengoed in een lokale sporthal kunnen plaatsvinden?*

CHEAT SHEET

DR: Bouw aan duurzame concepten

- **Wat:** Eenmalige ideeën werken niet. Concepten hebben herhaling, tijd en ruimte nodig om organisch te kunnen groeien en evolueren.
- **Checkvraag:** *Is dit een eenmalige impuls, of bouwen we hier een langdurig traject waar de community in kan doorgroeien?*

CHEAT SHEET

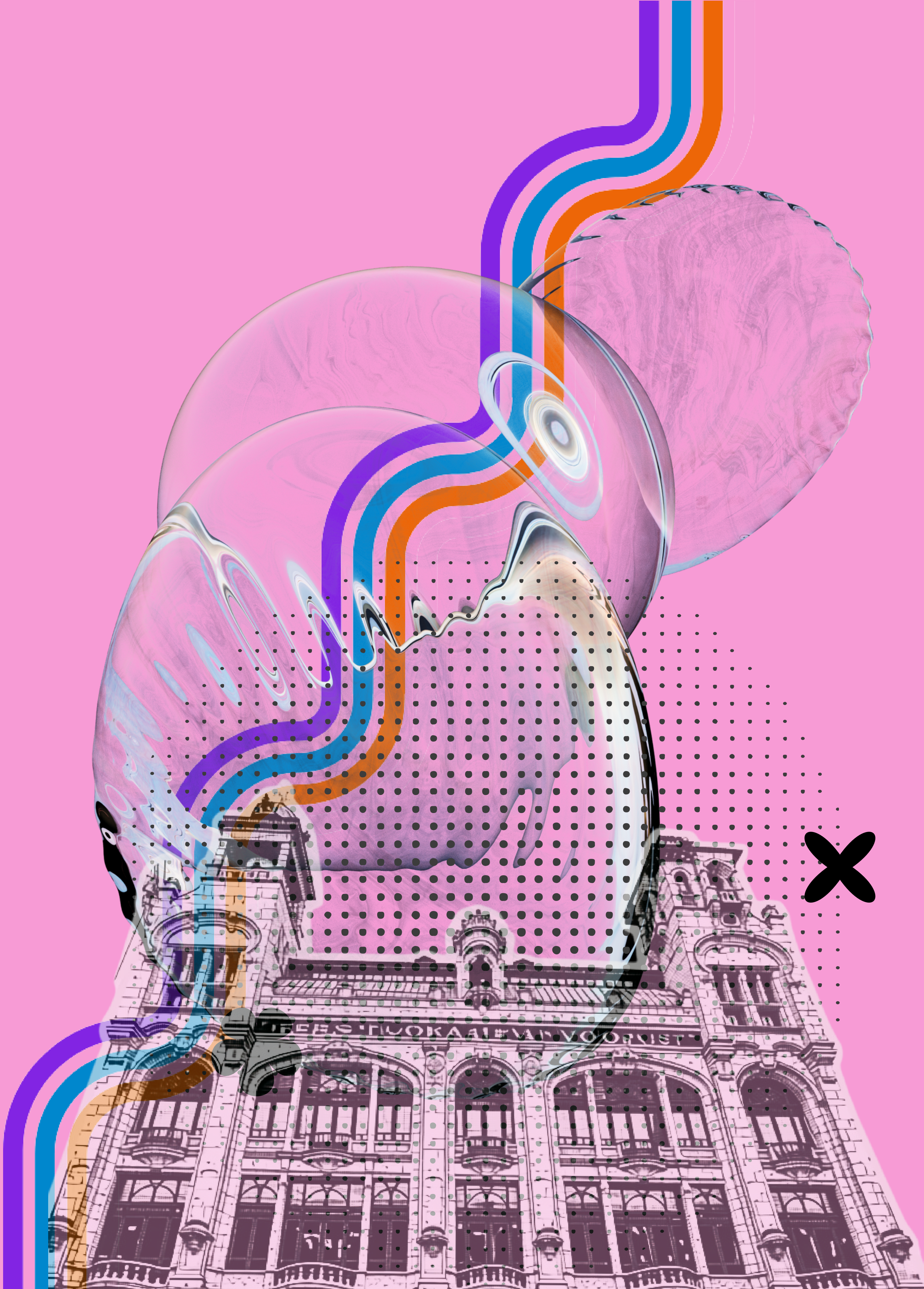
DR: Hou het financieel eerlijk en toegankelijk

- **Wat:** Jongeren mogen geen financiële drempel ervaren om te participeren, maar de jonge makers en organisatoren moeten wel correct betaald worden voor hun werk.
- **Checkvraag:** *Is dit voor elke jongere betaalbaar én worden de artiesten eerlijk vergoed?*

CHEAT SHEET

DR: Gebruik technologie als middel, niet als doel

- **Wat:** Ontwikkel geen dure, nieuwe apps, maar sluit aan bij platformen die jongeren al gebruiken. Erken de nood aan analoge momenten en mentale resets.
- **Checkvraag:** *Voegt deze technologie echt een meerwaarde toe aan de verbinding en beleving, of is dit enkel een dure gimmick?*



vierNulvier

DE TECH-DETOX

Jongeren zijn overprikkeld en verlangen naar analoge, oprechte connectie. De huisregel voor jullie concept is vanaf nu: 100% verbod op smartphones.

vierNulvier

DE 'VZW JONG' CONNECTIE

Je concept trekt momenteel enkel
hoogopgeleide kunststudenten aan.
Pas je concept aan zodat jeugd uit de
wijk, die nog nooit in een theater is
geweest, zich onmiddellijk
aangesproken en veilig voelt.

vierNulvier

DE LEGE PORTEMONNEE

Krimpende subsidies. Hoe maak je het
verdienmodel van dit concept
waterdicht zonder dat je de
ticketprijzen voor de jeugd moet
verhogen?

vierNulvier

DE MENTOR-EIS

Uw organisatie mag de sleutels niet zomaar uit handen geven. Het eigen personeel moet zich verplicht inzetten om de jongeren op te leiden. Welke interne profielen koppelt u aan dit concept?

vierNulvier

HET ARTISTIEKE KOMPAS

Het concept dreigt een gewone, platte fuif of een hobbyclub te worden. Je organisatie is echter geen doorsnee jeugdhuis. Integreer een duidelijk artistieke of culturele component in het hart van je concept.

DE SNEEUWBAL (DUURZAAMHEID)

Een eenmalig event werkt niet om vertrouwen op te bouwen. Je moet dit concept omvormen tot een traject van minimaal 4 edities. Hoe zorg je ervoor dat het concept evolueert tussen editie 1 en editie 4, en hoe hou je de community al die tijd structureel betrokken?

vierNulvier

DE 'BUITEN-DE MUREN' EXPEDITIE

Jongeren vinden het imposante
gebouw een te grote, intimiderende
drempel. Je concept mag fysiek *niet*
binnen de muren van De Vooruit
plaatsvinden. Hoe behoud je de
kwaliteit en identiteit van
VIERNULVIER zonder je eigen muren?

vierNulvier

DE RADICALE CLASH

Algoritmes duwen jongeren steeds in dezelfde bubbel? Iedereen gaat naar wat hij al kent. Dit concept moet twee totaal tegengestelde subculturen combineren.

vierNulvier

DE ANTI- EENDAGSVLIEG

Je mag dit concept alleen uitvoeren als je het nú direct kan omvormen tot een ecosysteem dat een heel jaar loopt. Wat gebeurt er ná de eerste editie om de jongeren betrokken te houden?

vierNulvier

VOORBIJ DE UNIVERSITEITS- BUBBEL

Hoe pas je het concept aan zodat niet uitsluitend hoogopgeleide jongeren, maar jongeren uit sportclubs, het deeltijds onderwijs of buiten de stad Gent (die niks met theater hebben) de weg naar VIERNULVIER vinden?

vierNulvier

DE CANON- GIJZELING

Er is een stijgende politieke inmening op de inhoudelijke programmatie van cultuurhuizen, waarbij subsidies worden ingezet als drukmiddel. De Vlaamse overheid trekt onmiddellijk 100% van jullie subsidies in. Ontwerp een concept dat binnen één maand financieel break-even draait op uitsluitend private middelen.

vierNulvier

HET VERBODEN SCHERM

Jongeren zijn meer verbonden dan ooit, maar cultuurhuizen merken dat aandacht steeds schaarser wordt.

Bezoekers verwachten digitale ondersteuning bij bijna elke ervaring.

Vanaf morgen zijn smartphones verboden. Je concept moet even aantrekkelijk, sociaal en relevant zijn zonder één scherm, app of digitaal platform.

vierNulvier

DE TIKTOKGENERATIE

Jongeren consumeren cultuur steeds sneller, korter en meer gepersonaliseerd. Bezoekers verlaten het evenement automatisch na 15 minuten tenzij je hen actief betrokken houdt. Hoe ontwerp je een ervaring die mensen doet blijven?

vierNulvier

DE RADICALE INCLUSIE

Cultuurhuizen willen toegankelijk zijn voor iedereen, maar bereiken vaak dezelfde profielen. Je mag geen enkel concept ontwikkelen dat vooral hoogopgeleide stedelijke jongeren aantrekt. Hoe maak je iets dat écht verschillende leefwerelden samenbrengt?

vierNulvier

DE CULTUURSTAKING

Jongeren verwachten steeds meer inspraak en participatie. Bezoekers weigeren nog langer passieve toeschouwers te zijn. Elk evenement moet minstens 50% van de inhoud laten bepalen door het publiek.

vierNulvier

DE ONZICHTBARE JONGERE

Veel jongeren voelen zich niet aangesproken door klassieke cultuurcommunicatie. Je mag geen sociale media, advertenties of nieuwsbrieven gebruiken. Hoe vinden jongeren jouw concept toch?

vierNulvier

